



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA**

**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN  
INNOVACIÓN SOCIOPRODUCTIVA SOSTENIBLE**

**TEMA:**

---

**LAS ACTIVIDADES SOCIOECONÓMICAS ASOCIADAS EN LA  
PARROQUIA DE ATAHUALPA DEL CANTON QUITO COMO  
MECANISMO DE FORTALECIMIENTO COMUNITARIO.**

---

Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Magister en  
Administración de Empresas, Mención Innovación Socioproductiva Sostenible.

**Autora:**

Pullas Villamarín Gabriela Rocío

**Tutor:**

MBA. Valencia Vinueza Diego Fernando

QUITO – ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN.**

Yo, Gabriela Rocío Pullas Villamarín, declaro ser autora del Trabajo de Investigación con el nombre “LAS ACTIVIDADES SOCIOECONÓMICAS ASOCIADAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA DEL CANTÓN QUITO COMO MECANISMO DE FORTALECIMIENTO COMUNITARIO”, como requisito para optar al grado de Magister en Administración de Empresas, Mención Innovación Socioproductiva Sostenible, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 29 días del mes de noviembre de 2020, firmo conforme:

Autora: Gabriela Rocío Pullas Villamarín

Firma: 

Número de Cédula: 1718040957

Dirección: Carcelén, Pichicha, Quito, Carcelén

Correo Electrónico: [gaby\\_pullas@hotmail.com](mailto:gaby_pullas@hotmail.com)

Teléfono: 0984423830

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “LAS ACTIVIDADES SOCIOECONÓMICAS ASOCIADAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA DEL CANTÓN QUITO COMO MECANISMO DE FORTALECIMIENTO COMUNITARIO”, presentado por Gabriela Rocío Pullas Villamarín, para optar por el Título Magister en Administración de Empresas, Mención Innovación Socioproductiva Sostenible

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 29 de noviembre de 2020

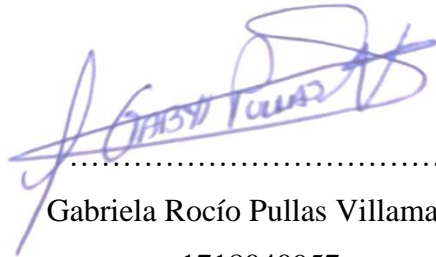


.....  
MBA. Diego Fernando Valencia Vinueza

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas, Mención Innovación Socio Productiva, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 29 de noviembre de 2020



.....

Gabriela Rocío Pullas Villamarín

1718040957

## APROBACIÓN TRIBUNAL

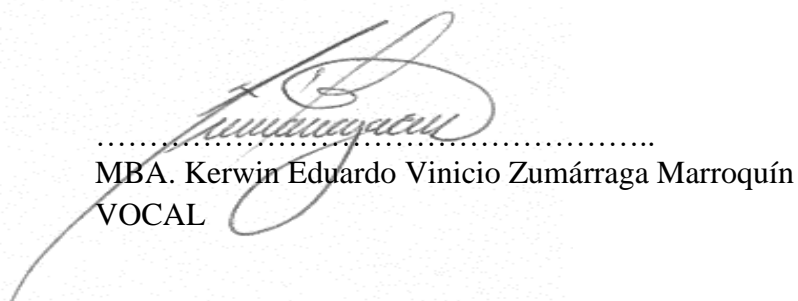
El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “LAS ACTIVIDADES SOCIOECONÓMICAS ASOCIADAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA DEL CANTÓN QUITO COMO MECANISMO DE FORTALECIMIENTO COMUNITARIO”, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas, Mención Innovación Socioproductiva Sostenible, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.



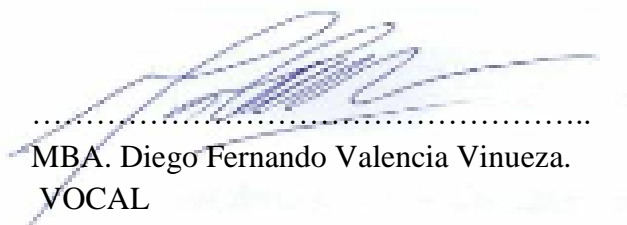
.....  
Eco. XIMENA VITERI, MBA.

Quito, 29 de noviembre de 2020.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL.



.....  
MBA. Kerwin Eduardo Vinicio Zumárraga Marroquín  
VOCAL



.....  
MBA. Diego Fernando Valencia Vinueza.  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mis padres: María Eugenia y Jaime, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado y sobre todo el apoyo incondicional, los amo.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecir mi vida, guiarme a lo largo de mí existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A los docentes de la Universidad que compartieron sus conocimientos en cada uno de los niveles cursados.

Agradezco a mi tutor de tesis, por su apoyo y colaboración en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

## INDICE DE CONTENIDOS.

<b>APROBACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>III</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....</b>	<b>IV</b>
<b>APROBACIÓN TRIBUNAL .....</b>	<b>V</b>
<b>INDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>INDICE DE TABLAS.....</b>	<b>XII</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>XIII</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>XIV</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY .....</b>	<b>XV</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
IMPORTANCIA Y ACTUALIDAD. ....	3
JUSTIFICACIÓN .....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. ....	14
OBJETIVOS.....	15
Objetivo general .....	15
Objetivos específicos.....	16

## CAPITULO I

<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>17</b>
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
DESARROLLO TEÓRICO DEL OBJETO Y CAMPO. ....	20
Desarrollo Local .....	20
Desarrollo Endógeno.....	21
Economía Social.....	23
Emprendimiento e innovación.....	26
Trabajo decente .....	27
Turismo comunitario. ....	28
Comunidad. ....	31
Fortalecimiento Comunitario. ....	32

Estrategia de Fortalecimiento Comunitario.....	34
Emprendimiento Económico Solidario .....	34
Emprendimiento Comunitario.....	35
Turismo Comunitario .....	37
Tecnología Social.....	39
<b>HERRAMIENTAS DE GESTIÓN.....</b>	<b>41</b>
Vigilancia.....	41
Focalización.....	42
Capacitación.....	43
El aprendizaje y la mejora continua .....	43
Ciclo de Calidad de Deming .....	44
Formulación de un modelo de gestión.....	46
Promesa Básica.....	49
Marketing Estratégico .....	49

## **CAPITULO II**

<b>DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>51</b>
<b>PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>51</b>
Enfoque Mixto.....	51
Investigación descriptiva.....	52
Investigación de campo .....	52
<b>PROCEDIMIENTO PARA LA BÚSQUEDA Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....</b>	<b>53</b>
Población y muestra .....	53
<b>OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....</b>	<b>56</b>
<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>58</b>
<b>VALIDEZ Y CONFIANZA .....</b>	<b>58</b>
<b>PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>59</b>
<b>DICCIONARIO DE VARIABLES ENCUESTA.....</b>	<b>59</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DEMANDA .....</b>	<b>61</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OFERTA .....</b>	<b>68</b>

## **CAPITULO III**

<b>PRODUCTO .....</b>	<b>83</b>
-----------------------	-----------

Modelo de gestión basado en la asociatividad mediante el uso de herramientas de innovación que permitan mejorar los emprendimientos locales de servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa.....	83
FASES DEL MODELO.....	84
POLITICAS.....	86
ESTRATEGIAS.....	87
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>102</b>
CONCLUSIONES.....	102
RECOMENDACIONES.....	106
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>108</b>
<b>ANEXO 1.....</b>	<b>118</b>
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS.....</b>	<b>118</b>
<b>ANEXO 2.....</b>	<b>119</b>
<b>GUÍA PARA UNA ENTREVISTA ESTRUCTURA PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....</b>	<b>119</b>
<b>ANEXO 3.....</b>	<b>126</b>
<b>ENCUESTA PARA TURISTAS.....</b>	<b>126</b>
<b>ANEXO 4.....</b>	<b>131</b>
<b>DESCRIPCIÓN VARIABLE EDAD.....</b>	<b>131</b>
<b>ANEXO 5.....</b>	<b>132</b>
<b>DESCRIPCIÓN LUGARES VISITADOS.....</b>	<b>132</b>
<b>ANEXO 6.....</b>	<b>132</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLE GUSTOS.....</b>	<b>132</b>
<b>ANEXO 7.....</b>	<b>133</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLE GUSTOS INSATISFECHOS.....</b>	<b>133</b>
<b>ANEXO 8.....</b>	<b>134</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE VARIABLE MEJORAS.....</b>	<b>134</b>

<b>ANEXO 9 .....</b>	<b>136</b>
<b>TABULACIÓN DE ENCUESTAS DEMANDA. ....</b>	<b>136</b>
<b>ANEXO 10 .....</b>	<b>158</b>
<b>TABULACIÓN DE ENTREVISTAS OFERTA .....</b>	<b>158</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Rama de actividad económica.....	14
Tabla 2 Variable Independiente .....	57
Tabla 3 Variable Dependiente.....	58

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Planteamiento del Problema.....	15
Gráfico 2 Fortalecimiento Comunitario. ....	34
Gráfico 3 Estructura Organizacional.....	90

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**

## **DIRECCIÓN DE POSGRADO**

### **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, MENCIÓN INNOVACIÓN SOCIOPRODUCTIVA SOSTENIBLE**

**TEMA:** LAS ACTIVIDADES SOCIOECONÓMICAS ASOCIADAS EN LA PARROQUIA ATAHUALPA DEL CANTÓN QUITO COMO MECANISMO DE FORTALECIMIENTO COMUNITARIO

**AUTOR:** Gabriela Rocío Pullas Villamarín

**TUTOR:** MBA. Diego Fernando Valencia Vinuesa

#### **RESUMEN EJECUTIVO**

En la actualidad el sector asociativo a nivel nacional ha experimentado variaciones radicales en el ámbito económico, el Estado ha implementado cambios en la normativa legal vigente, fortaleciendo y otorgando beneficios a los integrantes de este sector, con la finalidad de mejorar la calidad de vida en la comunidad y por ende la gestión dentro de sus organizaciones, así mismo mitigar los efectos causados por la COVID. La presente investigación, representa una perspectiva global del fortalecimiento de la asociatividad comunitaria en la parroquia de Atahualpa, mediante la inclusión de emprendimientos locales que contribuyan al desarrollo económico y turístico de la comunidad, con la finalidad de incentivar la correcta aplicación de herramientas administrativas y de fortalecimiento de la asociatividad en los emprendimientos turísticos, los cuales inciden en el fortalecimiento comunitario. Para realizar el análisis de oferta y demanda se formuló metodológicamente encuestas a los potenciales turistas que serían parte del fortalecimiento económico, como a los emprendimientos que estarían con la predisposición de ir formando este tipo de asociaciones, para identificar los objetivos y las propuestas planteadas de mejoramiento a partir de la asociatividad, de tal manera que se mejoren los procesos asociativos y cumplir con los objetivos planteados en la presente investigación. La propuesta de un modelo de gestión basado en la asociatividad, mediante el uso de herramientas de innovación fortalece los emprendimientos locales de servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa, mejorando la calidad de vida en la comunidad.

**DESCRIPTORES:** Turismo Comunitario, Valor Agregado, Fortalecimiento Comunitario, Asociatividad, Desarrollo Económico, Calidad, Modelo de Gestión.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA DIRECCION DE  
POSGRAGO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**THEME:** THE SOCIO-ECONOMIC ACTIVITIES ASSOCIATED IN THE  
ATAHUALPA PARISH OF THE QUITO CANTON AS A COMMUNITY  
STRENGTHENING MECHANISM

**AUTHOR:** Pullas Villamarín Gabriela Rocío

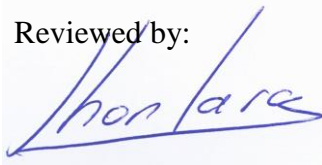
**TUTOR:** MBA. Valencia Diego.

**EXECUTIVE SUMMARY**

Currently the associative sector at the national level has experienced radical variations in the economic field, the State has implemented changes in current legal regulations, strengthening and granting benefits to members of this sector, in order to improve the quality of life in the community and thus management within its organizations, as well as mitigate the effects caused by COVID. This research represents a global perspective of strengthening community associativity in the parish of Atahualpa, through the inclusion of local ventures that contribute to the economic and tourism development of the community, in order to encourage the correct application of administrative tools and to strengthen associativity in tourism ventures, which affect community strengthening. In order to carry out the supply and demand analysis, surveys were methodologically carried out on potential tourists who would be part of the economic strengthening, as well as on the ventures that would be with the predisposition to form such associations, to identify the objectives and proposals proposed for improvement from associativity, in such a way as to improve the associative processes and meet the objectives set out in this thesis. The proposal of a management model based on associativity, through the use of innovation tools strengthens local tourism service ventures in the parish of Atahualpa, improving the quality of life in the community.

**Keywords:** Community Tourism, Added Value, Community Strengthening, Associativity, Economic Development, Quality, Management Model.

Reviewed by:



MSc. Jhon Lara

**(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS)**

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico representa la capacidad que tiene un país para generar riqueza, lo cual se verá reflejado en la calidad de vida de los habitantes, por lo que este término se relaciona directamente a la capacidad productiva del país, vinculada al bienestar de los ciudadanos, distribución de la renta igualitaria, calidad de vida de los habitantes, crecimiento económico sostenible, etc., no existe una fórmula específica que permita o garantice alcanzar y/o mantener el desarrollo, por lo que los países que han obtenido lo mencionado se han planteado una visión a futuro, invirtiendo en su población con la finalidad de potenciar el crecimiento social y económico, cubriendo sus necesidades básicas y protegiendo el medio ambiente (Raffino, 2020).

Las actividades socioeconómicas que en la actualidad se desarrollan en la parroquia de Atahualpa, se han manejado de manera empírica, donde participan contados pobladores de la zona, esto se genera por desconocimiento y experticia provocando un declive en este tipo de actividades y su economía, por lo que es indispensable incentivar e involucrar a los pobladores a que sean los encargados de aplicar técnicas administrativas de gestión local que permitan alcanzar el desarrollo y por ende se pretenda conservar los recursos naturales y culturales.

El emprendimiento social es una de las líneas de desarrollo que se encuentra en la economía popular, con la finalidad de lograr un mejor estilo y calidad de vida, promoviendo las actividades económicas que tratan de alcanzar la conformación de una sociedad más equitativa, por medio de la venta de productos y servicios (Alcalde, 2020). En la parroquia de Atahualpa los emprendimientos se ven

reflejados en la economía familiar, visualizándose en las actividades económicas existentes, basadas en la descripción de emprendimientos sociales.

En función de lo mencionado, el presente trabajo se enfoca en el fortalecimiento de la asociatividad comunitaria en la parroquia de Atahualpa, por medio de la inclusión de emprendimientos locales que contribuyen al desarrollo económico y turístico de la comunidad.

Las formas asociativas en auge a nivel de América Latina logran congregarse en dos grandes grupos: las que tienen enfoque agro empresarial o de negocio y las que tienen un enfoque gremial o reivindicativo, basados en los objetivos y la naturaleza de la presente investigación se enfatiza en el primer grupo; las que demandan promover las actividades económicas o de servicios en patrocinio de los integrantes y/ o asociados. La gestión asociativa se encuentra compuesta por dos aspectos muy esenciales: a) los socio-organizativos, que contemplan la descripción de una misión y visión de orden común en la organización , de igual manera la promoción y desarrollo de principios y valores como; la confianza, la comunicación, el liderazgo, el compromiso y la participación; b) los empresariales que están compuestos por factores económicos y productivos que se materializan en un proceso de planificación bajo tres niveles: plan estratégico, plan de agro negocios y plan operativo (Amézaga, Rodríguez, Núñez, & Herrera, 2013), por lo que la presente tesis se encuentra conformada por tres capítulos:

En el capítulo uno se detalla el diagnóstico turístico económico en la parroquia de Atahualpa, por medio del levantamiento de la situación actual en el sector, dentro del Distrito Metropolitano de Quito, se encuentra ubicada la parroquia de Atahualpa en la zona norcentral, cuenta con atractivos turísticos de orden natural como cultural

con el mayor potencial de desarrollo turístico de la zona, sumándose a la cercanía con la ciudad de Quito y las vías de acceso confiables, cuenta con una vía pavimentada de 80 kilómetros (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

El capítulo dos analiza la relación oferta y demanda, de los emprendimientos locales con la finalidad de determinar las necesidades existentes, mediante el uso de herramientas de recopilación de información como encuestas y entrevistas estructuradas, con el análisis correspondiente en función de la muestra obtenida.

El capítulo tres se propone la implementación de un modelo de gestión basado en la asociatividad, mediante el uso de herramientas de innovación que permitan mejorar los emprendimientos locales de servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa, mediante la aplicación y socialización de los beneficios de la asociatividad, incentivando el desarrollo económico local, imperando la necesidad de fortalecer el trabajo comunitario de manera sostenible con el medio y la comunidad.

Con el desarrollo de lo descrito en cada uno de los capítulos y manejados de manera concatenada se fortalecerá la asociatividad comunitaria en la parroquia de Atahualpa, por medio de la inclusión de emprendimientos locales que contribuyan al desarrollo económico y turístico en la comunidad.

### **Importancia y actualidad.**

La línea de investigación de la presente tesis se basa en la innovación socio productiva sostenible (Cevallos, 2020).

La parroquia de Atahualpa cuenta con un potencial desarrollo turístico, al ser una de las principales actividades económicas en el sector, sin embargo la oferta de estos servicios es limitada, exceptuando las actividades de turismo ecológico que

han tenido gran apertura en la zona, por lo que al fortalecer el desarrollo de las actividades turísticas comunitarias se incrementarían las oportunidades laborales desacelerando los procesos migratorios existentes que han dejado graves consecuencias en la economía (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

A causa de la problemática mencionada, la incorrecta e inclusive nula aplicación de estrategias comunitarias, permite se proponga la implementación de herramientas de innovación y de participación en términos asociativos orientadas a las actividades socioeconómicas asociadas en la parroquia de Atahualpa del cantón Quito como mecanismo de fortalecimiento comunitario. El impacto económico que se genera al aplicar correctamente los mecanismos de fortalecimiento comunitario brindando una amplia gama de posibilidades favorables para los sectores deprimidos, como: crecimiento económico en general, desarrollo comunitario, etc., en el cual se debe tomar en consideración que en sí, la asociatividad desarrolla un papel importante y activo en la sociedad (Valdez, 2006).

A tan acelerado ritmo en la actualidad los procesos asociativos están rompiendo eslabones tradicionales de reconversión para sobrevivir en el mercado, frente a esto el desarrollo de actividades innovadoras se convierte en elementos fundamentales para alcanzar competitividad y sostenibilidad (Liendo & Martínez, 2001).

Los actores dedicados a ofrecer servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa, actualmente se desempeñan de manera independiente y aislados por lo que, deberían asociarse para pertenecer al sector de la economía popular y solidaria, fomentando la actividad turística en la parroquia, caracterizándose por perseguir un objetivo, proyecto y compromiso común, riesgos compartidos sin dejar de lado la independencia de cada uno de los integrantes (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-

2025), por lo indicado es indispensable promover métodos asociativos con los miembros de la comunidad con la finalidad de integrar la capacidad en el perfeccionamiento de los emprendimientos sostenibles.

La coyuntura de la presente investigación se relaciona directamente con la Ley de Economía Popular y Solidaria (LOEPS), la cual en su marco legal establece; fortalecer y proteger las formas de organización de economía popular y solidaria, convirtiéndose como elemento eficiente para la construcción del Sistema de Economía Popular y Solidaria, incrementando fuentes de trabajo, incentivar a la asociatividad, aportar al desarrollo económico, rescatar la identidad y saberes ancestrales, velar por la distribución equitativa de la riqueza (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2018).

Adicional lo plasmado el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Toda una Vida, por medio de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, en el eje 2 Economía al servicio de la sociedad, hace alusión al sistema económico para garantizar los derechos por medio de la interacción de los subsistemas público, privado, popular y solidario, los objetivos que se encuentran dentro de este eje son; Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario y afianzar la dolarización, impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistribuida y solidaria, desarrollar las capacidades productivas, del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el buen vivir, así mismo la falta de fuentes de trabajo incentivan a la creación de empleos no habituales, tal cual como el turismo comunitario, capacitación y asistencia a los productores pequeños (SENPLADES, 2017).

En el año 2008 las modificaciones generadas en la Constitución de la República del Ecuador, estipulan que el régimen económico pase a ser social y solidario, de esta manera se integran las organizaciones económicas, privadas, públicas, mixtas, populares y solidarias y de los sectores financiero popular y solidario, que concuerdan con el artículo 1 de lo aprobado por la Asamblea Nacional del Ecuador en el año 2011, esta es reconocida como una forma de organización económica en la cual los integrantes, sean individuales o colectivos, que organicen y desarrollen procesos de producción, comercialización intercambio, consumo de bienes, financiamiento y toda actividad que se base en la reciprocidad, cooperación y solidaridad situando al ser humano como sujeto y fin del proceso (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008).

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en el artículo 18 establece que el sector asociativo es: el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

La entidad rectora de esta economía es la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), creada en el año 2012, en los artículos 153 y 165 de la de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria estipula; que todas las organizaciones tienen que presentar información en ciertos periodos de cada año, de no dar cumplimiento la SEPS, tiene la potestad de aplicar las sanciones

respectivas estipuladas en la normativa legal vigente (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).

Los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial son los instrumentos de planificación previstos por la Constitución, y los Códigos Orgánicos de Organización Territorial, Autonomías (COOTAD) y Descentralización y el de Planificación y Finanzas Públicas y COPFP- (en vigencia desde octubre del 2010), que permiten a los Gobiernos Autónomos Descentralizados -GADS-, desarrollar la gestión concertada de su territorio, orientada al desarrollo armónico e integral (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

El artículo 43 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (COPFP): Los Planes de Ordenamiento Territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tienen por objeto el ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto de los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función de las cualidades territoriales, a través de la definición de lineamientos para la materialización del modelo territorial de largo plazo, establecido por el nivel de gobierno respectivo (Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, 2010).

La Ley Orgánica de Emprendimientos, tiene por objeto determinar el marco normativo que promueva e incentive el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico promoviendo la cultura del emprendimiento para afianzar la implementación de nuevas modalidades societarias y de financiamiento, con la finalidad de robustecer el ecosistema emprendedor, el ámbito determinado para esta normativa aborda las actividades de carácter público o privado, relacionadas con el

perfeccionamiento del emprendimiento y la innovación, amparados en el marco de las diferentes estructuras de economía pública, privada, mixta, popular, solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal (Ley Orgánica de Empredimiento e Innovación, 2020).

Actualmente los emprendimientos en la parroquia de Atahualpa, gestionan las actividades de turismo comunitario de manera artesanal, carecen de conocimientos técnicos, desconocen de las oportunidades que ofrece el turismo comunitario, igualmente desconocen las fortalezas y debilidades que pueden utilizar para el desarrollo de sus actividades, esto contribuye a la insatisfacción de los integrantes que son parte del emprendimiento.

### **Justificación**

El arribo de los turistas internacionales con relación al año 2019 decayó en un 93%, esto está relacionado directamente con la COVID-19 en el sector turístico, el ingreso de turistas internacionales disminuyó en un 65% en el primer semestre del año, esto ha causado una pérdida sin precedentes al cerrar fronteras a nivel mundial, la implementación de restricciones de turismo y viajes como efecto de la pandemia. Actualmente con la implementación la nueva normalidad a inicios del mes de septiembre se han aperturado destinos y han disminuido restricciones de viaje en un 53%. A nivel económico en el periodo mencionado se registra una pérdida de 440 millones de arribos internacionales, aproximadamente en dinero representa 460.000 millones de dólares en ingresos procedentes de turismo internacional, a nivel mundial es factible hacer viajes de manera segura y responsable por medio de la ayuda y apoyo de los gobiernos, con la finalidad de que el turismo mundial se reactive nuevamente (OMT, 2020).

El turismo ha sido uno de los sectores más afectados, por la pandemia del COVID-19, durante los primeros cuatro meses tuvo una baja del 44% a nivel mundial, según las proyecciones realizadas a finales del año tendría una caída entre un 60% y 80%, convirtiéndose en una de las peores cifras registradas desde el año 1950, este sector sufrió la mayor parte de las pérdidas (CEPAL, 2020).

Lo mencionado permite corroborar que la pandemia ha ocasionado una caída decisiva e inesperada para este sector, poniendo en riesgo millones de plazas de trabajo al igual que innumerables empresas. La correcta aplicación de medidas esenciales a protocolos de salud y seguridad, incentivarán y promoverán viajes seguros y continuos que permitan restaurar la confianza en los turistas, considerada como una garantía clave de apoyo a los países en referencia al turismo en todas sus formas, así mismo fortalecer las campañas de publicidad y promoción que estimulen la demanda turística a nivel macro y micro.

Los escenarios propuestos para el año 2021, se centran en la variación de tendencias, basándose en el supuesto de un levantamiento progresivo y directo de las limitaciones de viaje, la existencia de una vacuna o tratamiento y sobre todo recobrar la confianza de los turistas viajeros, más sin embargo el volver a posicionarse en las estadísticas al año 2019, en función de llegadas de turistas duraría entre 2 y 4 años. El turismo encabeza uno de los primordiales sectores de exportación y creación de fuentes de empleo e incentiva la necesidad de un crecimiento sostenible responsable, por lo que son determinantes las políticas mundiales de desarrollo y el reconocimiento político, para cumplir los objetivos

establecidos en la agenda 2030 y sus 17 objetivos de desarrollo sostenible (OMT, 2020).

La pandemia a nivel de Latinoamérica ha generado una amenaza fulminante en el sector turístico; ya que no solo se ven afectados los ingresos de los trabajadores, sino también las empresas inmiscuidas en este sector, pero sobre todo afecta a los ingresos nacionales, divisas y el equilibrio de las cuentas externas, esta situación es muy compleja sobrellevar en los países que se dedican netamente al manejo del turismo, la dimensión de afectados, la situación de los países desarrollados en la región, las economías más vulnerables a la convulsión del turismo son República Dominicana cuyo PIB corresponde al 9.3% del sector, le sigue Uruguay con el 4.1%, Bolivia 2.4% y México con el 1.9%, el factor de mayor incidencia sobre todo en las regiones que no tienen una sostenibilidad se enlaza directamente al tipo de moneda que manejan en cada uno de estos, por lo que es muy indispensable implementar instrumentos y medidas que permitan aplacar la situación, implementando acuerdos internacionales que incentiven la recuperación responsable, en función de las condiciones sanitarias implementadas (Mencías & Oglietti, 2020).

El turismo en Ecuador forma parte de uno de los papeles más cruciales en la generación de empleo, de divisas y la actividad económica, desde abril del presente año, esta actividad se ha visto paralizada como causa de la pandemia de la COVID-19, por lo que para junio del 2020 apenas se han recibido 8100 ingresos internacionales. Según datos estadísticos del Ministerio de Turismo, en 2020, el 6.1% del total de empleos se encuentran vinculados directamente a la economía del turismo, este aporte ubica a la actividad de alojamiento y servicios entre las seis

industrias de mayor contribución al empleo nacional (INEC, 2020). Entre los años 2018 y 2019 el índice coyuntural de turismo (ICT) se ubica en el 1.6%, este indicador permite conocer el progreso de la economía del sector, incluyendo actividades de turismo o actividades conexas al mismo (Banco Central del Ecuador, 2019).

La presente investigación forma parte de un proyecto de innovación, debido a que generará un impacto en la comunidad por los beneficios que van a adquirir los emprendedores que pretendan mantener o invertir en el sector del turismo en la parroquia de Atahualpa, mediante la implementación de mecanismos de fortalecimiento comunitario, de tal manera que quienes inviertan sus recursos lo hagan de una manera estratégica y por ende contribuyan a la mejora de la economía en la comunidad, acoplándose al manejo adecuado de la nueva modalidad que se cursa actualmente en el país por la pandemia de la COVID-19.

El Ecuador ha receptado premios muy importantes en los últimos años, denominado como un destino sostenible en la región, por el lapso de cuatro años mantuvo la denominación de Destino Verde Líder de Sudamérica y a nivel internacional, de igual manera Potencia Turística en los World Travel Awards (2016), lo cual permite visualizar la importancia del turismo en la economía ecuatoriana, perfilándose como el sector en desarrollo más importante (Armijos & Gómez, 2017).

En Ecuador el turismo comunitario ha dinamizado y vigorizado el mercado interno y externo, aportando al fortalecimiento de relaciones equitativas organizadas a partir de la revalorización de costumbres, practicas, costumbres propios de los pueblos y las nacionalidades del Ecuador, se cuenta alrededor de 100

experiencias comunitarias y muchas más en proceso de formación, convirtiendo al país en uno de los más desarrollados y posicionados en el ejercicio del turismo comunitario (Procasur, 2020).

El turismo comunitario surge como una alternativa para solventar las disparidades sociales y económicas presentes en las comunidades rurales, además de convertirse en una estrategia que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular (Caribe, 2012).

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, registra en su base de datos alrededor de 402 asociaciones que cuentan con proyectos turísticos de nivel comunitario el direccionamiento de sus actividades se relacionan al ecoturismo, en los últimos años el crecimiento que refleja se da debido a la gran biodiversidad que posee el Ecuador.

La Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2017), determina que el posicionamiento estratégico del país aportará a engrandecer el potencial turístico (Plan Nacional de Desarrollo, Toda una Vida, 2017). En la actualidad este sector se ha establecido como un pilar primordial de dinámica económica.

La sostenibilidad asociada al fortalecimiento comunitario, está ligada directamente a la participación comunitaria, garantizando la misma a los programas, proyectos de desarrollo, el objetivo es involucrar a la población en la toma de decisiones, en el cual los actores deben formar parte y sentirse parte (Pérez, Ramos, & Rodríguez, 2014).

Respecto a la parroquia de Atahualpa, ésta es una parroquia rural del Distrito Metropolitano de Quito, ubicada en el centro-norte de la Provincia de Pichincha, República del Ecuador, a aproximadamente a 80 kilómetros de la ciudad de Quito a una hora y treinta minutos de Quito, actualmente forma parte de la promoción turística denominada Ruta Escondida, conformada por las parroquias de Atahualpa, Chavezpamba, Perucho, Puéllaro y San José de Minas (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

La parroquia de Atahualpa se encuentra asentada en las faldas occidentales del cerro Fuya Fuya en Mojanda con 72 km<sup>2</sup>, con una altura de 1800 m.s.n.m hasta 3777 m.s.n.m, se registra varios pisos ecológicos, con un bosque seco subtropical hasta el páramo, pasando por el bosque húmedo y muy húmedo montano, goza de una variedad de climas y productos, en la parte baja se produce desde caña de azúcar, aguacates, chirimoyas y en la parte alta habas chochos, papas mellocos, cebada y trigo (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

La comunidad ha jugado un papel importante en la participación comunitaria por medio de las organizaciones de control existentes, la mayor dificultad detectada es el acceso a créditos los mismos permitirán sustentar las actividades socio productivas, esto ha obligado a los integrantes de la comunidad a crear instituciones crediticias locales. Uno de los principales factores sociales que ha afectado a la parroquia es la migración tanto nacional como internacional, quienes han optado por esta opción buscan nuevas expectativas laborales y estudiantiles, lo cual ha provocado la desintegración familiar, las personas adultas salen a la búsqueda de nuevas y mejores oportunidades de trabajo, lo cual ha impedido la continuidad y renovación de líderes comunitarios, limitando la participación de los jóvenes en la

vida comunitaria. La población económicamente activa por rama de actividad y por categoría de ocupación se visualiza en la Tabla 1 Rama de actividad (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

**Tabla 1 Rama de actividad económica**

<b>RAMA DE ACTIVIDAD</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	440	52,32
Elaboración: ETP-GADPP Explotación de minas y canteras	2	0,24
Industrias manufactureras	28	3,33
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	6	0,71
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	1	0,12
Construcción	54	6,42
Comercio al por mayor y menor	54	6,42
Transporte y almacenamiento	27	3,21
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	9	1,07
Información y comunicación	5	0,59
Actividades financieras y de seguros	9	1,07
Actividades profesionales, científicas y técnicas	7	0,83
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	12	1,43
Administración pública y defensa	24	2,85
Enseñanza	26	3,09
Actividades de la atención de la salud humana	4	0,48
Artes, entretenimiento y recreación	1	0,12
Otras actividades de servicios	10	1,19
Actividades de los hogares como empleadores	40	4,76
No declarado	74	8,8
Trabajador nuevo	8	0,95
<b>Total</b>	<b>841</b>	<b>100</b>

**Elaborado por:** Autora

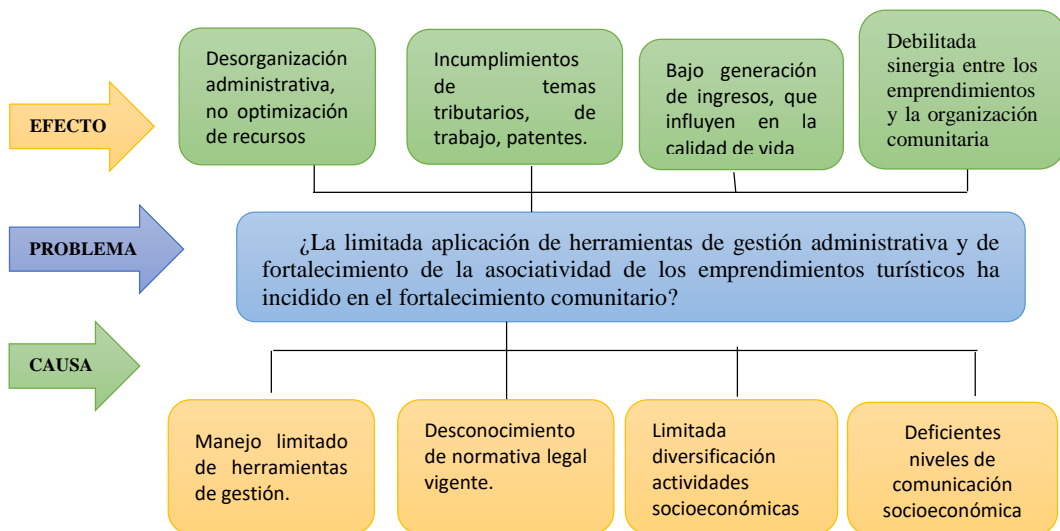
**Fuente:** (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

### **Planteamiento del problema.**

¿La limitada aplicación de herramientas de gestión administrativa y de fortalecimiento de la asociatividad de los emprendimientos turísticos ha incidido en el fortalecimiento comunitario?

Como se puede visualizar en el **Gráfico 1 Planteamiento del Problema**, la limitada aplicación de herramientas de gestión administrativa y de fortalecimiento

de la asociatividad de los emprendimientos turísticos ha incidido en el fortalecimiento comunitario, por lo que es importante fortalecer los mismos en la parroquia de Atahualpa, mediante el desarrollo e implementación de herramientas de fortalecimiento comunitario, que permita que los emprendimientos locales contribuyan al desarrollo económico y turístico de la comunidad, el campo de investigación se basara en la gestión de proyectos socio productivo sostenible.



### Gráfico 1 Planteamiento del Problema

Elaborado por: La Autora

Fuente: Información de campo

### Objetivos

#### Objetivo general

- Fortalecer la asociatividad comunitaria en la parroquia de Atahualpa, mediante la inclusión de emprendimientos locales que contribuyan al desarrollo económico y turístico de la comunidad

### **Objetivos específicos**

- Realizar el diagnóstico turístico en la parroquia de Atahualpa, a través del levantamiento de línea base para conocer la situación actual del mismo.
- Analizar la oferta y demanda relacionado a los emprendimientos locales y servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa, a fin de terminar las necesidades existentes.
- Diseñar un modelo de gestión basado en la asociatividad mediante el uso de herramientas de innovación que permitan mejorar los emprendimientos locales se servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa.

## **CAPITULO I**

### **MARCO TEORICO**

El pilar teórico fundamental se enfocará en el turismo comunitario, el emprendimiento, el desarrollo local comunitario en la parroquia de Atahualpa, la asociatividad, innovación y herramientas de gestión aplicables a la realidad de la zona a investigar, lo cual permitirá mejorar ámbitos a nivel administrativo y económico en la localidad de la parroquia de Atahualpa, con la finalidad de que este contenido permita clarificar las posibles propuestas de fortalecimiento comunitario que a priori se proponga y eso refleje una contribución para el desarrollo económico y turístico en la comunidad.

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

Se ha tomado como referencia en el ámbito de desarrollo local a autores como: Gloria Alonso de la revista Líder con el tema Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial, aporta con definiciones en ámbitos científicos que implica al territorio, la sociedad y el desarrollo sostenible. Francisco Agüera, con su obra El Turismo Comunitario como Herramienta para el Desarrollo Sostenible de Destinos Subdesarrollados, aporta con análisis de turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible en el ámbito del turismo sostenible y Turismo Comunitario. Artículo publicados en la revista de

Investigación en turismo, considerada como una revista académica de ciencias básicas mediante la publicación de artículos y estudios especializados en prácticas de turismo, investigación científica que busca profundizar y extender las relaciones existentes entre el turismo y el desarrollo sostenible de las comunidades.

En el año 2008, se implementaron cambios representativos en el ámbito socioeconómico en el país, rompiendo con paradigmas de tipo neoliberal bajo los lineamientos del socialismo del siglo XXI, liberando espacios en el área de acción social a la cual le han denominado el Sumak Kawsay, el buen vivir, simboliza la satisfacción y bienestar de las necesidades, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida y armonía con la naturaleza lo que es considerado como un eje de acción del Estado, por lo que los lineamientos establecidos por el Estado se encuentran orientados a las masas populares, los mismos que por muchos años se han mantenido al margen de desarrollo económico y siendo el sector de mayor representatividad para los ecuatorianos (Auquilla & Ordóñez, 2013).

La Constitución de la República del Ecuador, define qué; el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria se regulan acorde con la ley e incluirá a los sectores cooperativas, asociativos y comunitarios (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

El texto constitucional contribuye a la construcción de una sociedad nueva, justa, equitativa e igualitaria enfocada al hombre y su entorno, bajo la implementación de

criterios económicos justos dejando evidenciado la necesidad de trabajo y la distribución equitativa de los recursos.

En la Economía Popular y Solidaria (EPS), se define que los emprendimientos son organizaciones socioeconómicas asociativas conformadas por una colectividad de personas que son parte de varios hogares que se congregan para intercambiar y/o compartir varios recursos, ejecutando procesos de trabajo de manera permanente, abasteciendo insumos, produciendo o comercializando de manera agrupada servicios o bienes generados por la autogestión (Auquilla & Ordóñez, 2013).

Para llevar a cabo de manera exitosa lo mencionado en la parte superior se debe tomar en consideración que la planificación estratégica es un procedimiento que abarca componentes de investigación participativa determinando los inconvenientes que se generan y los objetivos que se pretenden alcanzar a mediano y largo plazo, por lo general las estructuras asociativas se basan en sistemas muy tradicionales, en una administración empírica, debido a la falta de conocimientos y capacitación a los líderes en las áreas de administración y liderazgo comunitario estratégico, generando inestabilidad y sostenibilidad en la comunidad, esto provocando que a corto plazo esta desaparezca (Fajardo, 2015).

En el ámbito de turismo comunitario, se destaca que el significado de desarrollo sostenible figura como una construcción social, vinculada a las posibilidades y límites de la madre tierra en la explotación de recursos con la finalidad de suplir las necesidades para la sociedad (Arias, 2015).

## **Desarrollo teórico del objeto y campo.**

### **Desarrollo Local**

El enfoque local del desarrollo figura como una respuesta a la problemática de desempleo y falta de organización económica, incentivados por el declive industrial, convirtiéndose en un enfoque y practica que se centra en el impulso del desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social, requiriendo de la participación colectiva tanto como de la intervención individual (Alonso G. J., 2013).

También denominado como el proceso organizativo visional de un territorio, resultado del esfuerzo y planificación ejecutada por los integrantes de la localidad con la finalidad de desarrollar los recursos humanos y materiales de la misma, la prioridad es mantener un diálogo fluido con los poderes de decisión económico, social y político (Fernandez, 2008).

Se debe considerar la importancia que genera el capital social y los procesos de cooperación con agentes externos, que permitan mitigar problemas existentes en el territorial local como; la falta de fuentes de trabajo, la exclusión social y laboral de colectivos, maltrato al medio ambiente, deficientes infraestructuras, por lo que al hablar de desarrollo local es muy importante analizar los elementos imprescindibles en la localidad, los mismos deben estar orientados en su geografía, costumbres y los recursos necesarios que se enfoquen al desarrollo de la misma, alcanzando mejoras comunitarias realizadas por la gente de la localidad (Fernández, 2015).

Se concibe como la optimización de la producción de los recursos tangibles e intangibles propios de la localidad denominados endógenos, por medio de una política que tiene como objetivo el desarrollo integrado del territorio, logrando el

crecimiento de la zona, con la finalidad de que estos recursos se activen y se logre alcanzar altos niveles de producción que demandan los grandes mercados, puede ser por medio de una asociación de pequeños productores en la localidad, basados en lo mencionado se identifica los siguientes elementos característicos del desarrollo local: (Fernández, 2015).

- **Carácter local:** se proyecta en un territorio totalmente definido
- **Dimensión Social:** se enfoca en el desarrollo personal como educación, cultura o arte, etc., generando la creación de fuentes de empleo.
- **Dimensión institucional:** la comunidad al ser parte de un territorio legalmente conformado por la administración pública, se asegura la coordinación de los entes implicados.
- **Dimensión económica:** las iniciativas planteadas que se desarrollan son ejecutadas de manera rentable y eficiente.
- **Dimensión cooperativa:** en base a la magnitud de los procedimientos, es necesario contar con la colaboración e implicación de diversos entes colectivos, estos pueden ser organizaciones de carácter privado, público y social.
- **Dimensión instrumental:** son las políticas implementadas de manera conjunta con la sociedad y sus autoridades, pueden ser a nivel local o regional, siempre prevaleciendo el compromiso de todos los inmiscuidos.

### **Desarrollo Endógeno.**

Considerado como un modelo de desarrollo que busca fomentar las capacidades internas de una comunidad local, se convierte en un potencial fortalecedor de la sociedad y su economía de lo interno hacia lo externo, con el fin de que sea

sustentable y sostenible en el tiempo, por medio de este las comunidades organizadas adquieren poder para desarrollar sus capacidades potencializadas en el área agrícola, industrial, y turísticos, reintegrando al personal que ha sido excluido del sistema económico, educativo y social por los gobiernos respectivos, este modelo permite desarrollar redes productivas en la cual los integrantes participan activamente en iguales condiciones, con un fácil acceso al conocimiento y a la tecnología; el mayor de los beneficios de este es, los accesos que se puede alcanzar por medio del Estado, la infraestructura deshabilitada de campos, industriales, maquinarias y tierras inactivas, son re direccionadas y asignada a la comunidad con el fin de generar bienes y servicios para la misma (Rodríguez V. , 2012).

El desarrollo endógeno se caracteriza por fomentar la habilidad de innovar a nivel local, reaccionar de manera proactiva a los desafíos externos, el aprendizaje social, y por ende mantener sostenibilidad en la economía (Boada, Gómez, & Alzate, 2018).

La importancia radica en fomentar y establecer una colectividad que tenga la capacidad de contenerse por sí misma mediante los instrumentos de producción indispensables para solventar necesidades básicas y amplias al personal que conforma la misma, por medio de la implementación de estrategias endogenizadoras que se relacionan directamente a lo cultural, económico, educativo, y la tecnología (Rodríguez V. , 2012).

Es una alternativa basada en el modo de vida integral a nivel mundial relacionado con opciones ecológicas, ante un modo de vida capitalista en el cual se puede integrar los elementos de la sociedad en torno a la misma, este desarrollo busca reconvertir la cosmovisión artificial implementada por el neocolonismo y el

consumo irracional, tratando de cambiarlo a una visión ajustada en los principios comunitarios que se refleje a las personas en su entorno local (Cannizzaro, 2019).

Se pretende que los ingresos obtenidos deberán ser reinvertidos en la misma comunidad, dando el inicio a nuevos proyectos sustentables, que se encuentren directamente ligados con el desarrollo endógeno, mediante el adecuado uso de los recursos y el beneficio económico, aportando al desarrollo del país (Boada, Gómez, & Alzate, 2018).

### **Economía Social**

Se relaciona directamente con la producción y distribución de bienes y servicios que se encuentran amparadas bajo los principios de solidaridad, no considera el lucro individual, en la actualidad es conocida como; economía popular, economía solidaria, nueva economía social, y principalmente economía de los pobres. Haciendo un poco de historia a principios del capitalismo, cuando la economía social fue ganando terreno se estructuró en base a dos pensamientos distintos; el primero fue muy filantrópico, orientado al manejo del patrón sobre los trabajadores y el segundo totalmente vinculada con el cooperativismo y el mutualismo, se basa en los principios de; implementar organizaciones sin fines de lucro, gestión totalmente democrática (Coraggio J. , 2004).

A nivel Latinoamericano la economía social se encuentra bajo dos iniciativas; la primera se encuentra enfocada en discursos internacionales que promueven la participación comunitaria y las políticas de focalización (PNDU, 1989). En las cuales son renombradas como economía de los pobres o economía popular, estas son visualizadas no como una traba, sino mejor refleja un referente de crecimiento económico. Bajo esta perspectiva los pobres son visualizados como actores

productores que deben auto gestionar y suplir sus necesidades propias mediante el fortalecimiento de los lazos familiares y solidaridad a nivel de vecindad y comunidad, causando un debilitamiento a los organismos estatales de protección social (Alvarez, 2002).

Por lo que la economía social está siendo considerada como parte de los programas de reducción de la pobreza y desempleo, promoviendo los lazos de proximidad y participación comunitaria ya que busca obtener la más alta satisfacción de las necesidades colectivas, basada en las personas mas no en el beneficio individual.

La segunda iniciativa se enfoca en la democratización de la sociedad, en el enfoque de una economía mixta, en la que se establece una ciudadanía autónoma y sobre todo el valor del trabajo, sin deslindarse al Estado ni a la sociedad civil (Alvarez, 2002). En esta economía el ahorro, la acumulación y la reinversión son concurrentes e indispensables sin alcanzar un lucro (Coraggio J. , 2004).

Esta economía se perfila como una tendencia económica determinada por la necesidad de formalizar y organizar diversos recursos y entidades económicas dando un enfoque al interés social y por ende que el mismo sea equitativo, la economía social está en contra de lo definido en la economía clásica la cual se encuentra enmarcada en una visión capitalista que logra alcanzar un beneficio económico, en cambio la economía social tiene como principio fundamental la distribución y consumo de la producción en un mercado bajo los parámetros de cooperativismo, buscando alcanzar un mayor beneficio común y equitativo para toda la comunidad, es decir en este tipo de economía no prima con el logro de créditos económicos individuales y empresariales, es muy indispensable tener claro la intervención de los poderes públicos que se han aplicado en cada territorio,

garantizando la influencia social en su marco económico, por tal motivo es muy indispensable tener claro el concepto y su aplicación para no confundir con el término economía socialista (Galán, 2020).

Este tipo de economía ha adquirido varios denominativos tales como; economía solidaria, economía comunitaria, empresas sociales, cooperativas, ferias populares, huertos familiares y/o comunitarios, esta economía obliga a autonomizar y motiva la creatividad de los trabajadores y productores asociados, culturas e identidades populares, la apertura a los conocimientos de los saberes prácticos, la idea principal es delimitar del ámbito social al ámbito capitalista, con la finalidad de implementar mercados en donde los precios y las relaciones sean parte de un matriz social, que alcance sus beneficios a ser distribuidos de manera equitativa, las estructuras de la economía social también pueden ser llamadas empresas, pero hay que tener claro que no son capitalistas, la caracterización primordial de estas es asegurar los procesos de producción ofreciendo una mejor calidad de vida de los integrantes de la comunidad (Coraggio, Economía Popular y Solidaria, 2011).

La economía social y solidaria se ha posicionado como una de las más fuertes y resistentes en las crisis, debido a su capacidad de adaptación conocida como resiliencia, ha desplegado cinco principios básicos dentro de esta economía (Mares, 2017).:

- **Empleo digno y estable:** no se basa en mantener un salario bueno, sino busca fortalecer el desarrollo profesional por medio de la formación permanente y la estabilidad laboral, al ser parte de una economía enfocada en las personas el principal objetivo es generar puestos de trabajo dignos.

- **Conciliación:** Con este principio se pretende incentivar a la ejecución de jornadas laborales que faciliten alcanzar una atención responsable en la vida familiar y personal, cuidando el desarrollo y satisfacción holística de las personas que son partes de esta economía.
- **Cuidado del entorno:** este principio contribuye a la mejora y transformación de la comunidad, esta economía se caracteriza por las formas de producción y consumo respetuosas para con el medio ambiente, de tal manera fomenta el comercio local y de cercanía.
- **Cooperación:** la reciprocidad entre actividades e iniciativas económicas fomentan la viabilidad y resistencia, por medio de la implementación de redes se difunden saberes, estrategias y en muchos de los casos inclusive recursos, los cuales facilitan la oferta de productos y servicios con mejor calidad y plus adicionales a los habituales.
- **Participación y transparencia:** este principio es implementado con la finalidad de fomentar y aplicar las estructuras democráticas, en las cuales la adhesión no es obligada por lo que la información es difundida con todas las personas de la comunidad, en esta economía los procesos de tomas de decisiones es la parte más activa de su razón de ser.

### **Emprendimiento e innovación**

El emprendimiento está considerado como un proyecto con duración de menos de cinco años, que demanda recursos con la finalidad de suplir una necesidad y/o afianzar las oportunidades que requieran ser organizadas y gestionadas, está sometido a riesgos y su mayor objetivo es obtener utilidad, ligados directamente al empleo y desarrollo (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020).

## **Trabajo decente**

Simplifica las aspiraciones de las personas durante su periodo laboral, la oportunidad de alcanzar un empleo productivo y generar un ingreso justo, lograr seguridad en el área de trabajo, protección social para sus familiares, perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad de expresión de los individuos, organización y participación en la toma de decisiones para un mejor nivel de vida, la igualdad de participación, trato y oportunidades para hombres y mujeres (OIT, 2020).

Los objetivos del trabajo decente han sido planteados por la OIT, basados en la identificación de las prioridades de la Organización: (Rumbo, 2013).

- Crear trabajo: se pretende generar una economía de oportunidades de inversión, iniciativa empresarial, desarrollo de calificaciones, modos de vida sostenible, y puestos de trabajo digno.
- Garantizar los derechos de los trabajadores: lo primordial es lograr el reconocimiento y respeto de los derechos adquiridos de los trabajadores, principalmente de los más desfavorecidos que requieren de una representación y no se vayan en contra de sus intereses.
- Extender la protección social: se pretende incentivar la inclusión tanto social como productiva, garantizando que los hombre y las mujeres gocen de condiciones laborales seguras, proporcionando el adecuado descanso, con el fin de soportar los valores familiares y sociales, los mismos sean un soporte en el caso de que exista pérdida o reducción de ingresos, permitiendo el acceso a asistencia sanitaria apropiada.

- Promover el diálogo social: la cooperación de organizaciones de trabajadores, empleadores sólidos y autónomos son primordiales para incrementar la productividad evitando conflictos laborales.

Para la Organización Mundial del Trabajo (OIT), bajo su concepto construcción de carácter integrativo y de profundo carácter ético, en el seno de la OIT le han atribuido las siguientes características

- Trabajo productivo y seguro
- Respeto a los derechos laborales
- Protección social
- Dialogo social, libertad sindical, negociación colectiva y participación

### **Turismo comunitario.**

A nivel de Latinoamérica el turismo no ha sido impulsado de una manera efectiva lo cual le ha llevado al fracaso, poniendo en duda varios modelos académicos y estudios de desarrollo de viabilidad de los modelos planteados, el factor primordial para que este tema no tenga relevancia es la escasa capacidad de comercio y generación de emprendimientos que ya se encuentran en marcha, lo cual promueve al desinterés y abandono por parte de los emprendedores.

Es posible identificar dos formas de comercialización que ponen en cuestión esa imagen por una parte destaca la consolidación de numerosas iniciativas comunitarias orientadas de forma directa a un mercado de proximidad de clase media y baja. Por otra el fortalecimiento de estructuras de intermediación surgidas desde las propias iniciativas comunitarias o en alianza con estas y que han empezado a posicionar al turismo comunitario en el mercado internacional (Cañada, 2015).

El Turismo Comunitario en donde los grupos rurales como indígenas o familias campesinas, por medio de sus estructuras organizativas, desarrollan un papel importante en el control gestión y desarrollo de los réditos que se obtiene por medio de esta actividad (Caiza, 2018).

La OMT describe al turismo comunitario como: toda actividad solidaria turística que plantea y gestiona por las comunidades, logrando su colaboración desde el punto de vista intercultural, correcto manejo de los recursos naturales y valoración del patrimonio cultural, basados en la equidad y en la distribución de los beneficios locales (OMT, 2012).

En base a los textos mencionados el enfoque de turismo ha permitido fortalecerse como modelo de desarrollo local desde abajo, tomando en consideración que permite lograr la diversificación productiva, creación de empleo y generación de recursos económicos directos (Cañada, 2012). Los mismos pueden ser redistribuidos entre las personas de la comunidad logrando un mejor nivel de vida, bienestar, alimentación y educación, juega un papel muy dinámico en la economía local unificar cadenas productivas en las cuales el turismo inicia a generar un valor asociado a diversas actividades productivas.

Al adoptar categorías como actividad solidaria, intercultural, manejo adecuado, equidad, el Turismo Comunitario se está consolidando como una estrategia de desarrollo local desde abajo, donde los llamados a ser protagonistas son las comunidades (Caiza, 2018). El turismo comunitario figura como una de las opciones más sostenibles de tratar, buscando alcanzar tres parámetros fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sustentabilidad integral (social y

natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades (Ruiz & Carrión, 2007).

La revalorización y reconocimiento de lo comunitario es la base primordial del turismo comunitario, en la cual la estrategia está en la diversificación más no en la especialización, en esta época de globalización, muchas comunidades rurales están, de manera consciente, construyendo sus propias estrategias alternativas (Barkin, 2005).

El turismo comunitario es parte global de las famosas estrategias de desarrollo local en la cual se pretende:

1. Convertirse en una estrategia socioeconómica de desarrollo comunitario, lucha contra la pobreza lo que permitiría alcanzar una mejor calidad de vida para las comunidades.
2. El ecosistema es el lienzo turístico, donde se puede observar la mejora ambiental, bajo el objetivo de recuperar las formas tradicionales que avalen el cuidado ambiental.
3. Valoración de las minorías étnicas, el turismo comunitario es el instrumento de reivindicación y autogestión en una comunidad y sus recursos (Ruiz & Carrión, 2007), por parte de las poblaciones locales.

Toda la cadena turística se implica con lo comunitario: la oferta con su sello, la demanda predispuesta a la autenticidad y la calidad de los servicios (Macias, 2012). El triunfo de la estructura comunitaria permite generar productos turísticos que se identifican bajo el objetivo de alimentar a la cultura local con la difusión de conocimientos, valores, insumos y destrezas tradicionales de las comunidades participantes en los distintos servicios que los componen (Marcello, y otros, 2011).

El servicio y la planificación autónoma son los factores que incitan al desarrollo social, cultural y económico de las comunidades; por lo que la base primordial es entender el concepto de comunidad y mercado como categorías direccionadas a las formas organizativas de reciprocidad (Caiza, 2018).

El turismo comunitario involucra el incentivar a la economía dentro de una comunidad, en la cual los beneficios no se visoran de manera económica en la comunidad, sino en el intercambio y la reciprocidad, por lo que es la comunidad el pedestal de todas las atribuciones e impactos que se generan con el turismo comunitario, convirtiéndose esta actividad como parte primordial de la globalización (Ruiz & Carrión, 2007).

En base a lo mencionado el turismo comunitario es una de las líneas más idóneas para afianzar la economía y la formación de entornos asociativos dentro de las comunidades, tomando en consideración la base primordial de esto es la reciprocidad generando productos turísticos enmarcados en la difusión de conocimientos, valores, insumos y destrezas tradicionales de las comunidades.

### **Comunidad.**

La base del turismo comunitario es la comunidad, convirtiéndose en la expresión más originaria que identifica una relación interhumana (Caiza, 2018), es necesario definir las diferencias entre la sociedad, según Tönnies en el siglo XX: se pueden concebir como vida real y orgánica o bien como forma ideal y mecánica. En el primer caso hablamos de comunidad y en el segundo de sociedad (Álvaro, 2010).

Existen dos formas de descripción básicas de comunidad:

1. La fundamental la familia con vinculación sanguínea, fungiendo como base de la comunidad.

2. La comunidad local vinculada por su área geográfica donde se visualiza expresiones humanas y sociales.

La finalidad de la organización comunitaria en sí es la satisfacción de las necesidades colectivas y el alcance de las condiciones de vida, resalta mucho lo que es la reciprocidad, se debe tomar en consideración el contexto en el cual se maneja el funcionamiento económico en la comunidad, basados en la visión de la integralidad, adquiriendo sentido, significación y relevancia explicativa (Macias, 2012).

Tomando en consideración la realidad del Ecuador la comunidad tiene una dimensión histórica, jurídica, normativa, socio-organizativa, de gestión de recursos, y al mismo tiempo un ámbito simbólico (Ruiz & Carrión, 2007).

La comunidad es la estructura sociológica más legítima orientada a lo natural y a lo humano, convirtiéndose en el fundamento idóneo social el cual refleja la naturaleza real del ser humano (Ruiz & Carrión, 2007).

Acogiendo las definiciones propuestas la comunidad está considerada como un conjunto de individuos con características comunes como; el idioma, las tradiciones, las costumbres, factores geográficos, los modelos socioeconómicos, etc., las cuales interactúan en un determinado territorio fomentando la integralidad y las relaciones mutuas.

### **Fortalecimiento Comunitario.**

Como consecuencia de los factores económicos, falta de fuentes de trabajo, servicios básicos escasos, en los sectores rurales se generan sectores totalmente vulnerables, por lo que es fundamental enfatizar un análisis a nivel global de la comunidad, en el cual el factor riesgo se presenta de manera directa, permitiendo

se genere vínculos de gestión del riesgo direccionado a proyectos de gestión comunitaria (Coloma, 2009).

La descripción de la palabra fortalecimiento como; una visión dinámica y dialéctica del poder, creyendo que puede ejercer su influencia desde fuera de la comunidad y hacia ella, como ser producida en la misma comunidad (Montero, 2010 ).

Robustecer una comunidad no figura que un agente externo intervenga a ofrecer fuerzas a personas desamparadas que conforman una comunidad, es un proceso que ejecutan las comunidades con la finalidad de desarrollar y potenciar efectivamente sus recursos y capacidades (Musitu & Buelga, 2004)

Bajo los antecedentes mencionados se puede concluir que el fortalecimiento es considerado como uno de los procesos por medio del cual los integrantes de una comunidad, son considerados grupos focalizados organizados, o personas interesadas, que de manera conjunta desarrollen y gestionen sus recursos con la finalidad de controlar y mejorar su *modus vivendi*, se desarrollan de manera comprometida, consiente y crítica, alcanzando la transformación de su entorno basado en las necesidades y esperanzas planteadas, el fortalecimiento de las comunidades consisten en potenciar y desarrollar las capacidades que tiene la comunidad con sus recursos dirigidos al bienestar colectivo.

En el **Gráfico 2 Fortalecimiento Comunitario.**, se puede visualizar los componentes del fortalecimiento comunitario, en la cual se pretende indicar que los miembros de la comunidad se generan como grupos organizados:



**Gráfico 2 Fortalecimiento Comunitario.**

Elaborado por: La Autora

Fuente: (Coloma, 2009), (Montero, 2010 ), (Musitu & Buelga, 2004).

### **Estrategia de Fortalecimiento Comunitario**

Se describe como la formulación de mecanismos de participación que permiten crear, reconstruir y robustecer las estructuras comunitarias, basándose en el reconocimiento de los derechos, la paz y la convivencia ciudadana. Esta estrategia trata de incorporar razonamiento de justicia y de equidad, generando medios de vida, empowerment y sobre todo sentido de pertenencia en las comunidades (Secretaría Técnica Plan Todo una Vida, 2020).

### **Emprendimiento Económico Solidario**

El significado de emprendimiento económico solidario, está conformado por varias modalidades de organización económica, basada en la libre asociación de los trabajadores, en la cual la cooperación está basada en la eficiencia y la viabilidad, se plasma en los sectores de la producción, prestación de servicio, crédito, comercialización, este tipo de emprendimientos se desarrolla en: acuerdos

colectivos, posesión de herramientas de producción, gestión de emprendimiento, procesos de trabajo, tratando de minimizar la existencia de las relaciones salariables, mediante la instrucción de los medios productivos y de autogestión, estas expresan la tendencia de la economía popular y solidaria, basadas en lo doméstico y familiar, estas se presentan en formas agrupadas de producción, asociaciones, cooperativas, organizaciones de autogestión, fusionan actividades de carácter económico de índole educativa y cultural, fortaleciendo la esencia de la comunidad a nivel de trabajo, el compromiso de colectividad social. La razón de ser de estas organizaciones se sustenta en la racionalidad productiva, en donde la solidaridad es la parte fundamental de las iniciativas logrando resultados efectivos y ganancias económicas más altas. Para el desarrollo de este tipo de economía las formas públicas que fortalezcan la economía popular y solidaria, son totalmente indispensables hay que considerar que en la actualizada los instrumentos macroeconómicos, tales como políticas tributarias diferenciadas, los marcos legales en los que se establecen son muy débiles, por lo que es necesario que se focalice en el desarrollo de instrumentos de apoyo directo y articulación de los actores en base a proyectos comunes, los factores de acción más comunes son: comercialización, formación, capacitación, tecnología y financiación (Gaiger, 2020).

### **Emprendimiento Comunitario.**

El emprendimiento comunitario es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los integrantes de un proyecto, con la finalidad de mejorar los ámbitos sociales, culturales y económicos de cada uno de los que conforman el entorno local, el objetivo primordial es brindar oportunidades de desarrollo a nivel social y económico a los miembros de una organización o comunidad, tratando de fomentar

la inclusión de sus integrantes mediante la motivación, participación de los integrantes, realizando con responsabilidad los retos planeados, están predispuestos a desarrollar capacidades, habilidades y destrezas, para eliminar el paradigma que lo han desarrollado por varios años de manera intrínseca en cada localidad o comunidad, impidiendo el desarrollo sostenible y sustentable en la misma (Ilabel, 2004).

Estos emprendimientos por lo habitual tratan de involucrar de manera directa al sector social, incentivando y fortaleciendo los niveles de competitividad dentro de la organización con miras empresariales, apoyando al desarrollo de los integrantes de la comunidad, las actividades económicas creadas con enfoque social, aparte de crear formas de empleo, brindan bienestar a la comunidad mitigando los altos niveles de exclusión social y a su vez incrementando los estándares de oportunidades laborales que generen un ingreso económico, los integrante y las familias que son parte de un conglomerado social, obtienen beneficios directos con estos emprendimientos fortaleciendo el desarrollo local de la comunidad, en varios aspectos inclusive en el desarrollo de procesos productivos (Formichella, 2004).

Una de la implicaciones en los emprendimientos comunitarios es la coyuntura que se genera en la parte política, económica y social la unificación de estos ámbitos es de total importancia para la toma de decisiones, generando las condiciones más óptimas de desarrollo de un proyecto específico, es importante destacar que el Gobierno Nacional mediante la implementación de políticas públicas y decretos ha logrado avances en el ámbito de desarrollo comunal y social, tienen problemas de desempleo, exclusión social y crisis en todos sus niveles, como primer plano los grupos vulnerables como niños, adultos mayores, personas con capacidades

especiales, hasta inclusive al género femenino han prevaleciendo en el ámbito laboral (Senplades, 2013).

### **Turismo Comunitario**

En la actualidad la principal industria a nivel internacional, se ha figurado como una de las industrias más influyentes conformándose dos tipos de turismo: el de masas y los alternativos, el ultimo mencionado tiene como caracterización la sostenibilidad, busca la satisfacción de las necesidades sin perjudicar a las futuras generaciones, por lo que el turismo comunitario se enfoca en desarrollar un destino específico, donde los proveedores turísticos se encargan de la planificación de las actividades turísticas, convirtiendo a la localidad en el eje fundamental de las actividades y por ende la misma seria el mayor beneficiario, esta gestión de turismo permite conservar y valorizar los recursos patrimoniales, culturales y/o naturales (Agüera, 2013).

De tal manera el turismo comunitario figura como un turismo sostenible, porque pretende impulsar el desarrollo socioeconómico de la comunidad y a su vez procura respeto y conservación de los recursos naturales, patrimoniales y culturales, por medio de la implementación de formas sostenibles de gestión, los lugares donde más se desarrolla este tipo de turismo son los lugares subdesarrollados, la preservación de la riqueza y mantenimiento de los recursos se hacen importantes para la mejora de las comunidades locales, para un presente inmediato y en un futuro, esto generara a las zonas mencionadas a incrementar los recursos económicos, apoyando al desarrollo social y económica de la población, las principales características del turismo comunitario son; (Burgos, 2016).

- Organización de la comunidad: La características principal de un proyecto de turismo comunitario, se consolida en la colaboración conjunta de la comunidad, se establece como gestora de desarrollo y de progreso de los contextos de vulnerabilidad, por medio del trabajo colectivo.
- Vocación de servicio: Los participante que se encuentran conformando proyectos de turismo comunitario debe basarse en el conocimiento de las implicaciones costos y beneficios de ser integrante de un emprendimiento de este tipo, el desarrollo de actividades turísticas debe ser brindados bajo la premisa de la buena voluntad de los oferentes, siendo parte de la venta de servicios de calidad.
- Buenas prácticas de calidad y sostenibilidad: el parámetro primordial para la creación de ventajas competitivas en los destinos establecidos y en los respectivos emprendimientos, partiendo de la preservación de los recursos naturales, salvaguardando el patrimonio ambiental y cultural al igual que la prestación de servicios de calidad.
- Conectividad e infraestructura soporte para el turismo: partiendo que los costos incorporados a la falta de vías de acceso, obstaculicen la comercialización de destinos y emprendimientos turísticos comunitarios, permitiendo cumplir las metas propuestas en los modelos de gestión que fungen como alternativas para la mejora de condiciones y subsistencia en las comunidades, por tal motivo la interacción de los gobiernos locales les corresponde fortalecer la infraestructura, soporte y acceso por medio de alianzas público-privadas y planes con coyuntura interinstitucional.

- Servicios complementarios: Todo destino para ser competitivo debe tener servicios básicos como luz, agua, aseo, teléfonos y seguridad, por tal motivo el turismo comunitario es contemplado como estrategia de gestión territorial tanto para autoridades como para actores comunitarios, con la finalidad de mejorar la calidad de vida en las comunidades, implicando una articulación en el provisionamiento de los servicios de manera coordinada.

En la parroquia de Atahualpa y bajo los conceptos mencionados de turismo comunitario, se figura como una arista al desarrollo como comunidad rural, la finalidad es que las personas sigan realizando actividades económicas habituales, esto permitirá rescatar y mantener las costumbres, la gastronomía, las tradiciones y las formas de vida en la parroquia, las cuales son únicas en cada territorio.

En la puesta en marcha de este tipo de turismo es fundamental la participación de la colectividad en la gestión, planificación, comercialización y marketing de sus atractivos, así mismo es indispensable fortalecer estrategias con organizaciones gubernamentales y no gubernamentales en lo que se refiere a capacitaciones e inclusive aporte de recursos económicos (Moreno, 2011).

### **Tecnología Social.**

Esta definición fue generada en Brasil, se entiende por Tecnología Social la cual está conformada por productos, mecanismos y metodologías que interactúan con la comunidad, aportando soluciones inmediatas para la transformación social, esto refleja la similitud de fuerzas entre los actores involucrados enfocándose en la responsabilidad Social Corporativa, incentivando al desarrollo de una tecnología

sólida con los principios de la denominada economía social, por lo que el resultado de las acciones ejecutadas en un ámbito socio económico, y un acuerdo social , mediante la autogestión y cooperación. El diseño de tecnologías sociales permite la posibilidad de desarrollar técnicas de innovación de varios productos y procedimientos, el desarrollo de este tipo de tecnologías genera dinámicas de carácter local, ingreso de nuevos productos, empresas y por ende mayores oportunidades de negocio, de igual manera redes de usuarios proveedores, permitiendo nuevas opciones de financiamiento del diseño y desarrollo de este tipo de tecnologías sociales, en el ámbito político institucional, sea obtenido ventajas como; resolución de problemas inclusivos, selección de objetivos propuestos, visibilidad de acción gubernamental, en el momento de tomar en consideración la dimensión organizacional el uso de tecnologías sociales abarcaría problemas de prevención y seguridad, acceso a derechos y bienes culturales, en las relaciones democráticas generaría la inclusión de los usuarios en los procesos de diseño y producción de tecnologías sociales, facilitando el posible desarrollo de nuevas dimensiones sociales democráticas como la ciudadanía socio-técnica (Dagnino, Renato, 2008).

Los principales actores del proceso de desarrollo de tecnología social son; los movimientos sociales, cooperativas ONGS, unidades públicas de investigación más desarrollo, organismos descentralizados, la finalidad de esta tecnología es promover el desarrollo de lograr algo radical con la tecnología de sus bienes y estudio de los conocimientos y tecnologías orientadas a los fines sociales, esta tecnología figura como uno de los campos nuevos de desarrollo e innovación de la misma, disponible

actualmente o su creación para coberturas nuevas, que se encuentren inmiscuidas en el aportes de importante valor social (Rodríguez A. , 2010).

El eje principal de la tecnología social se basa en la comunicación, que se genera de la necesidad de establecer una situación o un escenario diferente al que se encuentra en la actualidad, son utilizadas para el empoderamiento ciudadano, y enfocado en el desarrollo independiente de proyectos colaborativos, incentivando nuevas prácticas y formas de producción generando diversas formas de producción en una nueva economía, la aplicación de este tipo de tecnología social da lugar a la renovación en modelos de relación y en la calidad de vida de las personas mediante la sensibilización y diseño enfocado en la innovación social, desarrollando y fomentando una nueva actitud enfocada en el conocimiento tecnológico en escenarios de cambio social (Dagnino, Renato, 2008).

### **Herramientas de Gestión.**

Las herramientas de gestión basadas en la innovación son soporte de la innovación sostenible dentro de una organización, son técnicas y estrategias utilizadas para mejorar la producción y los procesos dentro de una organización, lo importante es aumentar el control y conocimiento de los procesos ejecutados, fortaleciendo la eficiencia de los involucrados, se detecta cinco objetivos muy amplios (Montejo & Bravo, 2010):

Vigilancia.

Se enfoca en mantener y promover un estado de alerta permanente, con el fin de indagar y buscar de manera interna las señales de una innovación potencial, la vigilancia interna se enfoca en la detección de puntos de mejora continua en los procesos de la organización, mientras que la externa se fija en tecnología, mercados

con el fin de detectar oportunidades de desarrollo, ingreso de nuevos productos y/o servicios, las herramientas soportes que se pueden utilizar son las siguientes: Los análisis DAFO sobre las debilidades y fortalezas de la empresa y de las amenazas del entorno y las oportunidades de mercado, las investigaciones de mercado, la prospectiva tecnológica, la prospectiva socio-económica, los análisis de la competencia, los análisis de patentes, el benchmarking: (Montejo & Bravo, 2010).

### **Focalización.**

Contesta a preguntas estratégicas enfocadas a la obtención de alcanzar una ventaja competitiva, considerando las condiciones actuales basadas en la innovación, dinámica que permite encontrar con frecuencia nuevas oportunidades de diversificación, la focalización permite la planificación de innovación en proyectos y la asignación de prioridades entre ellos, las herramientas soportes de focalización apoyan a las fases de análisis estratégico, elección estratégica y planificación considerando: el modelo de las cinco fuerzas, que ofrece una estructura de análisis entre la competencia, negociación de proveedores, negociación de los clientes, amenazas de productos sustitutos y amenaza de nuevos participantes. La curva de valor que permite la creación de un perfil competitivo. La auditoría de valor, se basa en el uso de técnicas de análisis funcional, con el fin de destruir mentalmente un bien y/o servicio y la reconstrucción de otro (Montejo & Bravo, 2010).

Para la elección estratégica se consideran: La matriz producto proceso, permite visualizar si hay alguna opciones estratégicas dentro del área de experiencia de la organización, la auditoría de capacidades, la evaluación de potenciales proyectos basados en el análisis de costos, riesgos y posibles beneficios, el modelo de cartera,

permite alcanzar el equilibrio óptimo entre los atractivos y los inconvenientes, basados en las ambiciones, competencias, visión y cultura empresarial. (Montejo & Bravo, 2010):

### **Capacitación.**

Esta herramienta permite adquirir competencias tecnología y recursos necesarios para iniciar con la opción elegida, incluye la formación en gestión empresarial y tecnológica a la par actividades de investigación, todo esto requiere de la adquisición de inputs indispensables para implementar la innovación, recursos humanos competentes para el desarrollo de las actividades planteadas, posibles tecnologías inmiscuidas en procesos y su dominio, los recursos financieros que permitan desarrollar el proyecto y el Know how propio del emprendimiento y de su entorno que se ha adquirido

### **Implantación**

Este proceso se basa desde la generación de ideas hasta el efectivo lanzamiento de un producto y/ o servicio, implicando nuevos procesos o métodos en la organización.

Para la implantación se consideran: gestión de proyectos, creatividad y solución de problemas, análisis del valor, trabajo en colaboración con agentes externos, funcionamiento en equipo, gestión de interfaces, despliegue de la función calidad y gestión del cambio.

### **El aprendizaje y la mejora continua**

Este proceso incide en la reflexión sobre los elementos previos y el análisis de acierto y desaciertos que ha tenido la organización, con el fin de captar el

conocimiento, la experiencia y se conviertan en la base de inicio para los nuevos procesos de innovación alcanzando la optimización.

Para el aprendizaje y mejora continua se consideran: las auditorías, las listas de revisión, la post evaluación de proyectos, la medición, el benchmarking, la conformidad con procedimientos y normas, los equipos de mejora, el brainstorming, el ciclo de resolución de problemas (identificar, definir, explorar, seleccionar, implantar, revisar), los diagramas de causa efecto

### **Ciclo de Calidad de Deming**

Actualmente los entornos organizacionales se encuentran basados en un entorno competitivo y con cambios continuos de mayor frecuencia, por tal motivo que la calidad y la mejora de procesos se ha convertido en un proceso de supervivencia del entorno empresarial, con el objetivo de brindar productos y/o servicios de bajo costo y a su vez satisfagan las necesidades de los consumidores, las organizaciones necesitan formalizar sus recursos y actividades, con el fin de mejorar la consecución de resultados óptimos, afianzándose en la adaptación de herramientas metodológicas que permitan tener un proceso de gestión de mejora continua. El ciclo de PDCA (o círculo de Deming), es el sistema más utilizado para la implementación de mejora continua tiene como objetivo principal la autoevaluación, recalando las aristas más fuertes que se debe mantener y las áreas que se necesitan actuar, el ciclo PDCA de mejora continua lo componen cuatro fases cíclicas que se generan de manera repetitiva, de tal manera que cada fase es revaluada de manera estacional para aplicar nuevas mejoras las etapas son las siguientes: (García, 2016).

1.- Plan (planificar): fase de identificación de problemas o actividades susceptibles de mejora, estableciendo objetivos a cumplir, fijando indicadores de control y se define métodos o herramientas que permitan alcanzar lo propuesto.

2.- DO (hacer/ejecutar): es el momento de poner en marcha el plan de acción, por medio de la aplicación correcta de las tareas planificadas, la aplicación monitoreada del plan y la verificación del feedback indispensable para el análisis posterior.

3.- CHECK (comprobar/verificar): a partir de la implementación del plan se verifica la viabilidad de los puntos planteados establecidos en la fase inicial, por medio de herramientas de control, con la finalidad de determinar la veracidad se deberá definir, cuáles son las herramientas de control y los criterios que van a primar en la comprobación establecida.

4.- ACT (actuar): Una vez comparado los resultados con las metas planeadas al inicio, se realiza medidas correctivas y preventivas que faciliten fortalecer los puntos de mejora, aprovechando la experticia adquirida en eventos similares con el fin de estandarizar métodos eficaces, al haber realizado una prueba piloto y de haber sido favorable las mejoras se implementaran de manera permanente y de no ser ese el caso se seleccionara las más idóneas para obtener los mejores resultados.

Al culminar el paso 4 inmediatamente se deberá iniciar el paso 1 de manera periódica, con el objetivo de analizar y generar las posibles mejoras, los beneficios alcanzados de una correcta aplicación de mejora de procesos son: (García, 2016).

Timing: se reducen los tiempos de reacción, incrementado la productividad.

Quality: se genera una disminución de errores y prevención de los mismos.

Cost: se reducen recursos como; personas, materiales y mano de obra etc., incrementando la capacidad de ejecutar adecuadamente una actividad.

En base a lo mencionado un sistema de gestión de calidad, desarrolla políticas, objetivos y procesos que permiten tomar decisiones indispensables para optimizar el rendimiento, el círculo de Deming es una herramienta que permite visualizar de mejor manera las actividades que se puedan optimizar en las organizaciones y sean orientadas a modificaciones que la conviertan en eficientes y competitivas.

### **Formulación de un modelo de gestión.**

Una organización asociativa que ofrece bienes o servicios tiene como factor primordial satisfacer las necesidades del consumidor, con la finalidad de preservar el compromiso y sostenibilidad; por lo que es transcendental detallar la visión, la misión y estrategias de asociatividad. Para lograr el cumplimiento de los objetivos se debe contar con una planificación clara y definida, en la cual se visualice que los recursos sean utilizados de manera adecuada, lo cual debe ir acompañado de las fases de organización, dirección y control, para lo cual se detalla lo siguiente: (Costa, Armijos, Valentin, Loaliz, & Aguirre, 2018).

**1.- Planificación.-** la gestión idónea se basa en la correcta definición de las políticas en torno a las actividades a la cual se va a dedicar la organización asociativa, por lo que involucra detallar los objetivos organizacionales, definición de estrategias para obtener dichos objetivos, desarrollar planes macro y ejecutar actividades de control (Coulter, 2010).

Basados en la experticia obtenida en las organizaciones asociativas en el Ecuador, las políticas pueden ser definidas bajo las siguientes directrices: (Costa, Armijos, Valentin, Loaliz, & Aguirre, 2018).

**Política Socio organizativa.-** se fundamenta en la mejora socio organizativa de los sus miembros.

**Políticas administrativas.-** se basa en la toma de decisiones autónomas

**Políticas de Calidad.-** se basa en los estándares de producción y estándares definidos.

**Políticas de mercado.-** se enfoca en captar mayores demandantes.

**Política de RR-HH.-** afianzar conocimientos y formación del personal asociado.

**Política financiera.-** busca facilidades de financiamiento.

Con la finalidad de conseguir un enfoque eficaz en el mercado, alcanzar un sistema de buen gobierno, capital social sostenible, gestión empresarial idónea, es necesario que el pan de gestión para organizaciones asociativas se enfoque en perspectivas basadas en los objetivos y estrategias a seguir:

**Financiamiento y crecimiento.-** basada en los objetivos de rentabilidad, crecimiento y flujos positivos, en esta perspectiva se puede considerar las estrategias de; diversificación de productos, mercados, incremento de ventas, reducción de costos y gastos de producción, optimización de capacidad instalada en la planta, bajo los objetivos estratégicos se considera; incrementar ventas, ampliando la participación de mercado, incrementar la rentabilidad de la asociación, generar flujos de caja positivos.

**Responsabilidad Social.-** se enfoca a las relaciones eficientes con grupos de interés, las estrategias viables para esta perspectiva pueden ser; contribución al fortalecimiento socio-organizativo, fomento la conservación del medio ambiente con proveedores por medio de la difusión de prácticas de producción orgánica, enlazados a objetivos estratégicos como; responsabilidad social con los miembros

de la asociación, contribuir a la conservación del medio ambiente, mediante la producción orgánica.

**Procesos técnicos.-** se generan en torno a los objetivos de innovación, relación directa con proveedores, optimización de costos, ventajas competitivas, y tiempos óptimos, los objetivos estratégicos enfocados a esta perspectiva puede ser; Mantener innovación en los procesos y procedimientos de la organización, con la finalidad de que sea competitiva, optimizar tiempos de entrega de producto y recepción de materia prima, establecer ventajas competitivas y comparativas, reducir costos innecesarios por medio de la mejora de procesos, las estrategia idóneas a aplicar son; desarrollo de programas de I+D por iniciativa y demanda de mercado, tiempos óptimos de traslado, cumplimiento de procesos para explotar oportunidades de mercado, mejora de procesos productivos

**Capital intangible.-** se enfoca a la cultura organizacional y capacitación continua, permite cumplir objetivos estratégicos como brindar capacitación continua, beneficios que promuevan el desarrollo del capital humano, por medio de la aplicación de estrategias de; formación de personal técnico y administrativo, mejoramiento de actividades mediante el trabajo en equipo, etc.

**2.- Organización.-** esta fase permite implementar una estructura de puestos que deje visualizar las metas y planes que los empleados puedan implementar dentro de la organización. El modelo organizacional puede basarse en las jerarquías de estrategias de mando medio y operativo, este debe ser reforzado según el crecimiento de las actividades socio productivo.

**3.- Dirección.-** esta fase detalla las atribuciones y el poder de la toma de decisiones en los niveles de poder, considerado como un proceso continuo que

gestiona recursos productivos, para alcanzar los objetivos definidos de manera eficiente y eficaz, lo ideal es que los integrantes de la asociación formen sistemas de comunicación fluidos, que permita identificar el problema y de manera inmediata se dé la solución más óptima.

**4.- Control.-** proceso de monitoreo y corrección del desempeño organizacional, es el lienzo de los responsables para supervisar los procesos establecidos, determina el cumplimiento de metas, objetivos establecidos permitiendo tomar medidas correctivas.

### **Promesa Básica.**

Es un arte, una visión, se refleja como una idea por lo que el producto o servicio logra hacer por el consumidor, se orientará al manejo emotivo de las personas, identificando los beneficios y ventajas de los bienes y/o servicios de la organización, usando como enganche a la audiencia, las ventajas analizadas se enfocan con la calidad, utilidad, precio entre otros beneficios del producto o servicio, la idea final es mantener un cliente sorprendido y conscientemente feliz (Regueiro, 2012).

### **Marketing Estratégico**

Se encuentra enmarcado en el constante seguimiento de las amenazas y oportunidades, en función del comportamiento del mercado, con el fin de reaccionar de manera anticipada logrando un desarrollo práctico de ventajas competitivas y estrategias de posicionamiento, se desprende ocho aspectos importantes: (Perreault & Kenan, 2013).

1.- Delimitar el mercado.- enfocado en los objetivos planteados, busca alinearse de manera concreta a tres aspectos importantes: que satisfacción cubre (tipo de

necesidad), a quien satisface (tipo de consumidor), y como se satisface (tipo de tecnología).

2.- Segmentar el mercado.- se orienta en la agrupación a los consumidores en base a las características o diferenciaciones identificadas esta pueden ser personales o sociales.

3.- Analizar la competencia.- se encuentra orientado a los competidores directos y debe realizarse de manera diversa y dinámica con rasgos afines de mercado.

4.- Proporcionar ventajas a terceros.- no son parte del grupo de consumidores, pueden lograr una participación de importancia en el mercado sobre la competencia.

5.- Desarrollar alianzas estratégicas.- es indispensable considerar a proveedores, canales de ventas, y productores que sean parte del mercado o inclusive competidores, con el fin de instaurar asociaciones o gremios que permitan alcanzar mejoras en las situaciones de operar.

6.- Analizar el entorno económico.- se encuentra conformado por los factores social, tecnológico, demográfico y cultural, ya que estos están permanentemente expuestos a cambios generando en entornos que influyen de forma directa e indirecta sobre los consumidores para la implementación de la innovación.

7.- Analizar el entorno interno.- es indispensable saber a fondo las fortalezas y limitaciones, con el fin plantear lo que sea factible ejecutar mas no perder recursos en la planificación de algo que no es factible cumplir.

8.- Formular ventajas competitivas.- a fin de aprovechar la condiciones tanto del entorno interno como externo que pueden contribuir a la mejora de procesos, productos y/o servicios diferenciándose de la competencia y posicionarse a nivel de valor de la marca.

## **CAPITULO II**

### **DISEÑO METODOLÓGICO.**

#### **Paradigma y Tipo de investigación.**

El enfoque asumido para esta investigación se encuentra basado en la siguiente conceptualización:

#### **Enfoque Mixto.**

Con la finalidad de solventar el planteamiento del problema y obteniendo una perspectiva precisa de la data analizada, se pretende recolectar, analizar, y vincular los datos cualitativos y cuantitativos basado en las características de la actividades socioeconómicas asociadas en la parroquia de Atahualpa del cantón Quito como mecanismo de fortalecimiento comunitario, se realizará encuestas para los demandantes y entrevistas estructuradas a los oferentes, con el fin de corroborar con los objetivos establecidos, recopilando información sobre precios, gustos y preferencias de los consumidores, calidad, variedad en los servicios, conocimientos y estructura administrativa etc.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistémicas empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias del producto en toda la información recabada

(meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno de estudio (Sampieri, Torres, & Mendoza, 2018).

El enfoque mixto de tipo cualitativo- cuantitativo se basa en la recopilación, análisis y descripción de datos como niveles de ingresos económicos, número de visitas generadas, precios, etc., lo que con lleva a utilizar un método netamente formal de investigación, el cual al recopilar data numérica se estandariza y cuantifica por medio de programaciones estadísticas. Con el análisis e interpretación de la información se logra obtener la justificación factible o no factible de las hipótesis propuestas, lo cual incidirá en los esquemas de conducta previsible de la investigación planteada (Muñoz, 2011).

### **Investigación descriptiva.**

La función principal de la investigación descriptiva está basada en la capacidad de distinguir las características primordiales del objeto de estudio, se ha convertido en uno de los procedimientos investigativos más utilizados en estudios con fines de recopilación de datos a nivel de la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental (Bernal, 2010).

### **Investigación de campo**

El proceso en donde se usan los mecanismos investigativos, a fin de aplicarlos en el intento de comprensión y solución de algunas situaciones o necesidades específicas. De esta forma, la Investigación de Campo se caracterizaría principalmente por la acción del investigador en contacto directo con el ambiente natural o las personas sobre quienes se desea realizar el estudio en cuestión (El pensante, 2020).

Basado en el tipo de tesis a desarrollar denominada cualitativa cuantitativa, el método de investigación se generara mediante la modalidad de investigación de campo que permitirá analizar de manera sistemática el problemas propuesto, con el propósito de describir, interpretar, entender la naturaleza y factores constituyentes, a fin de definir las causas y efectos, así mismo se utilizara la investigación documental, a fin de recopilar información a través de documentos gráficos formales e informales, se apoyara en la investigación descriptiva que permitirá desarrollar de manera complementaria el marco teórico conceptual de otras investigaciones y finalmente la investigación correlacional, que permitan extraer fuentes primarias y secundarias de información, aplicando la técnica de encuesta estructurada que nos permita alcanzar un análisis de datos de calidad a fin de plantear resultados de verídicos.

Modalidad de investigación a utilizarse es la aplicada la cual permitirá resolver problemas o planteamientos específicos en beneficio de los sectores productivos de bienes y servicios, en este caso se enfocara en las actividades socioeconómicas asociadas en la parroquia de Atahualpa del cantón Quito como mecanismo de fortalecimiento comunitario .

### **Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de datos.**

Con la finalidad de realizar un análisis de campo bastante apegado a la realidad y sustentar lo planteado en la presente tesis, es indispensable ahondar en los siguientes términos:

### **Población y muestra**

Una población es un conjunto de elementos que presentan una característica común (Cadenas, 1974). Se encuentra asociada a la oferta existente en la parroquia

de Atahualpa, los servicios de turismo que se ofrecen en la parroquia de Atahualpa se puede visualizar en el **Anexo 1 Servicios Turísticos**, las actividades con su capacidad respectiva y las fuentes de empleo que estas generan, la oferta de servicios turísticos ofrecida es muy limitada y las mismas se desarrollan en actividades de turismo ecológico (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025).

Por lo que la población considerada para el análisis de la presente tesis está conformada por un total de 15 oferentes de actividades socioeconómicas, en la rama de turismo comunitario, debido a la cantidad detallada se procederá a aplicar entrevistas estructuradas al 50% de oferentes, aplicando un muestreo aleatorio simple, los elementos se seleccionan de un listado al azar, este tipo de muestreo funciona cuando el universo es homogéneo y reducido (Bernal, 2010). Basados en la investigación cualitativa, bajo criterios de representación se considerará un representante de cada servicio socioeconómico, alineado a actividades turísticas que se ofrece en la parroquia de Atahualpa en los diferentes ámbitos como: el cultural, recreativo/deportes, granjas, hospedaje, gastronomía, educativo/guianza turística, es decir se entrevistara a 8 personas dueños de emprendimientos en la parroquia de Atahualpa, bajo el formato establecido en el anexo 2, guía para la entrevista estructurada para prestadores de servicios turísticos

Una población es un conjunto de todos los elementos que se está estudiando, acerca de los cuales se intenta sacar conclusiones (Levin & Rubi, 2015). Se asocia a la demanda, en la parroquia de Atahualpa los entes públicos ni privados no han llevado un registro de visitas permanente, para efecto de análisis se ha considerado una población infinita lo que es complejo contabilizar los ingresos de turistas y visitantes que han ingresado a la parroquia, por tal motivo se suele tomar una parte

de ella al momento de realizar un estudio, seleccionando una muestra la misma es una parte representativa de una población donde sus elementos comparten características comunes o similares. Se utiliza para estudiar a la población de una forma más factible, debido a que se puede contabilizar fácilmente. Cuando se va a realizar algún estudio sobre el comportamiento, propiedades o gustos del total de una población específica, se suelen extraer muestras (Lugo, 2020).

Para el presente análisis se ha considerado el muestreo aleatorio simple, los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegido para ser parte del muestreo.

Con la finalidad de analizar la demanda relacionada a los emprendimientos locales y servicios turísticos que se generan en la parroquia de Atahualpa, es indispensable determinar las necesidades existentes tomando en consideración que es una población infinita se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

Donde:

n= el tamaño de la muestra.

Z= valor crítico correspondiente al nivel de confianza determinado; siempre se aplica con valor zeta 2, después Z=2

P= probabilidad del éxito.

Q = Probabilidad del fracaso

D = precisión, error máximo admisible en términos de proporción es determinado por el responsable del estudio.

Cuando los valores de P y de Q son desconocidos o los aspectos de los valores pueden ser desiguales, por lo que es recomendable usar el valor  $p=0.05$  (50%) (Scheaffer, 1987).

$$n = \frac{(2)^2(0.5)(0.5)}{(0,0563)^2}$$

$$n = \frac{(4)(0.25)}{0.00316969}$$

$$n = \frac{1}{0.00316969}$$

$n= 315$  encuestados.

Las encuestas serán aplicadas a 315 personas, con la finalidad de recopilar los gustos y preferencias de los turistas que han visitado la parroquia de Atahualpa, bajo el formato estructurado en el anexo 3 encuesta para turistas, tomando en consideración la situación actual que cursa el país debido a la covid-19, las mismas serán formuladas por medio de google con su aplicativo forms.

### **Operacionalización de variables.**

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems (Carrasco, 2009).

Para el presente trabajo se ha establecido las siguientes variables a considerarse; mejora de actividades socioeconómicas (independiente), inciden en el fortalecimiento comunitario (dependiente), a continuación se describen en la

**Tabla 2 Variable Independiente y en la referencia. Tabla 3 Variable Dependiente**

**Tabla 2 Variable Independiente**

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES						
Variable independiente : Mejora de actividades socioeconómicas						
CONCEPTUALIZACION	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	FUENTES	INSTRUMENTOS
	Capacidad Empresarial		Socios Capacitados= #de socios que asisten/Total de socios	¿Quejas existentes?		
Sostenibilidad simboliza un crecimiento económico ético, que minimice el impacto ambiental y respete la comunidad.	Organización y Estructura Asociativa.		Dirección estratégica = Estrategias ejecutadas/Estrategias propuestas.	¿Existe mecanismos de recepción de quejas?		
Financiamiento público. Existen fondos y programas para el desarrollo de organizaciones asociativas.	Educación y Formación.		Ahorro = Total de ahorros/percibido por los socios	¿Cómo emprendedor conoce los objetivos del mismo?		
Las leyes son un factor clave, ya que regulan y norma el funcionamiento de las organizaciones.	Liderazgo Asociativo		Infraestructura = locales activados/ total de locales instaurados	¿La repartición de beneficios económicos será equitativa?		
Educación y capacitación técnica formal e informal. Se entiende como todos los conocimientos formales e informales que tienen los socios para hacer funcionar la organización administrativa y productivamente.	Legislación Normativa.		Capacitaciones gestionadas por parte del sector público	¿Cómo beneficiarios del emprendimiento, participa en las actividades planificadas por los representantes?	La comunidad	Entrevista estructurada
	Tecnología de la información y comunicación		Dirección Estratégica= Presupuesto asignado-ejecutados. gastos	¿A cuántas reuniones ha asistido?		
En toda organización es necesario el liderazgo. Este se basa en la capacidad de motivar a los demás; está relacionado con el emprendimiento, la iniciativa, la búsqueda de soluciones y la toma de responsabilidades.	Red de Apoyo.		Recepción de Quejas= atendidas/quejas recibidas.	¿Cómo integrante de la comunidad está dispuesto a asistir a talleres de aplicación de fortalecimiento comunitario?		
	Entorno Socio-económico.		Publicidad= Publicaciones generadas /publicaciones planificadas.	¿Asistiría a reuniones planificadas?		
	Financiamiento		Participación de la Comunidad= asistentes a las reuniones/total de socios			

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (Mantero, Bertoni, & Barbini, 2016).

**Tabla 3 Variable Dependiente**

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES						
Variable dependiente : Fortalecimiento Comunitario						
CONCEPTUALIZACION	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	FUENTES	INSTRUMENTOS
El objetivo principal del Fortalecimiento Comunitario, es brindar asesoramiento a grupos específicos, mediante el empoderamiento y el correcto uso.	Emprendimientos Sostenibles.	Participación de la gente	Eventos participativos asistidos/Eventos participativos planificados.	¿Se cuenta con planes de gestión y estrategias definidas?		
			Programas de Apoyo a la comunidad.	¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se realiza convocatorias y participación en las reuniones, a fin de tomar decisiones?		
Fortalecimiento asociativo, su objetivo pretende alcanzar la sostenibilidad económica de emprendimientos la parroquia de Atahualpa.	Sostenibilidad socioeconómica		Alianzas estratégicas ejecutadas/Alianzas planificadas	¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, han definido su conformación con nombres y responsabilidades?	Datos levantados en la Comunidad	Encuesta
			Estrategias y planes de gestión ejecutadas/estrategias de planes planificadas	¿Qué actividades socioeconómicas se ofrece en la parroquia?		
			Ingresos receptados por la comunidad.	¿Qué no le gusto de la parroquia de Atahualpa?		
			Ratio entre residentes y turistas.	¿Cuál es su nivel de satisfacción de su estadía en la parroquia de Atahualpa en todos los entornos?		
				¿Por lo regular con cuanta personas visita la parroquia?		

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (Huneus, Huneus, & Urbani, 2016).

**Técnicas e instrumentos de recolección de la información.**

**Validez y Confianza**

La información y material recopilado se validará con el personal que conforma la Junta parroquial de Atahualpa, a fin de garantizar niveles altos de confianza, basados en la información que ellos cuenten con referencia al ámbito de turismo y

las propuestas de mejoramiento sean benéficas para el sector, las encuestas se formulan en google forms, para el procesamiento de información recopilada, no se utilizó ningún software de proceso de información estadístico en la medida en que la cantidad de muestras puede ser manejado por medio de tablas dinámicas.

Con la finalidad de identificar si la encuesta contiene dificultades para sus respuestas, se procedió a realizar un pre testeo con alrededor de 20 personas, quienes aportaron con observaciones, para mejora de la misma.

### **Plan de procesamiento de la información.**

De la información recopilada se efectuara una revisión minuciosa, con el fin de descartar información no relevante o incompleta que no permita obtener un análisis de calidad.

### **Diccionario de variables encuesta.**

A fin de establecer criterios de tabulación y tener un entendimiento más claro del análisis de datos se procede determinar parámetros definidos para preguntas abiertas, la variable edad ha sido considerada bajo el criterio establecido en el anexo 4 Descripción variable edad, a fin de tener un criterio más amplio referente a los gustos, preferencias y poder adquisitivo de los visitantes encuestados según su edad.

**¿Ha visitado la Parroquia de Atahualpa en los últimos 5 años? Su respuesta fue Sí, detalle los lugares que visitó en su último ingreso a la parroquia**

Para el análisis de los datos recopilados de las presentes preguntas y poder asociar la variedad de respuestas que se obtengan, se utilizara como plantilla lo reflejado en el anexo 5 Descripción de los lugares visitados, el mismo se encuentra

elaborado según los lugares turísticos detallados en el PDOT de la parroquia de Atahualpa, al igual información que ha sido tomada de la comunidad.

### **¿Qué es lo que más le gusta de la parroquia de Atahualpa?**

Para el análisis de los datos recopilados de la presente pregunta y poder asociar la variedad de respuestas que se obtengan, se utilizara como plantilla lo reflejado en el anexo 6 Descripción de variable gustos, el mismo se encuentra elaborado según el Reglamento de Alojamiento Turístico publicado en el Acuerdo Ministerial 24, con una última modificación realizada el 18 de febrero del 2016, así mismo está basado en el reglamento de Guianza Turística, publicada en el Acuerdo Ministerial 1, de fecha 24 de mayo del 2016., el Manual de Atractivos Turísticos del Ministerio del Turismo, expedido en el año 2018, al igual información que ha sido tomada de la comunidad.

### **¿Qué no le gusto de la parroquia de Atahualpa?**

Para el análisis de los datos recopilados de la presente pregunta y poder asociar la variedad de respuestas que se obtengan, se utilizara como plantilla lo reflejado en el Anexo 7 Descripción de variables gustos insatisfechos, el mismo se encuentra elaborado según el Reglamento de Alojamiento Turístico publicado en el Acuerdo Ministerial 24, con una última modificación realizada el 18 de febrero del 2016, así mismo está basado en el reglamento de Guianza Turística, publicada en el Acuerdo Ministerial 1, de fecha 24 de mayo del 2016., el Manual de Atractivos Turísticos del Ministerio del Turismo, expedido en el año 2018, al igual información que ha sido tomada de la comunidad.

### **¿Qué no le gusto de la parroquia de Atahualpa?**

Para el análisis de los datos recopilados de la presente pregunta y poder asociar la variedad de respuestas que se obtengan, se utilizara como plantilla lo reflejado en el anexo 8 descripción de la variable mejoras, el mismo se encuentra elaborado según el Reglamento de Alojamiento Turístico publicado en el Acuerdo Ministerial 24, con una última modificación realizada el 18 de febrero del 2016, así mismo está basado en el reglamento de Guianza Turística, publicada en el Acuerdo Ministerial 1, de fecha 24 de mayo del 2016, al igual información que ha sido tomada de la comunidad.

### **Análisis e interpretación de resultados demanda**

Basados en el análisis de información ya procesada y sistematizada por medio de tablas dinámicas, se determinará los mecanismos más idóneos para aplicar en el campo de acción, se detalla la recopilación de información sobre las perspectivas que tienen los turistas que visitan la parroquia de Atahualpa, a fin de implementar mecanismos de fortalecimiento comunitario.

Los gráficos se pueden visualizar en **el anexo 9 tabulación de la demanda**, se procedió a generar un cruce de información recopilada de las 315 encuestas realizadas, con la finalidad de determinar el perfil del potencial usuario.

Del total de los encuestados se puede concluir que el target analizado se enfoca en dos grandes generaciones, el gráfico se visualiza en la pregunta 3 del anexo 9, el 37,8% se encuentra en el rango de 36 a 50 años de edad, denominados por varios autores como Xennials, el 37.10% de este rango sí tienen decisión de gasto, las características en función del análisis realizado determinan que son personas con puestos de trabajo estables y consolidados, ingresos altos, bastante consumistas y

se enfocan a realizar actividades de turismo ya sea este familiar o entre amigos, el 36.8% ha visitado la parroquia entre dos y más de cuatro personas, el 15.9% durante su estadía gastó por persona entre \$16 a \$20 dólares, lo cual se encuentra ligado directamente a la ocupación de los encuestados, el 23.81% son empleados privados/independientes, reflejando que la predisposición de gasto es medianamente alta, lo cual tiene relación directa con los estudios el 25,40% tiene un nivel de educación superior, se corrobora que a mayor nivel de preparación académica e ingresos, mayor va a ser el gasto generado por cada integrante de familia y/o visitantes, es decir los gustos y preferencias se van sofisticando y por ende se genera mayor exigencia en los servicios prestados.

El otro grupo mencionado se desprende del siguiente análisis; el 34,29% se encuentra en el rango de 19 a 35 años de edad, denominados por varios autores como Millenialls, el 30.48% sí tienen decisión de gasto, las características en función del análisis realizado se concluye que son personas que están ingresando al mundo laboral, emprendedores, son consumidores compulsivos, prefieren actividades de aventura y deportes extremos, el 15.56% visita la parroquia con más de cuatro personas, el 11.43% durante su estadía gastó por persona entre \$16 a \$20 dólares, son pro consumidores, prefieren pasar con sus amistades y viajes de fin de semana, son muy telemáticos por lo que sus pagos por lo general lo realizan por débitos informáticos, es necesario fortalecer los ámbitos de tecnología y la diversificación de productos y/o servicios en la parroquia Atahualpa, se desprende que existe una correlación entre la edad, nivel de ingresos, número de visitantes y el nivel de estudios, la ocupación de los encuestados, el 21.27% son empleados privados/independientes, reflejando que la predisposición de gasto es

medianamente normal, lo cual se encuentra relacionado directamente al 27,30% de los encuestados tiene un nivel de educación superior, lo que corrobora que a mayor nivel de preparación académica e ingresos, el nivel de gastos va a ser superior.

Del total de encuestados el 37.78% de los visitantes tiene un periodo de estancia en la parroquia de 2 días, el gráfico se visualiza en la pregunta 6 del anexo 9, el 16.19% superior a tres días, lo que implica que se debe fortalecer las actividades socioeconómicas que prestan servicios de estadía.

Es importante considerar que el 53.97%, ha encontrado información por medio de familiares o amigos, el gráfico se visualiza en la pregunta 4 del anexo 9, lo que refleja que no existe planes de marketing.

El 59.68% del total de los encuestados han realizado su visita a la parroquia por motivos de turismo, quienes manifiestan su interés por realizar actividades de aventura, senderismo, camping, el 35.24% ha ido a la parroquia por visitas familiares, el gráfico se visualiza en la pregunta 5 del anexo 9, estos datos permiten determinar el comportamiento de los consumidores, lo mencionado perfila a la parroquia como un lugar de relajamiento y distracción para las familias, imperando la necesidad de fortalecer los lugares turísticos de la parroquia.

El 84.76% del total de los encuestados son ecuatorianos, el gráfico se visualiza en la pregunta 2 del anexo 9, es decir el nicho de mercado que se pretende brindar servicios es netamente nacional, esto se relaciona directamente a la falta de gestión pública por los entes públicos y la parroquia no tenga reconocimiento a nivel internacional.

El mayor atractivo para los turistas en la parroquia se encuentra ligado directamente a los productos tradicionales el 22,22% como; comida, bebida,

artesanías, el 19.68% se relaciona a sus paisajes, el 12.06% visita la parroquia por la diversidad de cosas por hacer y ver cómo; caminatas, camping, disfrutar de sus lugares y el clima, el 11.43% hace énfasis a su preferencia por el costo de vida.

Con la finalidad de determinar qué lugares frecuentaron los visitantes, se recopiló;

Del total de los encuestados el 50.79% ha visitado por primera vez la parroquia de Atahualpa, de los cuales el 34,60% lo ha hecho en los últimos cinco años, esto permite obtener datos más fiables, el 49.21% ha visitado la parroquia más de una ocasión, la incidencia de visita es medianamente alta, el 6.67% ha encontrado información de la parroquia en el info- centro del GAD, lo que refleja que no existe una política y/o estrategias de carácter público que incentiven el desarrollo del fortalecimiento de comunitario.

El 53.97% ha obtenido referencias, recomendaciones e información de la parroquia por medio de amigos y familiares, así mismo el 16.19% se ha referido o utilizado información de redes sociales para realizar sus planes de viaje, el 14.60% ha obtenido información por experiencias propias, en base a lo mencionado se puede visualizar que no existe una organización establecida entre los prestadores de servicios reduciendo el nivel de ingresos y crecimiento de las actividades socioeconómicas en la comunidad.

Al momento de visitar la parroquia el 64.76% planifico su destino directo a la misma, garantizando el crecimiento de la rentabilización en la zona y por ende se debe enfatizar en la mejora en la prestación de servicios, el 35.24% si pensó en otros destinos de la ruta escondida aproximadamente el 12.70% pensó en la parroquia de Puéllaro, el 9.21% en Chavezpamba, el 6.67% tanto en Perucho como en San José

de Minas, la finalidad es tratar de captar el 100% de visitantes por lo que es indispensable fortalecer las cadenas de producción en la parroquia a nivel comunitario.

Los lugares más visitados fueron; el 26.98% ha visitado el páramo en el cual se encuentra considerado las aguas termales, aguas de güitig, ruta de las cascadas, la recomendación que hacen los encuestados se relaciona en la mejorar los senderos y la señalética para llegar con facilidad al destino establecido, el 22.86% ha visitado el parque central, siendo este el portal de ingreso hacia la parroquia cuenta con atractivo ornamentales y pequeños monumentos representativos de la historia de la parroquia, el 15.56% han visitado el cementerio en los lugares mencionados se desarrollan gran número de actividades socioeconómicas de la comunidad, una de las recomendaciones captadas es mejorar la limpieza en los lugares turísticos.

El 55.87% de los encuestados muy probablemente visitaría nuevamente la parroquia, el 21.59% determino que un poco probable, por lo que es importante consolidar el proceso organizativo y a la par de una correcta planificación comunitaria, el 13.97% a lo mejor, el 4.76% un poco improbable y el 3.81% muy improbable visitaría nuevamente la parroquia, lo cual se ha relacionado a la insatisfacción percibida por los visitantes en la parroquia.

El 23.81% ha determinado que no existe apoyo por parte de las autoridades, corroborando la falta de aplicación y gestión de políticas públicas que incentiven el desarrollo óptimo de las actividades socioeconómicas en la parroquia.

El 67.30% muy probablemente recomendaría a sus amigos o familiares como sitio de estadía, el 14.29% a lo mejor y el 18.41% desde un poco improbable hasta muy improbable, lo cual se relaciona directamente a la satisfacción del servicio

recibido, en el área de alojamiento el nivel de satisfacción es bueno con un 29.52%, la relación con la satisfacción en el uso de instalaciones es del 16.19%, catalogó a las instalaciones como muy buenas, lo que refleja que se debe fortalecer y apoyar a la mejora del área inmobiliaria, tratando de disminuir las brechas existentes en la calidad del servicio versus la infraestructura.

El 22.86% determina que el servicio de alojamiento es bueno, más la satisfacción en uso de instalaciones percibida es del 34.29%, el 20% no hizo uso del mismo ya que su estadía fue de un día en la parroquia o a su vez visitaron la parroquia por motivos familiares, el análisis para las demás opciones se manejan bajo la misma tendencia de mejora tanto del servicio en alojamiento (servicio) como en la mejora de instalaciones (infraestructura).

En el área de alimentos y bebidas el nivel de satisfacción reflejado por los encuestados es bueno con el 30.48%, la opción de mayor acogida es la preparación de los alimentos tradicionales en cocina de leña, el 25.40% considera que es muy bueno el servicio de alimentación y bebidas.

En el área de transportes el servicio está catalogado como bueno con el 30.48%, el 29.21% considera que es aceptable, por lo que es importante implementar estrategias que incentiven el uso de transporte para la movilización de manera in situ.

En el área de guianza turística el 24.44% lo cataloga como un buen servicio, el 20% aceptable, el 17.46% muy bueno, determinan que este servicio es el más cotizado de la parroquia se relaciona con los deportes extremos, el mismo percibe que en un 30.48% es pésimo y regular, según los datos recopilados se asocia a los

motivos de falta de servicio mala organización en los tours planificados, convirtiéndose en un atractivo de aventura.

La guianza turística se liga directamente a la opción de disfrute de la naturaleza, el 46.67% percibió que este servicio es muy bueno, el 24.13% lo cataloga como bueno y el 15,87% como aceptable, esta información determina que la parroquia de Atahualpa es un lugar de relajación.

Los eventos culturales es la segunda opción con mayor satisfacción percibida por parte de los visitantes, el 41.90% determina que son muy buenos, es importante recalcar que estos eventos son estacionales y existe un mayor número de visitantes turistas, lo cual obliga a diversificar los servicios y/o productos existentes.

En el área de sistemas de información el 23.49% de los encuestados determina que este servicio es bueno, el 17.78% aceptable, el 14.92%, más el 38.73% lo califica entre pésimo y regular, por lo que los visitantes recomiendan se implemente la facilidad de pagos vía electrónica, tarjetas de crédito y/o débitos automáticos, redes abiertas de internet.

En el ámbito de seguridad la percepción de los encuestados determina que el 41.90% es buena, el 24.13% bueno, el 18.73% aceptable, lo cual refleja que es una parroquia segura y confiable brindando a sus visitantes tranquilidad para la realización de las actividades que hayan planificado, el 14,29% lo califica como regular y pésimo este porcentaje se encuentra asociado a la falta de aplicación de políticas públicas en el ámbito de recolección de basura, concientización del manejo de desechos y tenencia de animales domésticos.

El total de encuestados califico la limpieza en los lugares asistidos, por lo que el 31.43% lo ha percibido como bueno, el 25% califico como muy bueno, el 25%

aceptable, más el 18.10% considera que es pésimo y regular, por lo que se asocia al porcentaje de inseguridad del 14.29%.

A nivel global el nivel de satisfacción personal de la experiencia obtenida es buena con un 38%, el 26.98% muy bueno, aceptable un 20.32%, al encontrarse muy fraccionadas, denota que existe inconformidad por parte de los visitantes, por lo que es importante enfocarse en la mejora de los servicios prestados, afianzando la asociatividad.

De la información recopilada se puede concluir que la parroquia de Atahualpa cuenta con sitios turísticos atractivos, lo cual atrae a los turistas, se ha visualizado que no existe una política pública que permita fortalecer e incentivar la mejora de las actividades socioeconómicas en la parroquia, el nivel de satisfacción personal obtenida es medianamente alto, por lo que impera la necesidad de mejorar la calidad de bienes y servicios prestados, así mismo es indispensable fortalecer, ampliar y mejorar la infraestructura existente, por medio de mecanismos de apoyo y fortalecimiento comunitario.

### **Análisis e interpretación de resultados oferta**

Con la finalidad de sondear y determinar la predisposición de los dueños de emprendimientos que se desarrollan en la parroquia de Atahualpa, se procedió a realizar la presente entrevista, la cual contiene nueve factores principales a evaluar y analizar, los gráficos se pueden observar en el anexo 10 tabulaciones de entrevistas oferta

#### **1.- Proyecto y Capacidad Empresarial.**

Del total de los entrevistados el 75% sí le gustaría ser parte de una asociación comunitaria, el gráfico se visualiza en la pregunta 1 del anexo 10, con la finalidad

de tener un mayor conocimiento del manejo administrativo, dar a conocer a la parroquia mediante campañas publicitarias y obtener el ingreso de más turistas para incrementar los beneficios económicos de los emprendedores, más el 25% no le gustaría ser parte de una asociación ya que creen que no funcionaría por la falta de empeño, formalidad y vialidad por parte de los integrantes y de los líderes, por lo que es importante socializar los beneficios de ser parte de una asociación y tratar de romper los paradigmas que mantienen las personas al no querer conformar la misma.

El 88% de los entrevistados determinan que a nivel de actividades socioeconómicas no cuentan con estrategias y planes de gestión definidos, más el 13% cree que más o menos existen estrategias definidas, por lo que es indispensable se incentive a la generación de estrategias a corto plazo, con el fin de cumplir con los objetivos comunes planteados, el gráfico se visualiza en la pregunta 2 del anexo 10, lo cual se corrobora con el 100% de los encuestados, los emprendedores considera que las actividades socioeconómicas que se realizan si son sustentables a nivel económico social y ambiental, esto determinan que la parroquia es muy atractiva por sus paisajes, vegetación y sus tradicionales fiestas, por lo que son rentables y a medida de los conocimientos que tienen tratan de difundir la correcta preservación de los lugares visitados, tratando de prestar servicios sostenibles en el tiempo, el gráfico se visualiza en la pregunta 3 del anexo 10.

El 75% de los entrevistados no cuentan con procesos productivos organizados, el 25% determina que si tiene definido la asignación de actividades según el rol y actividades que realizan, el gráfico se visualiza en la pregunta 4 del anexo 10, por lo que es indispensable organizar de manera clara los procesos de organización,

mediante el uso de herramientas administrativas que permitan visualizar los pasos a seguir en cada etapa de producción, las principales áreas a fortalecer deben ser: contabilidad, ventas, marketing y producción.

El 63% de los entrevistados no lleva registros contables ya que desconocen del tema y llevan de manera empírica, destacan que no han tenido capacitaciones por parte del GAD, ni tampoco existe una política pública que fortalezca este tipo de actividades administrativas, el 38% determina que si lleva registros y control del personal, ratifican que tienen una mayor organización, han establecido horarios de atención, llevan un registro de inventarios y han podido palpar las utilidades obtenidas, en base a lo mencionado y con la finalidad de mejorar la parte administrativa, es indispensable definir responsables a nivel contable y el manejo adecuado de formatos contables, los cuáles permitan visualizar las pérdidas y ganancias generadas, de efectuarse la implementación de una asociación sería necesario contratar un contador que se encargue de la representación ante entes externos que rijan las mismas, el gráfico se visualiza en la pregunta 5 del anexo 10 El 75% de los entrevistados determina que no se ponen de acuerdo fácilmente, por lo que las decisiones son lentas y muchas veces no se alcanzan a reaccionar como deberían, más el 25% determina que sí, el gráfico se visualiza en la pregunta 6 del anexo 10, por lo que es importante que las decisiones sean aceptadas por los integrantes, debería definir los cargos y respetar las decisiones que como autoridades tomen, si las decisión tomadas no son las más idóneas estos cargos pueden ser revocados, actualmente en el ámbito de los negocios es muy dinámico por lo que el gerente puede tomar decisiones sin convocar a reuniones participativas, así mismo podrá tomar decisiones económicas hasta ciertos montos

sin convocatorias, con el fin de agilizar la toma de decisiones pueden contactarse por medio de programas de mensajería instantánea.

El 50% los entrevistados se han puesto de acuerdo para realizar la viabilidad del proyecto asociativo, el gráfico se visualiza en la pregunta 7 del anexo 10, al existir esta aceptación se debería realizar una evaluación por medio de un flujo de caja, es decir estimar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto, determinando si esto genera un ingreso económico favorable o no.

La capacidad disponible de atención en los emprendimientos es del 38% entre 11 a 15 usuarios, el 25% de 6 a 11 usuarios, el 13% más de 16 usuarios, y el 13% 24 usuarios, el gráfico se visualiza en la pregunta 8 del anexo 10.

## **2.- Organización y Estructura Asociativa.**

El 50% de los encuestados determina que se han planteado objetivos de orden asociativo y las expectativas de cada socio, el gráfico se visualiza en la pregunta 9 del anexo 10, por lo que es necesario que se reúnan y discutan las responsabilidades que va a asumir cada socio, para lo cual deberán asegurarse que todos estén de acuerdo y se registre lo acordado, documento que debe ser guardado y estar a libre disposición para los socios, con el fin de organizarse de manera adecuada es necesario comunicarse, cual es el objetivo que desean alcanzar, tomando en consideración que el correcto funcionamiento de las organizaciones se basan en hacer prevalecer los deberes y derechos de cada integrante, por lo que es recomendable tener claro los temas, para que no exista discrepancias a priori.

Es indispensable que los emprendedores logren organizarse y conformen una asociación que les permita brindar un servicio de calidad, sean perdurables con el manejo de recursos.

El 63% de los encuestados no se ha sentido parte de una asociatividad o proyecto en común, donde cada uno aporta con lo necesario para cumplir con los objetivos es indispensable que las personas que son parte de las actividades socioeconómicas, se reúnan con la finalidad de aclarar el sentido de pertenencia, se debe dejar en claro que la colaboración de los socios es indispensable para la organización, respetar y aceptar las discrepancias ya que existe la posibilidad que no tenga el mismo compromiso que los demás, los principales atenuantes para que este porcentaje sea alto se debe a que los entrevistados desconocen del tema, no se ha establecido políticas de apoyo, no tienen conocimiento del área administrativa, el gráfico se visualiza en la pregunta 10 del anexo 10.

El 63% de los entrevistados determina que no se ha realizado convocatorias de participación en las reuniones, a fin de tomar decisiones, por lo que se debería formar comisiones que se encargue de indagar el motivo de ausencia a las reuniones, se podría utilizar como herramienta de recolección de información encuestas, entrevistas o conversaciones de manera directa con los interesados, el gráfico se visualiza en la pregunta 11 del anexo 10.

El 100% de los encuestados determina que no cuentan con una estructura organizacional definida y tampoco han definido su conformación con nombres y responsabilidades, así como establecer en la estructura organizacional quién ocupa los cargos en los estatutos, tomando en consideración que hay ciertos cargos que por ley deben ser considerados, por lo que es indispensable se especifique los roles, funciones y las responsabilidades claras; de tal modo que la organización se desempeñe de manera ordenada, disminuyendo problemas de desempeño, tomando en consideración que para constituir legalmente una asociación es indispensable

determinar algunos cargos, el gráfico se visualiza en las preguntas 12 y 13 del anexo 10, si la estructura no está debidamente estructurada en los estatutos, la misma no será clara y o podrá ser respetada.

El 88% de los entrevistados no han establecido la forma de repartición de excedentes, la definición de ingresos previa a la constitución de la organización es de suma importancia, estableciendo parámetros claros evitando problemas a futuro, por lo que es indispensable establecer escalas remunerativas definidas de manera democrática en función de las habilidades y responsabilidades que cada cargo lo requiera, al igual que la carga laboral y la cantidad producida, el gráfico se visualiza en la pregunta 14 del anexo 10.

El 100% de los entrevistados determina que no se encuentran establecidas y diferenciadas las funciones de gestión y control, por lo que se debe definir quién administrara la organización y quienes realizan la supervisión de actividades, para el buen financiamiento es indispensable diferenciar los roles de gestión y de control, por lo que el gerente no puede realizar actividades económicas, se debe diferenciar claramente estos roles, el gráfico se visualiza en la pregunta 15 del anexo 10.

El 100% de los entrevistados no han definido la forma y duración de la evaluación del desempeño de los cargos y roles asignados, por lo que es indispensable que se determine el tiempo de duración de los cargos, nivel de cargos administrativos es recomendable se plantee un año de permanencia en el puesto, a nivel de cargos directivos se establecerá para dos años, la evaluación de los cargos se debe realizar cada 3 o 6 meses, se deberá crear un bosquejo de evaluación acorde al cargo y sus responsabilidades, al igual a los responsables de evaluar, el gráfico se visualiza en la pregunta 16 del anexo 10.

El 88% de los entrevistados determinan que no se ha estimado los tiempos necesarios, para la ejecución de actividades asignadas, a fin de cumplir los objetivos, es necesario determinar las horas semanales de trabajo que se requiere según las tareas definidas por lo que se debe considerar el tiempo de trabajo no debe ser inferior a la jornada completa establecida, implementando procesos productivos definiendo, tiempos, horas minutos y segundos, el gráfico se visualiza en la pregunta 17 del anexo 10.

### **3.- Educación y Formación Asociativa.**

El 88% cree que los emprendedores no tienen conocimientos adecuados para impulsar la asociatividad, el gráfico se visualiza en la pregunta 18 del anexo 10, es importante que los integrantes participen en programas de capacitación en la UNAM, cursos en línea en CONQUITO, la SEPS, etc., también sería factible realizar alianzas con otras organizaciones ya formalizadas de apoyo a la economía social, los dirigentes deberían incentivar a la postulación de programas y becas laborales o programas que estén alineados a la asociatividad y economía social, así mismo se debe captar al personal que tenga mayor experticia y conocimiento y sean transferidas a los integrantes que lo necesiten.

El 50% de los entrevistados si han realizado capacitaciones y formación técnica, en temas de atención al usuario generados por el GAD, en temas de gastronomía cultural, cuidado de recursos naturales sostenibles, turismo comunitario, guianza en paramos las mismas han sido solventadas por parte de los emprendedores, por lo que es indispensable realizar las gestiones pertinentes en conjunto para alcanzar a generar una programación de capacitaciones en el ámbito de la asociatividad y el manejo administrativo, esto se corrobora ya que el 75% determina que no ha

realizado programas de aprendizaje en temas específicos de la economía social y participativa, al desarrollar un plan de capacitación y aprendizaje se fortalecerá para mejora del desarrollo comunitario, el gráfico se visualizar en la pregunta 19 del anexo 10.

El 75% de los entrevistados determina que no se ha socializado los principios de la economía social, como el sentido solidario del trabajo o la toma de decisiones democráticas por medio de reuniones, por lo que es indispensable realizar reuniones constantes y poner en conocimiento la información de la organización, a fin de fomentar el sentido de pertenencia por lo que es indispensable proporcionar la importancia a las reuniones y a la democracia instando a la toma de decisiones, el objetivo es activar a los integrantes con menos participación a que se incluyan con la organización, se debe tener muy en claro que la información debe estar totalmente transparentada a los integrantes, el gráfico visualiza en la pregunta 20 del anexo 10.

El 75% de los entrevistados, no ha realizado planes y/o programas de aprendizaje de temas específicos de la economía social y participativa, lo cual refleja que los emprendedores no tienen conocimiento en los ámbitos asociativos y comunitarios, por lo que es necesario se desarrolle un plan o programa para el aprendizaje de los principios de la economía popular y solidaria, el gráfico se visualiza en la pregunta 21 del anexo 10.

#### **4.- Liderazgo Asociativo**

El 75% de los encuestados tiene la certeza de que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son capaces de dirigir reuniones de trabajo y posibles asambleas, por lo que se debería buscar la causa de la problemática por medio de reuniones de trabajo y manejar las aptitudes de los

integrantes para la participación día a día, este punto se enlaza directamente a la planificación de capacitaciones y aprendizaje, los entrevistados determinan que se debe fortalecer los canales de comunicación y capacitación, a fin de difundir de manera clara los objetivos comunitarios planteados y mejorar los niveles de coordinación y progreso en la comunidad, el gráfico se visualiza en la pregunta 22 del anexo 10.

El 75% de los entrevistados determina que las personas que se encuentran liderando las actividades representativas son responsables y promueven una gestión transparente, por lo que es indispensable determinar estrategias de mejora, que incluyan el uso de nuevas tecnologías de aplicación social, así mismo el 75% de los encuestados determina que las personas que encabezan la organización escuchan y son capaces de cambiar de opinión, por lo que los integrantes deberían formularse cuales son las problemáticas y plantear a las personas que tienen mayor protagonismo para lograr una mayor inclusión, al no generar este tipo de intervenciones los problemas se pueden ir acumulando y la organización puede correr riesgo de que esta extinga, las decisiones siempre se deben tomar de forma democrática, el gráfico se visualiza en la pregunta 23 y 24 del anexo 10.

#### **5.- Legislación y Normativa**

El 100% de los entrevistados no conocen la normativa aplicable para cooperativas y asociaciones gremiales, al ser parte de un grupo con objetivos comunes asociativos es indispensable tener muy claro los derechos y beneficios, así mismo involucra las responsabilidades y derechos por lo que es indispensable se fomente la implementación de un programa de aprendizaje y capacitación para

debilitar esta brecha de desconocimiento por parte de los integrantes de la comunidad, el gráfico se visualiza en la pregunta 25 del anexo 10.

El 100% de los entrevistados cree que no se cumple con las formalidades de una organización asociativa, todas las agrupaciones que tengan fines asociativos se debe cumplir con formalidades que legalmente se debe cumplir, así mismo es necesario revisar los permisos, certificaciones y patentes para alcanzar cumplir con los objetivos propuestos, se debe tomar en consideración que se deberá pagar algunos valores de patentes y permisos en las diversas entidades estatales, el gráfico se visualizar en la pregunta 26 del anexo 10.

El 63% de los entrevistados determina que si cuenta con personal bajo su responsabilidad haciendo referencia a que el 50% de los entrevistados no ha realizado capacitaciones y formación técnica, por lo que incide en que es indispensable armar un programa de capacitación y aprendizaje en el ámbito de materia laboral, el gráfico se visualiza en la pregunta 27 y 28 del anexo 10.

#### **6.- Tecnología de la Industria y Comunicación**

El 50% de los entrevistados determina que si cuenta con una base de datos la cual permite contactarlos fácilmente, es indispensable que cada uno de los integrantes cuenten con correos electrónicos, permitiendo mantener una comunicación fluida y estable, así mismo permite contar con un registro de lo conversado para posibles toma de decisiones, el complemento de esto radica en el fortalecimiento del manejo de tecnología social a nivel de la comunidad, de igual manera el contacto vía telefónica mensajería móvil, ayuda a ubicar a los integrantes de manera rápida, poniendo en conocimiento o a su vez tomar decisiones inmediatas, el gráfico se visualiza en la pregunta 29 del anexo 10.

El 88% de los entrevistados no cuenta con un sistema informático que permita llevar una data histórica de gestiones realizadas, esto permite visualizar que la parte administrativa se encuentra manejada de una manera empírica, por lo que es indispensable se cuente con herramientas tecnológicas que faciliten la gestión en la organización, tomando en consideración que sea un software de fácil manejo la gran mayoría denominados de código libre, que se encuentra a las medidas y funcionalidades de la organización, el gráfico se visualiza en la pregunta 30 del anexo 10.

El 63% de los entrevistados determinan que en el último semestre ha visualizado difusiones sobre su emprendimiento y el de los demás integrantes, coinciden que lo han efectuado personalmente, por lo que es necesario fortalecer el área de marketing a nivel de actividades socioeconómicas bajo un mismo contexto y las mismas sean difundidas, tengan mayor acogida y las visitas de los turistas sean más recurrentes y repetitivas, el gráfico se visualiza en la pregunta 31 del anexo 10.

### **7.- Red de Apoyo**

El 88% de los encuestados no ha efectuado acercamiento con organizaciones asociativas, para intercambiar modelos de aplicación, es indispensable que las personas que se están liderando realicen las gestiones pertinentes con organizaciones ya creadas y entes públicos y privados, una vez realizado el contacto es bueno mantener el mismo mediante visitas, llamadas, correo electrónico o redes sociales, esta etapa, es crucial en la etapa inicial, con el fin de intercambiar conocimientos y posibles alianzas estratégicos logrando alcanzar mayores beneficios económicos y de difusión tanto de los servicios que se prestan como de la parroquia en general, el gráfico se visualiza en la pregunta 32 del anexo 10.

El 100% de los entrevistados determina que no ha efectuado acercamientos con organismos de apoyo público y/o privado, se liga directamente al análisis anterior por lo que en Ecuador existen organismos creados específicamente para el impulso de economías populares solidarias, asociativas, La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria es una entidad técnica de supervisión y control que busca la estabilidad, solidez para el correcto funcionamiento de este sector, el gráfico se visualiza la pregunta 33 del anexo 10.

El 50% de los entrevistados cree que las personas que visitan la parroquia es por distracción y/o visitas familiares, el 25% por relajamiento y el 25% por cambio de ambiente y conocer nuevos lugares, por lo que es indispensable fortalecer y mantener adecuados los lugares turísticos que sirven de distracción a los visitantes, tomando en consideración que los turistas llegan a la parroquia por visitas familiares, es necesario también fortalecer la calidad de servicios que se presta en la parroquia, con el fin de captar la fidelidad de los visitantes que llegan frecuentemente y su consumo se genere de manera permanente retribuyendo mayores ingresos a la gente de la comunidad, el gráfico se visualiza en la pregunta 34 del anexo 10.

#### **8.-Entorno Socioeconómico**

Las estrategias que actualmente están aplicando los dueños de actividades socioeconómicas, son aplicadas de manera empírica se detalla a continuación; brindar un buen servicio, precios bajos, servicios a domicilio en la parroquia, publicitar por medio de redes sociales, canjes con personas reconocidas recomendando los locales, por lo que es indispensable fortalecer los conocimientos en el área administrativa y definir estrategias globales que mejore la calidad el

servicio y atención de los bienes y/o servicios ofrecidos, con el fin de que los ingresos incrementen y todos los oferentes perciban ingresos, el gráfico se visualiza en la pregunta 35 del anexo 10.

EL 88% determina que no está satisfecho con el apoyo del GAD a los emprendedores, lo cual deja ver que no existe una política pública que motive a los emprendedores a mejorar su nivel de ingresos, no se ha identificado o incorporado en las estrategias vigentes, más la percepción es que el GAD no busca el bienestar, no hay apoyo a los servicios turísticos, se enfocan en otros temas etc., por lo que es importante crear lazos con actores comunitarios y organismos públicos que tengan objetivos sociales que puedan ayudar a que la organización tenga relaciones que se vinculen apropiadamente con su entorno, el gráfico se visualiza en la pregunta 36 del anexo 10.

El 50% de los entrevistados cuenta con un mecanismo verbal de recolección de quejas el 13% mediante un buzón de quejas y el 13% vía whatsapp, el no tener un procedimiento de recolección de quejas estandarizado debilita realizar un feed back que permita mejorar puntos críticos y ofrecer servicios y/o productos de calidad, el gráfico se visualiza en la pregunta 37 y 38 del anexo 10.

## **9.- Financiamiento**

Del total de entrevistados el 75% si estaría dispuesto a aportar con cuotas mensuales, para fomentar la asociatividad en la parroquia de Atahualpa, de los cuales el 25% está de acuerdo en aportar el valor de \$5, el 12.50% en cada una de las opciones determina: \$10 dolares, lo que la mayoría este de acuerdo, \$15, según el porcentaje que se acuerde con la mayoría, un 5 o 10% de las ventas, es necesario tomar en consideración que para iniciar una organización es necesario contar con

valores iniciales como; costos de constitución legal, operaciones iniciales, etc., estos valores deben ser establecidos de manera democrática y en base a la capacidad de los integrantes, estas cuotas son denominadas aporte o cuotas ordinarias, así mismo las fechas límites de pago deben ser establecidos en el estatuto, el gráfico se visualiza en la pregunta 39 del anexo 10.

El 100% de los entrevistados estaría dispuesto a buscar financiamiento en instituciones públicas y/o privadas que apoyen al sector asociativo, cooperativas de ahorro y crédito, por lo que es indispensable buscar fuentes de financiamiento por medio de instrumentos de apoyo al sector asociativo, el 63% de los entrevistados no estaría de acuerdo a buscar financiamiento en la comunidad por medio de redes, amigos y familiares, por lo que la fuente de financiamiento más idónea sería buscar en entidades públicas cumpliendo los requisitos que las mismas soliciten, bajo el análisis de costo beneficio que se genere para la organización, el gráfico se visualiza en la pregunta 40 y 41 del anexo 10.

Del total de los entrevistados el 75% determina que a nivel mensual la cantidad de usuarios que recibe mensualmente es de más de 16 personas, el 13% de 6 a 10 visitantes y el 13% de 11 a 15 visitantes, es preciso fortalecer e incrementar la infraestructura existente y mejorar los servicios ofrecidos, mediante la correcta aplicación de herramientas administrativas, que fortalezcan la asociatividad en la parroquia de Atahualpa, el gráfico se visualiza en la pregunta 42 del anexo 10.

Del total de los entrevistados el 50% cree que los jóvenes no participan activamente en el desarrollo de actividades asociativas, lo cual refleja que no existe interés ni fuentes de trabajo que motive a la juventud a empoderarse temas

relacionados a la asociatividad, el gráfico se visualiza en la pregunta 43 del anexo 10.

## **CAPITULO III**

### **PRODUCTO**

**Modelo de gestión basado en la asociatividad mediante el uso de herramientas de innovación que permitan mejorar los emprendimientos locales de servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa.**

El modelo de gestión surge como una propuesta para fomentar la gestión de las actividades socioeconómicas en la parroquia de Atahualpa, está conformado por fases enfocadas en reforzar las iniciativas asociativas y promover el desarrollo de nuevos emprendimientos, aprovechando los recursos existentes en la parroquia por medio de la promoción y calidad de los productos y/o servicios con el fin de alcanzar la satisfacción del cliente.

Este modelo se convierte en una opción de ingresos complementarios creando empleos y mejora de la calidad de vida de los habitantes de la parroquia, por medio de una organización sólida y estructurada.

Tomando en consideración que actualmente en la parroquia de Atahualpa existe una limitada aplicación de herramientas de gestión administrativa y de fortalecimiento de la asociatividad de los emprendimientos turísticos y basados en el levantamiento de información se evidencia que la oferta y la demanda coinciden que no existe un adecuado manejo de herramientas de fortalecimiento asociativo, por lo que el 75% de los entrevistados están de acuerdo en ser parte de una

asociación, que les permita obtener mayores ingresos, incrementar el número visitas, obtener mayores conocimientos, rediseñar su estructura administrativa con cimientos sólidos y fortalecer la asociatividad comunitaria en la parroquia de Atahualpa, por medio de la inclusión de emprendimientos locales que contribuyan al desarrollo económico y turístico de la comunidad.

El modelo de gestión basado en la asociatividad abarca fases, políticas y estrategias.

## **FASES DEL MODELO.**

### **Planificación.**

Esta fase consiste en la creación de un futuro deseado, es decir se considerará todas las políticas y estrategias, que permitan consolidar el proceso asociativo en la parroquia de Atahualpa, estas políticas se direccionarán en los ámbitos administrativos, organizativos, de talento humano etc., según los requerimientos del cliente interno y externo detectados en el levantamiento de necesidades tanto de oferta y de demanda.

### **Organización**

Esta fase consiste en el manejo de los recursos existentes dentro de la asociación, con el fin de establecer la relación entre el trabajo, el personal y las actividades que se deben ejecutar dentro de la asociación, la finalidad es determinar que tareas se debe efectuar en cada uno de los puestos creados en la estructura organizacional propuesta, por lo tanto se dividirá y coordinará las actividades suministrando los recursos disponibles y la realidad de la asociación, se considerará instrumentos y herramientas técnicas para la creación e implementación de manuales, estatutos, etc., bajo los formatos establecidos y proporcionados por la SEPS, en base a las

necesidades organizativas y en aplicación a lo estipulado en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su respectivo Reglamento.

### **Dirección**

Esta fase permite poner en marcha las políticas, estrategias e instrumentos definidos en la fase de planificación, con el fin de gestionar de una manera responsable los recursos y sobre todo orientar a los asociados a cumplir con las responsabilidades definidas a cada uno, al tratarse de un sector asociativo es necesario cumplir con lo que estipula el Reglamento de la LOEPS, designar un administrador, bajo cualquier denominación, quien será el estratega de la asociación, ejercerá liderazgo comunitario y visionario involucrando a todos los asociados. Como parte de la dirección estará también la Junta Directiva y el máximo órgano de gobierno de la asociación será la Junta General de asociados.

### **Control**

Esta fase se encontrará ligada directamente a la dirección con la finalidad de monitorear, controlar y corregir el desempeño organizacional como parte de la estructura asociativa establecida por la LOEPS, la cual determina la existencia de un órgano de control denominado Junta de Vigilancia, instancia que se encargará de verificar la correcta aplicación de la normativa legal vigente, en la parte administrativa el cumplimiento de políticas establecidas, permitiendo detectar puntos críticos y a su vez medirán los resultados alcanzados versus el planificado con la única finalidad de alcanzar la mejora continua e implementar acciones correctivas orientadas a suplir las necesidades internas y externas detectadas en el análisis de oferta y demanda.

## **POLITICAS**

La definición de políticas se encontrarán relacionadas al giro de las actividades socioeconómicas desarrolladas en la parroquia de Atahualpa, que permitan orientar las acciones a ejecutarse y su implementación sea flexible y eficiente, estas permitirán contribuir el fortalecimiento socio organizativo, la autonomía, estándares de calidad, crecimiento en ventas, conocimiento técnico y de formación, fomentando la sostenibilidad financiera, etc., interactuando entre los asociados y los líderes, con la finalidad de no crear cuellos de botellas, que a su vez permitan reducir las brechas detectadas en el levantamiento de información en la prestación de servicios y/o productos, brindando calidad a nivel global y por ende alcanzar mayor rentabilidad en el giro de las actividades, a continuación se detalla las políticas propuestas:

- Promover el fortalecimiento socio-organizativo, con el fin de cumplir los objetivos relacionados con los grupos de interés y sus relaciones eficientes, que les permita actuar con responsabilidad a los asociados.
- Instituir una estructura organizacional que involucre a todos los asociados de tal manera que se visualice los roles, responsabilidades y derechos de los mismos, conforme a las exigencias establecidas por la normativa legal vigente y su órgano rector.
- Desarrollar autoridad, poder y liderazgo aportando soluciones a las necesidades generadas en la asociación, de tal manera que se visualice la gestión responsable de los recursos y el acompañamiento para con los asociados.

- Fortalecer las capacidades y competencias de los asociados basados en herramientas web, administrativas, productivas, asociativas y formativas, de tal manera que permitan mejorar los conocimientos, habilidades, actitudes y conductas de los asociados.
- Promover una solvencia financiera y excedentes financieros que permitan el incremento de los niveles de ventas ampliando la participación de la asociación en el sector, generando mayores flujos positivos e incremente la rentabilidad de la asociación.
- Fortalecer los productos y/o servicios a nivel de precios competitivos, estandarización de calidad, servicios rápidos y eficientes, que permitan satisfacer los niveles de exigencia de los consumidores ampliando el nicho de mercado a nivel provincial, nacional e inclusive internacional.
- Fomentar las relaciones internas y externas de tal manera que garanticen la comunicación efectiva, entre los grupos de interés fomentando las relaciones comerciales y asociativas.
- Monitorear y controlar el desempeño organizacional, de tal manera que se corrija puntos críticos, mejore el uso y aplicación de herramientas administrativas.

## **ESTRATEGIAS**

### **Estrategias de contribución al fortalecimiento socio-organizativo.**

El fortalecimiento socio-organizativo se realizará mediante el tamizaje efectivo de las personas que deseen ser parte de la asociación, lo que les permitirá mejorar las actividades asociativas en la parroquia de Atahualpa.

También a través de la creación una asociación que fomente el desarrollo local, que permita organizar y capacitar al personal, que realice actividades económicas, mediante el correcto manejo de herramientas administrativas de apoyo como contabilidad, recursos humanos, administración, estrategias de marketing, etc., es decir reestructurar el esquema de gestión y comercialización, en base a la respuesta obtenida del 75% de los entrevistados, quienes manifestaron estar de acuerdo en ser parte de una asociación, con la finalidad de posicionarse en el mercado nacional, consolidando el desarrollo de actividades socioeconómicas y mejorando el trabajo digno y el esfuerzo continuo, lo que contribuirá al mejoramiento de la parroquia.

Para formalizar la constitución de la asociación se deberá cumplir con el procedimiento establecido por la SEPS:

1. Reserva de denominación. (formulario en línea. <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/reps/reserva/reservaDenominacion.jsf>).
2. Formulario único de constitución de Asociaciones. (<https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/reps/constitucion/organizacion/validarReservaDenominacion.jsf>)
3. Certificado de depósito del aporte al fondo social inicial. (1 SBU)
4. Informe favorable de autoridad competente de acuerdo con el objeto social.
5. Obtención de las claves de acceso al Casillero SEPS, por parte del representante legal (SEPS, 2020).

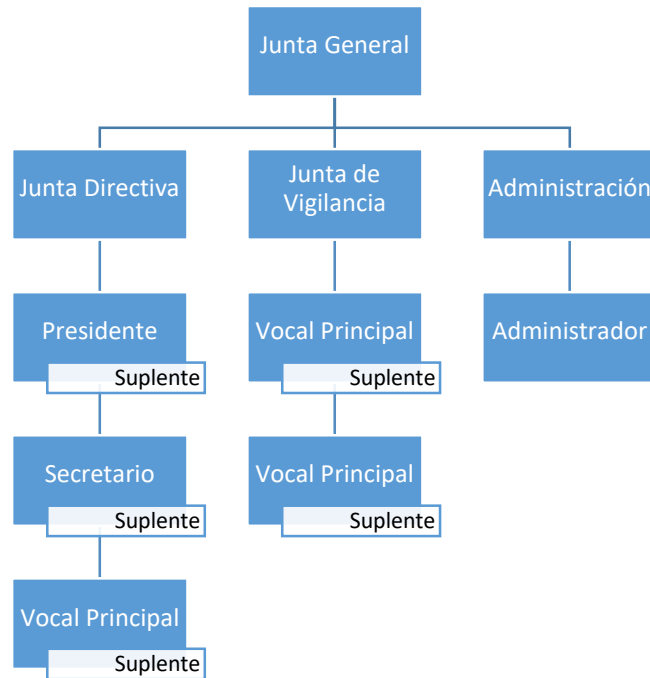
Una vez constituida la asociación, también se creará una marca comunitaria, un nombre comercial, un slogan y/o logotipo, con el fin de posicionarlos en la mente

de los turistas, estos elementos diferenciadores deben estar colocados en los productos y servicios que se oferten en la parroquia de Atahualpa, con la finalidad de alcanzar una representación sólida que permita la integración de un esquema de posicionamiento estratégico, estos deberán ser ubicados en cada uno de los locales existentes, en el marketing digital y/o físico trípticos, que se realice, los diseños deben ser creados en acuerdo de la colectividad al igual que sus colores y formas.

### **Estrategia de establecimiento de estructura organizacional.**

La determinación de los roles, responsabilidades, derechos y atribuciones de los asociados en todos sus niveles, se realizará mediante la elaboración de los estatutos de la asociación, en base a los formatos establecidos por el ente de control, quien emitirá los lineamientos a seguir para la presentación de la documentación habilitante y posterior aprobación.

También, a través de la aplicación del organigrama que se visualiza en el **Gráfico 3 Estructura Organizacional.**, se determinan claramente las atribuciones y deberes, conforme a las exigencias de la normativa legal vigente, específicamente por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, su Reglamento y la SEPS (ente de control), consecuentemente, la estructura interna contempla la existencia de un órgano de gobierno (Junta General), como máxima autoridad; un órgano directivo (Junta Directiva); un órgano de control interno (Junta de Vigilancia) y un administrador, quien tendrá la representación legal, cabe destacar que lo mencionado debe constar en el estatuto social, el bosquejo que se presenta será susceptible a cambios según las necesidades existentes en la asociación.



**Gráfico 3 Estructura Organizacional.**

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Reglamento LOEPS, SEPS

Basados en los lineamientos establecidos por LOEPS, las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la asociación, a continuación se detalla las atribuciones y deberes establecidos para:

**Junta General:**

- Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
- Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
- Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
- Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;

- Aprobar los estados financieros y el balance social de la Asociación;
- Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
- Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos presentados por la Junta Directiva; y
- Resolver la transformación, fusión, decisión y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

#### **La Junta Directiva.**

- Dictar las normas de funcionamiento y operación de la asociación;
- Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
- Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
- Sancionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
- Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
- Presentar, para la aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores; y
- Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

#### **La Junta de Vigilancia**

- Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación;

- Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
- Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el administrador; y,
- Presentar un informe anual de labores a la Junta General.

Las funciones de los miembros de la Junta Directiva se detallan a continuación:

**Presidente:**

- Convocar y presidir de las Juntas Generales y sesiones de Junta Directiva;
- Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
- Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación; y
- Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

**Secretario:**

- Elaborar las actas de las sesiones de la Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
- Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
- Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
- Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación;
- Custodiar y conservar ordenadamente el archivo

- Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que este a su cargo y que le sea requerida;
- Notificar las resoluciones; y,
- Llevar el registro actualizado de la nómina de los asociados, con sus datos personales.

### **Administrador**

- Representar legalmente a la Asociación;
- Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
- Administrar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos, y presupuestos debidamente aprobados; y
- Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.

Los elegidos por mayoría absoluta estarán sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato, cabe destacar que el funcionamiento de los órganos directivos y de control tendrán que regirse a lo estipulado en el Reglamento de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y su Reglamento.

### **Estrategia de fortalecimiento de autoridad**

El desarrollo de autoridad, poder y liderazgo gestionado de manera responsable se realizará mediante la designación de un administrador, quien será el estratega de la organización, ejercerá liderazgo asociativo y visionario involucrando a todos los asociados, será elegido por la Junta General y será el representante legal de la asociación, tendrá la obligación de cumplir y hacer cumplir los lineamientos

dispuestos a los asociados, con lo que estipula el Reglamento de la LOEPS, por lo que deberá presentar un informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General, considerando que es una estructura de orden asociativo e inclusivo, deberá trabajar de manera articulada con los demás órganos como se menciona a continuación:

**El órgano de gobierno, como máxima autoridad (Junta General).**- Serán los que deciden las acciones que se van a realizar, tendrán derecho a un solo voto, se conforma por todos los asociados. Las decisiones generadas en este órgano deberán ser obligatorias para los órganos internos y el total de los integrantes, siempre y cuando no sean contrarias a la Ley, al Reglamento General o a su Estatuto Social.

**El órgano directivo (Junta Directiva).**- Serán los encargados de prestar las condiciones para que los asociados ejecuten las decisiones, se integra por mínimo tres vocales principales, serán electos por la Junta General, se encargará de la fijación de políticas, estrategias, designa comisiones y monitorea la gestión, enfocados al ámbito estratégico.

Los miembros de la Junta Directiva serán elegidos cada dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva, al concluir su segundo periodo, no podrán ser elegidos para ningún cargo hasta después de un periodo.

**El órgano de control interno (Junta de Vigilancia).**- Serán los encargados de supervisar, controlar y observar la correcta ejecución de actividades económicas y cumplimiento de resoluciones de la Junta General y Directiva, se integra máximo por dos vocales principales, elegidas por la Junta General, se encargará de

supervisar la gestión integral, revisará los documentos financieros, no financieros, contables y legales, enfocados al ámbito de control.

Los miembros de la Junta de Vigilancia serán elegidos cada dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva, al concluir su segundo periodo, no podrán ser elegidos para ningún cargo hasta después de un periodo.

### **Estrategia de fortalecimiento de capacidades y competencias.**

Tomando en consideración que alrededor del 88% de los entrevistados no cuenta con conocimientos técnicos, ni capacitaciones, es necesario que el fortalecimiento de capacidades y competencias se realizará mediante la implementación **un plan de capacitación, formación y entrenamiento**, para los asociados que desarrollan actividades socioeconómicas en la parroquia de Atahualpa, la manera más óptima de fortalecer la comunidad y las actividades socio-económicas; es gestionar las mismas por medio de entes públicos (GAD PARROQUIAL) y/o privados, que brinden conocimientos básicos en diversas herramientas de apoyo administrativo tales como; capacitaciones en **emprendimiento**, que abarquen temas básicos de computación, contabilidad básica, manejo de recursos humanos, administración básica, asociatividad, trabajo en equipo etc., **capacitación gastronómica, capacitación en atención al cliente**, al proponer una estandarización de servicio es necesario fortalecer el servicio al cliente interno y externo, con el fin de crear repetición de compra y fidelidad por parte de los turistas, alcanzando un mejor nivel de satisfacción y calidad en el servicio.

A continuación se presenta una serie de sitios web en donde se puede acceder a varios cursos gratuitos:

- La UNAM, Universidad Nacional Autónoma de México, actualmente existe una oferta de 35 cursos <https://www.aprender21.ec/computacion-1/curso-de-computacion-informatica.php>.
- CONQUITO, es una agencia de promoción económica, perteneciente al Municipio de Quito, impulsa el crecimiento económico de Quito y su área de influencia, que permite fomentar el desarrollo productivo y socioeconómico al igual apoya a las políticas nacionales de equidad territorial, mediante la interacción de actores, públicos, privados incentivado la producción local, distrital y nacional, los programas, proyectos y servicios se enfocan en la generación de emprendimientos, desarrollo empresarial y vinculación a negocios inclusivos y cadenas productivas, cabe recalcar que esta agencia cuenta con una Unidad de apoyo a la Economía Popular y Solidaria (Conquito, 2020). <https://www.conquito.org.ec/que-es-conquito/>
- El portal Educaedu Ecuador, ofrece una amplia gama de cursos tanto gratuitos como pagados, los cuales pueden ser gestionados en coordinación con los interesados, <https://www.educaedu.com.ec/cursos/quito--pichincha>

### **Estrategias de solvencia financiera y excedentes financieros**

El promover solvencia financiera y excedentes financieros se realizará mediante el otorgamiento de nuevas condiciones y/o atributos a los productos y servicios como la impresión del slogan y/o logotipo en empaques, servilletas, vajillas e instrumentos utilizados para prestar servicios y/o generar productos que se oferten en la parroquia, con el fin de incrementar los niveles de ventas y ampliar la participación de asociación en el sector.

También se realizará a través de la implementación de nuevas opciones de marketing como; concursos de huecas de platos típicos, organización de ferias para venta de productos propios del sector, el manejo correcto de redes sociales, que permitirá captar turistas, de igual manera a través de la implementación de horarios fijos de atención al cliente, los mismos que agreguen valor y calidad para satisfacer las expectativas de los turistas.

En concordancia con la situación actual, será necesaria la implementación de formas de pago electrónicas como; data fast, transferencias, pay pal, etc., esto facilitará las relaciones comerciales internas y a su vez el crecimiento económico tanto de los emprendedores como de la asociación.

Basado en la inclusión de nuevos servicios al cliente, el cual le otorgue mayor comodidad o satisfacción al cliente, se implementarán nuevas formas de entrega de productos a domicilio, previa cancelación mediante canales automáticos y/o confirmación de pago en efectivo al momento de la entrega.

Así también con el fin de generar mayores niveles de venta y por tanto mejor flujo de efectivo, lo cual generará mayor rentabilidad en la asociación y su colectivo, se ofertarán los productos y/o servicios por medio de redes sociales, llamadas telefónicas, mensajes de whatsapp corporativo, página web, etc., ya que una de las mayores quejas receptadas por parte de los encuestados es que no existen lugares dónde obtener información de los sitios turísticos y de los servicios que se ofertan. Adicionalmente, mediante la creación de islas de información, se intentará subsanar esta observación, es decir cada emprendimiento que sea parte de este modelo de gestión, se convertirá en una isla de información y guía referencial para

los turistas que arriben a la parroquia, en las cuales obtendrán de manera detallada la oferta existente en la comunidad.

Además, a través del líder de la asociación se podrán establecer alianzas estratégicas con actores del GAD parroquial, ligas barriales, etc., a fin de que los links comerciales puedan ser visualizados en las páginas web de los ya mencionados, incitando a los visitantes virtuales a revisar la oferta que se brinda por medio de la asociación y se animen a visitar la parroquia.

Por último se implementará un registro de ventas y/o de facturación por medio de un software comunitario, que permita visualizar las ventas generadas de manera mensual y a su vez se convierta en una base de datos, donde sea fácil conseguir correos electrónicos, números telefónicos dirección, etc., esta herramienta permitirá fidelizar del cliente.

### **Estrategias de productos y/o servicios.**

Bajo al análisis de la demanda alrededor del 88% de los emprendedores no cuentan con herramientas de identificación y/o posicionamiento y tomando en consideración que un producto turístico se conforma de la mezcla de diversos servicios, se realizará a través de la estandarización de un bien tangible e intangible es decir, los servicios deben ser casi personalizados tratando de captar la percepción del cliente, la atención debe ser eficiente, rápida que den soluciones, la base primordial de esto es brindar información clara y concisa de los lugares turísticos, su ubicación, las actividades a realizar los productos disponibles, etc., al cliente, esto se reforzará mediante capacitaciones en atención al cliente como se propone en la estrategia de fortalecimiento y capacidades, al ser un punto álgido la calidad, esta no debe degradarse de un local a otro, todos los asociados deben estar

comprometidos al brindar un servicio de excelencia enfocado totalmente en la satisfacción del cliente captando la fidelidad de consumo.

Así mismo a través de la estandarización de precios que permitirá garantizar al turista obtener productos y/o servicios de calidad, disminuyendo la competencia desleal entre los asociados y fortalecerá procesos productivos que permitan ampliar nichos de mercado a nivel provincial nacional e inclusive internacional.

Finalmente a través de la implementación de un buzón en cada emprendimiento, con la finalidad de receptar sugerencias, inquietudes o quejas/insatisfacción en la prestación de servicios y/o en la venta de productos, esta información permitirá realizar un FEED-BACK y mejorar los servicios y productos ofrecidos, garantizando su calidad y procurando la satisfacción de los requerimientos de los turistas, de esta forma se cumplirá un proceso de mejora continua.

#### **Estrategia de fomento de las relaciones.**

El fortalecimiento de las relaciones internas y externas al igual que la comunicación se realizará mediante acercamientos con las autoridades del GAD parroquial, con la finalidad de realizar gestiones públicas necesarias en apoyo al desarrollo de actividades socioeconómicas en la parroquia, tomando en consideración que una de sus funciones principales es promover el desarrollo sustentable, garantizando el buen vivir mediante el correcto uso e implementación de políticas públicas en el marco de sus competencias constitucionales y legales. Dichas relaciones y alianzas permitirán fomentar la inversión y el desarrollo económico en especial de la economía popular y solidaria, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados y /o juntas parroquiales.

También, a través de las coordinaciones tanto horizontales como verticales con los representantes de cada barrio, las personas que realizan actividades socioeconómicas, el GAD parroquial para realizar la planificación de mingas y elaboración de señalética, de igual manera difundir el eslogan en las actividades que se realicen en la parroquia, fortaleciendo las redes sociales más destacadas y promover que los turistas asistan a las festividades más importantes tales como: Las fiestas de San Pedro, Carnaval, las fiestas de la Virgen del Quinche, campeonatos deportivos, etc.

### **Estrategias de desempeño organizacional**

El monitoreo y control del desempeño organizacional se realizará a través del análisis de los informes emitidos por la Junta Vigilancia, al ser un órgano de control dentro de la asociación, permitirá visualizar falencias detectadas en las diferentes áreas, esto permitirá tomar medidas correctivas inmediatas y por ende fortalecerán la asociatividad, esto tiene que ir a la par de la aplicación del manual de control interno para organizaciones del sector asociativo con el fin de no incumplir con la normativa legal vigente.

También a través de la aplicación del ciclo de **calidad de Deming**, que permita realizar un feed back e ir mejorando la ejecución de procesos en el desempeño organizacional y la prestación de servicios y/o venta de productos, mediante la autoevaluación de los procesos que se vayan estableciendo durante la implementación de presente propuesta, para lo cual se recopilará los problemas detectados como: mala atención al cliente, falta de infraestructura, de conocimientos técnicos, de mantenimiento de instalaciones y/o senderos, puntos críticos detectados en la encuesta realizada a los demandantes, la elaboración de un

plan de acción y la correcta aplicación de tareas planificadas y monitoreadas permitirá ofrecer servicios y productos de calidad a nivel global.

De igual manera a través de la implementación de herramientas de control como los de buzones de sugerencias que permitirá tomar medidas correctivas y rediseñar los procesos críticos, pero sobre todo tomar medidas preventivas las cuales fortalecen los factores de mejora, con el fin de que la comunidad incremente su nivel de vida y se ofrezca servicios y productos de calidad, es decir tanto oferta y demanda se sientan atendidas de manera eficiente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

La situación actual a nivel mundial por motivos de la COVID-19, se convirtió en una de las causas fundamentales para que el sector turístico y sus actividades conexas, decaigan y pongan en riesgo millones de plazas de trabajo, afectando a los niveles de ingreso y por ende el nivel de vida de la gente, esto ha obligado a las autoridades a buscar mecanismos de reactivación de este sector, basándose en el supuesto de un levantamiento progresivo, más sin embargo el volver a posicionarse en las estadísticas de años anteriores, duraría entre 2 y 4 años, por lo que es indispensable implementar mecanismos y protocolos responsables para incentivar el turismo, mediante el uso de herramientas de fortalecimiento comunitario, que permitan incrementar los ingresos en la parroquia de Atahualpa.

La limitada aplicación de herramientas de gestión administrativa y de fortalecimiento de la asociatividad de emprendimientos turísticos en la parroquia de Atahualpa ha generado que las actividades socioeconómicas que actualmente existen se manejen empíricamente, participando contados pobladores de la zona, dado por la falta de conocimiento y experticia lo cual provoca un declive en las actividades y su economía, el incentivar a los pobladores a que sean los encargados de aplicar técnicas administrativas de gestión local permitirá alcanzar el desarrollo y por ende se conservarán los recursos naturales y culturales existentes.

El perfil del turista que visita la parroquia de Atahualpa corresponde a un visitante nacional, que posee poder de decisión y de gasto, su estadía dura un periodo de dos a tres días, el motivo de visita de mayor incidencia es el turismo,

perfilando a la parroquia como un lugar de relajamiento y distracción para las familias, se ha detectado que existe una brecha entre la prestación de servicios en general y la infraestructura en la cual se desarrollan los mismos, la falta de diversificación de productos y/o servicios, determina que no son de satisfacción total para el turista, lo cual ha generado la reducción de ingresos para los emprendedores de la parroquia. La perspectiva del turista a nivel global establece que se debe mejorar el área administrativa de los emprendimientos y la interacción con el GAD parroquial, con el fin de que los potenciales turistas logren hacer turismo de manera continua en la zona.

Al realizar el análisis de la oferta se identificó que los emprendimientos que se desarrollan en la parroquia de Atahualpa, son considerados sustentables a nivel económico social y ambiental, más no disponen de un modelo de gestión basado en la asociatividad, lo cual no les permite desarrollar herramientas administrativas para la implementación de una organización definida, con responsabilidades y obligaciones claras limitando al desarrollo de estrategias y/o planes de gestión, esto implica que la toma de decisiones no sea la más idónea y los responsables no actúen de manera oportuna.

A nivel global existe un desconocimiento de la aplicación de la normativa legal vigente lo cual genera incumplimiento de las responsabilidades y obligaciones de carácter tributario, social, administrativo, esto se da a consecuencia que no existe planes y/o programas de capacitación y formación en ámbitos administrativos, turísticos, de mejora en la calidad del servicio, etc., provocando una subutilización de los recursos existentes como la no aplicación y uso correcto de la tecnología y canales de comunicación internas y externas, que permitan sistematizar procesos

básicos de control y mejora, con lo mencionado se puede aseverar que las actividades socioeconómicas en la parroquia de Atahualpa no se encuentran vinculadas unas con otras, lo que provoca que la calidad de sus servicios no sean integrales y no se satisfaga completamente los gustos y preferencias de los consumidores.

Los miembros de la comunidad dedicados a las actividades productivas, encuentran en el modelo asociativo una oportunidad de crecimiento en sus actividades, la cual permite reestructurar el área administrativa a nivel asociativo, mejorando sus procesos productivos tratando de implementar una mejora continua para la entrega de bienes y servicios de calidad, fomentando el crecimiento turístico y económico de la población de la parroquia de Atahualpa.

Con el diseño de un modelo de gestión basado en la asociatividad, mediante el uso de herramientas, se alcanzará niveles de sostenibilidad permitiendo obtener resultados beneficiosos en los integrantes y en la comunidad tanto a nivel de ingresos como en los servicios brindados, la sostenibilidad en el ámbito financiero y de gestión, estabilidad organizativa, capacidad para resolver conflictos, independencia, permanencia en el mercado y control, estos componentes conllevan a una gestión administrativa efectiva y holística, en el cual se vean incorporados todos los actores internos y externos que formen parte de la comunidad.

Al existir una debilidad en el sector turístico debido a la pandemia mundial que actualmente se está cursando, a eso sumado la limitada aplicación de herramientas administrativas y de fortalecimiento de la asociatividad a emprendimientos turísticos en la parroquia de Atahualpa, ha provocado que los ingresos y nivel de

vida de los integrantes de la comunidad se vean reducidos, por lo que con la finalidad de fortalecer la asociatividad comunitaria por medio de la inclusión de emprendimientos locales, se efectúa un análisis tanto de oferta y demanda, el cual permite determinar la existencia de brechas para la satisfacción por parte de los turistas, tanto en servicios como en infraestructura, más a nivel de emprendedores se determina que no disponen de un modelo de gestión basado en la asociatividad en el cual se refleje herramientas administrativas aplicables. Lo mencionado permite aseverar que; los miembros de la comunidad dedicados a las actividades productivas, encuentran en el modelo asociativo una oportunidad de crecimiento en sus actividades y en el ámbito económico, por tal motivo se propone implementar un modelo de gestión basado en la asociatividad mediante el uso de herramientas de innovación que permitan mejorar los emprendimientos locales de servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa, con el fin de fortalecer la asociatividad comunitaria, mediante la inclusión de emprendimientos locales que contribuyan al desarrollo económico y turístico, lo cual da solución a la problemática planteada y a cada uno de los objetivos tanto general como específicos desarrollados en la presente investigación

### **Recomendaciones.**

Trabajar de manera conjunta con las autoridades y la comunidad, permitirá mejorar el manejo de protocolos y medidas de bioseguridad para turistas en la parroquia de Atahualpa, a fin de dar confianza a los visitantes e ir reactivando de manera progresiva las actividades socioeconómicas, mitigando las afectaciones que produjo la pandemia en el ámbito económico.

Juntarse en procesos asociativos permitirá mejorar el desarrollo de las actividades socioeconómicas en la parroquia de Atahualpa, con el fin de aplicar técnicas administrativas y asociativas de manera idónea, que logre incrementar los niveles de ingresos, fuentes de trabajo, nivel de vida, y sobre todo que los miembros de la comunidad se integren y sean los responsables del manejo de los recursos existentes.

Realizar de manera permanente el análisis del nivel de satisfacción de los turistas, permitirá a los oferentes actualizar sus productos y/o servicios acorde a las necesidades del consumidor disminuyendo las brechas para la satisfacción del cliente, otorgándoles confianza y seguridad, al ser parte de un modelo de gestión basado en la asociatividad.

Aplicar el modelo de gestión propuesto basado en la asociatividad, mediante el uso de herramientas de innovación, permitirá mejorar los emprendimientos locales de los servicios turísticos en la parroquia de Atahualpa, enfocados en el uso de herramientas que faciliten el desarrollo de capacidades, así como estrategias acordes a la realidad nacional y se oriente a la oportuna toma de decisiones, distribución de actividades, responsabilidades, cumplimiento de obligaciones

legales, administrativas y liderazgo, las mismas enmarcadas en el ámbito asociativo.

Estructurar un modelo de gestión que permita facilitar las relaciones entre los miembros de la comunidad, a la vez que mejorar y profesionalizar los procesos administrativos y técnicos, gestionando instrumentos administrativos, convenios con organizaciones privadas, públicas e inclusive con el GAD parroquial, de tal manera que se fortalezca el desarrollo de las actividades socioeconómicas que se realizan en la parroquia de Atahualpa.

## BIBLIOGRAFIA

- Agüera, F. O. (2013). El Turismo Comunitario como Herramienta para el Desarrollo Sostenible de Destinos Subdesarrollados. España: Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences.
- Alcalde, J. C. (18 de Octubre de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/emprendimiento-social.html>
- Alonso, G. J. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. Revista Lider, 9-28.
- Altamar, J. D. (8 de junio de 2012). Finanzas personales. Obtenido de <https://www.finanzaspersonales.co/opinion/blogs/entrada-blog/consumo-generacional-los-baby-boomers/48195>
- Alvarez, S. (2002). Capital social y concepciones de la pobreza en el discurso del Banco Mundial. Su funcionalidad en la 'nueva cuestión social (Ediciones Al Margen ed.). Buenos Aires: Instituto del Conurbano: Universidad Nacional de General Sarmiento. Recuperado el 10 de Octubre de 2020
- Álvaro, D. (2010). "Los conceptos de "comunidad" y "sociedad" de Ferdinand Tonnies. En Papeles del CEIC (págs. 1-24). CEIC.
- Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., & Herrera, D. (2013). Orientaciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Gestión Asociativa. San Salvador, El Salvador: IICA. Recuperado el 09 de 08 de 2020, de [www.iica.int](http://www.iica.int)
- Arias, R. (2015). Prospectiva Estratégica De Desarrollo En Comunidades Rurales Del Territorio Kichwa Amazónico Colonizado. La Habana.
- Armijos, L., & Gómez, J. (2017). La Prospectiva Estratégica comp Herramienta de Planificación en Instituciones de Educación Superior.

Asamblea Nacional del Ecuador. (18 de Febrero de 2020). Ley Orgánica de Empredimiento e Innovación. Quito: Registro Oficial No. 151. Obtenido de <https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/12640-suplemento-al-registro-oficial-no-151>

Asamblea Nacional. (02 de octubre de 2017). Plan Nacional del Buen Vivir, Toda una Vida. Quito, Pichincha, Ecuador.

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2010, 22 de octubre ). Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. Quito : Registro Oficial 306. Obtenido de <https://amevirtual.gob.ec/codigo-organico-de-planificacion-y-finanzas-publicas-copfp/>

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2020, 21 de febrero). Ley Orgánica de Empredimiento e Innovación. Quito: Registro Oficial 151. Obtenido de <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-empredimiento-innovacion>

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008,20 de octubre). Constitución de la República del Ecuador. Alfaro, Montecristi: Registro Oficial 449. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/registro-oficial/2020/01/registro-oficial-no30-lunes-27-de-enero-del-2020-edicion-constitucional>

Asamblea Nacional del Ecuador. (23 de Octubre de 2011, 10 de mayo ). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial 444 . Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?762>

- Aquilla, L., & Ordóñez, E. (2013). La Economía Popular y Solidaria y los emprendimientos en las localidades de la Parroquia Rural San José, Ecuador. Quito: Servicios Académicos Intercontinentales.
- Banco Central del Ecuador. (2019). Cuentas Nacionales Trimestrales. Quito.
- Barkin, D. (2005). Hacia una comprensión de la nueva ruralidad, Los actores sociales frente al desarrollo rural.
- Bautista, & Naranjo, S. (2015). Reglamento de Alojamiento Turístico. Quito. Recuperado el 30 de Agosto de 2020
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Boada, A., Gómez, G., & Alzate, I. (2018). Desarrollo endógeno y sustentable mediante un modelo de planificación estratégica. Espacios, 9.
- Burgos, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Cadenas. (1974). Blog Carlos Gonzales . Obtenido de <https://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>
- Caiza, P. (2018). "Ensayo El turismo comunitario, una alternativa al desarrollo local desde la cooperación internacional. Ensayo Desarrollo Sostenible, Interculturalidad y Cooperación. Ecuador.
- Cannizzaro, A. (17 de octubre de 2019). Wikipedia. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo\\_end%C3%B3geno](https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_end%C3%B3geno)

- Cañada, E. (2012). *Perspectivas del Turismo Comunitario: Cómo mantener vivas las comunidades rurales*. Madrid: Foro de Turismo Responsable, Red de Consumo Solidario.
- Caribe, A. d. (2012). ACS AEC. Obtenido de [http://web.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario#\\_ftn1](http://web.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario#_ftn1)
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos.
- CEPAL. (2020). *Construir un nuevo futuro, una recuperación transformadora con igual sostenibilidad*. Copyright © Naciones Unidas.
- Cevallos, F. (9 de Noviembre de 2020). Trabajo de Titulación y Líneas de Investigación . Quito.
- Coloma, A. (2009). Una aproximación a la intervención del Trabajo Social comunitario en situaciones de catástrofes y desastres. *Cuadernos De Trabajo Social*, 22, 243-257.
- Conquito. (22 de Octubre de 2020). CONQUITO, Agencia de Promoción Turística. Obtenido de <http://www.conquito.org.ec/desarrollo-empresarial-e-innovacion/>
- Coraggio, J. (2004). “Una alternativa socioeconómica necesaria: la economía social”. Buenos Aires, Altamira: Política social y economía social.
- Coraggio, J. (2011). *Economía Popular y Solidaria*. Quito: Abya-Yala.
- Costa, M., Armijos, V., Valentin, M., Loaiz, F., & Aguirre, G. (2018). Claves determinantes en la formalización de un modelo de gestión de impulso del desarrollo sostenible de empresas asociativas rurales: estudio de las

sociedades agro-productivas en el Ecuador. Revista Espacios, 17.

Recuperado el 15 de 11 de 2020

Coulter, R. (2010). Administración (10 ed.). México: Pearson Educación.

Dagnino, Renato. (2008). Tecnología Social. Brasil: Grupo de Análisis de Políticas de Innovación (Gapi).

Del Campo, A. M. (1 de Octubre de 2018). IEBS. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/millennials-xennials-generacion-marketing-digital/>

El pensante. (15 de junio de 2020). Obtenido de <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-de-campo/>  
<https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-de-campo/>

Espinel, F., & Pacheco, D. (2016). Reglamento de Guianza Turística. Limón Indanza. Recuperado el 30 de 08 de 2020

Fajardo, E. (2015). Planificación estratégica integral de la asociación de mujeres combatientes de la parroquia san pablo de Shaglli. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3079/1/tm4a49.pdf>

Fernandez, M. (2008). Fundamentos teóricos del desarrollo territorial y local. el capital social. Cuenca: Cebrián Abellán.

Fernández, M. J. (2015). Agente de desarrollo y empleo local. Sevilla: Formación Alcalá.

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación el empleo y el desarrollo local . Buenos Aires: INTA.

GAD Parroquial de Atahualpa. (2012-2025). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Atahualpa. Quito.

- Gaiger, L. I. (18 de Febrero de 2020). Emprendimiento Económico Solidario. Obtenido de <http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b>
- Galán, J. S. (15 de Octubre de 2020). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/economia-social.html>
- García, E. (10 de Noviembre de 2016). El Ciclo de Deming: La gestión y mejora de procesos. Obtenido de <https://equipo.altran.es/el-ciclo-de-deming-la-gestion-y-mejora-de-procesos/>
- Huneeus, C., Huneeus, S., & Urbani, P. (2016). Manual para apoyar la gestión de proyectos asociativos: cooepativas y asociaciones gremiales. Santiago de Chile: División de Asociatividad y Economía Social.
- Ilabel, G. (2004). Medicion de la Capacidad emprendedora de microempresarios. Andalucía. España: IAUIA.
- INEC. (2020). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)-INEC. Quito.
- Levin, & Rubi. (13 de abril de 2015). Blog Carlos Gonzales. Obtenido de <https://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>
- Liendo, M. G., & Martinez, A. M. (Noviembre de 2001). Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, Asociatividad, una Alternativa para el desarrollo y Crecimiento. Argentina.
- Lugo, Z. (25 de agosto de 2020). Población y muestra. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>
- Macias, J. (28 de octubre de 2012). Monografias.com. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos93/turismo-sostenible-ecuador/turismo-sostenible-ecuador.shtml>

- Mantero, J. C., Bertoni, M., & Barbini, B. (2016). Encuesta a Turistas. Mar de Plata.
- Marcello, G., Guerrero, G., Peral, E., Uriona, B., Jaramillo, M., & Giraldo, V. (2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA. Madrid: Fundación CODESPA.
- Mares. (22 de 08 de 2017). Mares Madrid. Obtenido de <https://maresmadrid.es/actualidad/economia-social-y-solidaria/>
- Mencías, J., & Oglietti, G. (26 de Mayo de 2020). Celag.org. Obtenido de <https://www.celag.org/covid19-y-el-desplome-del-turismo-en-latinoamerica/>
- MINTUR. (2018). Metodología para inventario de atractivos turísticos. Quito. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020
- Montejo, M., & Bravo, A. (2010). La innovación en sentido amplio: un modelo empresarial. Madrid: Gráficas Arias Montano, S.A. Recuperado el 30 de mayo de 2020, de <http://www.cotec.es>
- Montero, M. (2010 ). Fortalecimiento de la Ciudadanía y Transformación Social: Área de Encuentro entre la Psicología Política y la Psicología Comunitaria. Revista Psykhe, 51-63.
- Moreno, E. (2011). Turismo sostenible, cadena de valor y participación comunitaria en Suesca (Cundinamarca), Colombia. Turismo y Sociedad, 197-214.
- Muñoz, C. (2011). Como elaborar y asesorar una investigación de tesis. Mexico: Prentice Hall.
- Musitu, G., & Buelga, S. (2004). Desarrollo Comunitario y Potenciación. Barcelona: UOC.

- OIT. (20 de 01 de 2020). Organizacion Internacional del Trabajo. Obtenido de <https://www.ilo.org/global/topics/decent-work/lang--es/index.htm>
- OMT. (2020). El turismo internacional sigue adelantando a la economía global.
- OMT. (12 de 11 de 2020). Unwto Tourism Dashboard (Organización Mundial del Turismo). Obtenido de <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>
- OMT, O. M. (Julio de 2012). World Tourism Organization. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: [sdt.unwto.org/es/content/definicion](http://sdt.unwto.org/es/content/definicion)
- Pérez, E., Ramos, A., & Rodríguez, H. (Octubre de 2014). Revista de los desarrollo local sostenible. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/delos/21/conservacion.html>
- Perreault, W., & Kenan, J. i. (2013). Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach. EE.UU: McGraw-Hill Education.
- Plan Nacional de Desarrollo, Toda una Vida. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017 2021, Toda una Vida.
- PNDU. (1989). La comunidad urbana y la vivienda productiva. Sugerencias para el desarrollo de actividades productivas como eje del mejoramiento de los asentamientos urbanos pobres”, Proyecto Regional para la Superación de la Pobreza,. Cartagena, Colombia .
- Procasur. (12 de 06 de 2020). Manejo de Turismo Comunitario - Ecuador. Quito: Procasur.
- Raffino, M. (11 de Noviembre de 2020). Desarrollo Económico. Obtenido de <https://concepto.de/desarrollo-economico/>

- Regueiro, D. (6 de septiembre de 2012). Marketing&Estrategia. Obtenido de <https://www.marketingyestrategia.com/la-promesa/>
- Rodríguez, A. (2 de 04 de 2010). Slide Share. Obtenido de <https://es.slideshare.net/Luzdairy/tecnologa-social-5898055>
- Rodríguez, V. (19 de 03 de 2012). Blogg Protegiendo el ambiente. Obtenido de <https://protegiendoalambiente.wordpress.com/>
- Ruiz, D., & Carrión, E. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y sostenibilidad social. Quito: Abya Yala.
- Rumbo, A. (29 de 07 de 2013). Slideshare. Obtenido de <https://es.slideshare.net/anibalrumbo/trabajo-decente-conceptos>
- Sampieri, R., Torres, C., & Mendoza, P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cauntitativa, caulitativa y mixta. México: Mc Graw Hill.
- Scheaffer, R. (1987). Elementos de muestreo. México: Grupo Editorial Iberoamérica.
- Secretaria Tecnica Plan Toda una Vida. (s.f.). Estrategia de Fortalecimiento Comunitario. Quito.
- Secretaría Técnica Plan Todo una Vida. (16 de mayo de 2020). Secretaría Técnica Plan Todo una Vida. Obtenido de Secretaría Técnica Plan Todo una Vida: <https://www.todaunavida.gob.ec/estrategia-de-fortalecimiento-comunitario/>
- Senplades. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito: CNP.
- SENPLADES. (2017). El Plan para el Buen Vivir 2017-2021.
- SENPLADES. (22 de Septiembre de 2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

- SENPLADES. (25 de Septiembre de 2020). *Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- SEPS. (12 de Agosto de 2020). *Super Intendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/interna?conoce-la-eps>
- SEPS. (4 de Noviembre de 2020). *Super Intendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/interna?conoce-la-eps>
- Significados.com*. (21 de 11 de 2017). Obtenido de Reciprocidad: <https://www.significados.com/reciprocidad/>
- Valdez, L. R. (2006). *Comunidades productivas: asociatividad y producción en el territorio*. República Dominicana : Instituto para el Desarrollo y Producción Organizada. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros/index.html>

## ANEXO 1

### SERVICIOS TURÍSTICOS

ACTIVIDAD / SERVICIO	CLASE /TIPO	CAPACIDAD	# DE EMPLEADOS
Artesanías Habaspamba	Cultural	1	0
Turisiando en la ruta escondida	Guianza	1	0
Balneario El Paraíso	Recreativo	30	2
Turismo extremo	Recreativo/deportes extremos	25	1
Granja Amiga	Criadero de cuyes	50	1
Granja Tío Tore	Faizanes – aves exóticas	10	1
Soda Bar / Coliseo Deportivo	Recreativo	500	0
Bar la Cobacha	Recreativo	50	1
<b>Hoteles, Hosterías</b>			
Hotel Diablo Huma Hospedaje y gastronomía 20 5			
Hostal Allpalinda	Hospedaje	16	1
Hostal Inca Real	Hospedaje	20	2
<b>Restaurantes</b>			
Restaurante Don Jimmy	Gastronómico	12	1
Restaurante Doña Anita/asados	Gastronómico	20	2
Comedor Nahomi/Boulevard	Gastronómico	20	2
<b>Otros</b>			
Escuela Español Rumiñahui	Educativo	6	1

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025)

## ANEXO 2

# GUÍA PARA UNA ENTREVISTA ESTRUCTURA PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS Modelo de Guía Entrevista



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### Objetivo:

La presente guía está dirigida para los emprendedores que realizan actividades socioeconómicas en la parroquia de Atahualpa, tiene como finalidad recopilar data referente a los servicios que se ofrecen en la parroquia

### PROYECTO Y CAPACIDAD EMPRESARIAL

**1. ¿Le gustaría ser parte de una asociación comunitaria?**

- a. Si
- b. No

Por qué: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**2. ¿Actualmente en la parroquia de Atahualpa, se cuenta con estrategias y planes de gestión definidos?**

- a. Si
- b. Más o menos definida
- c. No

**3. ¿Cómo emprendedor en la parroquia de Atahualpa considera que las actividades socioeconómicas que se ejecutan en la misma son sustentables en el entorno económico, social y ambiental?**

- a. Si
- b. No

¿Por qué?

---

---

4. **¿Los procesos productivos que se realizan cuentan con una organización definida?, es decir cuenta con un organigrama en su emprendimiento, las personas saben que actividades deben ejecutar.**
- a. Si
  - b. No
  - c. Si la respuesta es sí detalle que procesos utilizan

---

---

5. **¿Dentro de su emprendimiento lleva registros contables, control en el manejo de personal?**
- a. Si
  - b. No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

6. **¿Para la toma de decisiones entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se ponen de acuerdo fácilmente, a fin de reaccionar con prontitud y prolijidad?**
- a. Si
  - b. No
7. **¿Entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se han puesto de acuerdo para realizar la viabilidad del proyecto asociativo?**
- a. Si
  - b. No
8. **¿Cuál es la capacidad disponible de atención, con la que cuenta en su emprendimiento?**
- a. De 1 a 5 usuarios
  - b. De 6 a 10 usuarios
  - c. De 11 a 15 usuarios
  - d. De 16 usuarios

### **ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ASOCIATIVA**

1. **¿Entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se han planteado objetivos de orden asociativo y las expectativas de cada socio?**
- a. Si
  - b. No

Si su respuesta es sí detalle los mismos.

---

---

**2. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se ha sentido parte de una asociatividad o proyecto en común, donde cada uno aporta con lo necesario para cumplir con los objetivos?**

- a. Si
- b. No

Por qué?

---

---

**3. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se realiza convocatorias y participación en las reuniones, a fin de tomar decisiones?**

- a. Si
- b. No

**4. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa cuentan con una estructura organizacional definida?**

- a. Si
- b. No

**5. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, han definido su conformación con nombres y responsabilidades? (Estructura Organizacional)**

- a. Si
- b. No

**6. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han establecido la forma de repartición de excedentes?**

- a. Si
- b. No

**7. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se encuentra establecidas y diferenciadas las funciones de gestión y control?**

- a. Si
- b. No

**8. ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han definido la forma y duración de la evaluación del desempeño de los cargos y roles asignados?**

- a. Si
- b. No

9. **¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han estimado el tiempo necesario para la ejecución de actividades asignadas, a fin de cumplir los objetivos?**
- a. Si
  - b. No

**EDUCACIÓN Y FORMACIÓN**

1. **¿Cree usted que los emprendedores tienen los conocimientos adecuados para impulsar la asociatividad?**
- a. Si
  - b. No
2. **¿Han realizado gestiones para alcanzar capacitaciones y formación técnica de los emprendedores?**
- a. Si
  - b. No
- ¿De ser su respuesta Si detalle cuáles?**
- 
- 

3. **¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se ha socializado los principios de la economía social, como el sentido solidario del trabajo, o la toma de decisiones democráticas por medio de reuniones?**
- a. Si
  - b. No
4. **Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han realizado planes y/o programas de aprendizaje de temas específicos de la economía social y participativa**
- a. Si
  - b. No

**LIDERAZGO ASOCIATIVO**

1. **¿Creen que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son capaces de dirigir reuniones de trabajo y posibles asambleas?**
- a. Si
  - b. No

Por

qué:

---

---

2. **¿Creen que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son responsables y promueven una gestión transparente?**
  - a. Si
  - b. No
3. **¿Las personas que encabezan escuchan y son capaces de cambiar de opinión?**
  - a. Si
  - b. No

### **LEGISLACIÓN Y NORMATIVA**

1. **¿Usted conoce la normativa que aplica a las cooperativas y asociaciones gremiales?**
  - a. Si
  - b. No
2. **¿Usted cree que se cumple las formalidades de una organización asociativa?**
  - a. Si
  - b. No
3. **¿Cuenta con personal laborando bajo su responsabilidad?**
  - a. Si
  - b. No
4. **Conoce las formalidades legales para la gestión correcta en el manejo de personal, por ejemplo, pagos de beneficios sociales, responsabilidad como patrono, sus beneficios y obligaciones existentes, tipos de contratación etc.**
  - a. Si
  - b. No

### **TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

1. **Forma parte de una base de datos la cual permita contactarlos fácilmente?** (correo electrónico y/o teléfono)
  - a. Si
  - b. No
2. **¿Cuenta con un sistema informático que permita llevar una data histórica de gestiones realizadas? Ventas años anteriores, registros de visitante, etc.**
  - a. Si
  - b. No
3. **¿En el último semestre ha visualizado difusiones sobre su emprendimiento y el de los demás integrantes?**
  - a. Si
  - b. No

De ser si la respuesta detalle cuales, en que costos ha incurrido o son por iniciativa propia.

---

---

### **RED DE APOYO**

1. **¿Se ha hecho acercamientos con organizaciones asociativas, para intercambiar modelos de aplicación?**
  - a. Si
  - b. No
2. **¿Tiene conocimiento si se ha hecho acercamientos con organismos de apoyo público y/o privado?** (fundaciones, organizaciones internacionales, centros de estudios, ONG, universidades ministerios, secretarias, GAD'S parroquiales etc.).
  - a. Si
  - b. No
3. **¿Cuál es el motivo por el cual cree usted que se visite la parroquia?**
  - a. Distracción
  - b. Relajamiento
  - c. Cambio de ambiente
  - d. Conocer nuevos lugares
  - e. Otros, detalle

---

---

### **ENTORNO SOCIOECONÓMICO**

1. **¿Qué tipo de estrategias ha aplicado para darse a conocer en la zona?**

---

---

2. **¿Está usted satisfecho con el apoyo que da el GAD a los emprendedores?**
  - a. Si
  - b. No

**¿Por qué?**

---

---

---

3. **¿En su emprendimiento con que mecanismo cuenta para la recolección de quejas? (buzón de quejas, vía email, whatsapp, verbal).**
- 
- 

4. **¿Cuál es el motivo por el cual cree que visitan la parroquia?**
- a. Distracción
  - b. Relajamiento
  - c. Conocer nuevos lugares
  - d. Cambiar de ambiente
  - e. Visitar familiares

**FINANCIAMIENTO**

1. **¿Estaría dispuesto a aportar con cuotas mensuales para fomentar la asociatividad en la parroquia de Atahualpa?**

- a. Si
- b. No

De ser su respuesta SI detalle el valor máximo que estaría dispuesto a aportar\_\_\_\_\_

2. **¿Estaría dispuesto a buscar financiamiento en instituciones públicas y/o privadas que apoyen al sector asociativo, cooperativas de ahorro y crédito?**

- a. Si
- b. No

3. **¿Estaría de acuerdo buscar financiamientos en la comunidad, por medio de redes, amigos y familiares?**

- a. Si
- b. No

4. **Detalle la cantidad de visitante que recibe mensualmente?**

- a. De 1 a 5 visitantes
- b. De 6 a 10 visitantes
- c. De 11 a 15 visitantes
- d. Más de 16 visitantes

5. **¿Cree usted que los jóvenes de la parroquia participan activamente del desarrollo de actividades asociativas?**

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. Nunca

**¡¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!**

## ANEXO 3

### ENCUESTA PARA TURISTAS

#### Modelo de la Encuesta.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

#### Gustos y Preferencias por el Turismo ¡¡TRIP!!

La presente encuesta tiene la finalidad de conseguir información sobre las perspectivas que tiene los visitantes de las actividades socioeconómicas que se realizan en la parroquia de Atahualpa, a fin de implementar mecanismos de fortalecimiento comunitario, que permita brindar servicios de calidad, para un pronto retorno.

\*Obligatorio

Dirección de correo electrónico \* \_\_\_\_\_

#### INFORMACIÓN PERSONAL

**1. Género**

- a. Masculino
- b. Femenino

**2. Nacionalidad** \_\_\_\_\_

**3. Edad:**

- a. Menos de 18
- b. De 18 a 24

**4. Educación**

- Primaria
- Secundaria

- c. De 25 a 40
- d. De 41 a 60
- e. Mayor a 60

Superior

Otro/a: \_\_\_\_\_

**5. Ocupación:**

- a. Funcionario público
- b. Empresario
- c. Retirado- Jubilado
- d. Independiente
- e. Empleado privado
- f. Otro: \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DEL VIAJE**

**6. ¿Es la primera vez que visita la Parroquia de Atahualpa?**

- a. Si
- b. No

**7. ¿Ha visitado la Parroquia de Atahualpa en los últimos 5 años?**

- a. Si
- b. No

Si su respuesta es Sí ¿Qué lugares? \_\_\_\_\_

**8. ¿Por lo regular con cuantas personas visita la parroquia?**

- a. Solo
- b. Con familia (número de personas \_\_\_\_\_)
- c. Con amigos/Familiares (número de personas \_\_\_\_\_)

**9. ¿Para hacer planes en relación a su viaje donde encontró información?**

- a. Info-centro (GAD)
- b. Amigos-familiares (recomendación)
- c. Redes Sociales
- d. Otros medios de información (periódico, televisión, radio, etc.)
- e. Experiencia personal (yo he visitado la parroquia de Atahualpa)

**10. ¿Cuál fue el motivo de su visita a la parroquia de Atahualpa?**

- a. Visita familiar
- b. Turismo
- c. Motivos laborales

**7. ¿Qué tiempo duro su visita en la parroquia de Atahualpa?**

- a. De 1 a 3 horas
- b. De 4 a 6 horas
- c. 1 día
- d. 2 días
- e. Más de tres días, detalle \_\_\_\_\_

**9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de su estadía en la parroquia de**

**Atahualpa relación a lo siguiente: no uso de servicio**

<b>Items</b>	<b>Muy Bueno</b>	<b>Bueno</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Malo</b>
a. Atracciones de visitantes (variedad & número, calidad de servicios, precios.....)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b. Lugares para comer y para beber visitantes (variedad & número, calidad de servicios, precios.....)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c. Tiendas (regalos, comida, libros, ropa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
d. Facilidad para llegar a la parroquia (señales de tráfico, mapas y anuncios)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e. Hospitalidad- Amistosamente de los residentes locales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f. Limpieza (naturaleza rural, baños públicos...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
g. Facilidad para trasladarse en la parroquia de Atahualpa (transporte público, privado, a pie taxi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
h. Disfrute de la naturaleza rural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i. Información de Turismo u otro tipo de centro de visitante (bienvenida)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
j. Seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
k. Eventos culturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
l. Satisfacción personal de su experiencia personal en la parroquia de Atahualpa (teniendo en cuenta lo anterior)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11. ¿Pensó en otros destinos de la ruta escondida, antes de visitar la parroquia?**

- a. Si
- b. No

¿De ser su respuesta afirmativa defina cuál? \_\_\_\_\_

**12. ¿Qué le ayudo a decidir su destino?**

- a. Paisajes
- b. Varias cosas para hacer y ver
- c. Lugares para comer y beber
- d. Historia y patrimonio
- e. Coste de vida
- f. Productos tradicionales (comida, bebida, artesanías, etc.)
- g. Clima
- h. Calidad-Servicios-Entretenimiento

**13. ¿Qué cantidad de dinero gano gasto durante su estancia en la parroquia de Atahualpa?**

- a. > a 10 dólares por persona.
- b. De 11 a 15 dólares por persona
- c. De 16 a 20 dólares por persona
- d. Más de 21 dólares

**14. ¿Qué lugares visito durante su estadía en la parroquia de Atahualpa?**

- a. Cementerio
- b. Iglesia
- c. Balneario
- d. Miradores
- e. Páramo
- f. Otros: \_\_\_\_\_

**15. ¿Cuál es la posibilidad de que visite nuevamente la parroquia de Atahualpa?**

- a. Muy probable
- b. Un poco probable
- c. A lo mejor
- d. Un poco improbable
- e. Muy improbable

**16. ¿Referiría a sus amigos y familiares como un sitio de estadía?**

- a. Muy probable
- b. Un poco probable

- c. A lo mejor
- d. Un poco improbable
- e. Muy improbable

**17. ¿Cuál es su valoración general de su estadía en la parroquia de Atahualpa?**

- a. Mejor que esperaba
- b. Un poco mejor que esperaba
- c. Más o menos como esperaba
- d. Un poco peor que esperaba
- e. Peor que esperaba

**PROPUESTAS**

**18. ¿Qué es lo que más le gusta de la parroquia de Atahualpa?**

---

---

**19. ¿Qué no le gusto de la parroquia de Atahualpa?**

---

---

**20. ¿Qué cree que tiene que mejorar en la parroquia de Atahualpa para que se un sitio de visita?**

---

---

Gracias por su tiempo y colaboración

## ANEXO 4

### DESCRIPCIÓN VARIABLE EDAD

Variable	Descripción
Edad	Niños, Adolescentes
Menores de 18 años (niños de 0 a 14 años a 18 años adolescentes).	<p>Nivel adquisitivo bajo Dependen económicamente de terceros. No tienen poder de decisión de gasto</p>
<b>Jóvenes</b>	
<b>De 19 a 35 años</b>	<p>Ingresan al mundo laboral. Se perfilan a ser autónomos, debido a que existen altos estándares de calificación para sus expedientes y al no contar con experiencia se dificulta su contratación inmediata. Son Consumistas. No ahorran prefieren disfrutar de la vida. Se encuentran catalogados como Millenials, se convierten en Productores, son consumidores y generan ideas para mejorar los productos, servicios y/o experiencias. Prefieren productos de consumo, pasar con sus amistades, viajes internos y externos, pasar un fin de semana fuera de la ciudad, deportes extremos y actividades de aventura</p>
<b>Adultos</b>	
<b>De 36 a 50 años</b>	<p>Son catalogados como Xennials, no son nativos digitales, más toda su vida adulta se ha desarrollado en la famosa era digital. Puestos de trabajo estables Consumistas Nivel adquisitivo alto, productivos Lujos y estatus Profesionales/ emprendedores En su tiempo libre prefieren pasar con su familia, Su mayor pasatiempo es hacer viajes internos y externos Por motivos de trabajo no tienen mucha disponibilidad de tiempo Se enfocan en construir un futuro estable</p>
<b>Adultos- Mayores</b>	
<b>De 51 a 65 años</b>	<p>Son denominados Baby Boomers, son una generación post guerra, son la principal fuerza económica y social a nivel mundial. Se encuentra a punto de dejar de ser activos laboralmente. Su comportamiento de compra será el más dinámico en el mercado. No piensan a largo plazo. Sus gastos se enfocan en: Viajes culturales de lujo y reposo, cremas y cosméticos de belleza anti-edad, planes y seguros de salud y de retiro, medicamentos, ropa y calzado de materiales cómodos y sostenibles, alimentos saludables y comida gourmet, autos cómodos y de lujo.</p>
<b>Tercera Edad</b>	
<b>Más de 65 años (jubilados/tercera edad)</b>	<p>Denominada como la generación Senior 4.0. Posee gran cantidad de ingresos. Busca recursos para vivir mejor y más. Sus consumos se enfocan en: En los viajes y el ocio, en el cuidado de la salud y el bienestar Aislados de nuevas tecnologías Nichos de mercado potencial a nivel de viajes</p>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (Del Campo, 2018), (Altamar, 2012)

## ANEXO 5

### DESCRIPCIÓN LUGARES VISITADOS

Variable	Descripción
<b>Atractivos Turísticos</b>	Iglesia, Cementerio, Parque Central
	Fiestas parroquiales, Balneario
	Estadio, Bosque Ecológico
	Clima, Paisajes, Miradores
	Calidad en los servicios
	Aguas Termales Cascadas, Mojanda, Las Lagunas

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025)

## ANEXO 6

### DESCRIPCIÓN DE VARIABLE GUSTOS

Variable	Descripción	Variable	Descripción
<b>Alojamiento e Instalaciones</b>	Residencias, Hoteles	<b>Equipos y sistemas de Información</b>	Redes inalámbricas abiertas
	Cabañas, Campings		Info centro
	Couchsurfing (alojamiento gratuito por intercambio en sitios diferentes)		Cajeros automáticos
	Viviendas vacacionales		Recopilación de quejas sociales
	Albergues juveniles		Levantamiento de base de datos automatizado
	Casas rurales, Haciendas		Difusión de los servicios que se presta.
<b>Alimentos y bebidas</b>	Restaurantes	<b>Seguridad</b>	Correcto manejo de desechos
	Cafeterías		Espacios específicos para personal vulnerable
	Bares		Rondas de Seguridad, Señalética
	Fuentes de soda		Dotación y uso adecuado de prendas de protección, señalética, confianza en el sector
	Snack		Presencia continua de vigilantes
	Gastronomía		Tranquilidad
	Productos tradicionales		
<b>Guía Turística</b>	Guía Local, Senderismo	<b>Atractivos Turísticos</b>	Iglesia, Cementerio, Parque Central
	Ciclo turismo, Patrimonio turístico, local, cultural y natural		Fiestas parroquiales, Balneario
	Alta montaña, Rafting		Estadio, Bosque Ecológico
	Excursiones, Traslado		Clima, Paisajes, Miradores
	Conducción de visitantes o grupos en ruta, Tours, Deportes extremos		Calidad en los servicios, Granjas ecológicas (agricultura y ganadería). Lugares campestres
			Biodiversidad
<b>Gente</b>	Cortesía	<b>Administración</b>	Organización de emprendedores
	Amabilidad		Apoyo por parte de las autoridades
	Carisma, Empatía		Publicidad y marketing de los servicios y la parroquia.
	Cultura, Calidez de la gente		
<b>Características climatológicas</b>	Temperatura, Chubascos, precipitaciones,	<b>Todo</b>	Abarca el gusto por todas las opciones detalladas.

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (Espinel & Pacheco, 2016), (Bautista & Naranjo, 2015), (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025), (MINTUR, 2018)

## ANEXO 7

### DESCRIPCIÓN DE VARIABLE GUSTOS INSATISFECHOS

Variable	Descripción	Variable	Descripción
<b>Alojamiento e Instalaciones</b>	Residencias, Hoteles Cabañas, Campings Couchsurfing (alojamiento gratuito por intercambio en sitios diferentes)	<b>Equipos y sistemas de Información</b>	Redes inalámbricas abiertas Info centro Cajeros automáticos Recopilación de quejas sociales Redes de base de datos automatizado Levantamiento de base de datos automatizado Difusión de los servicios que se presta.
	Viviendas vacacionales juveniles Albergues juveniles Casas rurales, Haciendas		Incorrecto manejo de desechos Falta de espacios específicos para personal vulnerable No existe Rondas de Seguridad, Señalética No existe el uso adecuado de prendas de protección, Falta de señalética, desconfianza en el sector, No existe presencia continua de vigilantes.
<b>Alimentos y bebidas</b>	Restaurantes Cafeterías Bares Fuentes de soda Snack Gastronomía Productos tradicionales	<b>Inseguridad</b>	Iglesia, Cementerio, Parque Central Fiestas parroquiales, Balneario Estadio, Bosque Ecológico Clima, Paisajes, Miradores Calidad en los servicios, Granjas ecológicas (agricultura y ganadería). Lugares campestres Biodiversidad
	Guía Local, Senderismo Ciclo turismo, Patrimonio turístico, local, cultural y natural Alta montaña, Rafting Excursiones, Traslado Conducción de visitantes o grupos en ruta, Tours, Deportes extremos		Mala Organización de emprendedores Falta de publicidad y marketing de los servicios Falta de Información (horarios de atención, costos, servicios disponibles, etc.) Mal servicio Personal sin capacitación Falta de servicios
<b>Gente</b>	Cultura, Descortesía, Desmotivación, Mendicidad	<b>Administración</b>	Falta de Apoyo por parte de las autoridades Políticas para la tenencia de Animales Falta de baterías sanitarias. Falta de Información Descuido vial u de atractivos turísticos Falta de publicidad y marketing de la parroquia Impulsar al turismo comunitario Habilitación de sitios de emergencia
	Temperatura, Chubascos, precipitaciones,		<b>Falta de Apoyo de autoridades</b>
<b>Características climatológicas</b>		<b>Servicios Básicos Públicos</b>	
	Distancia		

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (Espinel & Pacheco, 2016), (Bautista & Naranjo, 2015), (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025), (MINTUR, 2018)

## ANEXO 8

### DESCRIPCIÓN DE VARIABLE MEJORAS

<b>Servicio al Cliente</b>	<p>Tiempo de espera para obtener un bien o servicio</p> <p>Personal con poca capacitación</p> <p>Mala actitud de los demandantes</p>	<b>Equipos y sistemas de Información</b>	<p>Implementación y/o mantenimiento de redes inalámbricas abiertas establecer horarios para atención en el Info centro</p> <p>Implementación y o mantenimiento de Cajeros automáticos</p> <p>Implementación de mecanismos de recopilación de quejas.</p> <p>Mejorar el manejo de redes sociales</p> <p>Implementar mecanismos para el levantamiento de base de datos sistematizado.</p> <p>Implementar pagos electrónicos y/o data fast</p>
<b>Seguridad</b>	<p>Mayor número de agentes de control</p> <p>Manejo adecuado de desechos.</p> <p>Incrementar rondas y/o turnos de seguridad</p> <p>Hacer adecuaciones para personas vulnerables</p> <p>Incentivar el uso adecuado de equipos de protección</p>	<b>Servicios de Alimentos y bebidas</b>	<p>Implementación de restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda, snack.</p> <p>Capacitación a los emprendedores de servicios de alimentos y bebidas, a fin de que mejoren la atención brindada.</p> <p>Fomentar la implementación de locales de servicios de alimentos y bebidas que se enfoquen en un servicio de calidad</p>
<b>Alojamiento e Instalaciones</b>	<p>Mejora e implementación en residencias, haciendas, albergues juveniles, hoteles, cabañas, campings, couchsurfing (alojamiento gratuito por intercambio en sitios diferentes), viviendas vacacionales, casas rurales, parqueaderos.</p>	<b>Guía Turística</b>	<p>Mejorar e implementar la organización en guía Local, senderismo, ciclo turismo, patrimonio turístico, local, cultural y natural, alta montaña, rafting, excursiones, traslado, conducción de visitantes o grupos en ruta, tours</p>
<b>Gente</b>	<p>Concientizar al personal de la comunidad, a fin de que sean corteses, amables, carismáticos y empáticos.</p> <p>Mejor trato al cliente interno y externos.</p>	<b>Administración</b>	<p>Capacitar a los emprendedores para que mejore su organización comunitaria.</p> <p>Fortalecer la sostenibilidad en la parroquia.</p> <p>Implementar mecanismos de cooperación y la participación en la parroquia.</p> <p>Publicidad y marketing de los servicios</p>

			Mejorar el fortalecimiento comunitario y empresarial. Implementar procesos productivos y/o administrativos. Homologación de precios para servicios ofrecidos Información de los servicios a ofrecer
<b>Atractivos Turísticos</b>	Mantenimiento de Iglesia, Cementerio, Parque Central Fiestas parroquiales, Balneario Estadio, Bosque Ecológico Clima, Paisajes, Miradores Calidad en los servicios	<b>Gad Parroquial</b>	Apoyo por parte de las autoridades Marketing de la parroquia a nivel nacional e internacional. Información de la parroquia Sistema de recolección de basura
<b>Servicios Públicos</b>	<b>Básicos</b> Transporte Servicios Higiénicos Luz Agua		

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** (Espinel & Pacheco, 2016), (Bautista & Naranjo, 2015), (GAD Parroquial de Atahualpa, 2012-2025)

## ANEXO 9

### TABULACIÓN DE ENCUESTAS DEMANDA.

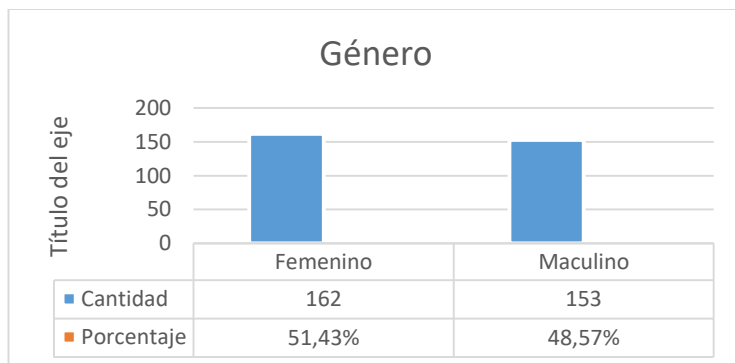
#### INFORMACIÓN PERSONAL

Pregunta 1.- Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Femenino	162	51,43%
Masculino	153	48,57%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas.



**Elaborado por:** la Autora

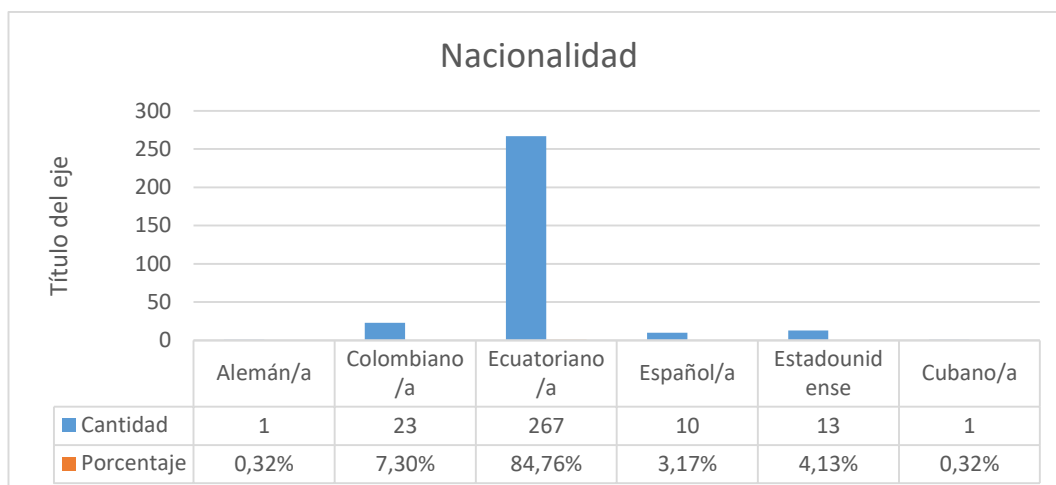
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 2.- Nacionalidad.

Nacionalidad	Cantidad	Porcentaje
Alemán/a	1	0,32%
Colombiano/a	23	7,30%
Ecuatoriano/a	267	84,76%
Español/a	10	3,17%
Estadounidense	13	4,13%
Cubano/a	1	0,32%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

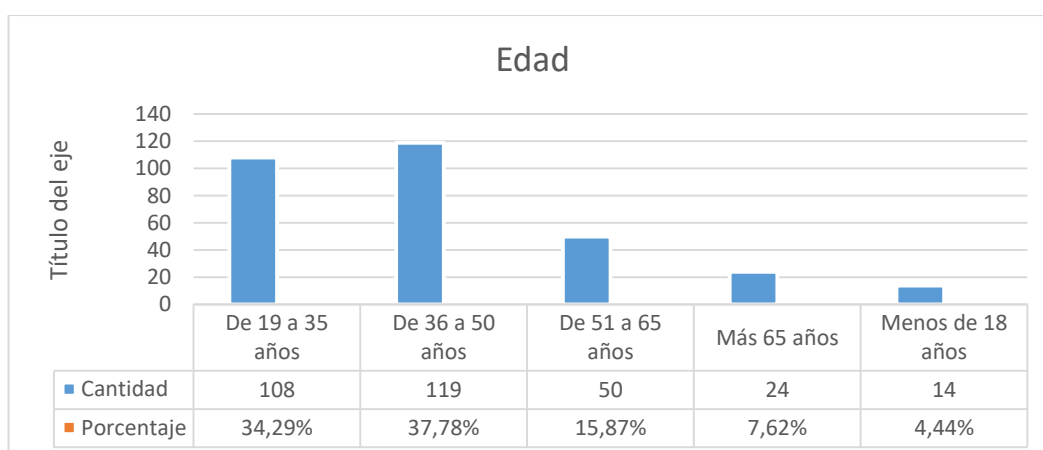
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

### Pregunta 3.- Edad:

Edad	Cantidad	Porcentaje
De 19 a 35 años	108	34,29%
De 36 a 50 años	119	37,78%
De 51 a 65 años	50	15,87%
Más 65 años	24	7,62%
Menos de 18 años	14	4,44%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

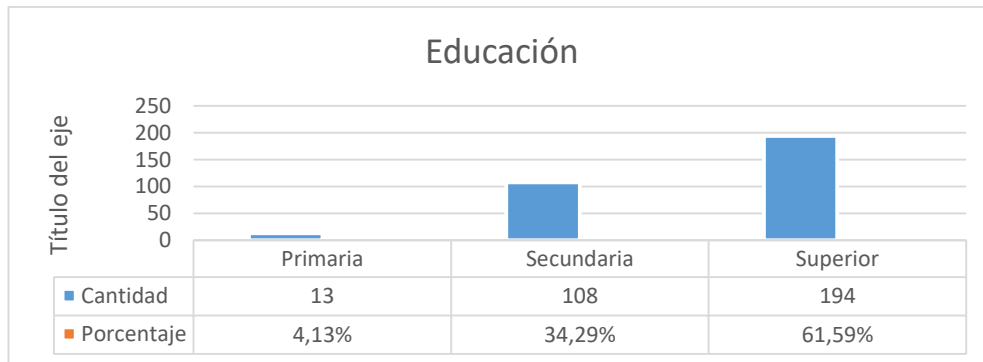
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 4.- Educación

Educación	Cantidad	Porcentaje
Primaria	13	4,13%
Secundaria	108	34,29%
Superior	194	61,59%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

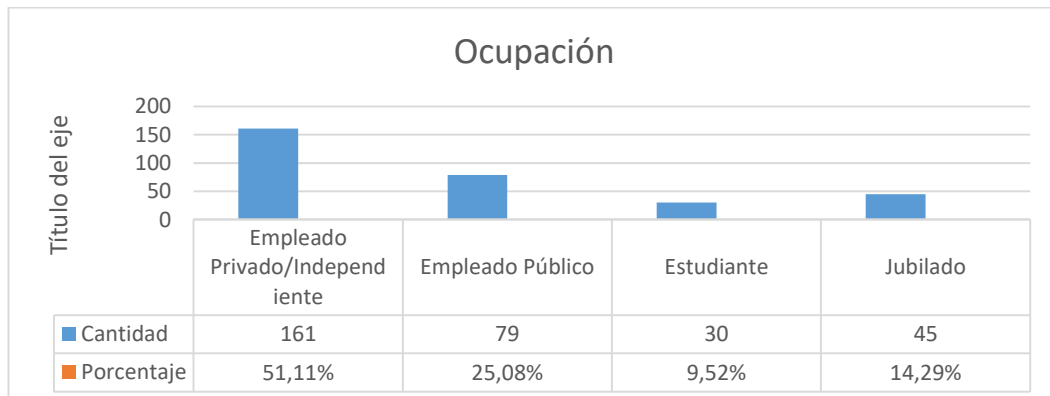
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 5.- Ocupación:

Ocupación	Cantidad	Porcentaje
Empleado Privado/Independiente	161	51,11%
Empleado Público	79	25,08%
Estudiante	30	9,52%
Jubilado	45	14,29%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

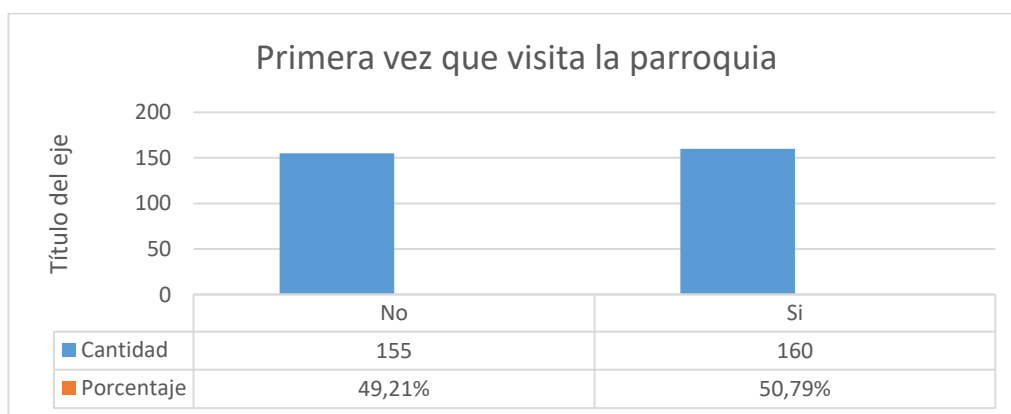
## INFORMACIÓN DEL VIAJE

Pregunta 6.- ¿Es la primera vez que visita la Parroquia de Atahualpa?

Primera vez que visita la parroquia	Cantidad	Porcentaje
No	155	49,21%
Si	160	50,79%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

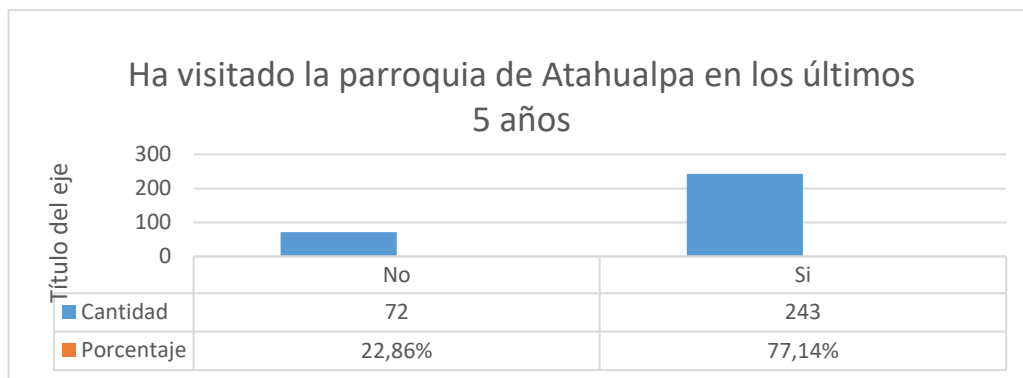
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 7.- ¿Ha visitado la Parroquia de Atahualpa en los últimos 5 años?

Ha visitado la parroquia de Atahualpa en los últimos 5 años	Cantidad	Porcentaje
No	72	22,86%
Si	243	77,14%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Si su respuesta es Sí ¿Qué lugares?

Su respuesta fue Sí, detalle los lugares que visitó en su último ingreso a la parroquia	Cantidad	Porcentaje
Centro parroquial	105	33,33%
La ruta de las cascadas	47	14,92%
Todos los lugares (en blanco)	17	5,40%
Granjas (La florita y mothilon)	71	22,54%
El páramo-Mojanda	20	6,35%
Aguas termales y agua de güitig	39	12,38%
	16	5,08%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

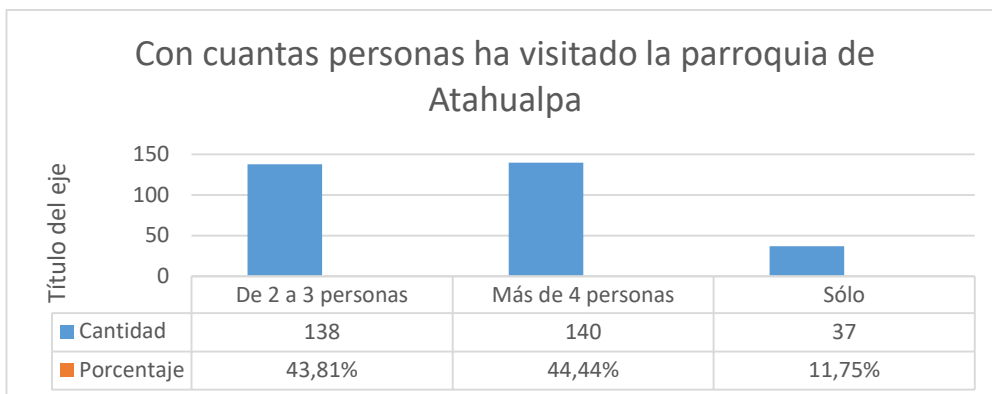
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 8.- ¿Con cuantas personas ha visitado la parroquia de Atahualpa?

Con cuanta personas ha visitado la parroquia de Atahualpa	Cantidad	Porcentaje
De 2 a 3 personas	138	43,81%
Más de 4 personas	140	44,44%
Sólo	37	11,75%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

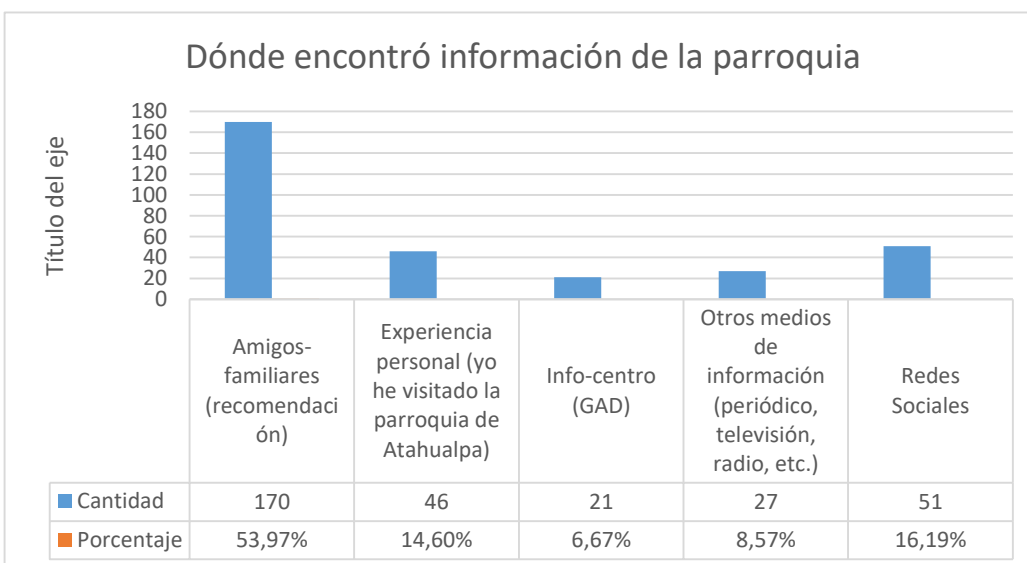
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 9.- ¿Para hacer planes en relación a su viaje donde encontró información?

Dónde encontró información de la Parroquia	Cantidad	Porcentaje
Amigos-familiares (recomendación)	170	53,97%
Experiencia personal (yo he visitado la parroquia de Atahualpa)	46	14,60%
Info-centro (GAD)	21	6,67%
Otros medios de información (periódico, televisión, radio, etc.)	27	8,57%
Redes Sociales	51	16,19%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

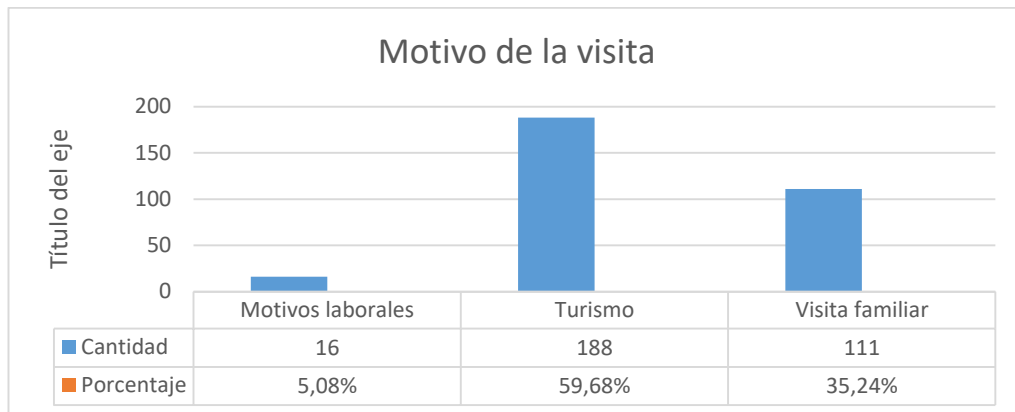
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 10.- ¿Cuál fue el motivo de su visita a la parroquia de Atahualpa?

Motivo de la visita	Cantidad	Porcentaje
Motivos laborales	16	5,08%
Turismo	188	59,68%
Visita familiar	111	35,24%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

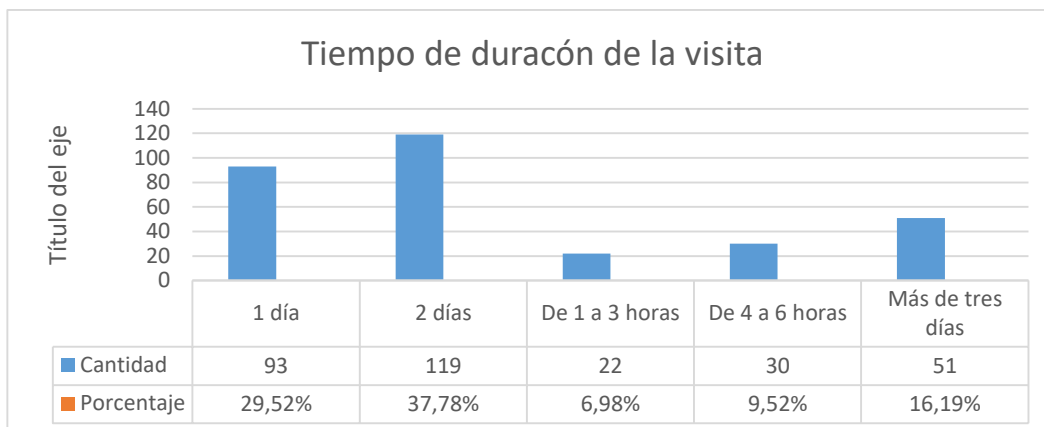
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

Pregunta 11.- ¿Qué tiempo duro su visita en la parroquia de Atahualpa?

Tiempo de duración de la Visita	Cantidad	Porcentaje
1 día	93	29,52%
2 días	119	37,78%
De 1 a 3 horas	22	6,98%
De 4 a 6 horas	30	9,52%
Más de tres días	51	16,19%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

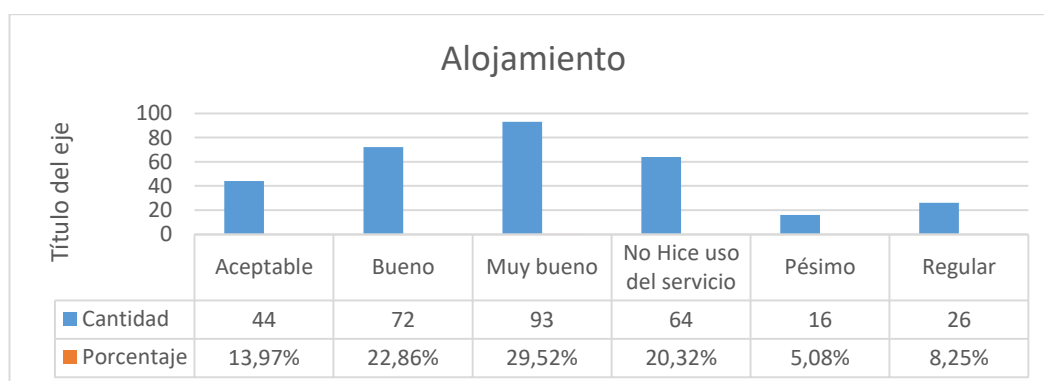
Pregunta 12.- ¿Cuál es su nivel de satisfacción de su estadía en la parroquia de Atahualpa? relación a lo siguiente:

a.- Alojamiento.

Alojamiento	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	44	13,97%
Bueno	72	22,86%
Muy bueno	93	<b>29,52%</b>
No Hice uso del servicio	64	20,32%
Pésimo	16	5,08%
Regular	26	8,25%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

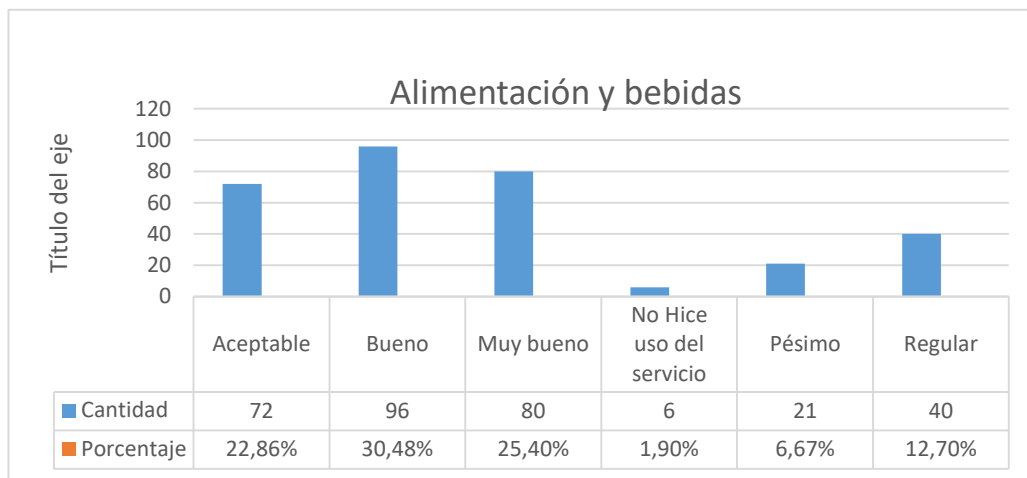
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

b.- Alimentación y bebidas.

Alimentación y bebidas	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	72	22,86%
Bueno	96	30,48%
Muy bueno	80	25,40%
No Hice uso del servicio	6	1,90%
Pésimo	21	6,67%
Regular	40	12,70%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

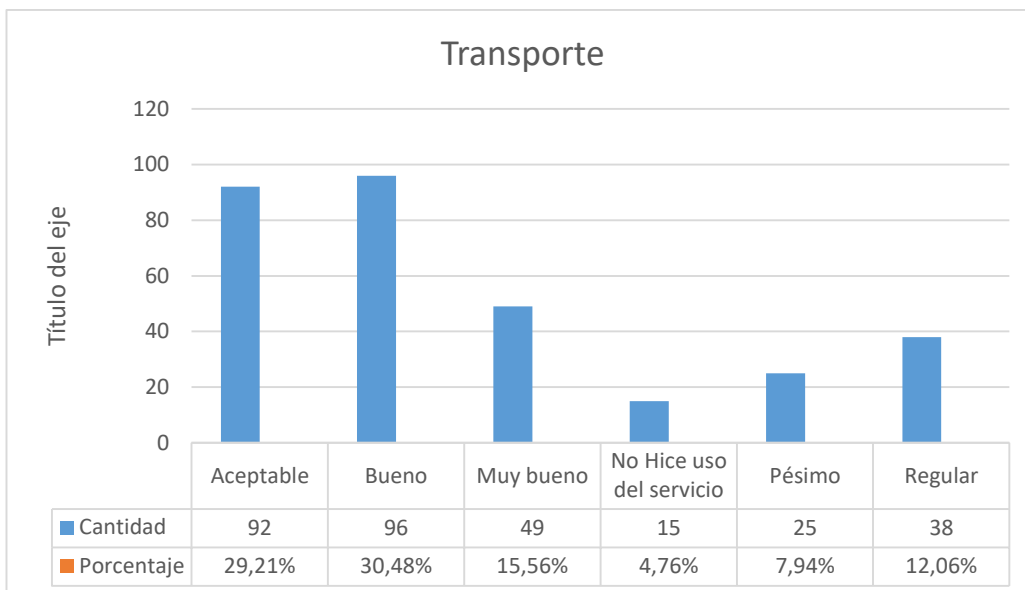
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

c.- Transporte

Transporte	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	92	29,21%
Bueno	96	30,48%
Muy bueno	49	15,56%
No Hice uso del servicio	15	4,76%
Pésimo	25	7,94%
Regular	38	12,06%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

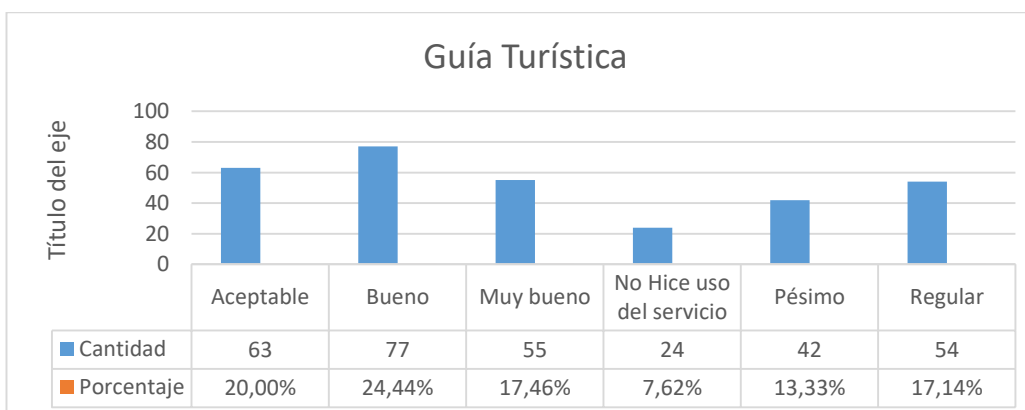
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

d.- Guía turística.

Guía Turística	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	63	20,00%
Bueno	77	24,44%
Muy bueno	55	17,46%
No Hice uso del servicio	24	7,62%
Pésimo	42	13,33%
Regular	54	17,14%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

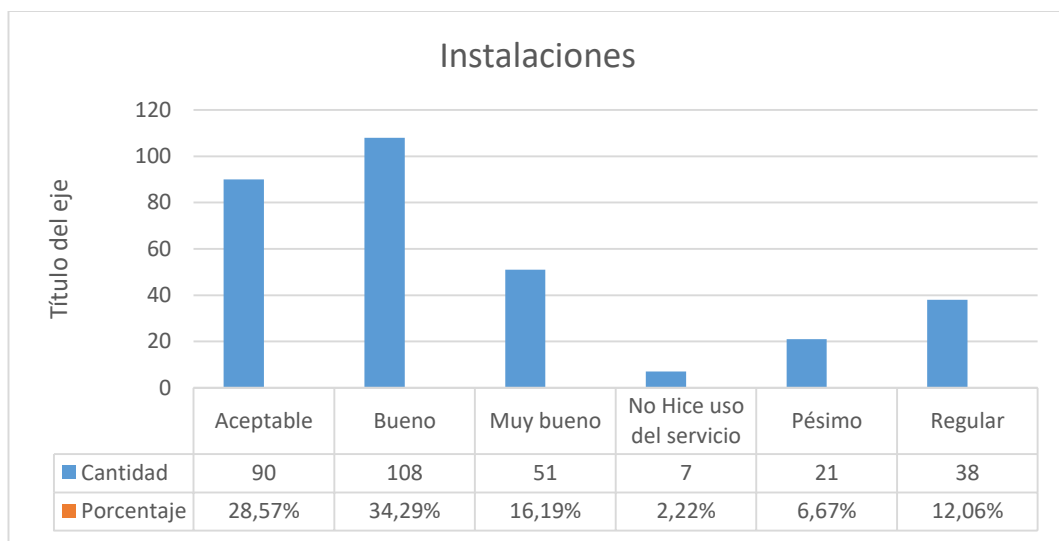
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

e.- Instalaciones.

Instalaciones	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	90	28,57%
Bueno	108	34,29%
Muy bueno	51	16,19%
No Hice uso del servicio	7	2,22%
Pésimo	21	6,67%
Regular	38	12,06%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

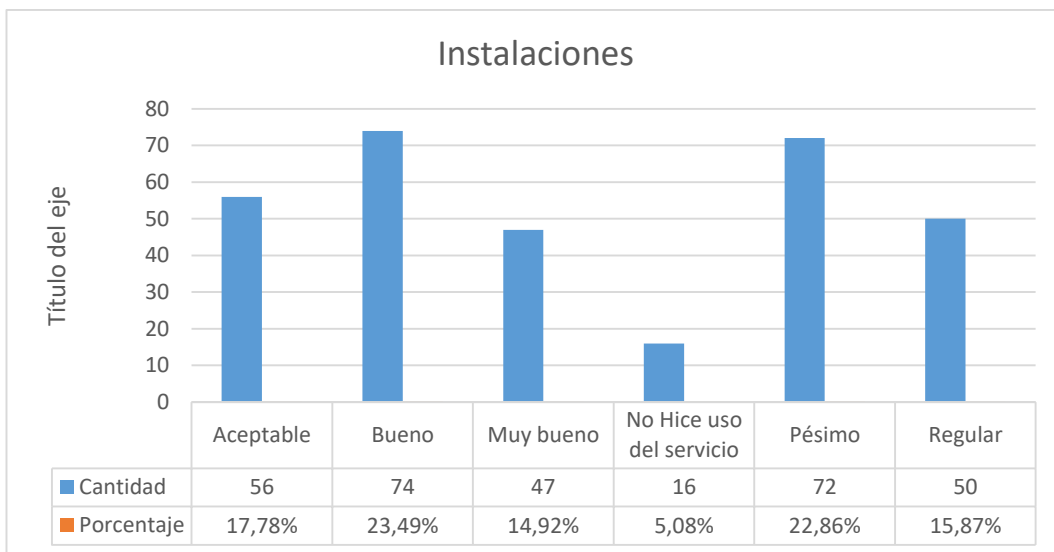
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

f.- Sistemas de Información

Sistemas de información	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	56	17,78%
Bueno	74	23,49%
Muy bueno	47	14,92%
No Hice uso del servicio	16	5,08%
Pésimo	72	22,86%
Regular	50	15,87%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

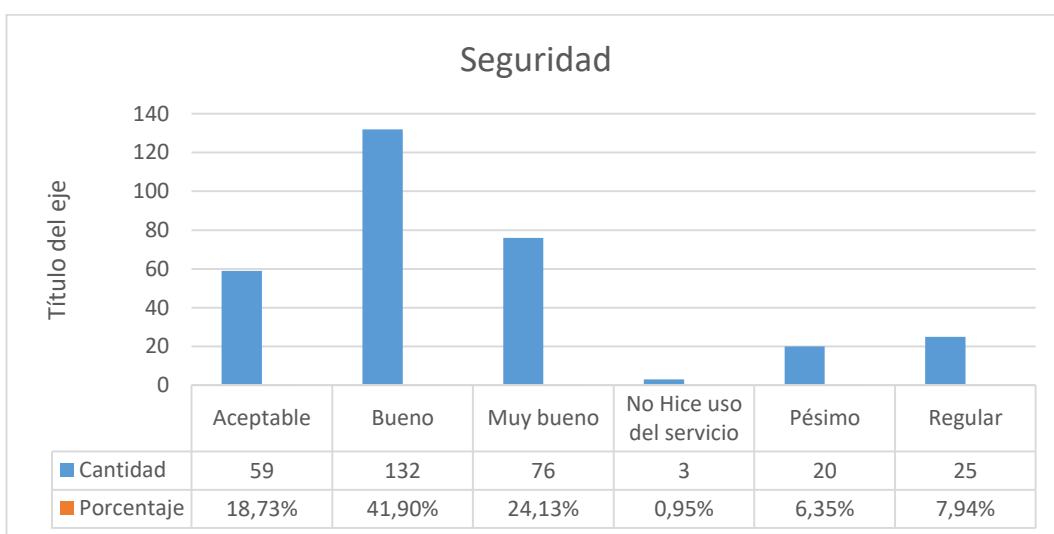
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

g.- Seguridad.

Seguridad	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	59	18,73%
Bueno	132	41,90%
Muy bueno	76	24,13%
No Hice uso del servicio	3	0,95%
Pésimo	20	6,35%
Regular	25	7,94%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

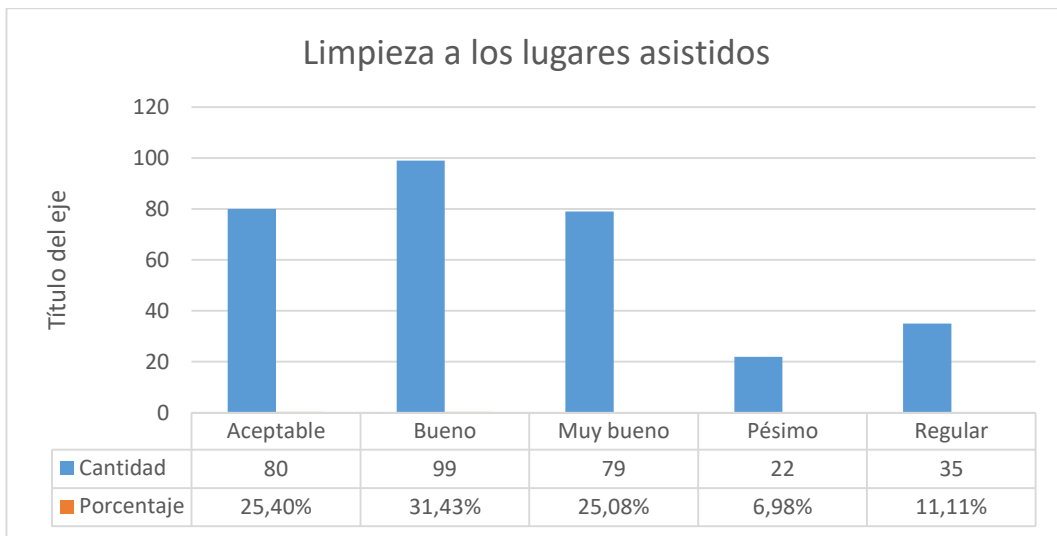
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

h.- Limpieza.

Limpieza a los lugares asistidos	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	80	25,40%
Bueno	99	31,43%
Muy bueno	79	25,08%
Pésimo	22	6,98%
Regular	35	11,11%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

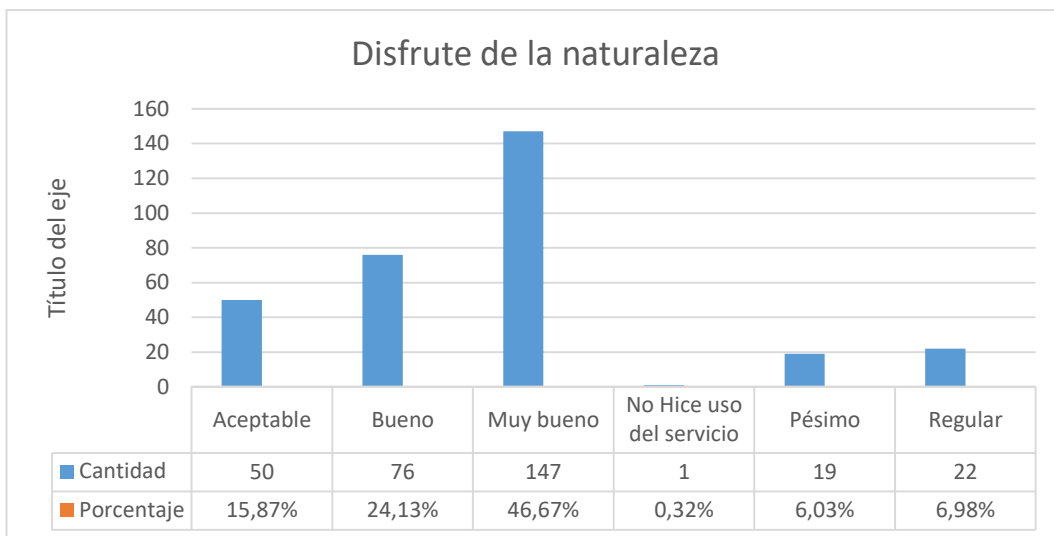
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

i.- Disfrute de la naturaleza.

Disfrute de la naturaleza	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	50	15,87%
Bueno	76	24,13%
Muy bueno	147	46,67%
No Hice uso del servicio	1	0,32%
Pésimo	19	6,03%
Regular	22	6,98%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

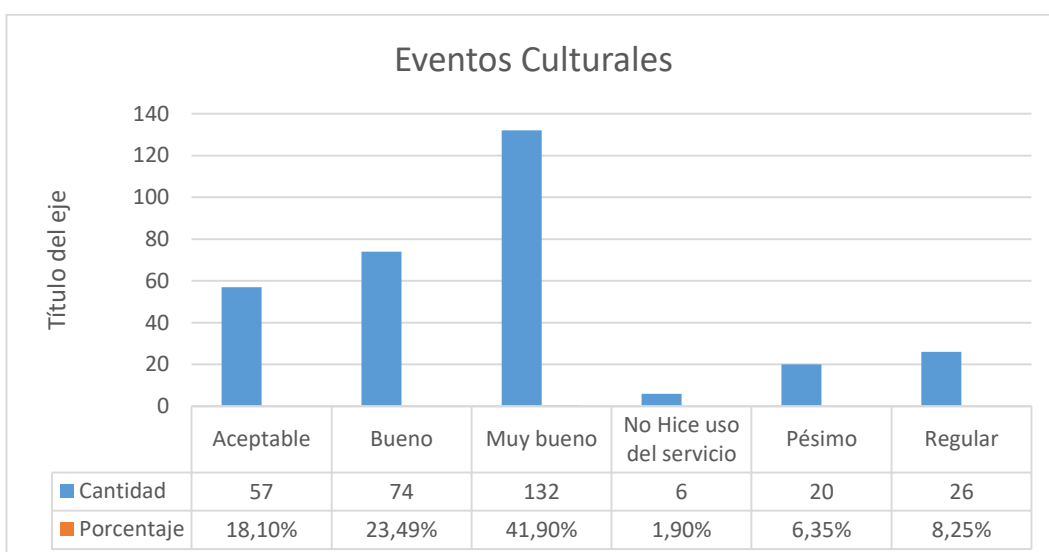
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

#### j.- Eventos culturales

Eventos culturales	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	57	18,10%
Bueno	74	23,49%
Muy bueno	132	41,90%
No Hice uso del servicio	6	1,90%
Pésimo	20	6,35%
Regular	26	8,25%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

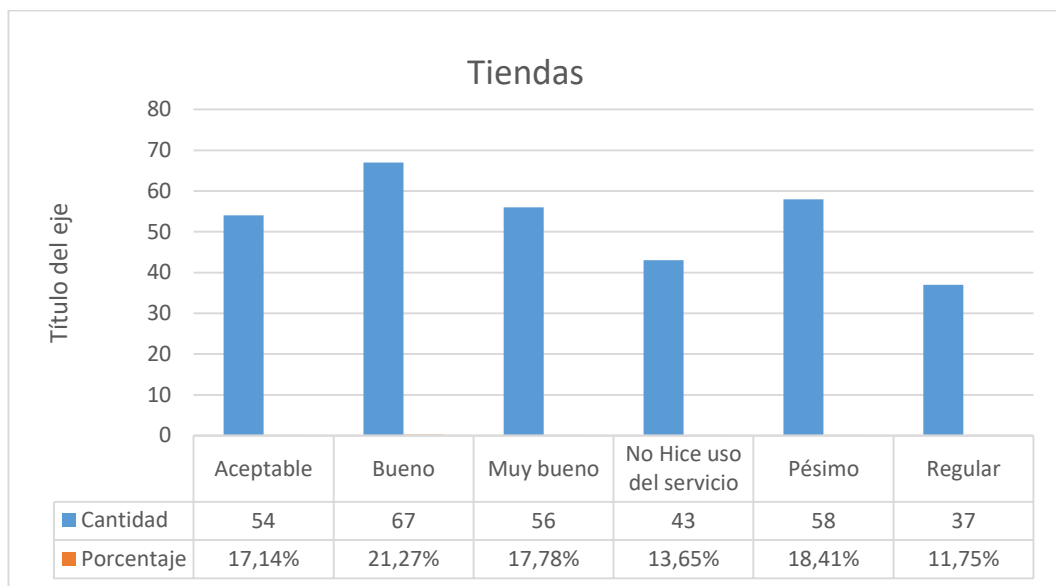
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

k.- Tiendas.

Tiendas	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	54	17,14%
Bueno	67	21,27%
Muy bueno	56	17,78%
No Hice uso del servicio	43	13,65%
Pésimo	58	18,41%
Regular	37	11,75%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

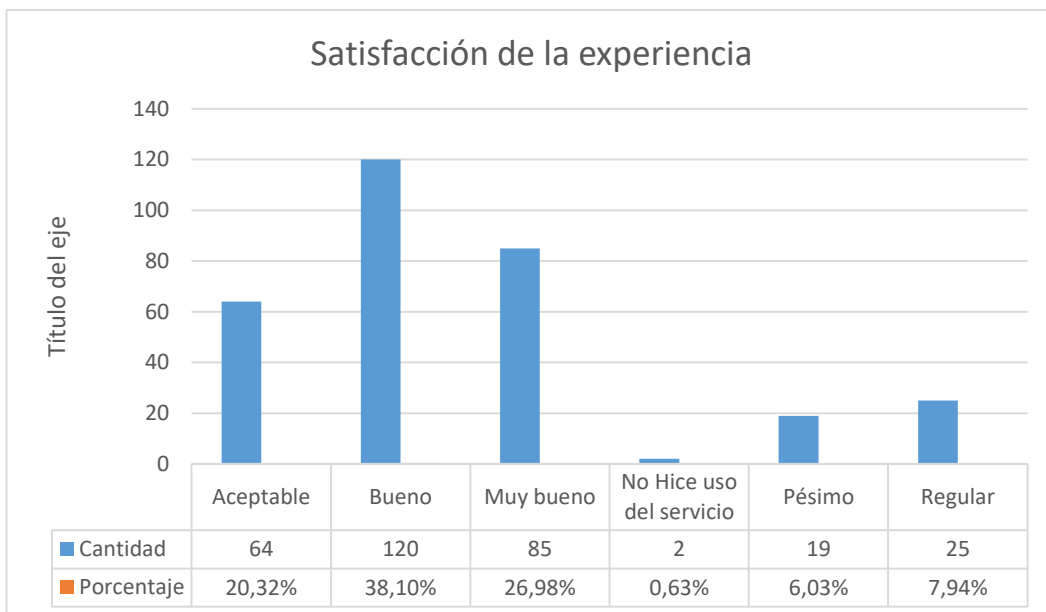
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

l.- Satisfacción de la experiencia.

Satisfacción de la experiencia	Cantidad	Porcentaje
Aceptable	64	20,32%
Bueno	120	38,10%
Muy bueno	85	26,98%
No Hice uso del servicio	2	0,63%
Pésimo	19	6,03%
Regular	25	7,94%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

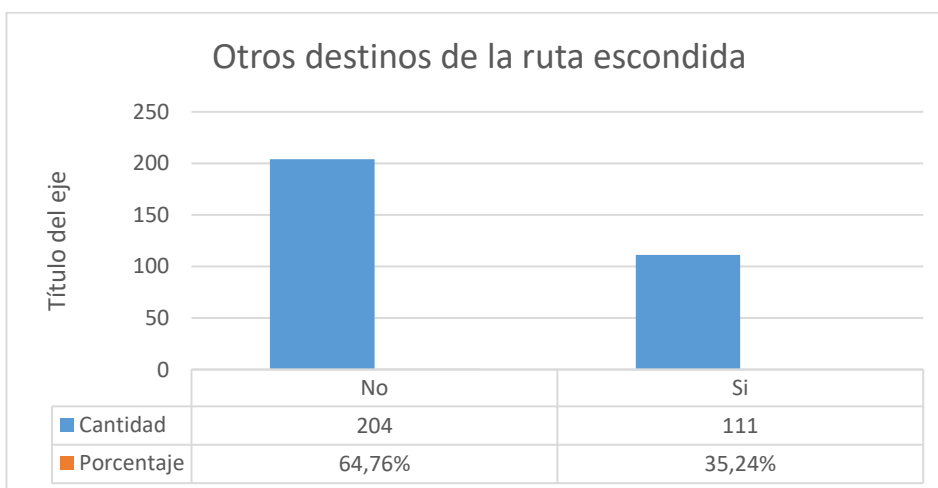
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

13.- ¿Pensó en otros destinos de la ruta escondida, antes de visitar la parroquia?

Pensó en otros destinos	Cantidad	Porcentaje
No	204	64,76%
Si	111	35,24%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

¿De ser su respuesta afirmativa defina cuál?

Que destinos pensó	Cantidad	Porcentaje
Chávezpamba	29	9,21%
Perucho	21	6,67%
Puéllaro	40	12,70%
San José de Minas (en blanco)	21 204	6,67% 64,76%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

#### 14.- ¿Qué le ayudo a decidir su destino?

Elección del destino	Cantidad	Porcentaje
Calidad-Servicios-Entretenimiento	22	6,98%
Clima	29	9,21%
Coste de vida	36	11,43%
Historia y patrimonio	30	9,52%
Lugares para comer y beber	28	8,89%
Paisaje	62	19,68%
Productos tradicionales (comida, bebida, artesanías, etc.)	70	22,22%
Varias cosas para hacer y ver	38	12,06%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

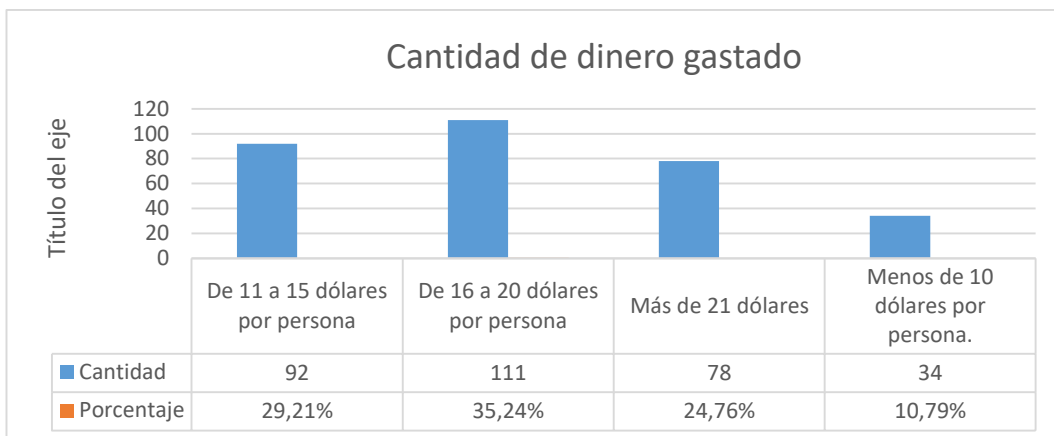
#### 15.- ¿Qué cantidad de dinero gano gasto durante su estancia en la parroquia de

Atahualpa?

Cantidad de dinero gastado	Cantidad	Porcentaje
De 11 a 15 dólares por persona	92	29,21%
De 16 a 20 dólares por persona	111	35,24%
Más de 21 dólares	78	24,76%
Menos de 10 dólares por persona.	34	10,79%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

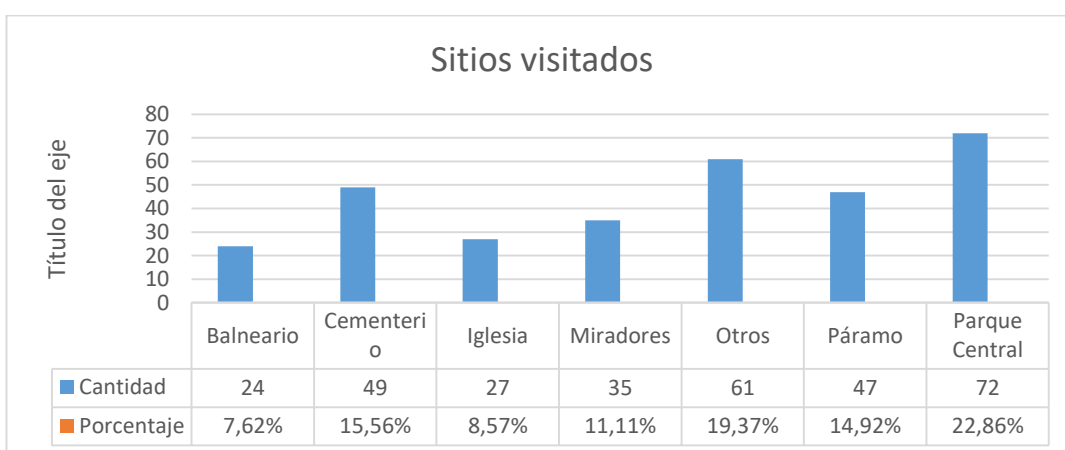
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

16.- ¿Qué lugares visito durante su estadía en la parroquia de Atahualpa?1

Sitios Visitados	Cantidad	Porcentaje
Balneario	24	7,62%
Cementerio	49	15,56%
Iglesia	27	8,57%
Miradores	35	11,11%
Otros	61	19,37%
Páramo	47	14,92%
Parque Central	72	22,86%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

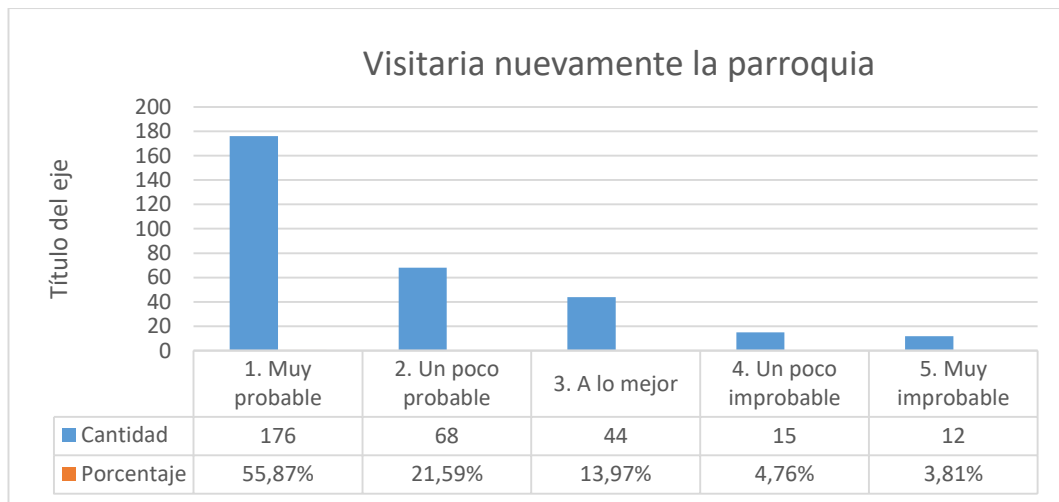
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

17.- ¿Cuál es la posibilidad de que visite nuevamente la parroquia de Atahualpa?

Visitaría nuevamente la parroquia	Cantidad	Porcentaje
1. Muy probable	176	55,87%
2. Un poco probable	68	21,59%
3. A lo mejor	44	13,97%
4. Un poco improbable	15	4,76%
5. Muy improbable	12	3,81%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

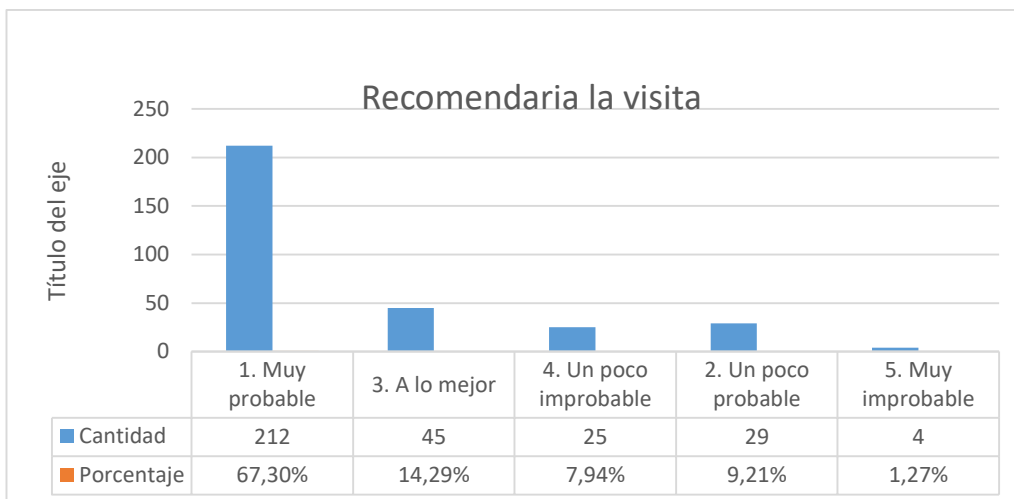
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

18.- ¿Referiría a sus amigos y familiares como un sitio de estadía?

Recomendaría la visita	Cantidad	Porcentaje
1. Muy probable	212	67,30%
3. A lo mejor	45	14,29%
4. Un poco improbable	25	7,94%
2. Un poco probable	29	9,21%
5. Muy improbable	4	1,27%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

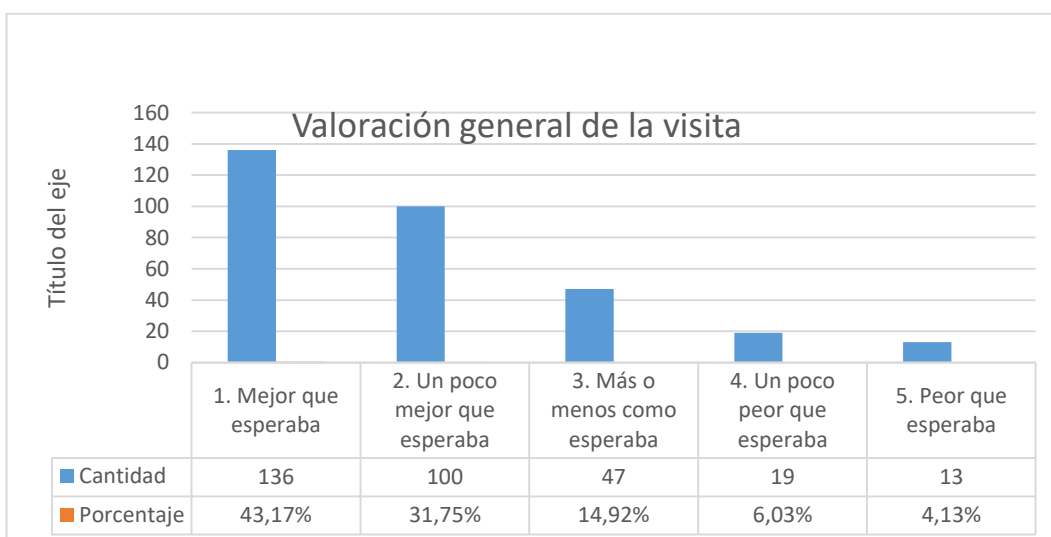
**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

19.- ¿Cuál es su valoración general de su estadía en la parroquia de Atahualpa?

Valoración general de la visita	Cantidad	Porcentaje
1. Mejor que esperaba	136	43,17%
2. Un poco mejor que esperaba	100	31,75%
3. Más o menos como esperaba	47	14,92%
4. Un poco peor que esperaba	19	6,03%
5. Peor que esperaba	13	4,13%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

## **PROPUESTAS**

20.- ¿Qué es lo que más le gusta de la parroquia de Atahualpa?

Qué es lo que más le gusto	Cantidad	Porcentaje
Alimentos y bebidas	13	4,13%
Alojamiento e Instalaciones	2	0,63%
Atractivos turísticos	184	58,41%
Características climatológicas	16	5,08%
Guía Turística	6	1,90%
La gente	68	21,59%
Seguridad	15	4,76%
Todo	4	1,27%
(en blanco)	7	2,22%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

21.- ¿Qué no le gusto de la parroquia de Atahualpa?

Qué no le gusto	Cantidad	Porcentaje
Administración	71	22,54%
Alimentos y bebidas	9	2,86%
Alojamiento e Instalaciones	2	0,63%
Atractivos Turísticos	6	1,90%
Características Climatológicas	12	3,81%
Equipos y sistemas de Información	2	0,63%
Falta de Apoyo de autoridades	75	23,81%
Guía Turística	6	1,90%
Inseguridad	15	4,76%
La Gente	13	4,13%
No le gustó nada	12	3,81%
Servicios Básicos Públicos	5	1,59%
Todo estuvo bien	29	9,21%
Ubicación Geográfica	3	0,95%
(en blanco)	55	17,46%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

22.- ¿Cree que tiene que mejorar la calidad de Atahualpa como un sitio para visitar?

Que hay que mejorar	Cantidad	Porcentaje
Administración	126	40,00%
Alojamiento e Instalaciones	7	2,22%
Atractivos turísticos	2	0,63%
Equipos y sistemas de Información	10	3,17%
GAD parroquial	110	34,92%
La Gente	4	1,27%
Seguridad	13	4,13%
Servicio al Cliente	9	2,86%
Servicios Básicos Públicos	4	1,27%
Servicios de Alimentos y bebidas	11	3,49%
Todo está bien	19	6,03%
<b>Total general</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, encuestas

## ANEXO 10

### TABULACIÓN DE ENTREVISTAS OFERTA

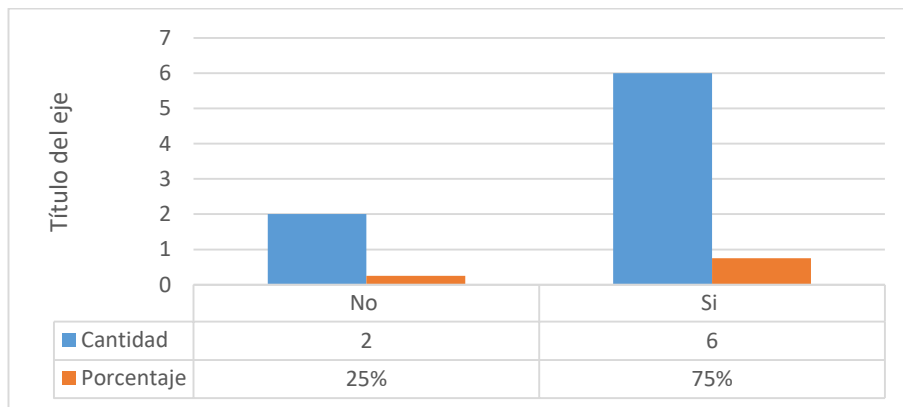
#### PROYECTO Y CAPACIDAD EMPRESARIAL

##### 1.- ¿Le gustaría ser parte de una asociación comunitaria?

¿Le gustaría ser parte de una asociación comunitaria?	Cantidad	Porcentaje
No	2	25%
Si	6	75%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

#### ¿Por qué?:

Por qué?
Conocer cómo manejar mejor mi negocio y tener más clientes
Habría una mejor organización y los turistas, se generarían servicios permanentes
No funcionaría por la falta de empeño de los integrantes y los líderes
No hay formalidad por parte de las personas que lideran los proyectos no hay viabilidad
Nos haríamos conocer más en la zona y por ende habría mayores visitantes e ingresos
Para obtener beneficios de entidades externas y públicas
Se lograría atraer más clientes, mediante la organización de todos los negocios
Tener una organización definida nos permite obtener, mejores ingresos a todos los dueños de negocios

**Elaborado por:** la Autora

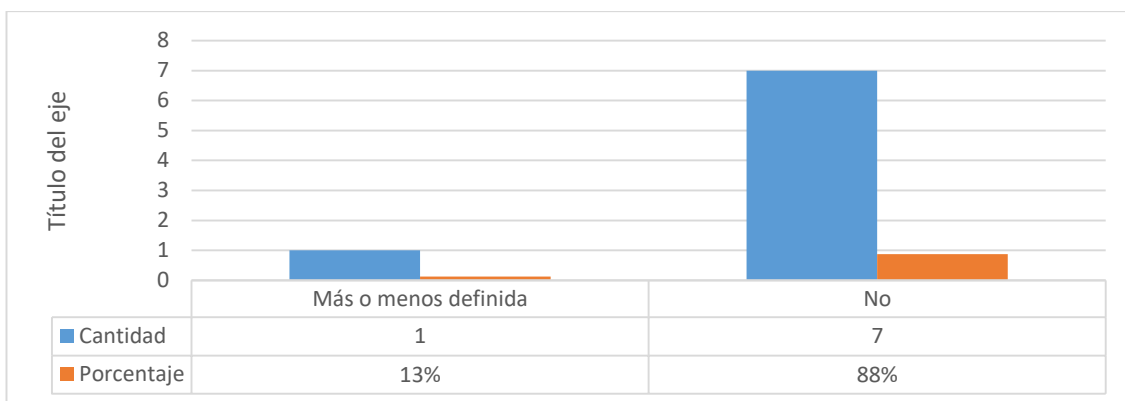
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**2.- ¿Actualmente en la parroquia de Atahualpa, se cuenta con estrategias y planes de gestión definidos?**

¿Actualmente en la parroquia de Atahualpa, se cuenta con estrategias y planes de gestión definidos?	Cantidad	Porcentaje
Más o menos definida	1	13%
No	7	88%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**3.- ¿Cómo emprendedor en la parroquia de Atahualpa considera que las actividades socioeconómicas que se ejecutan en la misma son sustentables en el entorno económico, social y ambiental?**

¿Cómo emprendedor en la parroquia de Atahualpa considera que las actividades socioeconómicas que se ejecutan en la misma son sustentables en el entorno económico, social y ambiental?	Cantidad	Porcentaje
Si	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**¿Por qué?**

¿Cómo emprendedor en la parroquia de Atahualpa considera que las actividades socioeconómicas que se ejecutan en la misma son sustentables en el entorno económico, social y ambiental?
A pesar de no estar permanente, existen turistas interesados por hacer deportes extremos, los recursos naturales se prestan para este tipo de actividades
es el único local en la parroquia que presta este servicio, es muy rentable, hace falta mayor organización, existen quejas nivel general de los turistas

Existen recursos naturales muy amplios que permiten generar recursos económicos
Hay buena acogida por los clientes interno y externos, siempre se recomienda el correcto manejo de los desechos, no en la calle si no en los botes de basura
Los visitantes les gusta adquirir cosas novedosas y generar ingresos a la comunidad
Si existen clientes que consumen los servicios presentados y regresan por recomendación
Somos responsables con las actividades y los clientes siempre buscan buen precio, las ventas si representan
Todo radica en la atención personalizada, la parroquia es muy atractiva por sus paisajes y fiestas, se debe buscar alianzas publicitarias a que la gente conozca más la parroquia

**Elaborado por:** la Autora

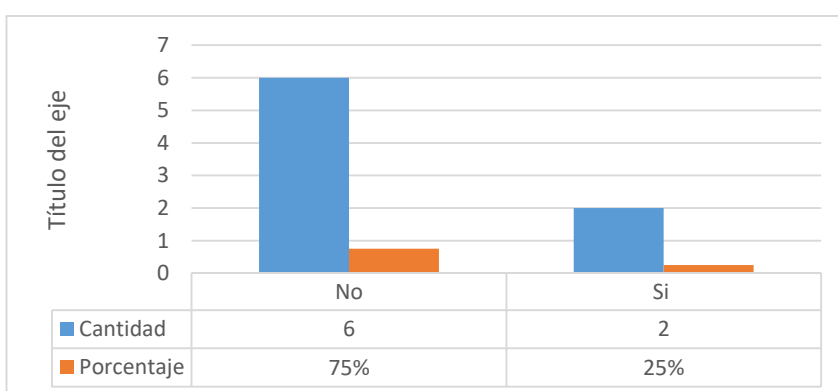
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**4.- ¿Los procesos productivos que se realizan cuentan con una organización definida?, es decir cuenta con un organigrama en su emprendimiento, las personas saben que actividades deben ejecutar.**

¿Los procesos productivos que se realizan cuentan con una organización definida?, es decir cuenta con un flujo grama que permita ver la jerarquización y las unidades que la conforman, por ejemplo área contable, talento humano, etc.	Cantidad	Porcentaje
No	6	75%
Si	2	25%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### Si la respuesta es sí detalle que procesos utilizan

Si la respuesta es sí detalle que procesos utilizan
Asignación de actividades según el rol somos dos personas que laboramos en la heladería
Tengo estructurado en base a las actividades asignadas en hospedaje y gastronomía, aunque muchas veces hay que hacer de todo
(en blanco)
<b>Total general</b>

Elaborado por: la Autora

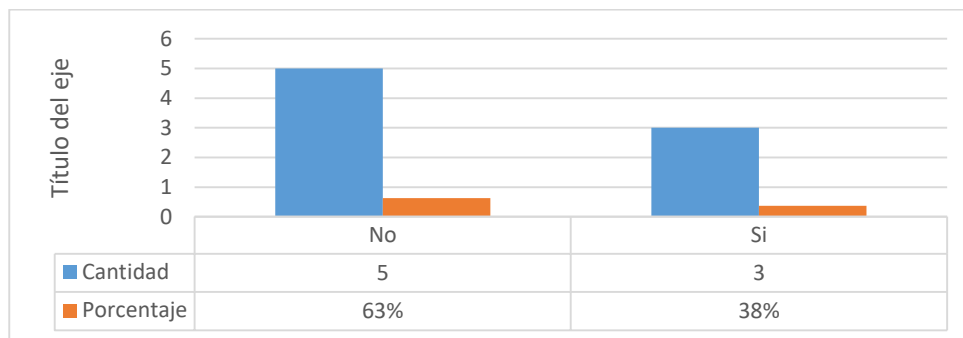
Fuente: Levantamiento de campo, entrevista.

### 5. ¿Dentro de su emprendimiento lleva registros contables, control en el manejo de personal?

¿Dentro de su emprendimiento lleva registros contables, control en el manejo de empleados?	Cantidad	Porcentaje
No	5	63%
Si	3	38%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la Autora

Fuente: Levantamiento de campo, entrevista.



Elaborado por: la Autora

Fuente: Levantamiento de campo, entrevista.

### ¿Por qué?

Por qué?
<b>No</b>
Desconozco como llevar ese tema
Desconozco temas de manejo contable lo llevo de manera empírica, según como requiera los artículos de venta
La administración la llevo de manera empírica, hace falta capacitaciones, para un mejor manejo de administración y control del negocio
No se ha establecido la política pero su sería necesario implementarlo, hasta para obtener algún crédito
No tengo conocimiento de la parte administrativa
<b>Si</b>
Para llevar una mayor organización y los horarios de atención, a nivel contable llevo un registro de los usuarios atendidos.
Para saber cuan rentable es mi negocio y seguir implementando más servicios de calidad
Somos dos socios y cuando hay turistas nos organizamos para las actividades pendientes

Elaborado por: la Autora

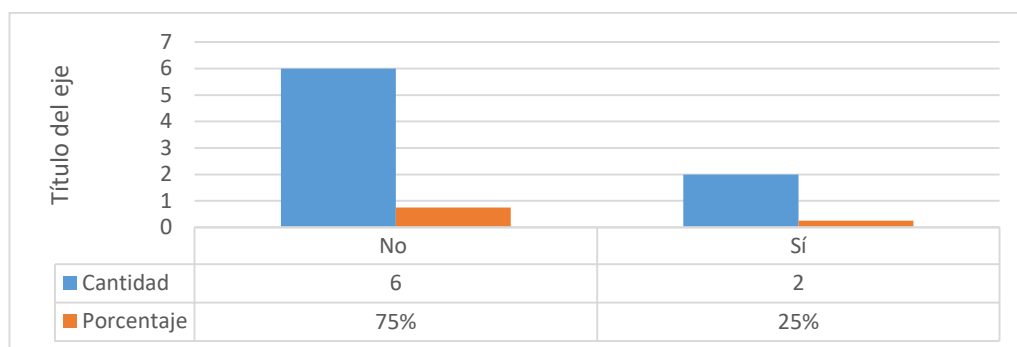
Fuente: Levantamiento de campo, entrevista.

**6.- ¿Para la toma de decisiones entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se ponen de acuerdo fácilmente, a fin de reaccionar con prontitud y prolijidad?**

¿Para la toma de decisiones entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se ponen de acuerdo fácilmente, a fin de reaccionar con prontitud y prolijidad?		
	Cantidad	Porcentaje
No	6	75%
Sí	2	25%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

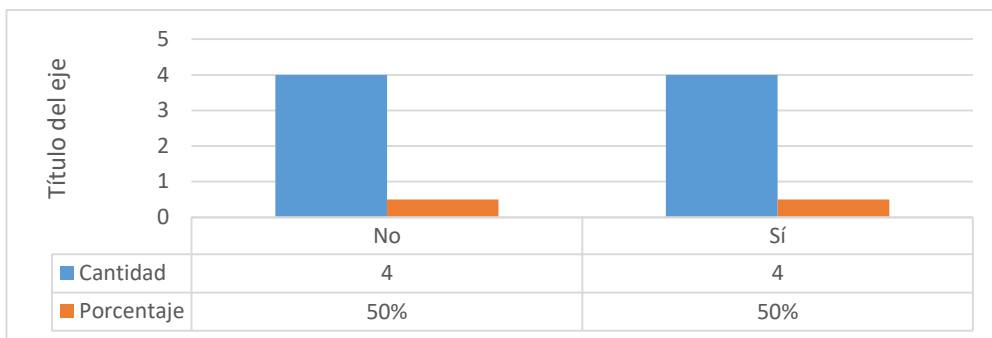
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**7.- ¿Entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se han puesto de acuerdo para realizar la viabilidad del proyecto asociativo?**

¿Entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se han puesto de acuerdo para realizar la viabilidad del proyecto asociativo?		
	Cantidad	Porcentaje
No	4	50%
Sí	4	50%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

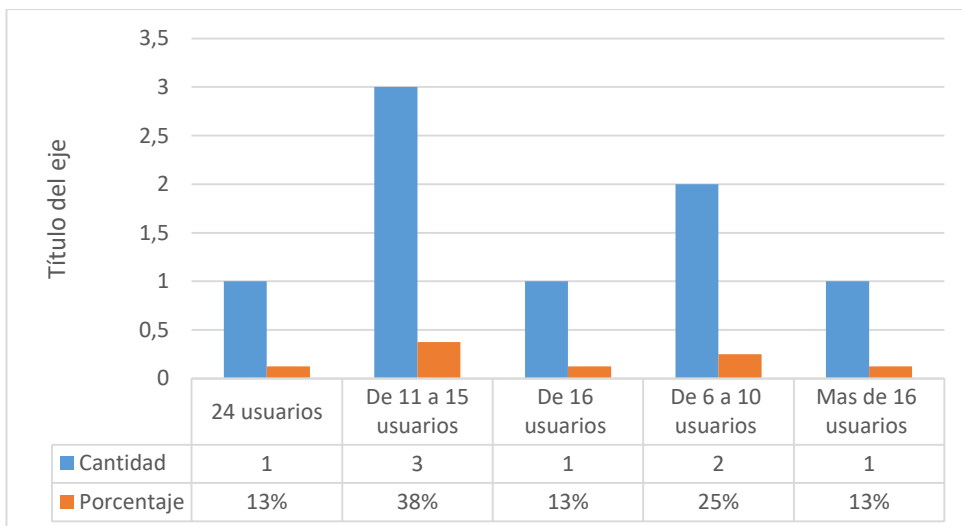
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 8.- ¿Cuál es la capacidad disponible de atención, con la que cuenta en su emprendimiento?

¿Cuál es la capacidad disponible de atención, con la que cuenta en su emprendimiento?	Cantidad	Porcentaje
24 usuarios	1	13%
De 11 a 15 usuarios	3	38%
De 16 usuarios	1	13%
De 6 a 10 usuarios	2	25%
Más de 16 usuarios	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## **ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA ASOCIATIVA**

### 9.- ¿Entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se han planteado objetivos de orden asociativo y las expectativas de cada socio?

¿Entre todos los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se han planteado objetivos de orden asociativo y las expectativas de cada socio?	Cantidad	Porcentaje
No	4	50%
Sí	4	50%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### Si su respuesta es sí detalle los mismos.

Si su respuesta es sí detalle los mismos.
Logar organizarnos y conformar una asociación que permita brindar un servicio de calidad, sean perdurables con el manejo de recursos
No se ha llegado a ningún acuerdo específico
Nos hemos planteado crear una asociación, se ha complicado por falta de conocimiento de los que encabezan
Si se ha tratado de organizar entre todos, pero ha sido difícil, la gente no busca un bien para todos
(en blanco)

**Elaborado por:** la Autora

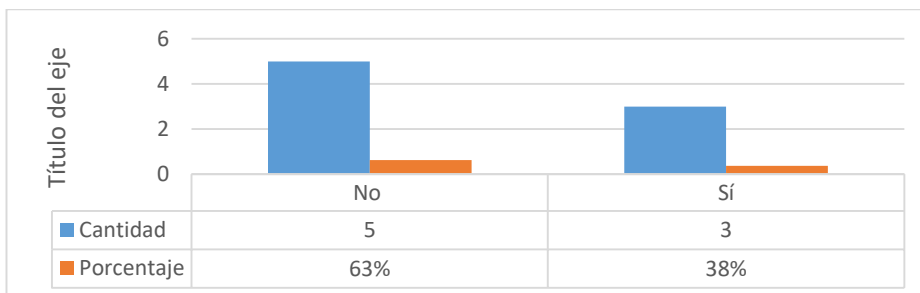
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 10.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se ha sentido parte de una asociatividad o proyecto en común, donde cada uno aporta con lo necesario para cumplir con los objetivos?

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se ha sentido parte de una asociatividad o proyecto en común, donde cada uno aporta con lo necesario para cumplir con los objetivos?	Cantidad	Porcentaje
No	5	63%
Sí	3	38%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## ¿Por qué?

Si su respuesta es sí detalle los mismos.
Desconozco como llevar ese tema
No se ha establecido la política pero su sería necesario implementarlo, hasta ´para obtener algún crédito
Desconozco temas de manejo contable lo llevo de manera empírica, según como requiera los artículos de venta
No tengo conocimiento de la parte administrativa
Para llevar una mayor organización y los horarios de atención, a nivel contable llevo un registro de los usuarios atendidos.
La administración la llevo de manera empírica, hace falta capacitaciones, para un mejor manejo de administración y control del negocio
Para saber cuan rentable es mi negocio y seguir implementando más servicios de calidad
Somos dos socios y cuando hay turistas nos organizamos para las actividades pendientes

**Elaborado por:** la Autora

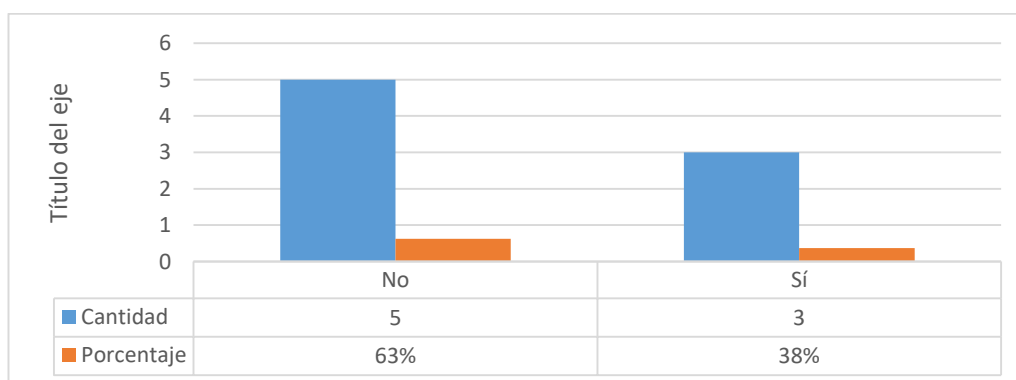
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## 11.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se realiza convocatorias y participación en las reuniones, a fin de tomar decisiones?

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, se realiza convocatorias y participación en las reuniones, a fin de tomar decisiones?	Cantidad	Porcentaje
No	5	63%
Sí	3	38%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

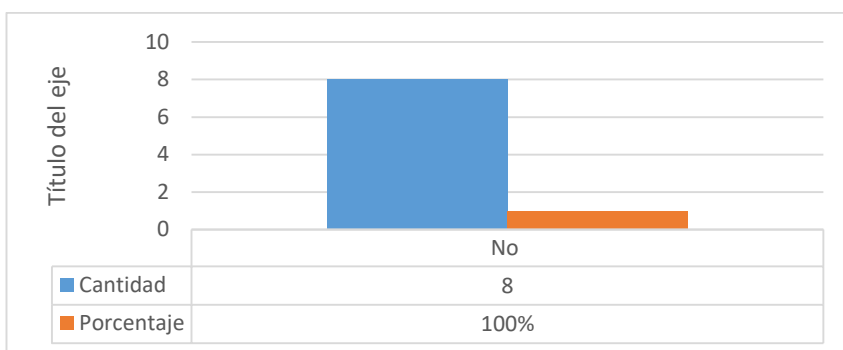
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**12.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa cuentan con una estructura organizacional definida?**

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa cuentan con una estructura organizacional definida?	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

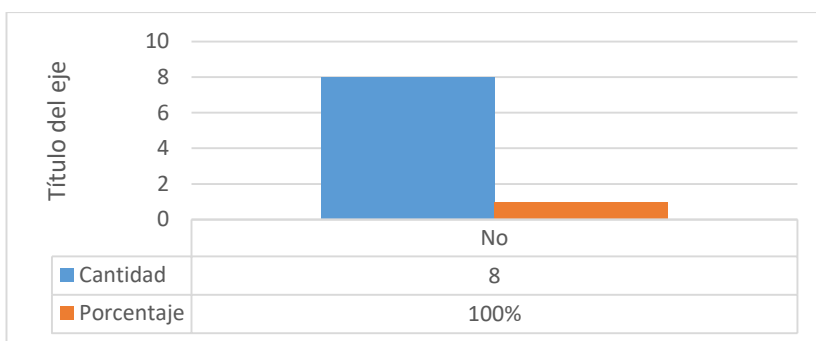
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**13.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, han definido su conformación con nombres y responsabilidades? (Estructura Organizacional)**

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa, han definido su conformación con nombres y responsabilidades? (Estructura Organizacional)	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

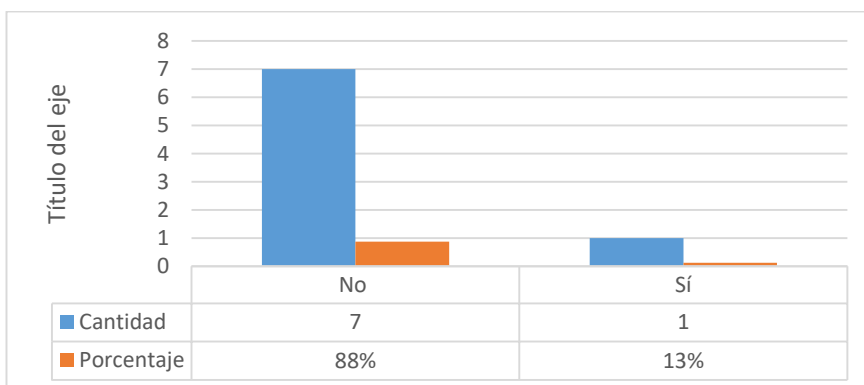
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**14.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han establecido la forma de repartición de excedentes?**

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han establecido la forma de repartición de excedentes?		
	Cantidad	Porcentaje
No	7	88%
Sí	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

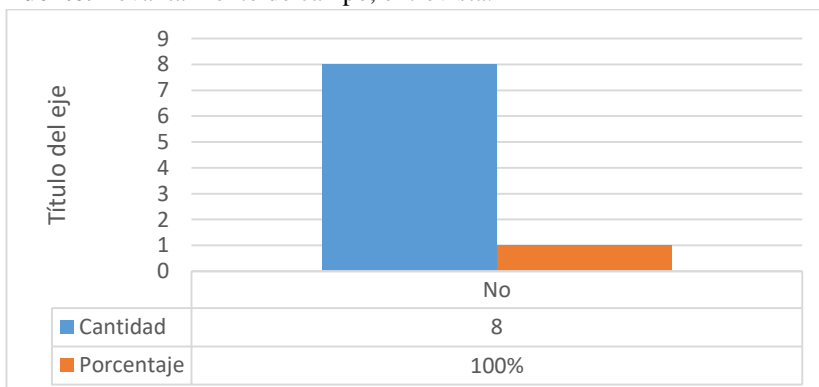
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 15.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se encuentra establecidas y diferenciadas las funciones de gestión y control?

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se encuentra establecidas y diferenciadas las funciones de gestión y control?		
	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

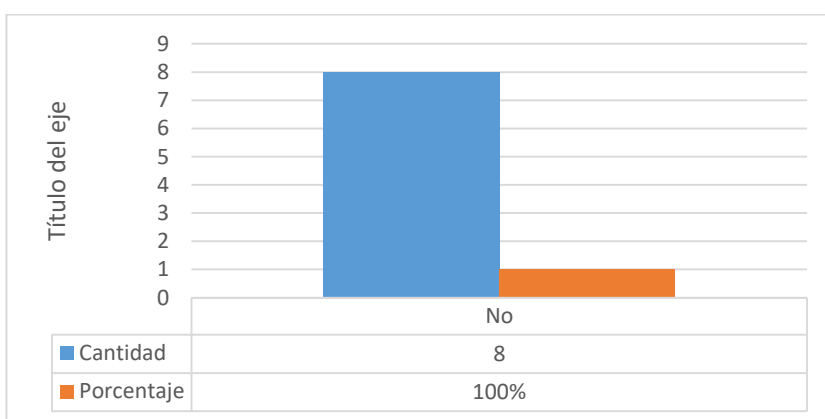
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**16.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han definido la forma y duración de la evaluación del desempeño de los cargos y roles asignados?**

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han definido la forma y duración de la evaluación del desempeño de los cargos y roles asignados?	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

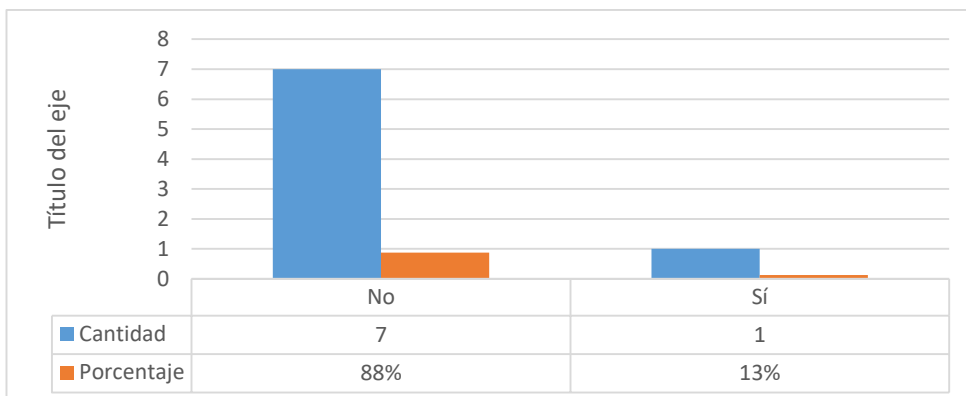
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**17.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han estimado el tiempo necesario para la ejecución de actividades asignadas, a fin de cumplir los objetivos?**

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han estimado el tiempo necesario para la ejecución de actividades asignadas, a fin de cumplir los objetivos?	Cantidad	Porcentaje
No	7	88%
Sí	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

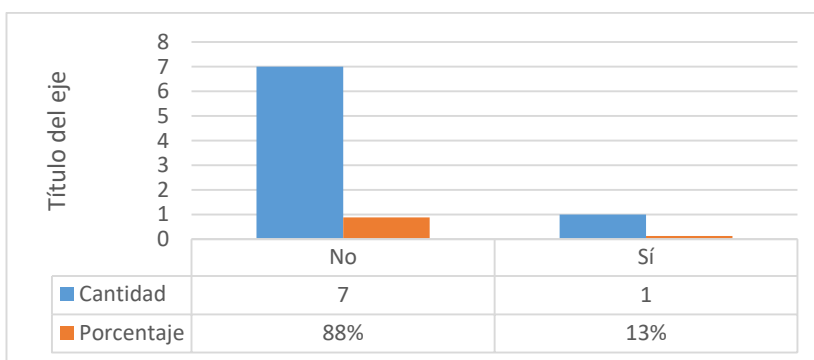
## **EDUCACIÓN Y FORMACIÓN**

**18.- ¿Cree usted que los emprendedores tienen los conocimientos adecuados para impulsar la asociatividad?**

¿Cree usted que los emprendedores tienen los conocimientos adecuados para impulsar la asociatividad?	Cantidad	Porcentaje
No	7	88%
Sí	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

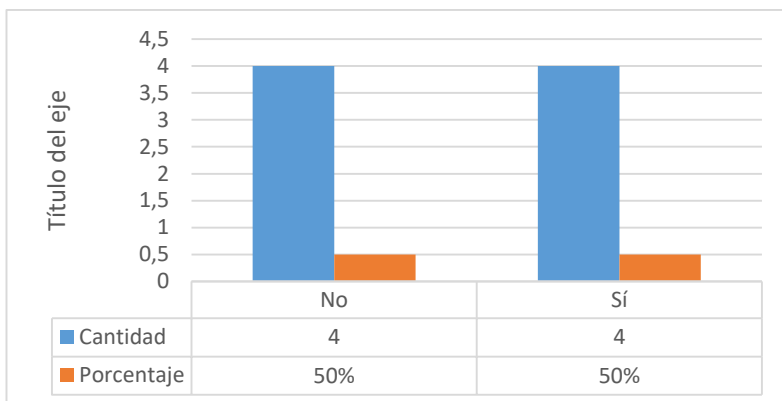
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**19.- ¿Han realizado gestiones para alcanzar capacitaciones y formación técnica de los emprendedores?**

¿Han realizado gestiones para alcanzar capacitaciones y formación técnica de los emprendedores?	Cantidad	Porcentaje
No	4	50%
Sí	4	50%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### De ser su respuesta Si detalle cuáles?

#### De ser su respuesta sí detalle cuáles?

Atención al usuario, hace unos 4 años hechos por el GAD

Han sido por cuenta propia, gastronomía cultural y atención al cliente

Mejoras en servicios al cliente y cuidado de los recursos naturales- sostenibilidad

Turismo comunitario, Guianza en páramos

**Elaborado por:** la Autora

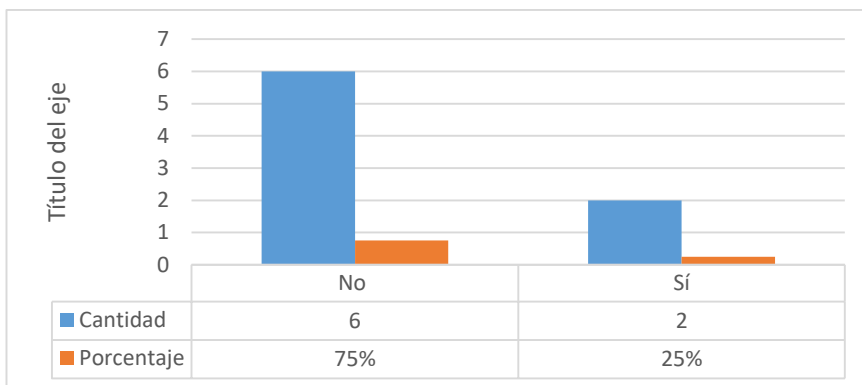
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 20.- ¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se ha socializado los principios de la economía social, como el sentido solidario del trabajo, o la toma de decisiones democráticas por medio de reuniones?

¿Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa se ha socializado los principios de la economía social, como el sentido solidario del trabajo, o la toma de decisiones democráticas por medio de reuniones?	Cantidad	Porcentaje
No	6	75%
Sí	2	25%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

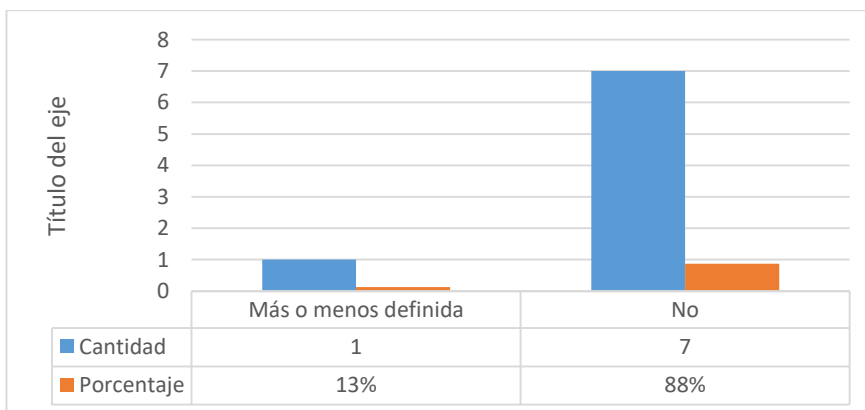
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**21.- Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han realizado planes y/o programas de aprendizaje de temas específicos de la economía social y participativa**

Entre los emprendedores de la parroquia de Atahualpa han realizado planes y/o programas de aprendizaje de temas específicos de la economía social y participativa	Cantidad	Porcentaje
No	6	75%
Sí	2	25%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

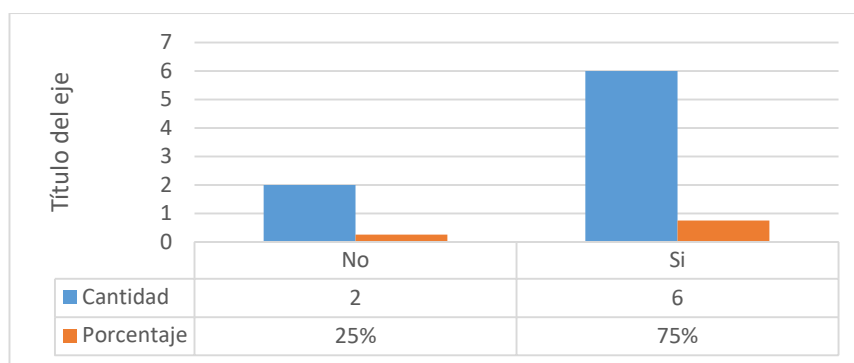
**LIDERAZGO ASOCIATIVO**

**22.- ¿Creen que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son capaces de dirigir reuniones de trabajo y posibles asambleas?**

¿Creen que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son capaces de dirigir reuniones de trabajo y posibles asambleas?	Cantidad	Porcentaje
No	2	25%
Si	6	75%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

Por qué:

Por qué?
Buscar unir a todos y tener mayores ventas, deben poner claras normas
Conocen la parroquia y tienen liderazgo e influencias en la gente, lo bueno sería que ellos se capaciten y motiven a la gente
La falta de capacitación y conocimientos asociativos
Les hace falta asistir a capacitaciones y socialización la gente en temas asociativos y turismo comunitario
No difunden claramente los objetivos comunes, la gente de la parroquia tiene mucha influencia pero debe ser bien canalizada
Tendrían que reforzar sus conocimientos técnicos, para que hagan una buena gestión y no se descuiden los objetivos comunes como ya ha pasado
Tienen acogida en la parroquia, las ideas son buenas no hay apoyo del GAD.
Tienen poder de convencimiento e ideas para unificar a las personas de la parroquia, hace falta motivación y socialización de los beneficios que se puede tener.

**Elaborado por:** la Autora

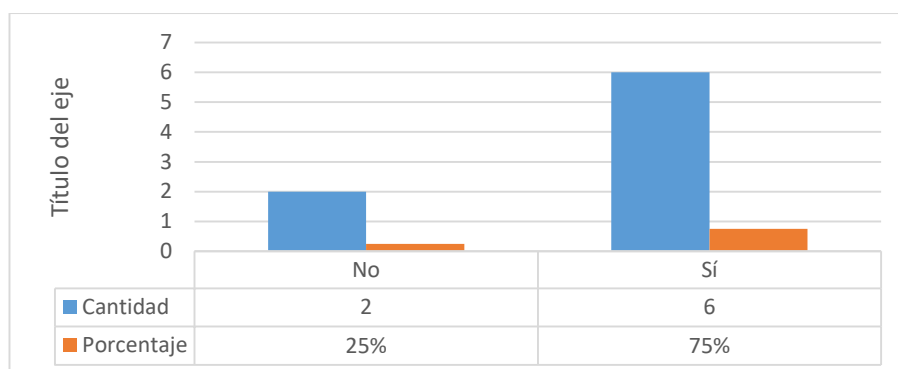
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**23.- ¿Creen que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son responsables y promueven una gestión transparente?**

¿Creen que las personas que se encuentran liderando la realización de actividades representativas son responsables y promueven una gestión transparente?		
	Cantidad	Porcentaje
No	2	25%
Sí	6	75%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

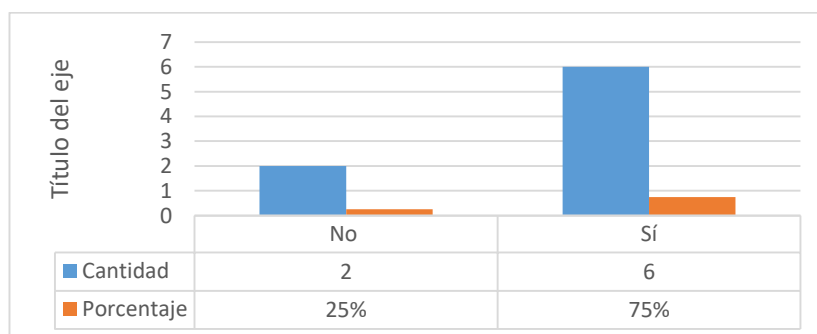
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

#### 24.- ¿Las personas que encabezan escuchan y son capaces de cambiar de opinión?

¿Las personas que encabezan escuchan y son capaces de cambiar de opinión?		
	Cantidad	Porcentaje
No	2	25%
Sí	6	75%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

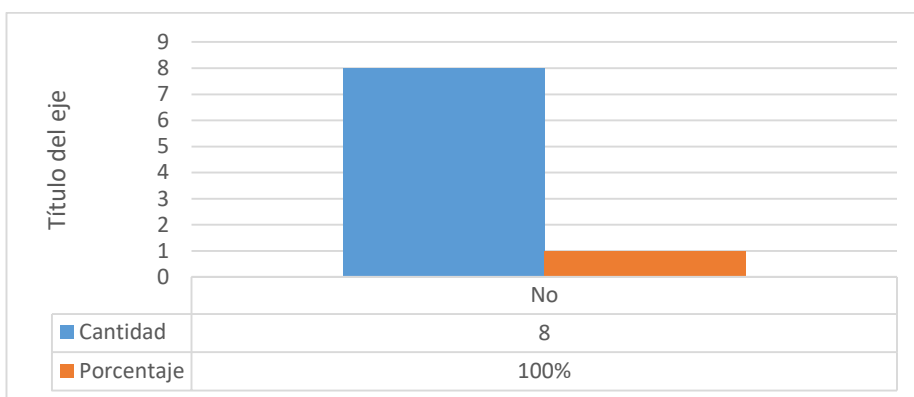
### LEGISLACIÓN Y NORMATIVA

#### 25.- ¿Usted conoce la normativa que aplica a las cooperativas y asociaciones gremiales?

¿Usted conoce la normativa que aplica a las cooperativas y asociaciones gremiales?	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

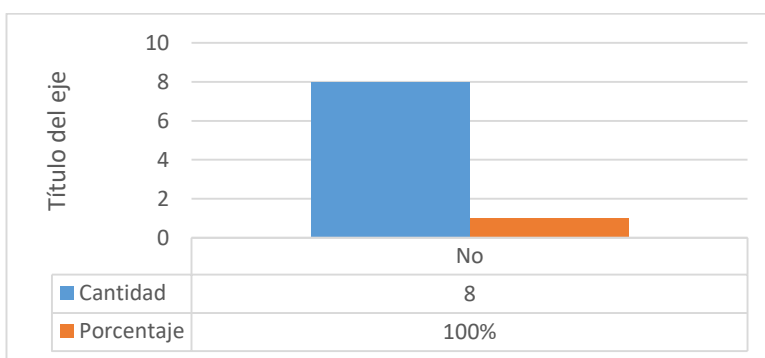
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## 26.- ¿Usted cree que se cumple las formalidades de una organización asociativa?

¿Usted cree que se cumple las formalidades de una organización asociativa?	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

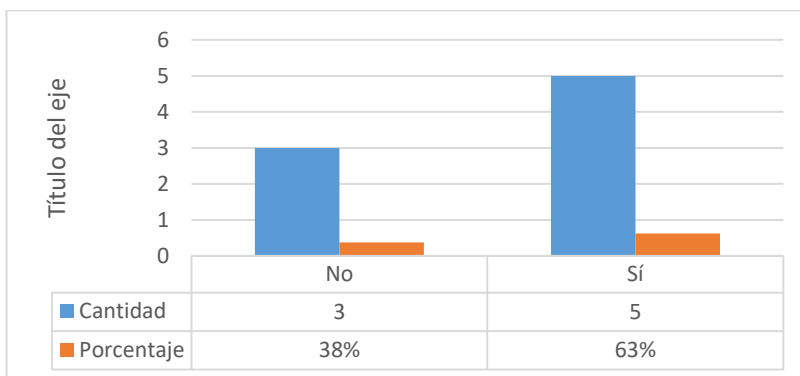
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## 27.- ¿Cuenta con personal laborando bajo su responsabilidad?

¿Cuenta con personal laborando bajo su responsabilidad?	Cantidad	Porcentaje
No	3	38%
Sí	5	63%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

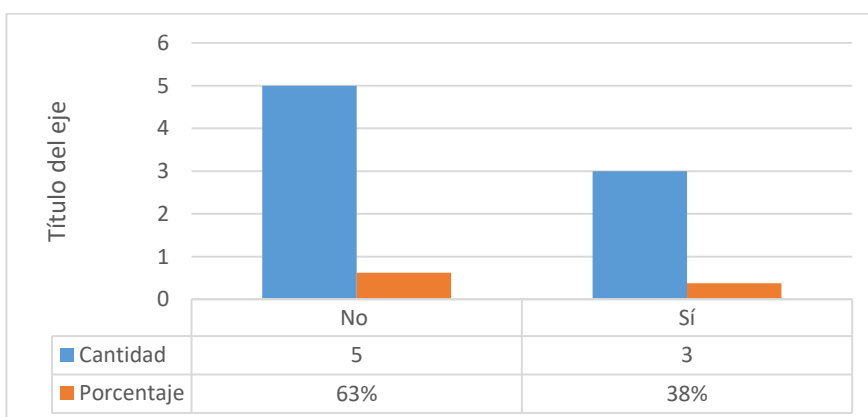
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## 28.- Conoce las formalidades legales para la gestión correcta en el manejo de personal, por ejemplo, pagos de beneficios sociales, responsabilidad como patrono, sus beneficios y obligaciones existentes, tipos de contratación etc.

Conoce las formalidades legales para la gestión correcta en el manejo de personal, por ejemplo, pagos de beneficios sociales, responsabilidades como patrono, sus beneficios y obligaciones existentes, tipo de contratación etc.	Cantidad	Porcentaje
No	5	63%
Sí	3	38%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

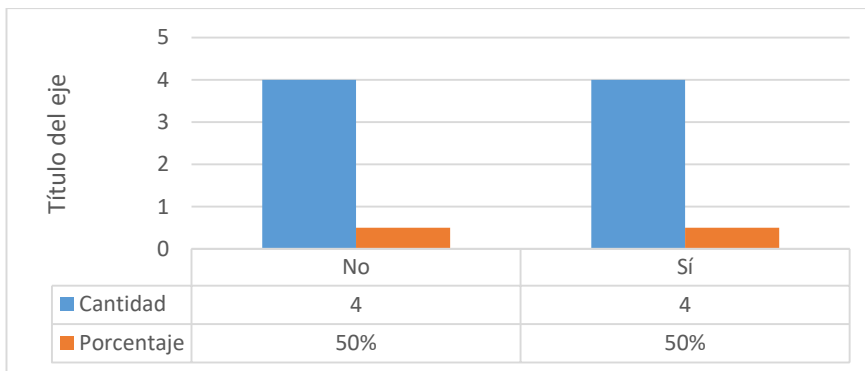
**TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

**29.- Forma parte de una base de datos la cual permita contactarlos fácilmente? (correo electrónico y/o teléfono).**

Forma parte de una base de datos la cual permita contactarlos fácilmente? (correo electrónico y/o teléfono)		
	Cantidad	Porcentaje
No	4	50%
Sí	4	50%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

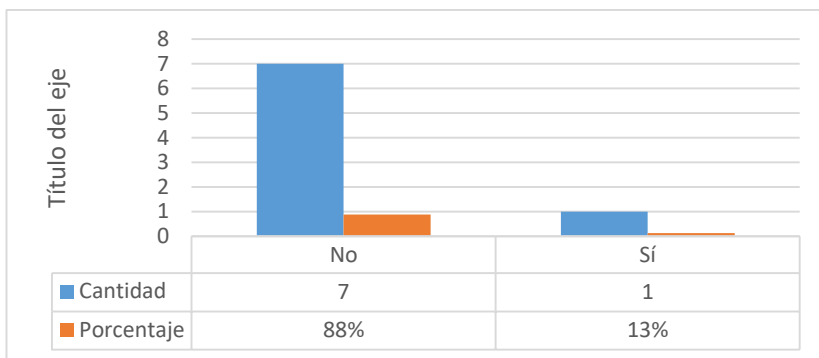
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**30.- ¿Cuenta con un sistema informático que permita llevar una data histórica de gestiones realizadas? Ventas años anteriores, registros de visitante, etc.**

¿Cuenta con un sistema informático que permita llevar una data histórica de gestiones realizadas? Ventas años anteriores, registros de visitante, etc.		
	Cantidad	Porcentaje
No	7	88%
Sí	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

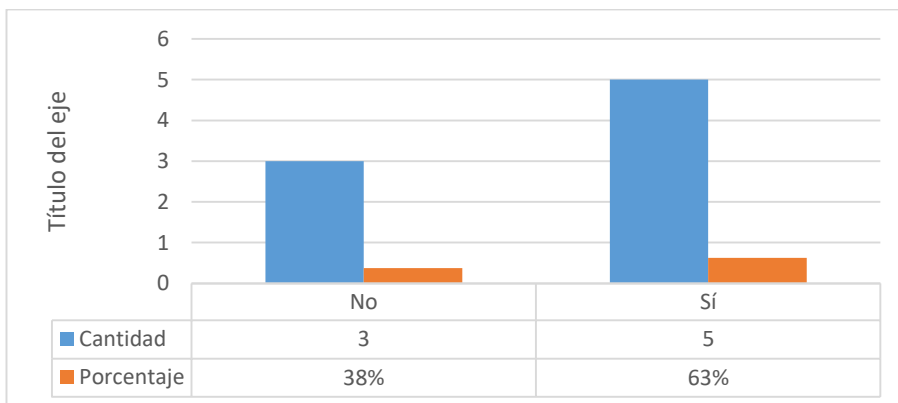
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 31.- ¿En el último semestre ha visualizado difusiones sobre su emprendimiento y el de los demás integrantes?

¿En el último semestre ha visualizado difusiones sobre su emprendimiento y el de los demás integrantes?	Cantidad	Porcentaje
No	3	38%
Sí	5	63%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### De ser si la respuesta detalle cuales, en que costos ha incurrido o son por iniciativa propia.

De ser si la respuesta detalle cuales, en que costos ha incurrido o son por iniciativa propia.
Han sido por iniciativa propia
Por iniciativa propia, redes sociales
Por recomendaciones y redes personales
por redes sociales, comentarios y referencias

Reportajes de viajeros y en redes sociales personales
(en blanco)

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

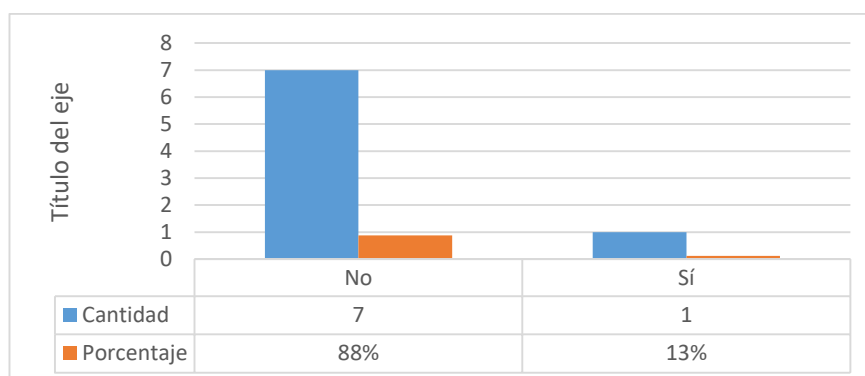
### **RED DE APOYO**

**32.- ¿Se ha hecho acercamientos con organizaciones asociativas, para intercambiar modelos de aplicación?**

¿Se ha hecho acercamientos con organizaciones asociativas, para intercambiar modelos de aplicación?	Cantidad	Porcentaje
No	7	88%
Sí	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

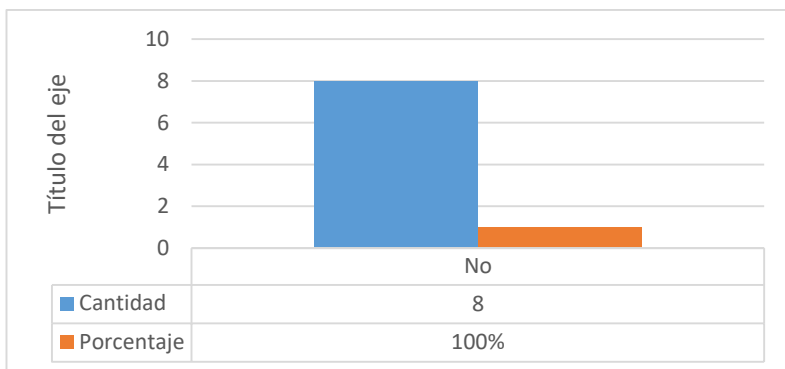
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**33.- ¿Tiene conocimiento si se ha hecho acercamientos con organismos de apoyo público y/o privado? (fundaciones, organizaciones internacionales, centros de estudios, ONG, universidades ministerios, secretarías, GAD'S parroquiales etc.).**

¿Tiene conocimiento si se ha hecho acercamientos con organismos de apoyo público y/o privado? (fundaciones, organizaciones internacionales, centros de estudios, ONG, universidades ministerios, secretarías, GAD'S parroquiales etc.).	Cantidad	Porcentaje
No	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

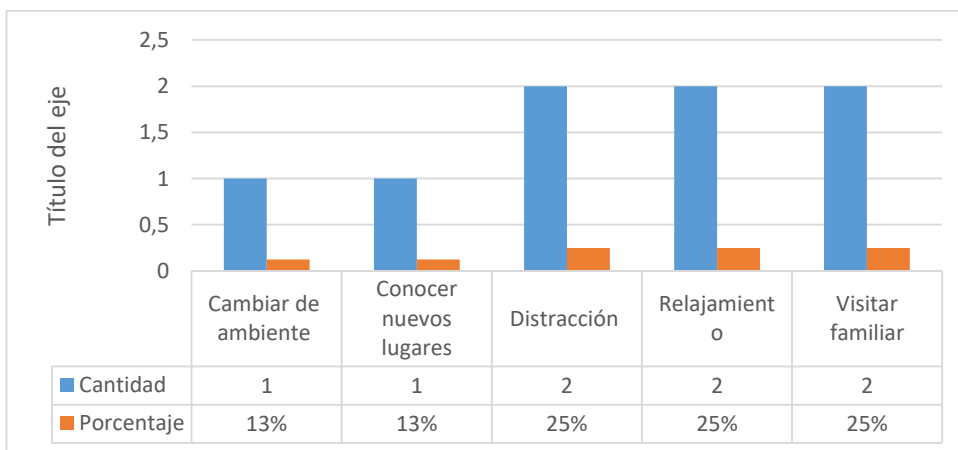
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 34. ¿Cuál es el motivo por el cual cree usted que se visite la parroquia?

¿Cuál es el motivo por el cual cree que visitan la parroquia?	Cantidad	Porcentaje
Cambiar de ambiente	1	13%
Conocer nuevos lugares	1	13%
Distracción	2	25%
Relajamiento	2	25%
Visitar familiar	2	25%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

## ENTORNO SOCIOECONÓMICO

### 35.- ¿Qué tipo de estrategias ha aplicado para darse a conocer en la zona?

¿Qué tipo de estrategias ha aplicado para darse a conocer en la zona?
Brindar buen servicio y precios bajos
Brindar un buen servicio a tiempo completo y por emergencia implementar servicio a domicilio, ha tenido buena acogida
Dar un buen servicio
Mantener abierto el local y tratar de tener alimentos frescos
Por redes sociales y conocidos
Por referidos y mediante redes sociales
Por referidos y propia publicidad
Publicidad por redes sociales, he tratado de hacer canjes con artistas nacionales para que recomienden mi local en sus redes sociales.

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 36.- ¿Está usted satisfecho con el apoyo que da el GAD a los emprendedores?

Esta usted satisfecho con el apoyo que dá el GAD a los emprendedores	Cantidad	Porcentaje
No	7	88%
Si	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

#### ¿Por qué?

Por qué?
Busca el bienestar el pueblo y tratan de motivar a los negocios
Deberían estar más pendientes y dar más apoyo a los servicios turísticos
No ayudan a organizar, siempre está cerrado, no hay información ni registros
No existe apoyo, han cerrado las puertas no trabajan para la comunidad
No existe información, deberían tener en consideración que mucha gente no usa tecnología, no se sabe que hacen
No se pronuncian con apoyo al turismo comunitario más se enfocan en la ganadería
No suelen tomar en cuenta los emprendimientos , se enfocan en otros temas
Nunca hacen nada por lo emprendedores, sus objetivos son otros

**Elaborado por:** la Autora

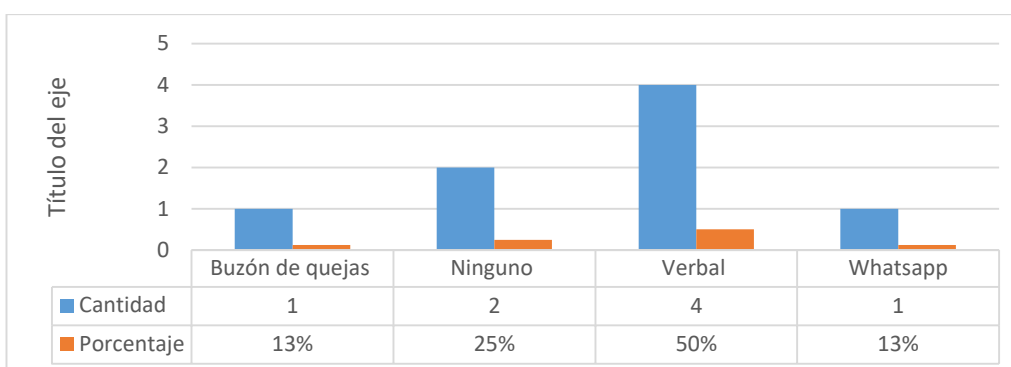
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 37.- ¿En su emprendimiento con que mecanismo cuenta para la recolección de quejas? (buzón de quejas, vía email, whatsapp, verbal).

¿En su emprendimiento con que mecanismo cuenta para la recolección de quejas? (buzón de quejas, vía email, whatsapp, verbal).	Cantidad	Porcentaje
Buzón de quejas	1	13%
Ninguno	2	25%
Verbal	4	50%
Whatsapp	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

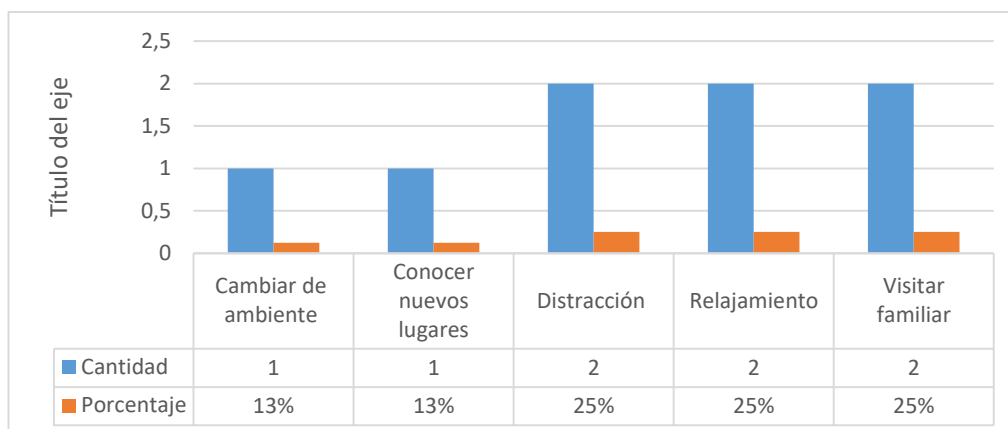
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### 38.- ¿Cuál es el motivo por el cual cree que visitan la parroquia?

¿Cuál es el motivo por el cual cree que visitan la parroquia?	Cantidad	Porcentaje
Cambiar de ambiente	1	13%
Conocer nuevos lugares	1	13%
Distracción	2	25%
Relajamiento	2	25%
Visitar familiar	2	25%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

### **FINANCIAMIENTO**

**39.- ¿Estaría dispuesto a aportar con cuotas mensuales para fomentar la asociatividad en la parroquia de Atahualpa?**

¿Estaría dispuesto a aportar con cuotas mensuales para fomentar la asociatividad en la parroquia de Atahualpa?	Cantidad	Porcentaje
No	2	25%
Sí	6	75%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**De ser su respuesta SI detalle el valor máximo que estaría dispuesto a aportar.**

¿Estaría dispuesto a aportar con cuotas mensuales para fomentar la asociatividad en la parroquia de Atahualpa?	Cuenta de Denominativo	Cantidad
Cinco dólares	25,00%	2
Diez Dólares	12,50%	1
lo que la mayoría este de acuerdo	12,50%	1
Quince Dólares	12,50%	1
Según el porcentaje que se acuerde con la mayoría	12,50%	1
un 5 o 10% de las ventas	12,50%	1
0	12,50%	1
<b>Total general</b>	<b>100%</b>	<b>8</b>

**Elaborado por:** la Autora

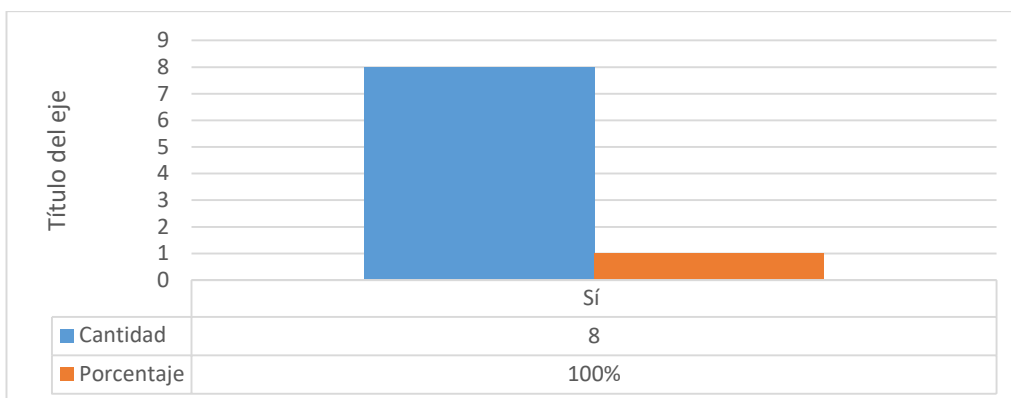
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

**40.- ¿Estaría dispuesto a buscar financiamiento en instituciones públicas y/o privadas que apoyen al sector asociativo, cooperativas de ahorro y crédito?**

¿Estaría dispuesto a buscar financiamiento en instituciones públicas y/o privadas que apoyen al sector asociativo?	Cantidad	Porcentaje
Sí	8	100%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

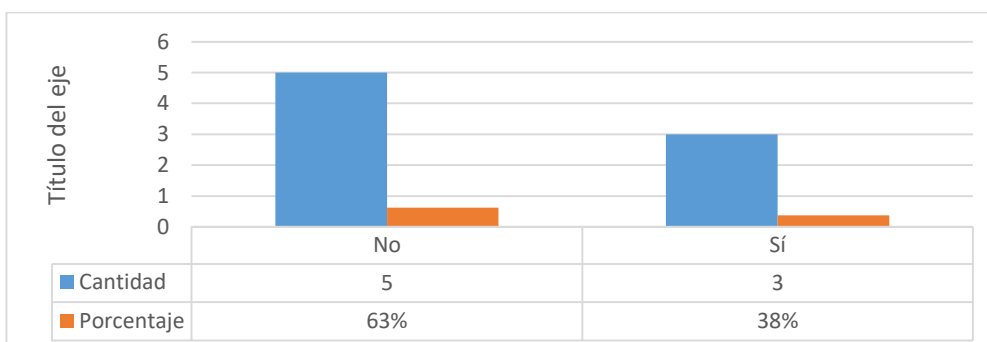
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

#### 41.- ¿Estaría de acuerdo buscar financiamientos en la comunidad, por medio de redes, amigos y familiares?

¿Estaría de acuerdo buscar financiamientos en la comunidad, por medio de redes, amigos y familiares?	Cantidad	Porcentaje
No	5	63%
Sí	3	38%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

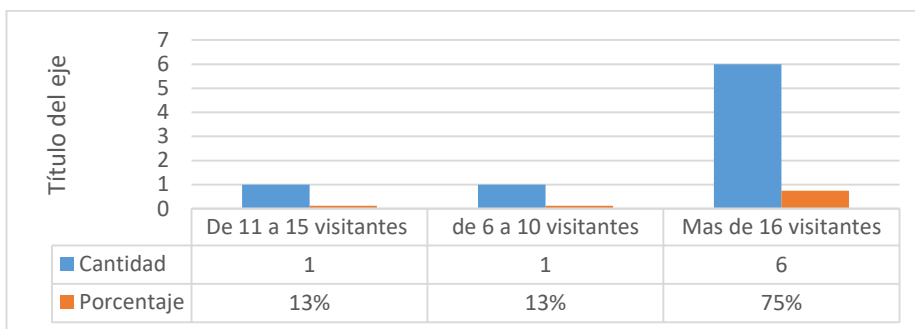
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

#### 42.- Detalle la cantidad de visitante que recibe mensualmente?

Detalle la cantidad de usuario que recibe mensualmente?	Cantidad	Porcentaje
De 11 a 15 visitantes	1	13%
de 6 a 10 visitantes	1	13%
Más de 16 visitantes	6	75%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

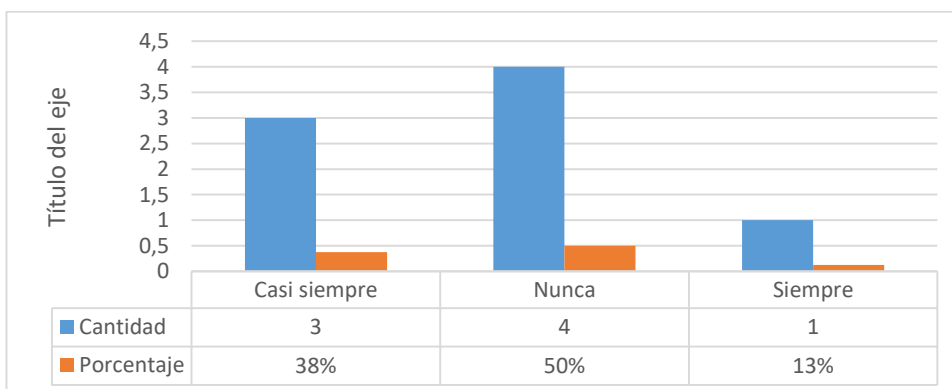
**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.

#### 43.- ¿Cree usted que los jóvenes de la parroquia participan activamente del desarrollo de actividades asociativas?

Detalle la cantidad de usuario que recibe mensualmente?	Cantidad	Porcentaje
Casi siempre	3	38%
Nunca	4	50%
Siempre	1	13%
<b>Total general</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.



**Elaborado por:** la Autora

**Fuente:** Levantamiento de campo, entrevista.3