



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TITULO:

“MODELO DE GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DE
LA COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO PROVINCIA DE
LOJA”

Tesis previa la obtención del
título de Ingeniera en
Administración Turística.

AUTORA:

Jessica Viviana Zaquinaula Salinas.

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. David Madimir Cartuche Paqui Mg. Sc

LOJA – ECUADOR

2021 –2022

Certificación

CERTIFICACIÓN

Ingeniero

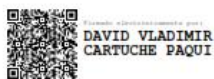
David Vladimir Cartuche Paqui Mg.Sc

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado **MODELO DE GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO PROVINCIA DE LOJA**, de la autoría de la Srta. Jessica Viviana Zaquinaula Salinas, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, octubre de 2021.



Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg.Sc
DIRECTOR DE TESIS

Autoría

Yo, Jessica Viviana Zaquinaula Salinas declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Jurídicos de posibles reclamos o acciones legales. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autora: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Firma:

Cédula: 1150227914

Fecha: Loja, 25 de noviembre de 2021.

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Jessica Viviana Zaquinaula Salinas, declaro ser la autora de la tesis titulada: MODELO DE GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SRAGURO PROVINCIA DE LOJA, como requisito para optar el grado de: Ingeniera en Administración Turística, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio digital institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenio.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o por la copia de tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinticinco días del mes de noviembre del dos mil veintiuno, firma la autora.

Autora: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Firma:

C.I: 1150227914

Dirección: Loja, Avenida Eugenio Espejo e Irlanda.

Correo electrónico: jessica.zaquinaula@unl.edu.ec

Teléfono: 0987981065

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL: Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma. Mg. Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL: Ing. María Luisa Díaz López. Mg.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL: Ing. Agustín Nicolás Arias Riofrio. Mg.Sc.

Dedicatoria

El presente trabajo realizado con gran esfuerzo lo quiero dedicar primeramente a DIOS por darme la sabiduría necesaria y así poder alcanzar el sueño más anhelado, agradecer por darme la inteligencia y la paciencia la cual me permitió concluir con satisfacción mi proyecto.

A mi madre adorada, por confiar en mí y estar ahí en cada paso que he dado en mi vida estudiantil, por su inmenso cariño y por todos los valores que me inculco lo cual me ha convertido en la mujer que soy hasta ahora; a mi querido padre que a pesar de no estar conmigo siempre estuvo pendiente de mí desde la distancia, por el cariño y las palabras de aliento que me daba y así poder convertirme en toda una profesional; a mis dos amados hermanos José y Kevin, por ser parte fundamental en mi vida, a mis sobrinos y toda mi familia en general, muchas gracias por estar conmigo y apoyarme en todo lo que necesite. A mis tíos Kerlly y Eduardo Salinas por ser la inspiración en toda mi carrera.

Y una dedicatoria especial a mi tía Mireya y mi querida prima Diana que siempre estuvieron apoyándome no solo económicamente sino emocionalmente, estuvieron en cada uno de los pasos que he dado, y por estar siempre orgullosas de mí.

Este proyecto va dedicado con mucho esfuerzo y amor, y ahora podemos celebrar juntos una de las tantas metas que he soñado por años.

Agradecimiento

Primeramente, quiero agradecer a Dios por permitirme cumplir una meta más, por la salud y por el apoyo de toda mi familia.

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Administración Turística, a las autoridades y docentes quienes con dedicación, responsabilidad, paciencia y experiencia académica me impartieron sus enseñanzas, sus valiosos conocimientos, me inculcaron sus buenos valores y me brindaron su apoyo incondicional en todos los momentos de mi formación profesional.

Un agradecimiento especial a mi director de tesis Ing. David Vladimir Cartuche Paqui por confiar en mí, quien fue mi guía y apoyo en cada paso que daba en la elaboración del proyecto, por compartir conmigo todos sus valiosos conocimientos los cuales los plasme en cada avance que daba en el transcurso de la elaboración de la tan anhelada meta, al Ing. Cesar Neira Hinostroza, por todos los buenos consejos por sus palabras de aliento y por inculcarme los mejores valores, los cuales plasmare en mi vida profesional; un agradecimiento a la Ing. Soledad por la paciencia y su apoyo incondicional.

Finalmente, y nos mas importante quiero agradecer a la comunidad de Oñacapac, quienes compartieron conmigo todos sus conocimientos, el apoyo incondicional, la paciencia, y su acogida con mi persona. Agradecer al Ing. Luis Gonzales por estar conmigo en todo el transcurso de la investigación de campo, por ser una excelente Perona. Mis agradecimientos infinitos por ser unas excelentes personas, y por su generosidad lo cual fueron pilares importantes para que esta investigación culmine con éxito y se convierta en un aporte importante para la comunidad y la sociedad.

Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

1 TITULO

**“MODELO DE GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DE
LA COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO PROVINCIA DE
LOJA”**

2 RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Establecer alternativas para fortalecer turísticamente la Comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la Provincia de Loja a través de un modelo de gestión y para llevar a cabo este objetivo se han establecido los objetivos específicos: Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja, Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja, Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac.

Para el desarrollo de la investigación se adoptó la metodología del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y la metodología de Blanco 2014, para el diagnóstico situacional turístico de la comunidad; se empleó la metodología de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME) y el método analítico para establecer las estrategias de desarrollo turístico, finalmente se aplicó el modelo de gestión de la Fundación COODESPA, para realizar un modelo de gestión para fortalecer turísticamente a la comunidad de Oñacapac.

Entre los resultados obtenidos se determinó que Oñacapac es una comunidad organizada, con una población de 888 habitantes; cuenta con 8 atractivos de los cuales 3 son atractivos de manifestaciones culturales y 5 son atractivos naturales, en cuanto a la planta turística, no existen el servicio de alojamiento, pero cuentan con 1 restaurante y 3 lugares de esparcimiento, para el adecuado funcionamiento de los atractivos y la planta turística es indispensable la infraestructura, es así que la comunidad dispone con todos los servicios básicos, representando una fortaleza para el desarrollo del turismo comunitario. Se identificaron a 10 actores claves que están inmersos en el turismo comunitario con los que se aplicó la matriz de involucrados y seguidamente se realizó el

FODA mediante un taller participativo, posteriormente se realizó el FODA Cruzado en la que establecieron cuatro propuestas que fueron la base para desarrollo del modelo de gestión en la comunidad de Oñacapac.

Palabras claves: turismo, turismo comunitario, modelo de gestión.

SUMMARY

The general objective of this research work was: To establish alternatives to strengthen the Oñacpac Community of the Saraguro canton of the Province of Loja through a management model and to carry out this objective the specific objectives have been established: To carry out a tourist situational diagnosis of the Oñacpac community of the Saraguro canton of the province of Loja, Establish tourism development strategies for the Oñacpac community of the Saraguro canton of the province of Loja, Carry out a management model for the tourist strengthening of the Oñacpac community.

For the development of the research, the methodology of the Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA) and the methodology of Blanco 2014 were adopted, for the tourist situational diagnosis of the community; the methodology of the Association of Ecuadorian Municipalities (AME) and the analytical method to establish tourism development strategies were used, finally the management model of the CODESPA Foundation was applied, to carry out a management model to strengthen the community of Oñacpac tourism.

Among the results obtained, it was determined that Oñacpac is an organized community, with a population of 888 inhabitants; It has 8 attractions of which 3 are attractions of cultural manifestations and 5 are natural attractions, as for the tourist plant, there is no accommodation service, but they have 1 restaurant and 3 places of recreation, for the proper functioning of the attractions and the tourist plant is indispensable infrastructure, so the community has all the basic services, representing a strength for the development of community tourism. We identified 10 key actors who are immersed in community tourism with whom the matrix of involved was applied and then the SWOT was carried out through a participatory workshop, later the Cross SWOT was carried out

in which they established four proposals that were the basis for the development of the management model in the community of Oñacpac.

Keywords: tourism, community tourism, management model

3 INTRODUCCIÓN

El cantón Saraguro ubicado al sur del Ecuador cuenta con una riqueza cultural muy importante, mismo que ha servido para promocionarse en el campo turístico a nivel nacional como internacional, sus manifestaciones, tradiciones, cosmovisión, indumentaria, gastronomía y otros elementos propios de esta cultura le han hecho merecedor como una de las culturas más importantes de la región (Cartuche & Bastidas , Propuesta de un escenario turístico medicinal en el territorio de la cultura Saraguro, provincia de Loja., 2017).

A pesar de poseer tan singulares características, este territorio no ha podido despegar en la gestión cultural como también en los temas relacionados al turismo debido a que las autoridades públicas llamadas a gestionar el turismo en el cantón no han mostrado el interés suficiente, en vista de esto organizaciones de base comunitarias y ONGs iniciaron en el año 2001 un proyecto cuyos objetivos fueron organizar a las comunidades indígenas y campesinas e iniciar con un proceso denominado turismo comunitario, con la finalidad de mostrar al mundo la riqueza cultural de este pueblo milenario y por ende mejorar la calidad de vida de las familias que viven en esta comunidad, sin embargo, debido a la falta de fortalecimiento en los promotores turísticos y el poco apoyo por parte de las comunidades esta iniciativa se desvinculó, generando emprendimientos turísticos desde la parte privada (Cartuche, Cartuche , Armijos, & Neira, 2020).

Una de las comunidades que formó parte de esta organización de turismo de base comunitaria desde sus inicios es la comunidad de Oñacpac ubicada a 8 kilómetros de la cabecera parroquial Saraguro, comunidad que posee diversidad de elementos culturales como naturales y que muestra una gran potencialidad turística (Matute & Poma , 2013).

Oñacapac ha dado inicios a procesos de desarrollo turístico sin obtener los resultados deseados debido a múltiples problemas, principalmente a la falta de estudios de oferta y demanda, capacitaciones a los prestadores de servicios y análisis turístico de la comunidad, esto ha provocado que no se pueda contar con un estudio del perfil del visitante como también no se conozca las potencialidades de los diferentes recursos y atractivos turísticos y con ello no se cuente con señalética ni señalización turística, finalmente no se ha podido consolidar políticas de promoción de la oferta turística que tiene Oñacapac debido a que no cuentan con plan de comercializaron.

También dentro de los problemas principales en la gestión turística que acarrea esta comunidad es la falta de programas de actualización a los prestadores de servicios turísticos en diferentes áreas como atención al cliente, guianza, hospedaje, servicios gastronómicos, transporte, entre otros, todo esto ha provocado una falta de gestión tanto interna y externa de la comunidad desencadenando en ofertar servicios de baja calidad no acordes a la realidad actual.

La problemática que se pueden evidenciar es que la comunidad no cuente con un modelo de gestión turística sostenible, provocando la existencia de un producto turístico sólido y fortalecido capaz de responder a la demanda y poner frente a la competencia de algunas iniciativas locales que se han iniciado en Saraguro principalmente en sus comunidades indígenas, a esto también se puede manifestar uno de los problemas graves que viven las comunidades indígenas que tiene que ver con la pérdida de los elementos culturales (lengua, vestimenta, alimentación, arquitectura etc.) causado por múltiples factores entre ellos la migración, la pérdida de identidad cultural, la globalización etc. Esto permite plantear la pregunta central de investigación: ¿Un modelo de gestión de fortalecimiento turístico facilitará el desarrollo turístico local de la comunidad de

Oñacpac del cantón Saraguro?, por lo cual se propone un modelo de gestión que estipula cinco propuestas las mismas que facilitarían el desarrollo del turismo.

Esta investigación tiene como objetivo general: Establecer alternativas para fortalecer turísticamente la Comunidad Oñacpac del cantón Saraguro de la Provincia de Loja a través de un modelo de gestión.; y serán conducidos por los siguientes objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacpac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.
- Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacpac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.
- Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacpac.

4 REVISIÓN LITERARIA

4.1 Marco conceptual

4.1.1 Diagnostico situacional

El Diagnóstico Situacional, determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. Define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional (Remuzgo, 2005).

4.1.2 Diagnostico turístico

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino, desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística de la oferta y demanda y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística (Ricaurte, 2009, pág. 11).

4.1.3 Atractivos turísticos

“Es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio” (MINTUR, 2018, pág. 33)

4.1.4 Inventario de atractivos turísticos

“El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional” (MINTUR, 2018, pág. 7).

4.1.5 Estrategias

“La estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas” (Contreras , 2013, pág. 161).

4.1.6 Desarrollo local

Parte como un concepto dicotómico que no se puede apartar de lo global desde un sentido teórico o práctico que casi siempre va ligado a las actividades económicas participativas (como lo es el turismo), implementadas por las localidades que conllevan un proceso de empoderamiento por parte de las mismas en el uso de sus recursos naturales, técnicos y culturales para generar un desarrollo eficaz que mejore su calidad de vida detonando las cualidades en cualquier ámbito de su lugar de residencia (Escobedo, 2019).

4.1.7 Matriz de involucrados

“El análisis de los involucrados es una herramienta imprescindible para elaborar las estrategias de implementación de cualquier proyecto. Entendiendo como proyecto, desde una decisión o una simple política hasta las más complejas obras que se nos pudieran ocurrir” (Muñoz , 2012).

4.1.8 Análisis FODA

Un análisis de los factores de éxito que dan paso al cumplimiento de los objetivos de la organización. Dicho análisis contempla un análisis de factores internos y externos de la organización, y es mediante éste que se puede estimar el impacto de una estrategia considerando la capacidad interna de la organización (Fortalezas y Debilidades) en contraste con la situación externa a ella (Oportunidades y Amenazas) (Salgado & Reyes , 2017).

4.1.9 Plan de acción

Un plan de acción es una hoja de ruta que puede ayudarlo a lograr sus metas y objetivos. Así como hay muchas formas de llegar a un destino si va de viaje, un programa puede tomar muchos caminos para alcanzar las metas, cumplir los objetivos y lograr resultados (ECLKC, 2019).

4.1.10 Modelo de gestión

“Es la estructura o sistema a seguir en la administración o gestión dentro de la aplicación de un proyecto, con la finalidad de alcanzar el éxito de un objetivo en común” (Navarro, 2015, pág. 12)

4.1.11 Oferta

“El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado” (Boullon, 2006, pág. 34)

4.1.12 Demanda

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades (Boullon, 2006, pág. 32)

4.1.13 Calidad

“Es la búsqueda permanente de la perfección en el servicio, en el producto y en los seres humanos. Para ello se necesita de la participación, la responsabilidad, la perfección y el espíritu del servicio” (Vargas & Vega, 2007)

4.1.14 Servicio

Para Acerenza, (citado de Kotler y Bloom, 1994), un servicio es cualquier actividad o beneficio que una persona puede hacer u ofrecer a otra, y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede estar o no vinculada a un producto físico (Izaguirre, 2014)

4.1.15 Producto turístico

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

turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (OMT, Definiciones de turismo, 2021)

4.1.16 Turismo rural

“El turismo rural es toda actividad turística que se desarrolla en zonas rurales, pequeñas localidades o espacios alejados del casco urbano. Adicionalmente, incorpora la cultura, formas organizativas y prácticas productivas rurales como componentes clave del producto” (CODESPA, 2011, pág. 15).

4.1.17 Turismo rural comunitario

El turismo rural comunitario suma el contacto cultural y la participación a los elementos del turismo rural, ya que promueve la relación intercultural entre el anfitrión y el turista e implica la intervención activa de la comunidad en la definición, planificación y gestión del proceso turístico. Parte de las utilidades generadas se destina a la atención de las necesidades comunales (CODESPA, 2011, pág. 15)

4.2 Marco referencial

4.2.1 Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA

El propósito de la presente publicación es compartir el modelo de gestión del turismo rural comunitario desarrollado por Fundación CODESPA con poblaciones indígenas aimaras, quichuas y quechuas de Bolivia, Ecuador y Perú con alto potencial turístico. El modelo es el resultado de más de cinco años de trabajo en la región andina y se enmarca en el proyecto “Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes”, intervención realizada directamente por Fundación CODESPA con el objetivo de que las comunidades indígenas generen recursos propios a partir del aprovechamiento de sus atractivos turísticos. Desde sus inicios, el proyecto contó con la participación de múltiples colaboradores y con el apoyo de distintos financiadores multilaterales (Banco

Interamericano de Desarrollo BID y Fondo Multilateral de Inversiones FOMIN), privados (Fundación REPSOL y Fundación ROVIRALTA) y públicos (Agencia Andaluza de Cooperación Internacional al Desarrollo AACID y Fons Catalá). Desde sus inicios, el proyecto buscó incorporar a los participantes en las cadenas de turismo locales e internacionales. Gracias a la estructuración de nuevos paquetes turísticos, la promoción comercial y la mejora de la oferta, se incrementaron considerablemente el número de turistas y los ingresos en las zonas seleccionadas, lo cual fortaleció las estructuras organizativas para la gestión del turismo en cada país. Complementariamente, el proyecto contribuyó a la inclusión de las mujeres y los jóvenes en las actividades turísticas, así como al mejoramiento de las condiciones de vida y salud de varias de las comunidades involucradas. Partiendo de esa experiencia, el modelo propuesto comparte herramientas e instrumentos prácticos para la ejecución de intervenciones de esta naturaleza, útiles para cualquier actor de la cooperación al desarrollo interesado en replicar y potenciar el modelo. Para ello, se ahonda en el tema de la demanda y la oferta de la cadena de valor turística por trabajar con las comunidades a fin de garantizar su participación sostenible en los flujos turísticos. Las intervenciones en turismo rural comunitario, más aún si son participativas e incluyentes, deben planearse a mediano plazo para que sean sostenibles, ya que la consolidación de los productos turísticos requiere tiempo. En ese sentido, disponer de un modelo ya diseñado permite acortar los plazos considerablemente. Para facilitar la comprensión del modelo, la presente publicación se encuentra dividida en cinco capítulos, cada uno con testimonios, ejemplos y fotos que dan cuenta de la intervención realizada por Fundación CODESPA entre el 2005 y el 2011. En el primer capítulo, se describe detalladamente el proyecto, sus antecedentes, objetivos, características diferenciadoras, estructura organizativa, fases de implementación y línea de tiempo. En el segundo capítulo, por su parte, se aborda el modelo de gestión del

turismo rural comunitario a partir del análisis detallado de las estrategias de trabajo con respecto a la oferta y la demanda. En el tercer capítulo, se exponen los resultados y se compara la situación de las comunidades antes y después de la intervención. En el cuarto capítulo, se presentan las lecciones aprendidas de la experiencia, desde las más generales hasta las más específicas. En el quinto y último capítulo, se resumen las conclusiones a las que se llegó en el proyecto. Para complementar la información, la publicación incluye un glosario de términos y dos anexos donde se pueden observar las herramientas y la metodología empleadas en el proyecto (CODESPA, 2011, pág. 13)

4.2.2 Propuesta de un modelo de gestión turística para la parroquia Pacto- Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.

La investigación se realizó en la Parroquia Pacto. Dadas las características del proceso de investigación (los resultados de la investigación analítica), se consideraron como preliminares o como introductorios para la propuesta del modelo de gestión, ya que es indispensable un análisis de doce componentes turístico y definición del perfil del turista idóneo, para establecer la situación actual del territorio. La investigación estadística se basa en muestras amplias y representativas y los datos que se obtienen están sujetos a un análisis cuantitativo, es decir; lo que se obtuvo con las 7 encuestas realizadas. Los resultados de esta investigación son de naturaleza conclusiva debido a que, se demostró la factibilidad de propuesta del modelo de gestión en la parroquia. Para el diseño de la investigación del presente trabajo de investigación se ha tomado como referencia de población a los turistas que ingresaron al territorio en el año 2014 que con la muestra aleatoria simple finita e infinita se determinó el siguiente universo.

La parroquia de Pacto, es beneficiada con recursos naturales muy importantes, razón por la cual es necesario consolidar un modelo de gestión, para evitar la decadencia de productos y servicios turísticos, equilibrando los ejes del desarrollo turístico, así como:

oferta, infraestructura, planta, demanda, comercialización y superestructura turística. La presente propuesta de un modelo de gestión turística aborda el diagnóstico situacional con metodología de los doce componentes turísticos, así como la aplicación de dos encuestas a los turistas y una a los prestadores de servicios, para determinar el perfil de turista; complementando al desarrollo del trabajo de investigación se plantea programas y proyectos estratégicos afines a la realidad del territorio con el firme propósito de posicionar a la parroquia dentro del mercado competitivo así como el reconocimiento de la actividad turística que ofrece al consumidor (Varela, 2015, pág. 7).

4.2.3 Modelo de gestión turística para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa.

La presente investigación tiene como objetivo el desarrollo de un modelo de gestión turística en el cantón Baños de Agua Santa, el cual se basa en un análisis integral que parte desde el enfoque de cambio paradigmático hacia la satisfacción de las necesidades de todos los actores, con la finalidad de establecer un cambio que promueva a la dinamización de la imagen, el cual se fundamentará en una base metodológica de análisis cualitativo sustentado en la recolección de información mediante la aplicación de encuestas y entrevista para generar una solución al problema investigativo. Bajo este contexto los sujetos de análisis en el presente estudio son cada uno de los actores principales comprendidos entre turistas y operadores, lo cual permite desarrollar un nuevo modelo basado en fases de trabajo para integrar información y actividades orientadas a mejorar la imagen orgánico funcional del departamento con la única finalidad de que esta solución mejore la imagen institucional y cantonal a nivel nacional e internacional mediante la potencialización de cada uno de sus recursos en beneficio de la colectividad y basados en eficiencia, eficacia y competitividad. Por tanto, el modelo de gestión

propuesto permitirá el acceso a nuevas oportunidades en el mercado turístico y se podrá acceder a la fidelización del visitante y turista (Montoya, 2018, pág. 6).

4.2.4 Modelo de Gestión de Turismo Comunitario para la comunidad San Vicente de Caney, parroquia Chicaña, cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: proponer un modelo de gestión de turismo comunitario para fomentar el desarrollo local de la comunidad de San Vicente de Caney (SVC) y para llevar a cabo este objetivo se han establecido los objetivos específicos: Realizar un diagnóstico turístico, socioeconómico, socio organizativa y biofísico de la comunidad San Vicente de Caney para el desarrollo de turismo comunitario, formular propuestas de desarrollo turístico para la comunidad y plantear un modelo de gestión para fomentar el desarrollo del turismo comunitario. Para desarrollar el primer objetivo se utilizó la metodología de Blanco 2014, en la que se aplicaron encuestas socioeconómicas a los jefes de hogar, entrevistas a actores claves para conocer la organización, entrevista sobre flora y fauna a los guías nativos y además se utilizó la metodología para jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR 2018, mediante la cual se determinó y analizó los principales atractivos turísticos de la comunidad por medio de visita in situ. Para el segundo objetivo se identificó a los actores involucrados y se aplicó la matriz de involucrados, árbol de problemas y árbol de objetivos. Así mismo para el cumplimiento del tercer objetivo se utiliza el modelo de gestión de la Fundación COODESPA adaptada. Entre los resultados obtenido se determinó que San Vicente de Caney es una comunidad organizada, con una población de 483 habitantes que la conforman en la mayoría el pueblo. Así mismo se identificaron 12 atractivos todos de jerarquía II, de los cuales 11 son atractivos de manifestaciones culturales y un natural, en cuanto a la planta turística es escasa, existen el servicio de

alojamiento, alimentación, esparcimientos. Y para el adecuado funcionamiento de los atractivos y la planta turística es indispensable la infraestructura, es así que la mayoría de la comunidad disponen con los servicios básicos, representando una fortaleza para el desarrollo del turismo comunitario. Se reconoció a 10 actores que están inmersos en el turismo comunitario con los que se aplicó la matriz de involucrados y seguidamente se realizó el árbol de problemas y árbol de objetivos en la que establecieron siete propuestas de desarrollo que son la base para posteriormente desarrollo el modelo de gestión para la comunidad, que se basa en la metodología de la Fundación COODESPA (2010), la mismas que fueron adaptadas a la necesidades de la comunidad y se sugiere a todos los actores involucrados en el turismo comunitario de San Vicente de Caney la puesta en marcha del modelo de gestión, las misma que consta de propuestas de desarrollo con la finalidad de solucionar los problemas identificados durante la investigación (Paqui, 2021, pág. 2).

4.3 Marco legal

El turismo comunitario tiene preeminencia en el marco legal ecuatoriano, como en los planes de desarrollo nacionales.

4.3.1 Ley de turismo

El estado ecuatoriano declara que la “iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos (Art.3/Ley de Turismo/2018).

También manifiesta que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán por parte del Ministerio de Turismo (MINTUR) todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades y no

tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios (Art. 12/Ley de Turismo/2008).

Establece la creación del Consejo Consultivo de Turismo, cómo un órgano asesor de la actividad turística del Ecuador y del MINTUR. El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado 8 miembros con voz y voto, siendo la FEPTCE uno de los representantes (Art. 13 y 14/Ley de Turismo/2008).

4.3.2 Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

El MINTUR en el 2009 expidió un Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, con la finalidad de apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo, como una herramienta de lucha contra la pobreza.

Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: Alojamiento, Alimentos y bebidas, Transportación turística, Operación, Organización de eventos, Congresos y Convenciones. Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Art. 2/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

El ámbito de aplicación del presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento (Art. 3/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010). En cuanto, a los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como

personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente (Art. 4/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En cuanto a la gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada (Art. 5/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En conclusión, es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores (Art. 6/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010). Igualmente, establecen los Requisitos el registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;

- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
- h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana. (Art.8/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2009).

Con respecto al procedimiento del Registro, una vez recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por

concepto de registro (Art.09/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En efecto la licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del MINTUR al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del MINTUR competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro (Art.10/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En cuanto a los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe (Art.14/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010). Atendiendo a estas consideraciones, prohíbese el uso de la expresión "turismo comunitario" o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable (Art.16/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

Finalmente, la actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio (Art.17/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

4.3.3 Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios

Es necesario elevar los estándares en la prestación de los servicios turísticos en los centros de TC, cuya intención es ofrecer un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros. Se determina, el centro de turismo comunitario es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Art.3/ Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios /2009).

Así mismo, especifica los estándares mínimos para el registro de los centros de turismo comunitario, son: instalaciones, señalización, áreas comunes, ambientación, decoración, mobiliario, cultura, condiciones básicas de instalaciones de habitaciones, servicio de alimentos y bebidas, si el centro cuenta con servicio de guianza, quienes lo presten deberán licencia de guía nativo acreditada por el MINTUR, en caso de servicio de movilización dentro del centro, servicios adicionales o complementarios que pueden prestar, servicios de información, servicios de higiene y proceso de registro de los centros de turismo comunitario (Art.4/ Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios /2009).

5 MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo.

5.1 Materiales

- GPS

- Computadora
- Cámara Fotográfica
- Materiales de oficina

5.2 MÉTODOS

5.2.1 Metodología del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Esta metodología permite una visión global que ofrece las claves y perspectivas necesarias que orientan el plan a través del desarrollo de una ficha de análisis multidimensional del territorio objeto de estudio. En este bloque de información se describe y analiza la situación ambiental y socioeconómica, siempre bajo un enfoque relacionado con el papel que el turismo juega en la socio-economía del territorio en estudio.

5.2.2 Metodología del diagnóstico del territorio de Blanco (2014)

Esta metodología consta de tres fases, la primera fase consta del inventario de atractivos turísticos complementada con las fichas técnicas del MINTUR (2018) como segunda fase tenemos el análisis de la demanda efectiva y como última fase tenemos el análisis de la competencia.

5.2.3 Metodología de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME).

Esta metodología permite analizar los actores claves que son muy importantes para realizar este proyecto mediante la tabla de involucrados determinando la posición, el interés e influencia hacia el desarrollo turístico de la comunidad y el plan de acción como parte de la gestión estratégica para cumplir los objetivos estratégicos y alcanzar las metas trazadas.

5.2.4 Modelo de gestión de la fundación CODESPA.

Se aplicó esta metodología para desarrollar el modelo de gestión de dicha comunidad, mismo que permita desarrollar capacidades para incrementar la calidad de los servicios y revalorar la cultura local en beneficio de la mejora de la calidad de vida de la población.

5.2.5 Método analítico

Este método permitió hacer un análisis de los datos obtenidos de las encuestas, entrevistas y de la observación. Así mismo a través de la síntesis se hizo la revisión de la información obtenida de una manera general, que muestren la identificación de características aptas para la solución del problema de investigación.

5.2.6 Método bibliográfico

Con este método se recopiló información en revistas científicas, libros y tesis con el fin de fundamentar la investigación, a través de contenido académico.

5.3 TÉCNICAS

5.3.1 Encuesta:

Se empleó 200 encuesta a todos los jefes de hogar de la comunidad con el fin de obtener información como: población, género, distribución por grupos etarios, ocupación, educación, migración, auto identificación, características de la vivienda, rango de ingresos económicos y otros datos que permitieron realizar el diagnóstico socioeconómico de la comunidad,

Así mismo, se realizaron 306 encuestas a turistas que visitaron los principales atractivos turísticos y se logró obtener el perfil del turista.

5.3.2 Entrevista:

Se ejecutó en total 4 entrevistas a persona claves de la comunidad y así obtener datos importantes como características de la comunidad, número de organizaciones y sub-

organizaciones, datos para la delimitación de la comunidad y obtener los mapas: hídrico, uso de suelo, uso de suelo potencial y zonificación y entrevistas para obtener información de la infraestructura turística y los principales competidores.

5.3.3 Observación directa:

Permitió evidenciar en campo la información necesaria para realizar el diagnóstico del sitio y así mismo para la elaboración y validación de las fichas de inventario de los atractivos turísticos del MINTUR

5.3.4 Matriz de involucrados:

Fue útil para identificar los grupos u organizaciones que están directa o indirectamente involucrados en el desarrollo del turismo comunitario de Oñacapac, como también para entender sus intereses, sus problemas, sus recursos y sus limitaciones.

5.3.5 Taller participativo

Facilito concentrar a los involucrado para socializar la información del primer objetivo que consistió en tener un diagnóstico actual del lugar y poder realizar el FODA y obtener los objetivos estratégicos.

5.4 METODOLOGÍA

5.4.1 Primer Objetivo: “Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.”

En este objetivo, se realizó una síntesis del sitio en la que se obtuvo una primera “radiografía” del territorio y su situación turística, que nos sirvió para el desarrollo de los siguientes objetivos. Para el cumplimiento al primer objetivo se cumplió utilizando la metodología del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) para el análisis del diagnóstico socioeconómico, organizativo y ambiental, mediante encuestas, entrevistas y el sistema de información geografía (SIG) para obtener los mapas de

delimitación de la comunidad, el mapa hídrico, el uso de suelo, el uso de suelo potencial y zonificación.

Obteniendo los siguientes resultados:

Análisis sociodemográfico: Se empleó 200 encuestas a todos los jefes de hogar de la comunidad Oñacpac (ver anexo 1) para conocer los aspectos sobre número de habitantes, nivel de instrucción, asistencias al centro de salud, discapacidad, migración y características de la vivienda.

Diagnostico socioeconómico: Así mismo con las 200 encuestas empleadas a los jefes de hogar se pudo conocer aspectos como empleo y desempleo, actividades productivas, ingresos económicos, seguro social, créditos bancarios y dispositivos que posee la comunidad,

Diagnóstico socio organizativo: Se efectuó una entrevista al expresidente de la comunidad la cual nos manifestó que la comunidad se encuentra dividida en 18 sectores y consta de dos organizaciones:

- Cabildo
- 12 sub-organizaciones.

Diagnostico Biofísico: Se desarrolló a través del Sistema de información geográfica (SIG): en la que se construyó los siguientes mapas: delimitación del territorio comunitario, sistema hídrico, usos de suelo actual, uso de suelo potencial y zonificación turística. De la misma forma, se realizó una entrevista que fueron aplicadas a las personas conocedoras de la flora y fauna para constatar con el Diagnostico situacional turístico de la Comunidad de Oñacpac del cantón Saraguro, 2012.

Por último la aplicación de la metodología del diagnóstico del territorio Blanco (2014) que consta de tres fases, Inventario de atractivos turísticos complementada con las fichas técnicas del MINTUR (2018) las cuales favorecieron a obtener datos técnicos de cada atractivo perteneciente a la comunidad, luego se realizó el estudio de la oferta (alojamiento, establecimientos de alimentación, información turística y servicios de guía, medios de transporte, infraestructura básica, actividades recreativas, promoción de la oferta) mediante la técnica de la entrevista a actores claves, como segunda fase tenemos el análisis de la demanda efectiva mediante la técnica de la encuesta y como última fase tenemos el análisis de la competencia.

Diagnóstico Turístico Se levantó las fichas de inventario de atractivos turísticos de la comunidad Oñacpac, las cuales fueron levantadas por la tesista encargada, se realizó visitas de campo y observación directa a los atractivos y se llenó la ficha del MINTUR 2018, (Ver ficha 1). Debido a la extensión de las fichas se colocó en los resultados una ficha resumen de los recursos validados cuya representación se muestra en la ficha 1. El diagnóstico de la situación turística en la comunidad fue el insumo más importante para la subsiguiente formulación del modelo de gestión.

Ficha 1. Ficha resumen de los atractivos

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Provincia.	Cantón:	Localidad:
Fotografía:	Ubicación:	
Características:		
Recomendaciones:		
Actividades turísticas		

Fuente: MINTUR, (2018).

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas.

Análisis de la oferta de la comunidad: se desarrolló mediante una entrevista a actores claves y con resultados de la encuesta que se realizó a los 200 jefes de hogar se obtuvo los siguientes resultados: alojamiento, alimentación, esparcimiento, información turística, servicio de guianza, transporte, conectividad, señalética turística, seguridad, agua potable, energía eléctrica, entre otros.

Análisis de la demanda: mediante una encuesta a 306 turistas se logró obtener las características de los visitantes que llegan a los atractivos turísticos de la comunidad ;, lo cual nos ayudó a obtener el perfil del visitante.

Para obtener la demanda efectiva se desarrolló la siguiente formula dando como resultado el número de la muestra:

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= población o universo (1500)

Z= nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad a favor (0.50)

q= probabilidad en contra (0.50)

e= error muestral (0.05)

Formula de población finita:

$$n = \frac{(N)(Z^2)(p)(q)}{(d^2)(N - 1) + (Z^2)(p)(q)}$$
$$n = \frac{(1500)(1.96^2)(0.50)(0.50)}{(0.05^2)(1500 - 1) + (1.96^2)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(1500)(3.84)(0.25)}{(0.0025)(1.499) + (3,84)(0.25)}$$

$$n = \frac{(1.440)}{(3,74) + (0.90)}$$

$$n = \frac{(1.440)}{(4,70)}$$

$$n = 306$$

El número de encuestas es de 306 las cuales fueron aplicadas en su totalidad solamente a la demanda efectiva.

Análisis de competencia: mediante una entrevista en información secundaria se obtuvo tres posibles competidores que tiene la comunidad de Oñacapac.

5.4.2 Segundo objetivo: “Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja”

Para el cumplimiento del segundo objetivo se cumplió utilizando la metodología de la AME, segundo del método analítico obteniendo los resultados siguientes:

Matriz de involucrados: primeramente, se identificaron los actores claves que van aportar turísticamente con la comunidad, y mediante un taller participativo se realizó una matriz de involucrados determinando la posición, el interés e influencia hacia el desarrollo turístico de la comunidad, ver cuadro 1.

Cuadro1. Modelo de matriz de involucrados

Actores	Intereses	Posición					Interés					Influencia							
		Desconocida	Oposición activa	Oposición pasiva	Indeciso	Apoyo activo	Apoyo pasivo	Desconocida	Poco o ningún interés	Algún interés	Interés moderado	Mucho interés	El más interesado	Desconocida	Poco o ninguna	Alguna influencia	Influencia moderada	Mucha influencia	El más influyente

Fuente: Metodología de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME).

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salina

Análisis FODA y FODA Cruzado: a continuación, mediante el taller participativo con los actores claves identificados se procedió a realizar el análisis FODA, para proceder a realizar el FODA Cruzado y así obtener los 4 objetivos estratégicos.

Plan de acción: Una vez que se realizó el FODA Cruzado y obtener los objetivos estratégicos, como último punto se elaboró el plan de acción integrando las estrategias, áreas de acción, desarrollo de acciones, ventajas, desventajas y vías de financiamiento ver cuadro 2.

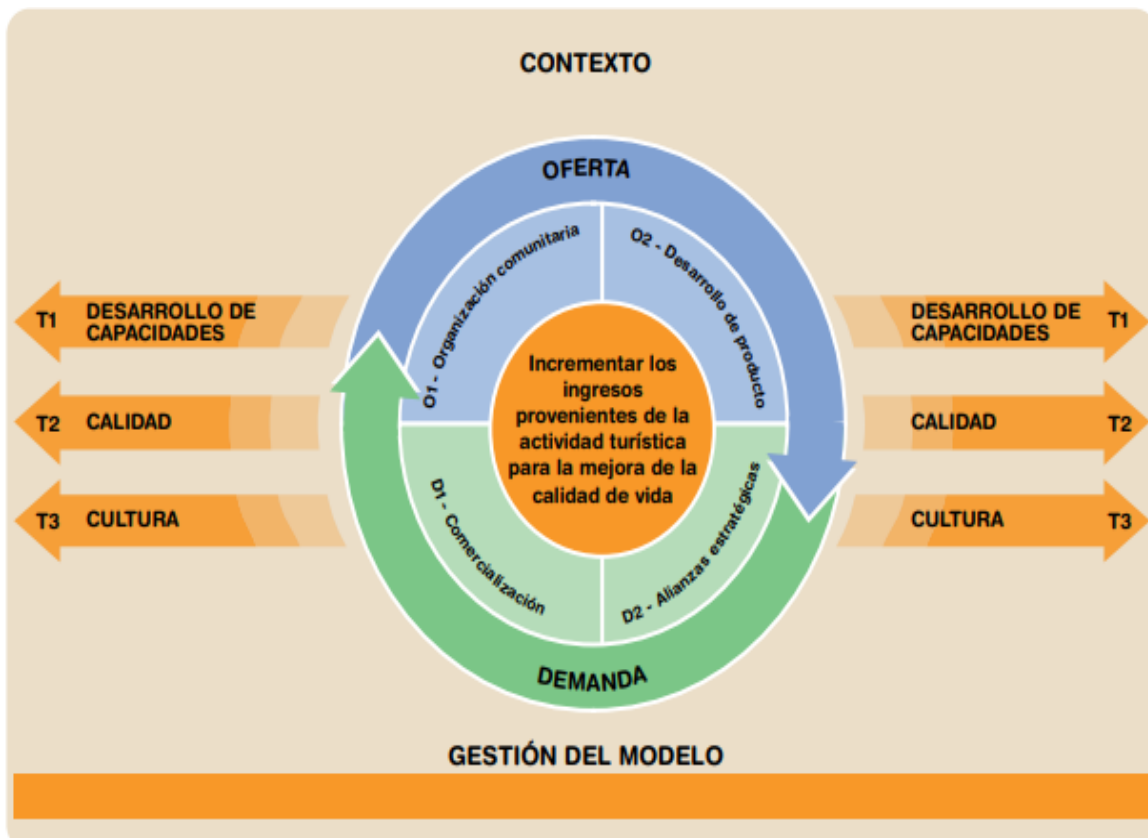
Cuadro 2. Modelo del plan de acción

OBJETIVO ESTARATEGICO	AREAS DE ACCION	DESARROLLO DE ACCIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS	VIAS DE FINANCIAMIENTO

Fuente: Metodología de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME).
Elaborado por: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

5.4.3 Tercer objetivo: “Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac”

Para plantear un modelo de gestión para fomentar el desarrollo del turismo, se consideró los resultados obtenidos del FODA Cruzado estableciendo seis propuestas que permitirán desarrollar turismo comunitario en Oñacapac. Se utilizó el modelo de gestión de la fundación CODESPA (2011), misma que fue adaptada a las necesidades de la comunidad, para la aplicación de este modelo la cual fue diseñado con el objetivo de desarrollar capacidades para incrementar la calidad de los servicios y revalorar la cultura local en beneficio de la mejora de la calidad de vida de la población.



Fuente: CODESPA, (2011).

Elaboración: CODESPA, (2011).

Figura 1. Modelo de gestión de turismo rural de la Fundación CODESPA

El modelo de gestión se presentó con el siguiente formato: objetivo, misión, visión, valores corporativos, estructura, componentes y propuestas del modelo de gestión de Turismo Comunitario.

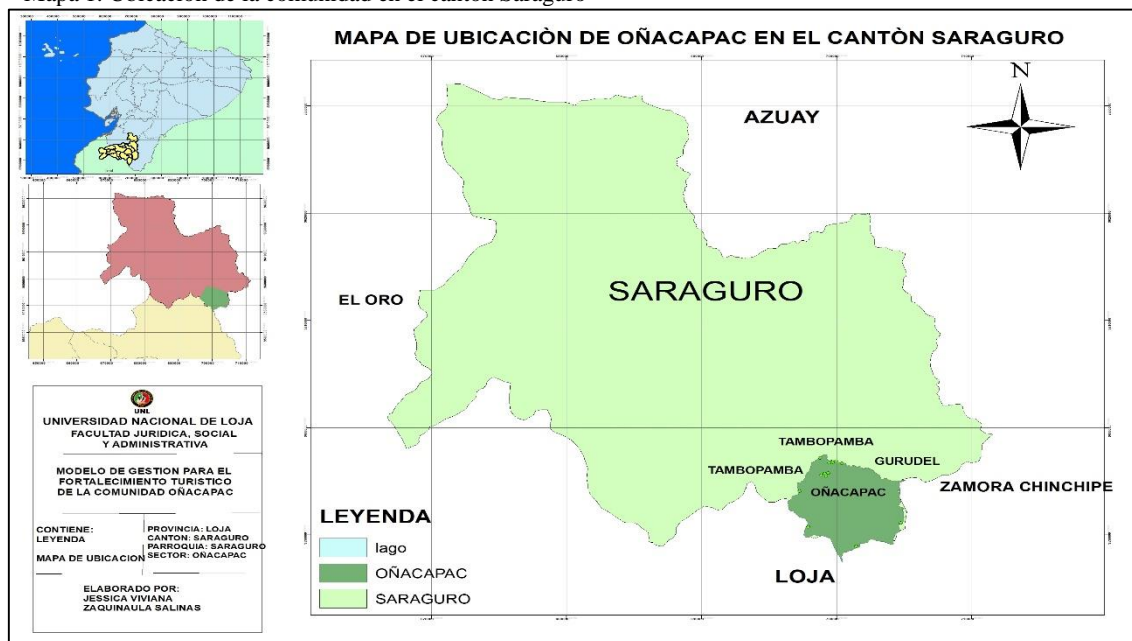
6 RESULTADOS

6.1 Primer Objetivo: “Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacpac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.”

Ubicación

La comunidad de Oñacpac se encuentra ubicada a 8 Km de Saraguro, perteneciente al cantón Saraguro provincia de Loja, con un tiempo de 15-20 minutos desde el centro de Saraguro, y desde la ciudad de Loja a 73 Km con un tiempo de 1:45 minutos aproximadamente; se encuentra vía Panamericana destino a Cuenca, y luego con una vía transversal vía a Tuncarta.

Mapa 1. Ubicación de la comunidad en el cantón Saraguro



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.1.1 Historia

La comunidad de Oñacpac se encuentra ubicada en la parte oriental de la parroquia Saraguro, a unos 8 Km desde la cabecera cantonal de Saraguro, la misma que viene estructurándose por varios cientos de años atrás.

Es una de las comunidades más grandes de la parroquia de Saraguro, así mismo es considerada como una de las comunidades que aún se mantiene las vivencias culturales, la gastronomía, las festividades, los trabajos sociales y comunales que se realizan en las mingas.

Desde el asentamiento de los primeros pobladores en la comunidad se ha contado con una estructura política organizada, la misma que ha permitido consolidar mejor la comunidad; así como conseguir diferentes logros para mejorar el desarrollo de la comunidad entera.

6.1.2 Festividades

En cuanto a las festividades que posee la comunidad a continuación se presenta un cuadro de las festividades religiosas que se desarrollan, en el mismo se detallan la fecha, nombre de la fiesta, lugar, motivo y la forma de festejar por parte de la comunidad.

Cuadro 3. Fiestas religiosas de la Comunidad

FIESTAS RELILOGIOSAS DE LA COMUNIDAD OÑACAPAC				
FECHA	NOMBRE DE LA FIESTA	LUGAR	MOTIVO	FORMA DE FESTEJAR
Febrero	Carnavales tradicionales.	Comunidad y lugares turísticos (cascadas y Centro turístico Cochapamba).	Festejar los carnavales tradicionales en la comunidad.	Con música y danza autóctona, disfraces, comida típica
Abril (un día antes del Domingo de Ramos)	Fiesta de la Supalata	Comunidad	La bienvenida a la época del florecimiento y de los granos tiernos.	Todos los pobladores de la comunidad salen a pedir el Sambate casa por casa.
14, 15 de septiembre (fiesta más representativa de la comunidad).	Festividad turística y religiosa de la Virgen.	Comunidad y Santuario Agua Santa (Cascada Virgen).	Una fiesta Religiosa en Honor a la aparición Virgen en el Santuario.	Con música y danza, comida típica, purificaciones, misa, oraciones deportes.
21 de diciembre	Capac Raymi	Comunidad.	Cambio de mando que la realiza la Unidad Educativa.	Con oraciones, comida típica.

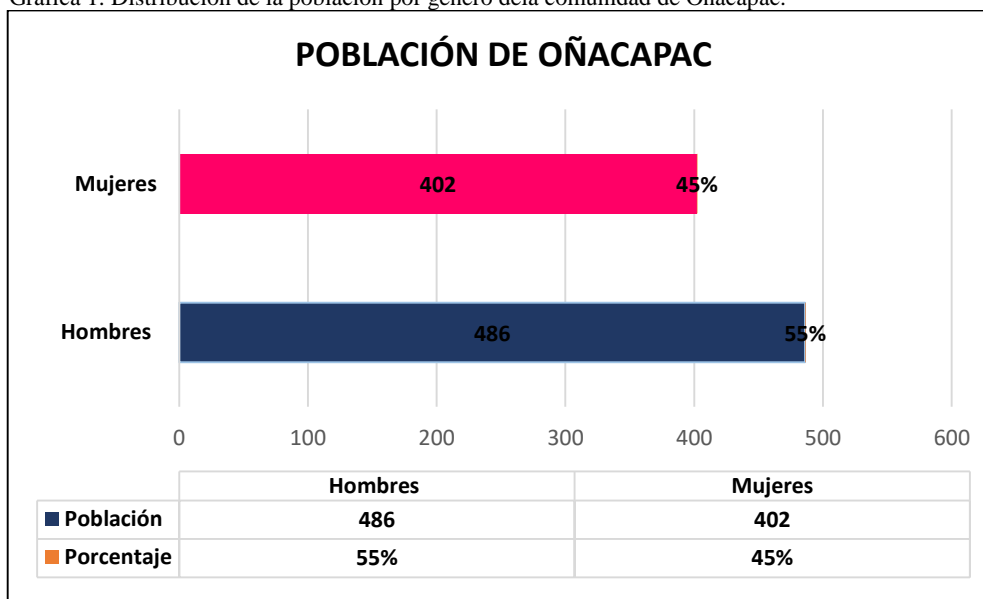
Fuente: Sr. Luis Gózales Expresidente de la Comunidad de Oñacapac
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.1.3 Diagnostico Sociodemográfico

6.1.3.1 Población

La población de la comunidad de Oñacapac, al año 2021, según las encuestas aplicadas a 200 jefes de hogar es de 888 habitantes, de los cuales 486 son hombres que representan el 55% y 402 mujeres que representan el 45% (ver grafica 1).

Grafica 1. Distribución de la población por genero dela comunidad de Oñacapac.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

En la comunidad de Oñacapac, el 13% representa la población de la niñez (0-11 años), la adolescencia (12-20 años) el 27%, los adultos jóvenes (21-35) está simbolizada con el 27%, adultos maduros (36-59) con el 26%, y los adultos mayores (60 a mas) con un porcentaje de 8%, señalando que la población de adolescentes, adultos jóvenes y adultos maduros es la más representativa. La edad media de la población es de 12 a 59 años (ver tabla 1)

Tabla 1. Población por género y grupos de edad de la Comunidad de Oñacapac.

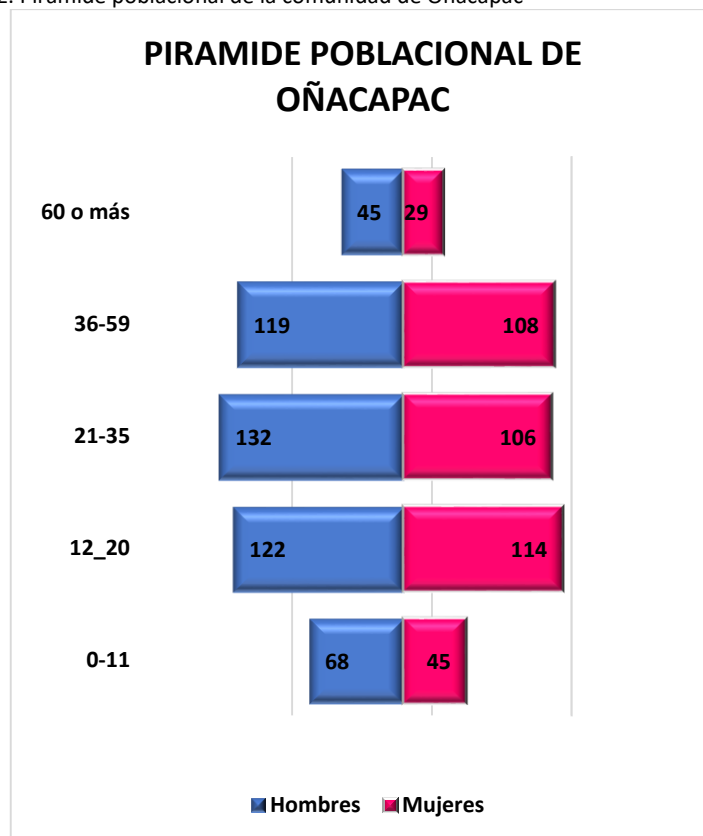
Clasificación	Edades	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Niñez	0-11	68	45	113	13%
Adolescencia	12_20	122	114	236	27%

Adulto joven	21-35	132	106	238	27%
Adulto maduro	36-59	119	108	227	26%
Adulto mayor	60 o más	45	29	74	8%
Total		486	402	888	100%

Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 2. Pirámide poblacional de la comunidad de Oñacapac



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.3.2 Nivel de instrucción

Al analizar el nivel de instrucción de la población encuestada de Oñacapac se obtiene, que el mayor porcentaje de instrucción es de educación básica que la representa el 44%, bachillerato 40%, evidenciando un porcentaje mínimo de 5% de personas cursando educación inicial y personas que no cuentan con estudios.

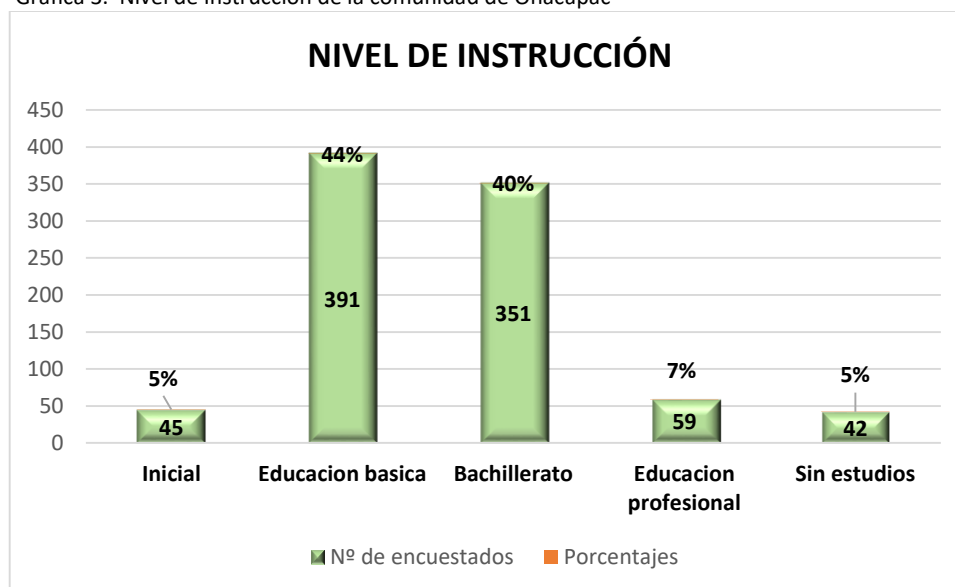
Tabla 2. Nivel de instrucción de la comunidad de Oñacapac

Instrucción	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Inicial	27	18	45	5%
Educación básica	185	206	391	44%
Bachillerato	191	160	351	40%
Educación profesional	36	23	59	7%
Sin estudios	26	16	42	5%

Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 3. Nivel de Instrucción de la comunidad de Oñacapac



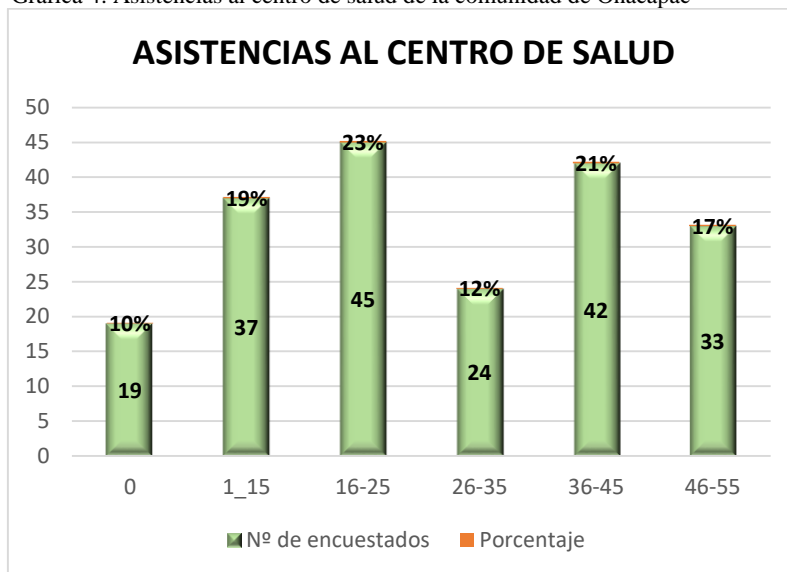
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.3.3 Asistencias al centro de salud

Al analizar las asistencias al centro de salud de la población encuestada se obtiene, que 45 personas que equivalen al 23% asisten de 16 a 25 veces, 42 personas que son el 21% asisten de 36 a 45 veces, 37 personas siendo el 19% de 1 a 15 veces. Los motivos que más predominan son consultas generales y síntomas de gripe (ver grafica 4).

Grafica 4. Asistencias al centro de salud de la comunidad de Oñacapac



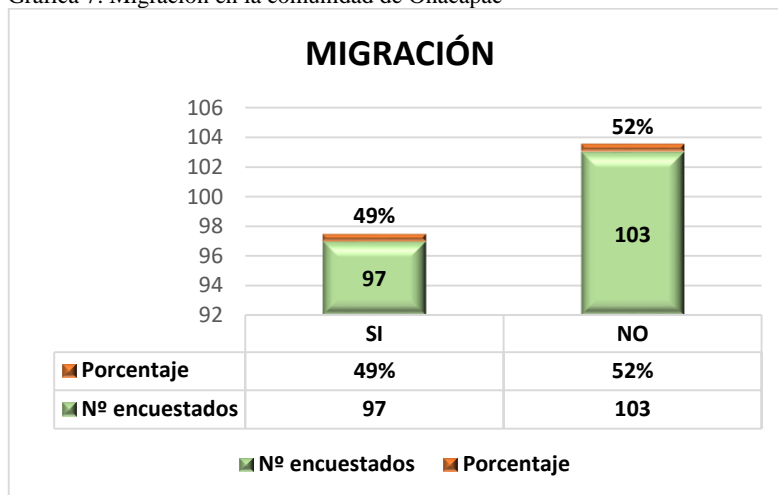
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.3.4 Migración

La población de la comunidad Oñacapac en los últimos 5 años según los encuestados, 97 personas que equivale el 49% ha manifestado que si tiene un familiar que ha migrado.

Grafica 7. Migración en la comunidad de Oñacapac

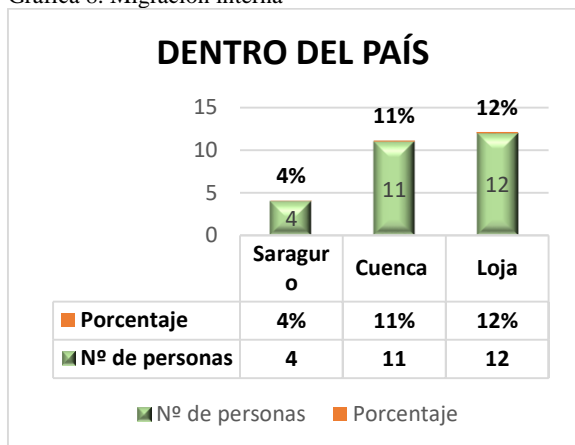


Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Sobre la migración interna son tres las principales ciudades donde residen: Loja 12%, Cuenca 11%, Saraguro 4%, como se aprecia en la Figura. Igualmente, en la migración externa son dos los países principales países donde residen, Estados Unidos 44% y España 28%, como se aprecia en la Grafica 8 y 9.

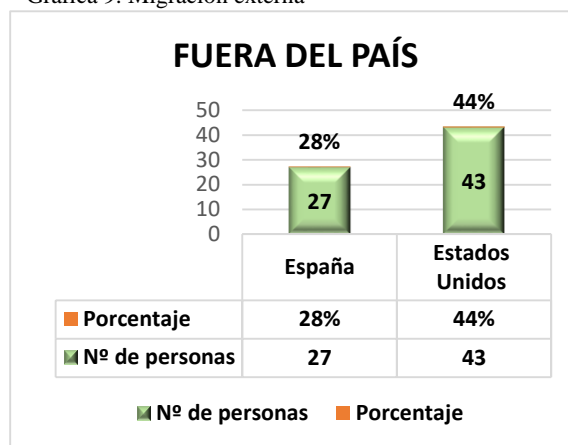
Grafica 8. Migración interna



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 9. Migración externa

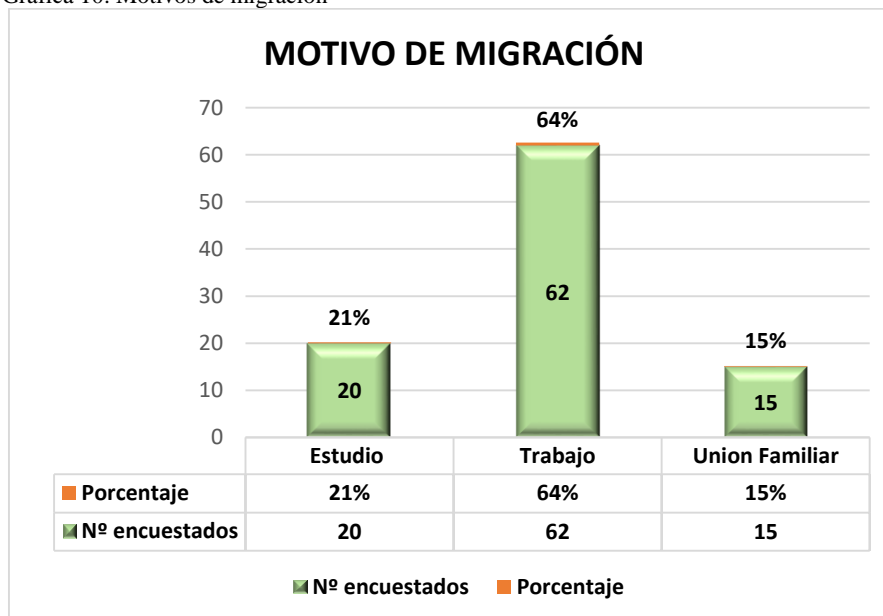


Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Los motivos de migración son: 64% en busca de fuentes de trabajo para mejorar condiciones de vida, 21% por estudios y por último el 15% por unión familiar (Ver Grafica 10).

Grafica 10. Motivos de migración



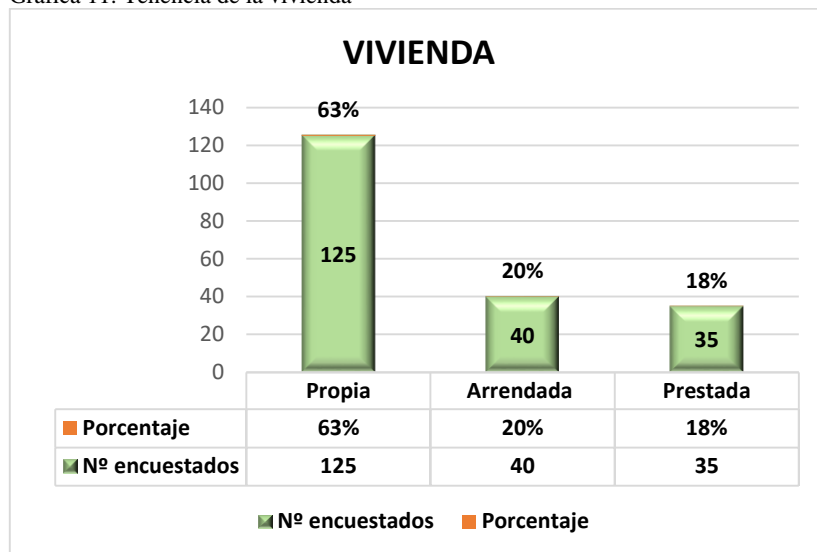
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.3.5 Características de la vivienda

De la encuesta realizada a los pobladores de la comunidad de Oñacpac en lo referente a la tenencia de vivienda se desprende: el 63% cuenta con casa propia, el 20% arrienda y el 18% casa prestada.

Grafica 11. Tenencia de la vivienda

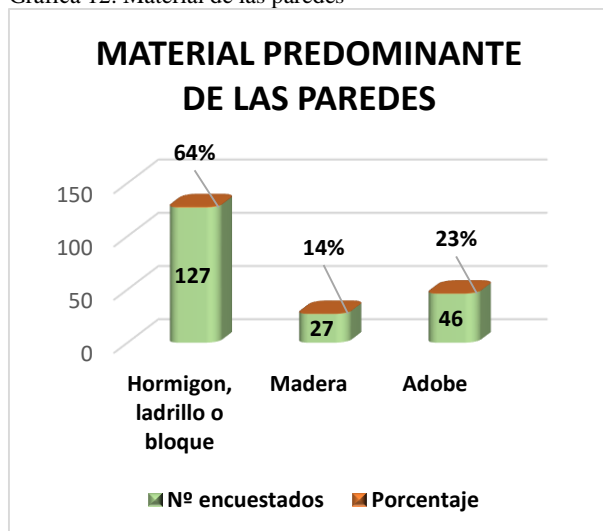


Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

El material predominante de las paredes de las viviendas, el 64% son de hormigón, ladrillo o bloque, 14% son de madera y 23% son de adobe. Así mismo el material de su techo predominan 58% de teja, 22% zinc, 16% loza y 6% de eternit.

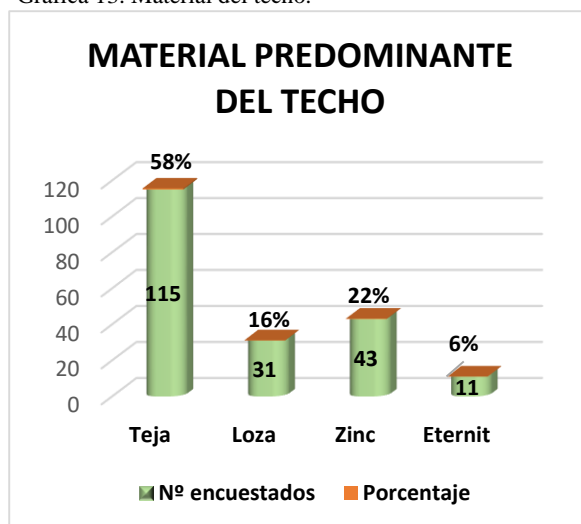
Grafica 12. Material de las paredes



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 13. Material del techo.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

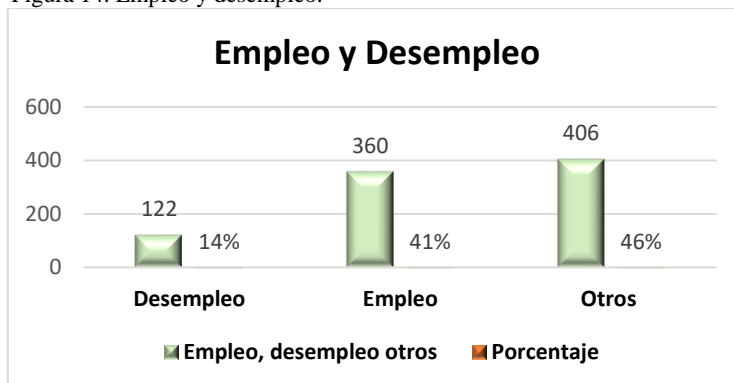
6.1.4 Diagnostico socioeconómico

6.1.4.1 Empleo y desempleo

Según los resultados obtenidos podemos observar que en la comunidad de Oñacapac 360 personas cuentan con un empleo que equivale al 41%, 122 personas se encuentran

desempleadas que simboliza el 14%, las 406 personas que equivalen al 46% son estudiantes, amas de casa, niños menores de 5 años y personas de la tercera edad.

Figura 14. Empleo y desempleo.



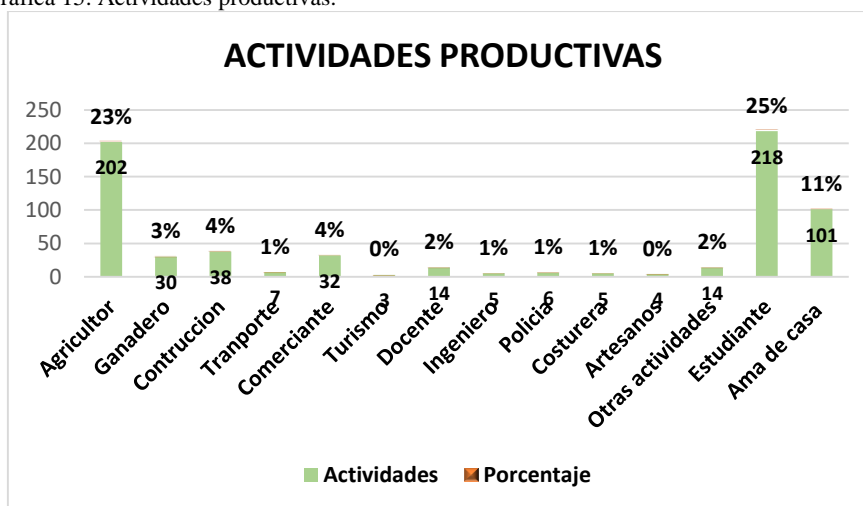
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.4.2 Actividades productivas

En las actividades productivas principales de la comunidad se manifiesta que el mayor número de personas se concentra en actividad estudiantil 25%, como segundo tenemos los agricultores con el 23% y empleadas domésticas con el 11%.

Grafica 15. Actividades productivas.



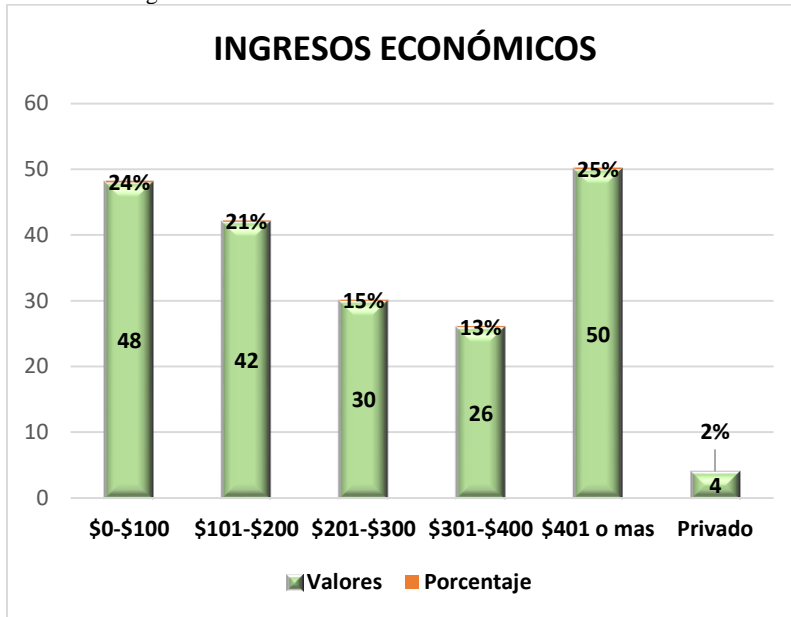
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.4.3 Ingresos económicos

De las personas que cuentan con un empleo el 25% de la población tienen sus ingresos económicos dentro del rango de \$401 a más, un 24% dispone de \$0 a \$100, el 21% de \$101 a \$200, 15% de \$201 a \$300 y 13% \$301 a \$400 (ver gráfico 16).

Grafica 16. Ingresos económicos.



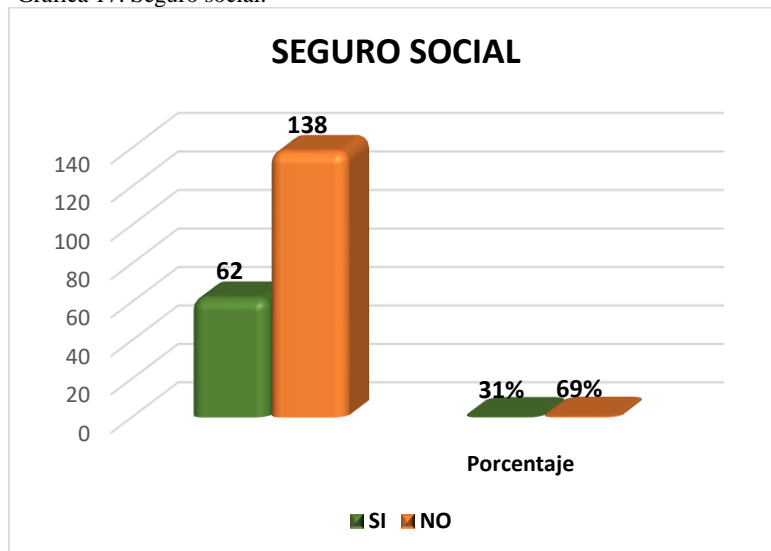
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.4.4 Seguro social

Según los resultados 138 encuestados que equivale el 69%, manifestaron que, si están afiliados al seguro social, mientras el 31% de la población no cuenta con un seguro social.

Grafica 17. Seguro social.



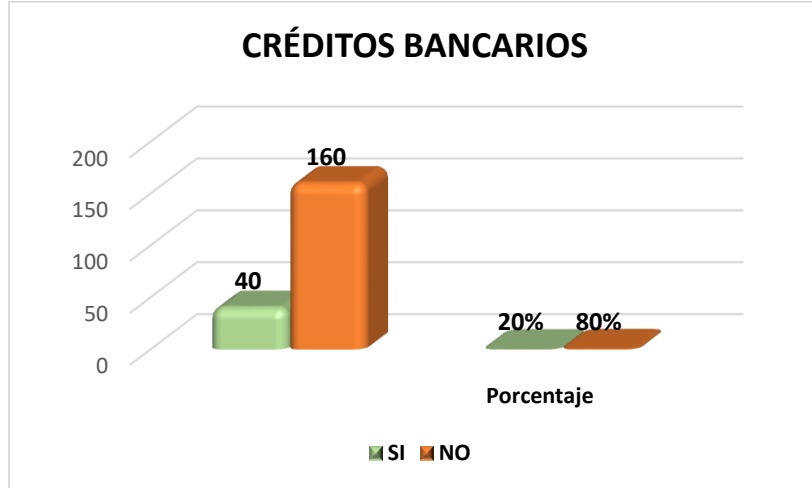
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.4.5 Créditos bancarios

El 20% de los encuestados manifestaron que cuentan con créditos bancario.

Grafica 18. Créditos bancarios



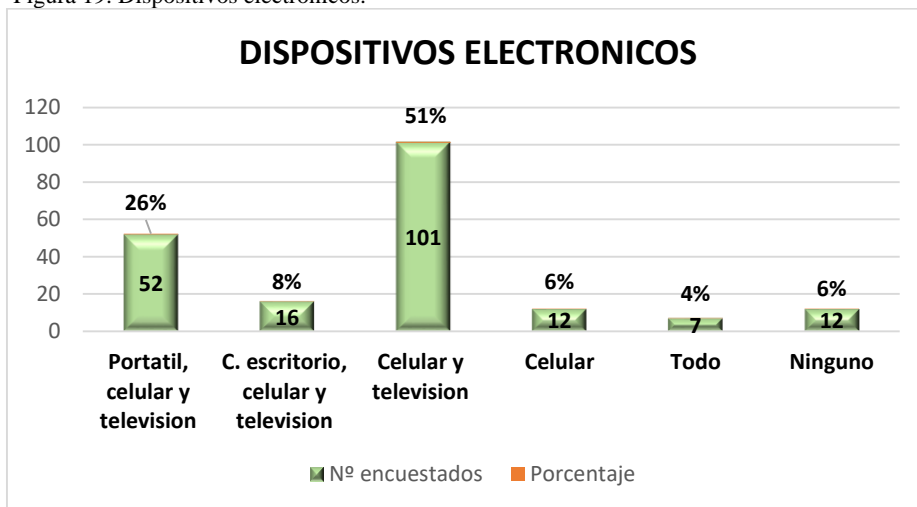
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.4.6 Dispositivos electrónicos que dispone cada hogar.

Según los resultados 101 encuestados que simboliza el 51% cuenta con celular y televisión, seguido de 52 personas que equivale al 26% cuenta con computadora portátil, celular y televisión, 16 encuestado que representa el 8% cuentan con computadora de escritorio, celular y televisión, así mismo 12 personas que representa el 6% solo cuentan con celular, 7 de los encuestados que simboliza el 4% cuentan con todos los dispositivos electrónicos establecidos en la encuesta 12 encuestados que representa 6% no cuentan con ningún dispositivo electrónico.

Figura 19. Dispositivos electrónicos.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.5 Diagnostico socio organizativo

La Comunidad de Oñacapac se encuentra dividida en 18 sectores: Muchikapampa, Turupampa, Totorapampa, Saucepamba, Marcoloma, Virgenloma, Dardarloma, Jimaloma, Rumiloma, Garug, Sutupamba, Licapa, Conejocucha, Huiñazhapa, Chinihuayco, Yacura, Membrillo y Shirin.

Tienen dos tipos de organización:

- La primera, que viene a ser la máxima autoridad de la Comunidad es el Cabildo (Presidente, Vicepresidente, Tesorero/a, Secretario/a), el mismo que esta elegido y reconocido por la asamblea o comunidad.
- La segunda que consta de doce sub organizaciones, todas estas sub organizaciones son lideradas por el Cabildo de la comunidad, a continuación, el detalle de una de ellas:

Cuadro 4. Sub organizaciones y clubs de la comunidad Oñacapac

SUB ORGANIZACIONES	
NOMBRE	ACTIVIDAD
Grupo de jóvenes de Oñacapac	Proyectos juveniles
Grupo de mujeres de mujeres de Oñacapac	Productividad
Grupo de agroecología	Productividad
Grupo de turismo comunitario	Turístico
Organización educativa	Educación
Organización de salud	Salud
Consejo pastoral	Religioso
Comité de ferias	Eventos y ferias
Justicia comunitaria	Seguridad a la comunidad.
Club comunitario Oñacapac	Deportes.
Junta de agua	Servicio de agua potable
Seguro social campesino	Financiero

Fuente: Sr. Luis Gonzales, Ex presidente de la comunidad Oñacapac
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.1.6 Diagnóstico ambiental

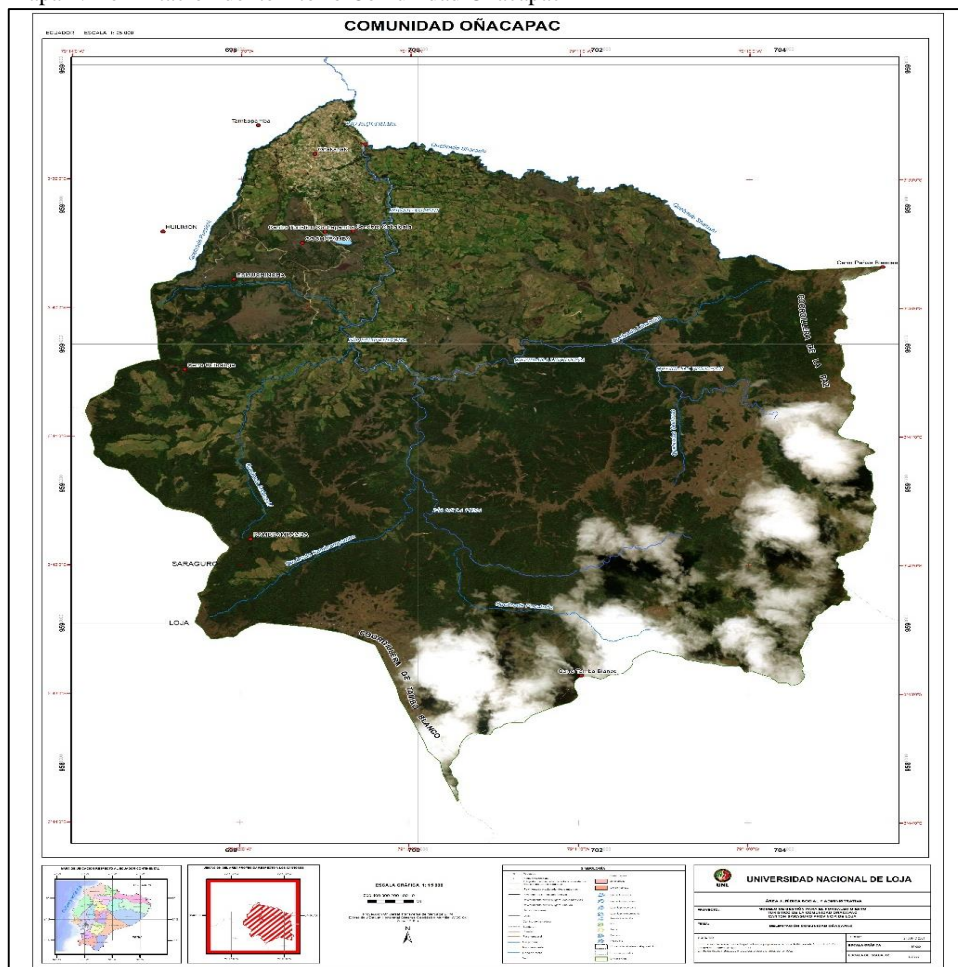
6.1.6.1 Delimitación de territorio.

La comunidad de Oñacapac, pertenece a la parroquia Saraguro, cantón Saraguro, provincia de Loja, cuenta con 5.184 hectáreas; se encuentra a 5 km de la cabecera cantonal, con una altitud promedio de 6.600 msnm.

Limites.

- **Al Norte:** con la Comunidad de Tambopamba
- **Al Sur:** con los límites del Cantón Loja.
- **Al Este:** con la Comunidad de Gurudel
- **Al Oeste:** con la Comunidad de Tambopamba

Mapa 2. Delimitación del territorio Comunidad Oñacapac

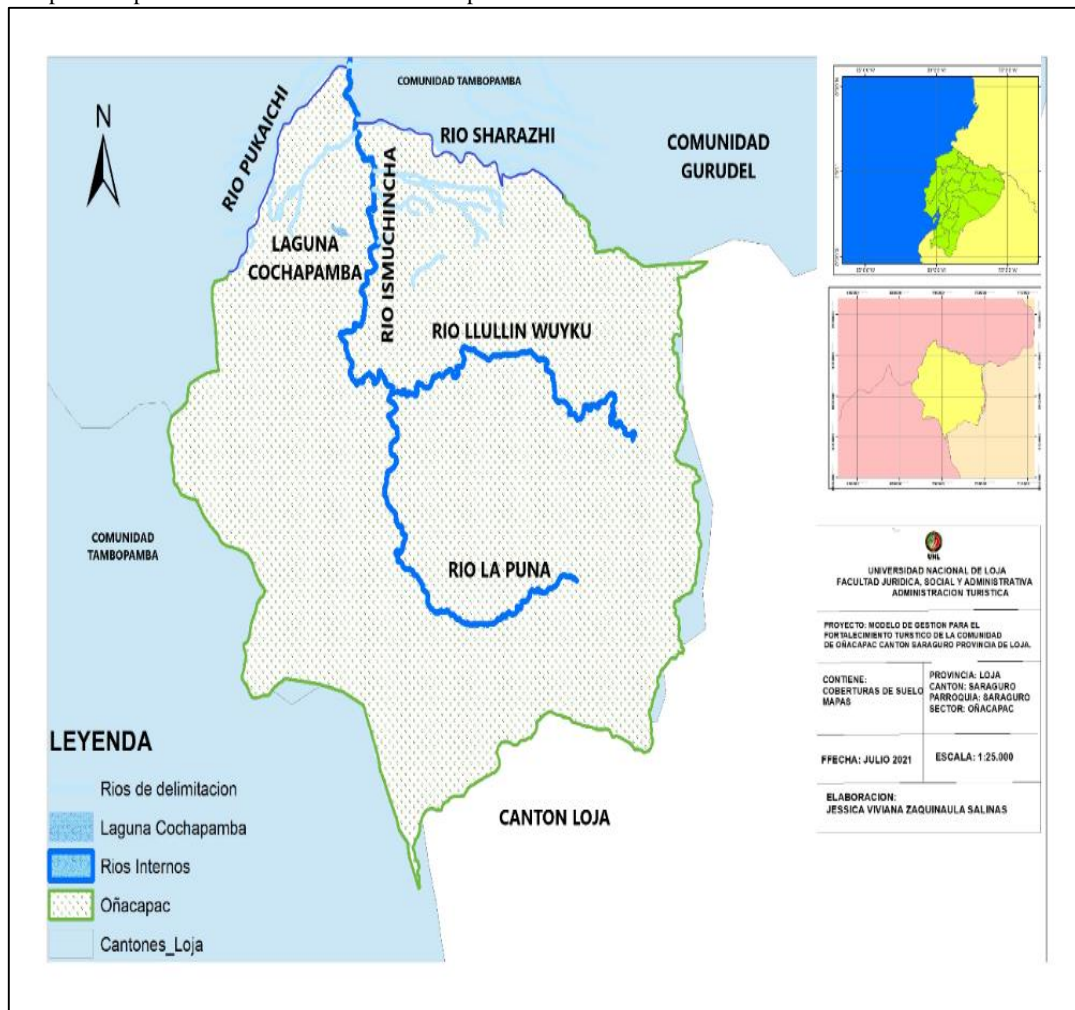


Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.1.6.2 Hidrología

Las fuentes hídricas que delimitan la comunidad de Oñacapac son el Rio Sharazhi, Rio Ismuchincha y Rio Pukaichi; entre las fuentes hídricas que están dentro de la comunidad son: Rio Ismuchincha, Rio Lullin Wuaycu, Rio La Puna, tres cascadas: Cacada Virgen, Casacada Sharazgzi y Cacscada Hatun Sharazhi, por ultimo cuenta con una laguna denominada Cochapamba.

Mapa 3. Mapa hídrico de la Comunidad Oñacapac



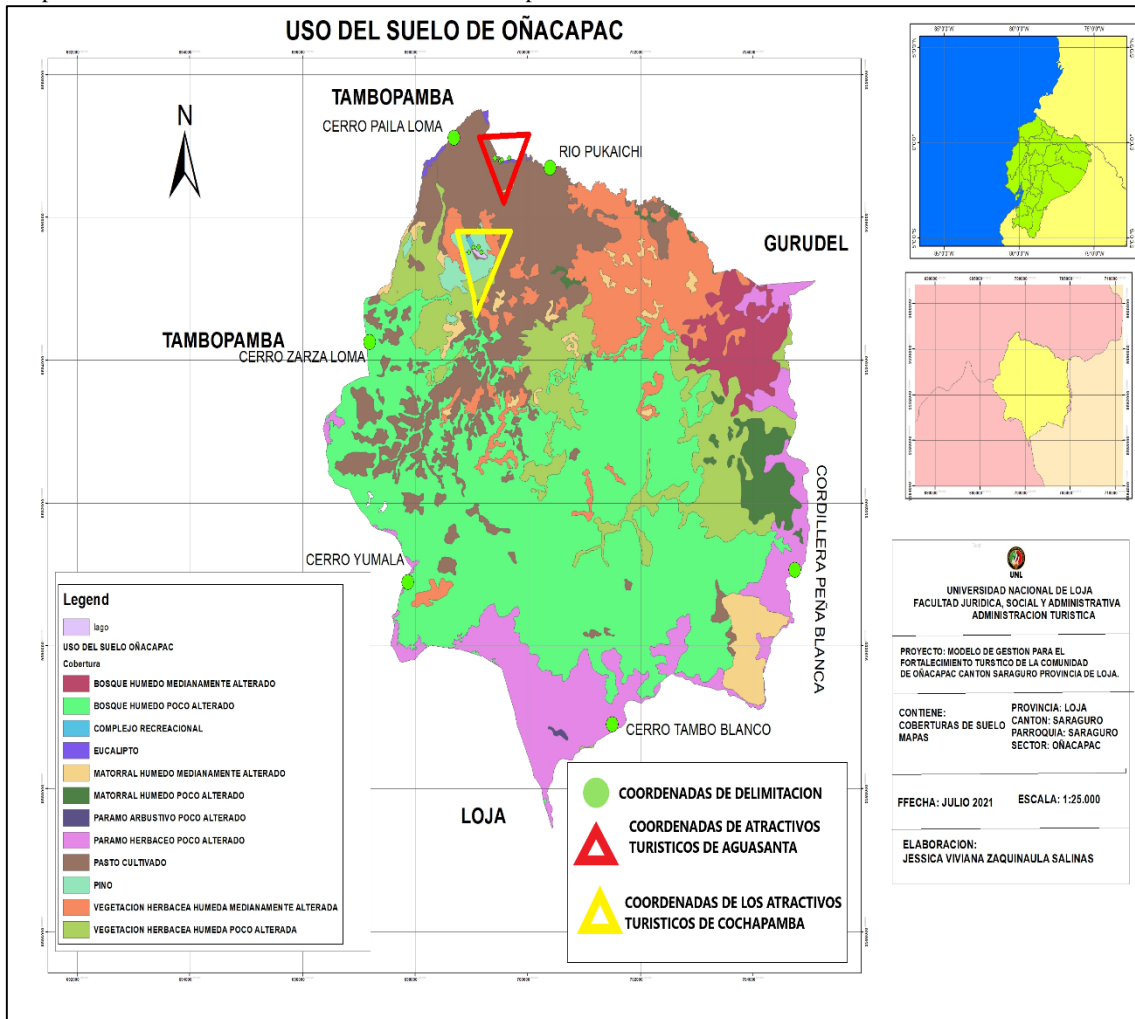
Fuente: Trabajo de campo.
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.1.6.3 Uso del suelo actual

En el mapa del uso del suelo actual se determina que el territorio comunal está ocupado por 24.5% de Bosque húmedo poco alterado siendo el más significativo, el 20% de pastos cultivados, el 18.60% de Paramo herbáceo poco alterado, el 16.83% de Vegetación

herbácea húmeda poco alterada, el 11.03% de Vegetación herbácea húmeda medianamente alteridad, el 3.28% de Bosques húmedos medianamente alterados, el 2.96% de Matorrales húmedos poco alterados, el 2.12% de Matorrales húmedos medianamente alterados, el 0.50% de Paramo arbustivo poco alterado y el 0.38 % de zona turística.

Mapa 4. Uso del suelo actual de la Comunidad Oñacapac

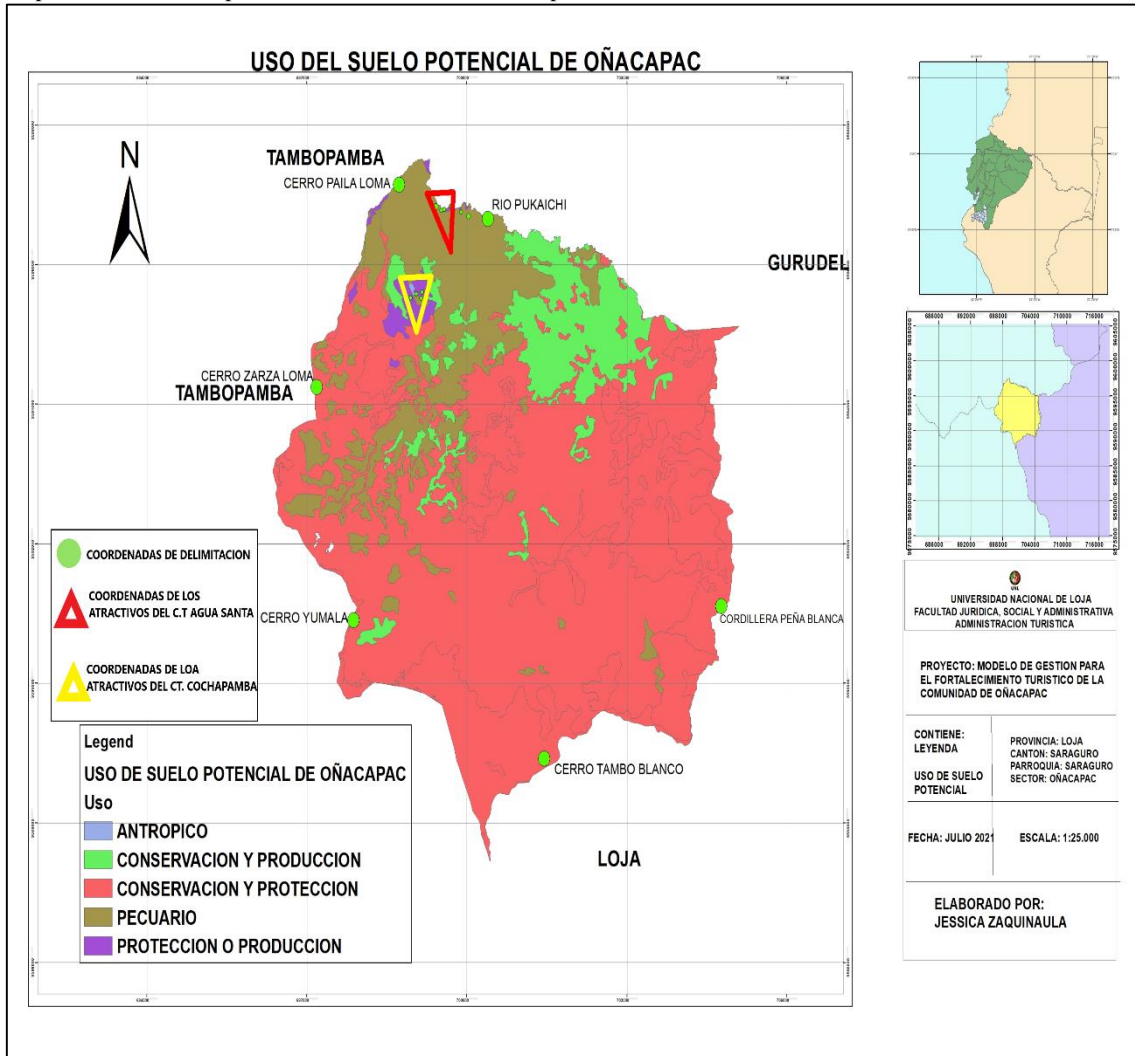


Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.1.6.4 Uso del suelo potencial

El mapa de uso de suelo potencial se determina que el territorio comunal está ocupado por el 52.12% de área de conservación y protección, así mismo el área de conservación y producción ocupa el 18.6%, el área pecuaria el 16.8%, el área de protección y producción ocupa el 11.60 % y por último el área antrópica está ocupando el 0.88 %

Mapa 5. Uso del suelo potencial de la Comunidad Oñacapac



Fuente: Sr. Luis Gonzales, Expresidente de la Comunidad de Oñacapac
 Elaboración: Jessica Zaquinaula

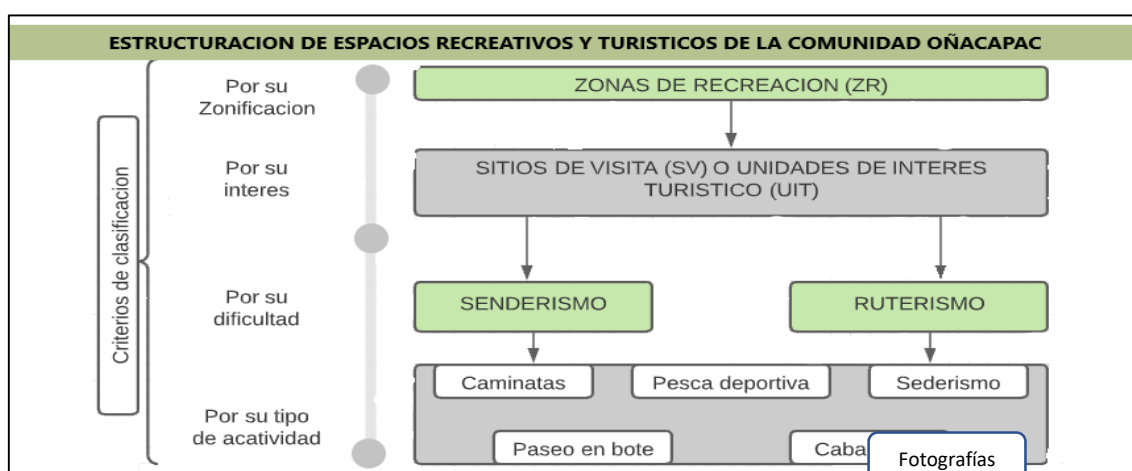
6.1.6.5 Mapa de zonificación turística

De acuerdo a la zonificación original establecida en el Plan de Manejo Integral existen cinco tipos de zonas:

- Capitación de agua
- Conservación
- Protección
- **Recreación**
- Recuperación

Para este caso se trata solamente de aquellas zonas clasificadas como recreación, este criterio se refiere al espacio turístico de mayor área geográfica dentro de la estructuración de los diferentes espacios turísticos de la Comunidad de Oñacpac, para realizar el siguiente trabajo se tomó como modelo el Plan de zonificación y manejo recreacional y turístico del parque Nacional El Cajas.

A continuación, se muestra los criterios de zonificación:



Fuente: Levantamiento de información de campo
Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas.

Figura 2. Criterios de zonificación de la Comunidad Oñacpac

Tabla 3. Zonificación recreacional y turística

TABLA DE ZONIFICACION RECREACIONAL Y TURISTICA COMUNIDAD OÑACAPAC				
POR SU ZONIFICACION		POR SU INTERES	POR SU ACTIVIDAD	POR SU DIFICULTAD
Nº	ZONAS DE REREACION	SITIOS DE VISITA	ACTIVIDADES	
1	Ruta turística Yaku	<ul style="list-style-type: none"> Cascada Virgen Cascada Sharazhi Cascada Hwtun Sharazhi Restaurante Yaku Laguna Cochapamba Restaurante Cochapamba 	<ul style="list-style-type: none"> Caminatas. Pesca deportiva. Fotografías Paseo en bote 	Ruterismo
2	Sendero Cabalgata	<ul style="list-style-type: none"> Mirador Cabalgata Terrazas preincaicas 	<ul style="list-style-type: none"> Cabalgatas Caminatas Fotografías 	Senderismo

Fuente: Levantamiento de información de campo.
Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Mapa 6. Zonificación recreacional y turística de la comunidad de Oñacapac



Fuente: Levantamiento de información de campo.
Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas.

6.1.6.6 Flora

Gracias a la fertilidad del suelo existen una gran variedad de especies vegetales, y con grandes espacios verdes, también posee los Bosques La Puna, Artiza (páramo) y Zhiñuwña (páramo), Bosque Torre, Peña Blanca los mismos que son considerados como bosques vírgenes, comunales y privados. Así mismo cuenta con amenazas en comparación de años anteriores ya que se está extendiendo mucho más la frontera agrícola, por esta razón han provocado la disminución de abundancia de ciertas especies.

A continuación, un cuadro con las especies endémica de la comunidad Oñacapac:

Cuadro 5. Flora de la comunidad de Oñacapac

Listado de la flora endémica de la comunidad Oñacapac	
Nombre Común	Nombre científico
• Añil	• Indigofera tinctoria
• Musgos	• <i>Polytrichum formosum Hedw</i>
• Joyapas	• <i>Macleania salapa</i>
• Pumamaqui	• <i>Oreopanax ecuadorensi</i>
• Kikuyo	• <i>Pennisetum clandestinum</i>
• Sara	• <i>Weinmannia fagaroides</i>
• Mullon	• <i>Prumnopitys montanus</i>
• Aliso	• <i>Alnus Acuminata</i>
• Laurel	• <i>Laurus Nobilis</i>
• Romerillo	• <i>P. Oleifolius</i>
• Sara Cashco	• <i>Nacriohylla</i>
• Bromelias	• <i>Bromeliaceae</i>

Fuente: Diagnostico situacional turístico de la Comunidad de Oñacapac del cantón Saraguro, 2012.

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.6.7 Fauna

Las exuberantes vegetaciones establecen un hábitat perfecto de una gran variedad de especies faunísticas, la comunidad alberga las siguientes especies:

Cuadro 6. Fauna de la comunidad.

Listado de la flora endémica de la comunidad Oñacapac	
Nombre común	Nombre científico
Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>
León	<i>Panthera leo</i>
Cuy de monte	<i>Cavia cobaya</i>
Guanchacos/ zarigüeya	<i>Didelphis marsupialis</i>
Pava de monte	<i>Penélope barbata</i>
Mirlos	<i>Tangara schilensis</i>
Loro Carirrojo	<i>Hapalosiptaca amazonica</i>

Fuente: Diagnostico situacional turístico de la Comunidad de Oñacapac del cantón Saraguro, 2012.

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.6.8 Clima

La comunidad de Oñacapac cuenta aproximadamente con una temperatura promedio anual de 12° a 18° C, posee un clima templado y frío, se respira aire puro proveniente de los bosques nativos y exóticos existentes en sus alrededores.

6.1.7 Diagnostico turístico.

6.1.7.1 Inventario de atractivos turísticos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional. Se constituye como un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico (MINTUR, 2018, pág. 7)

- **Atractivos turísticos**

La comunidad de Oñacapac no dispone de un inventario turístico de sus atractivos naturales y culturales, lo cual el presidente de turismo y un encargado de la comunidad nos facilitó un listado de los atractivos más significativos que mediante la “Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2018, elaborada por el Ministerio de Turismo, la misma se utilizó para la validación de la información y levantamiento de fichas de los nuevos atractivos de la comunidad, teniendo el siguiente listado:

Cuadro 7. Atractivos naturales y culturales de la comunidad Oñacapac

ATRACTIVO	CATEGORI A	TIPO	SUBTIPO	JERARQUI A
Centro turístico Cochapamba -Oñacapac	Atractivo cultural	Arquitectur a	Infraestructur a recreativa	II

Complejo turístico de Agua Santa	Atractivo cultural	Arquitectura	Infraestructura Recreativa	II
Laguna de Cochapamba	Atractivo natural	Ambientes lacustres	Laguna	II
Sendero de Cabalgata	Atractivo natural	Montaña	Media montaña	I
Terrazas Preincaicas	Atractivo Cultural	Arquitectura	Infraestructura cultural	I
Cascada Virgen	Atractivo natural	Rio	Cascada	II
Cascada Shizhi Sharazhi	Atractivo natural	Rio	Cascada	II
Cascada Hatwn Sharazhi	Atractivo Natural	Rio	Cascada	I

Fuente: Levantamiento de información en cada atractivo.

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas


Se puede concluir que la comunidad cuenta con ocho atractivos, cinco naturales y tres culturales:

- **Tres atractivos culturales.**
 - Uno es de jerarquía I
 - Dos atractivos culturales son de jerarquía II.

- **Cinco atractivos naturales**
 - Tres de los atractivos son de jerarquía I
 - Dos de los atractivos son de jerarquía II


Fichas resumen de los atractivos naturales y culturales de la Comunidad Oñacapac

Ficha 2. Centro recreacional Cochapamba.

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
CENTRO TURISTICO COCHAPAMBA.OÑACAPAC		II
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	ARQUITECTURA	INFRAESTRUCTURA RECREATIVA
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
		<p>Ubicación: El Centro Turístico Cochapamba-Oñacapac se encuentra ubicado a 1.52 Km del centro de la comunidad de Oñacapac.</p>
<p>Imagen 3. Centro Turístico Cochapamba-Oñacapac Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El centro recreacional cuenta de atractivos turísticos. • En la laguna de Cochapamba se puede hacer paseos en bote. • Se puede realizar camping • Cuenta con un bar. • Posee una gran variedad de flora y fauna. 		
<p>Recomendaciones: Se recomienda a los visitantes llevar ropa cómoda, protector, abrigo, y llevar todo lo necesario si los visitantes requieren realizar camping en la zona.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Paseos en caballo. • Observación de flora y fauna. • Paseos en bote • Caminatas • Camping. 		


Fuente. Datos de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
Laguna de Cochapamba		II
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	AMBIENTES LACUSTRES	LAGUNA
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
 <p>Imagen 2. Laguna de Cochapamba Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		<p>Ubicación: La Laguna Cochapamba esta ubicada a 1.62 Km del centro de la comunidad de Oñacapac.</p>
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene aproximadamente 80 m de longitud por 50 m de ancho • Sus aguas son limpias y muy frías, • Realizan ceremonias de curaciones por los shamanes a la medianoche. • Conserva una leyenda a cuál la comunidad le tiene un gran respeto. 		
<p>Recomendaciones: Al visitar la laguna es recomendable ir con ropa y zapatos cómodos, gorra, agua, protector solar. Tener mucho cuidado si las personas acceden a bañaras en la laguna.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Paseos en bote en la laguna. 		


Fuente. Datos de campo
 Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

Ficha 4. Terrazas preincaicas.

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
TERRAZAS PREINCAICAS		I
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	ARQUITECTURA	INFRAESTRUCTURA CULTURAL.
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
		<p>Ubicación:</p> <p>Las terrazas preincaicas están ubicadas a 2.39 kilómetros desde la comunidad de Oñacapac</p>
<p>Imagen 5. Terrazas preincaicas. Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para llegar a las terrazas se debe caminar aproximadamente unos 25 minutos. • Se debe dirigir por el sendero Cabalgata para llegar a las Terrazas Preincaicas. • Al recorrido también se lo puede realizar en caballos. • Posee un hermoso paisaje. 		
<p>Recomendaciones: Al visitar el sendero es recomendable ir con ropa y zapatos cómodos, gorra, agua, protector solar.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Paseos en caballo. • Observación de flora y fauna. 		


Fuente. Datos de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
SENDERO DE CABALGATA		I
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	MONTAÑA	MEDIA MONTAÑA
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
		<p>Ubicación:</p> <p>El sendero de cabalgata esta ubica a 1.60 Km del centro de la comunidad de Oñacapac.</p>
<p>Imagen 4. Sendero de cabalgata Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene aproximadamente un recorrido de veinte minutos. • Al llegar al final del recorrido se podrá observar un mirador denominado paradero de cabalgata. • En el paraje de cabalgata se puede apreciar una vista panorámica del bosque protector de Oñacapac. • Al recorrido también se lo puede realizar en caballos. • Posee una gran variedad de flora. 		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Al visitar el sendero es recomendable ir con ropa y zapatos cómodos, gorra, agua, protector solar.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Paseos en caballo. • Observación de flora y fauna. 		


Fuente: Datos de campo

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas.

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
COOMPLEJO TURISTICO DE AGUA SANTA		II
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Atractivo Cultural	ARQUITECTURA	INFRAESTRUCTURA RECREATIVA
ATRACTIVO		
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
		<p>Ubicación: El Santuario de Agua Santa se ubica a 1.24 Km del centro de la comunidad de Oñacapac.</p>
<p>Imagen 6. Complejo Turístico Agua Santa. Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El atractivo cuenta con un restaurante tradicional. • Tiene una capilla en la que se celebra la fiesta de la Virgen el 15 de septiembre de cada año en donde va gente de las diferentes comunidades. • Cuenta con un amplio parqueadero. • Se pueden realizar actividades deportivas, ya que cuenta con una cancha deportiva. • Servicio de transporte: taxi, buseta. • Servicios Básicos: Posee baños, alcantarillado, agua potable y luz. • Ingreso al atractivo: Libre 		
<p>Recomendaciones: Se recomienda a los visitantes llevar ropa cómoda, protector, abrigos.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Observación de flora y fauna. • Caminatas 		


Fuente. Datos de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
CASCADA VIRGEN		II
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	RIO	CASCADA
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
		<p>Ubicación: La Cascada Virgen se encuentra ubicada a 1.35 km de la comunidad de Oñacapac, en el Santuario de Agua Santa.</p>
<p>Imagen 7. Cascada Virgen Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A la cascada se le ha dado varios nombres por las creencias que tienen los pobladores como Virgen Kaka, Virgini o cascada de la Virgen; • los nombres que se le han dado es debido a que pobladores y gente cercana al lugar es que han visto a la virgen entre la cascada, que se la puede observar desde el frente por la parte de arriba de la cascada. • En la base de la cascada forma una gran laguna con una profundidad de no más de 2.50 metros. • La cascada era utilizada para rituales solo de comunidad hace más de 100 años. • En ella se encuentra la imagen incrustada de la Virgen de Agua santa (Kaka= Peña) • La caída del agua tiene aproximadamente 30 m. de altura. 		
<p>Recomendaciones: Se recomienda a los visitantes llevar ropa cómoda, protector, abrigos, y llevar todo lo necesario si los visitantes requieren realizar camping en la zona.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Observación de flora y fauna. • Caminatas 		


Fuente. Datos de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
CASCADA SHIZHI SHARAZHI		II
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	RIO	CASCADA
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
<p style="text-align: center;">Figura</p> 		<p>Ubicación: La Cascada Shizhi Sharazhi se encuentra ubicada a 1.49 Km de la comunidad de Oñacapac.</p>
<p>Imagen 8. Cascada Shizhi Sharazhi Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La cascada de Sharashi es una continuación de la Cascada Virgen. • Tiene una caída aproximada del agua de 25m de altura. • En año 2004 se la utiliza para purificaciones de toda la comunidad. • A partir del 12 de septiembre del 2009 se utiliza con fines turísticos. • Se encuentra en la mitad de las dos cascadas Sharashi Alto y Virgen Kaka. • Sus aguas son puras. 		
<p>Recomendaciones: Se recomienda a los visitantes llevar ropa cómoda, protector, abrigos, y llevar todo lo necesario si los visitantes requieren realizar camping en la zona.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Observación de flora y fauna. • Caminatas 		

Fuente. Datos de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
CASCADA HATWN SHARAZHI		II
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
ATRACTIVO NATURAL	RIO	CASCADA
Provincia.	Cantón:	Localidad:
LOJA	SARAGURO	COMUNIDAD DE OÑACAPAC
		<p>Ubicación: Se encuentra ubicado en la Comunidad Oñacapac, desde el centro de la comunidad existe 1.35 Km de distancia por un camino lastrado hasta la cascada Virgen y desde ahí se continúa por un sendero unos 100 m.</p>
<p>Imagen 9. Cascada Hatwn Sharazhi Fuente: Comunidad de Oñacapac Elaboración: Jessica Zaquinaula</p>		
<p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La cascada Hatwn Sharashi es propiedad de las comunidades de Oñacapac y Gurudel • Nace de una montaña que se encuentra entre las dos comunidades. • Tiene una caída aproximada de agua de 30 m de altura. • Actualmente los senderos para visitarla, no están disponibles. 		
<p>Recomendaciones: Se recomienda ir con vestimenta abrigada y zapatos cómodos para recorrer el área, llevar protector solar, repelente, gorra, binoculares y bebida hidratante.</p>		
<p>Actividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Senderismo. • Observación de flora y fauna. • Caminatas 		

Fuente. Datos de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula Salinas

6.1.7.2 Análisis de la oferta de la comunidad.

Alojamiento

En la comunidad Oñacpac un grupo de personas capacitadas prestaban el servicio de alberges comunitarios que eran un total de tres alberges, pero por el momento están inactivos, por falta de recursos, y la organización de las personas encargadas de los proyectos turísticos.

Alimentación

La comunidad de Oñacpac cuenta con un restaurante denominado Yacu (7 plazas) el mismo que se encuentra ubicado en el complejo turístico Agua Santa, próximamente se construirá un bar restaurante que estará ubicado en el centro turístico Cochapamba.

Esparcimiento

Los lugares de esparcimiento con los que cuenta la comunidad de Oñacpac son tres canchas deportivas una que se encuentra en el centro de la comunidad, otra cancha ubicada en el Centro Recreacional Cochapamba y otra en el Complejo Turístico Agua Santa.

Información Turística, Servicio de Guianza.

En la comunidad, no existen centros de información turística para brindar la información requerida por los turistas que visitan los atractivos turísticos; no cuentan con personas capacitadas en el servicio de guianza.

Transporte

En cuanto al transporte existe una cooperativa de transporte Inti Katina que accede a la comunidad y brinda este servicio desde las 07h00 a 19h00 pero cada media hora, es por eso que la población accede por el transporte ilegal para dirigirse hacia la comunidad con un valor más elevado.

A continuación, se detallan los siguientes cuadros de las empresas de transporte:

Cuadro 8. Transporte de la comunidad.

Cooperativa	Ruta	Frecuencia	Turno	Costos
Cooperativa de transporte Inti Katina	Desde el centro de Saraguro en las calles Av. Loja y Av. El Oro esquina hasta la comunidad de Oñacapac.	Diario	Cada media hora.	\$0.70
Camionetas informales (de color).	Desde el centro de Saraguro en las calles Av. Loja y Av. El Oro esquina hasta la comunidad de Oñacapac.	Diario	Todo el día.	\$0.75

Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.7.2.1 Infraestructura básica

Conectividad

Para acceder a la comunidad de Oñacapac se utiliza en un primer tramo la vía Panamericana vía a Cuenca, la misma que en la actualidad la vía es asfaltada, desde el desvío de la carretera principal para ingresar a la comunidad es lastrada y se encuentra en estado regular, ya que no cuenta con ningún mantenimiento. No existe señalética que guíe a la comunidad.

Señalética turística

La comunidad de Oñacapac no cuenta con ninguna clase de material de promoción turística ni señalética turística, es por eso la falta de conocimiento que tienen los turistas hacia la comunidad.

Seguridad

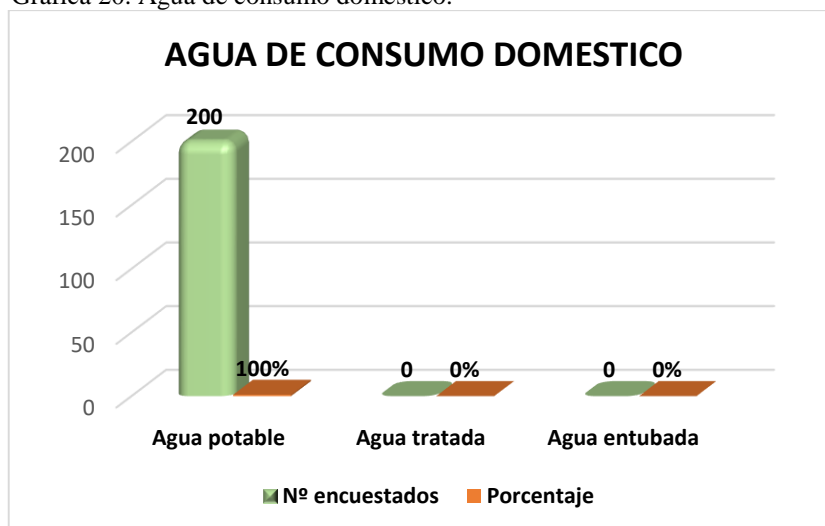
La comunidad de Oñacapac en tema de seguridad, la misma comunidad es la encargada de cuidar y velar por el bienestar y la seguridad de la misma, en caso de algún

problema por más grave que sea, la comisión de la justicia comunitaria es la encargada de solucionar.

Agua de consumo domestico

Según los resultados obtenido los 200 jefes de hogar que equivale al 100% de los encuestados manifestaron que cuentan con agua potable en cada uno de sus hogares.

Grafica 20. Agua de consumo doméstico.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Energía eléctrica

La procedencia de la luz eléctrica en su mayoría según los encuestados, 194 hogares que equivale al 97% manifiesta que proviene de la red de empresa eléctrica de servicio público, también existen casos en los que no disponen de este servicio. (Ver cuadro 34). El déficit de este servicio es bajo, tan solo el 3% del total de viviendas, no cuentan con este servicio.

Tabla 4. Energía eléctrica

Energía eléctrica	Nº encuestados	Porcentaje
Red de empresa eléctrica de servicio publico	194	97%
No cuentan	6	3%
Total	200	100%

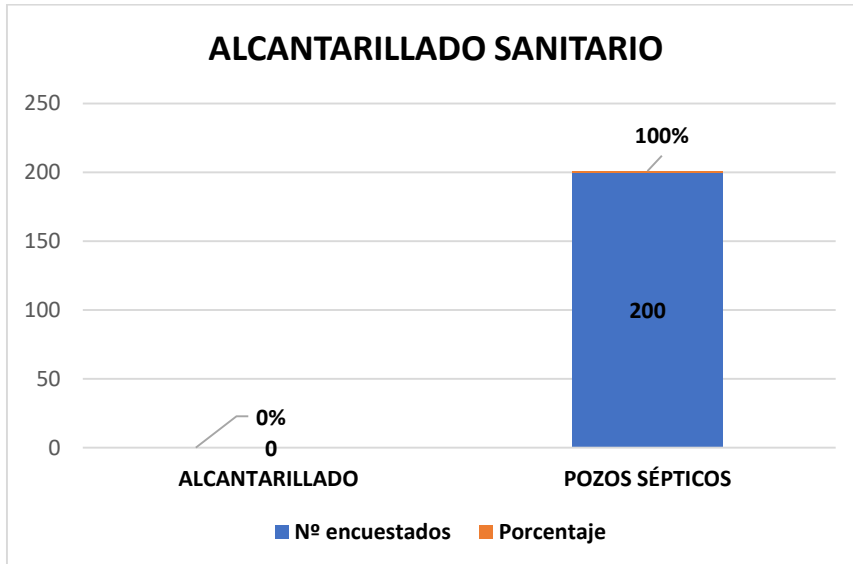
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Alcantarillado sanitario

El 100% de los encuestados manifiestan que no cuentan con el acceso de alcantarillado sanitario, con lo que cuenta la comunidad son con pozos sépticos.

Grafica 21. Alcantarillado sanitario



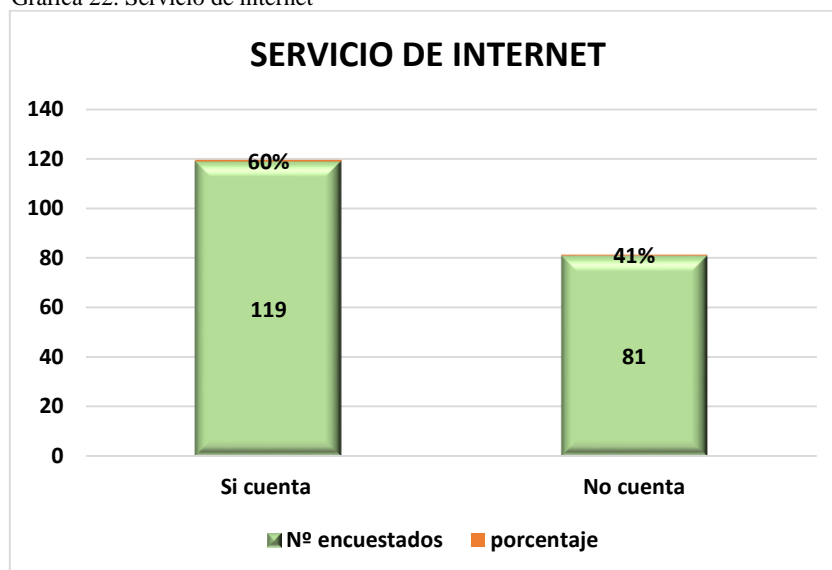
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Servicio de internet.

El 60% de los encuestados manifiestan que en sus hogares si cuentan con el servicio de internet, de lo contrario el 41% no cuenta con dicho servicio.

Grafica 22. Servicio de internet



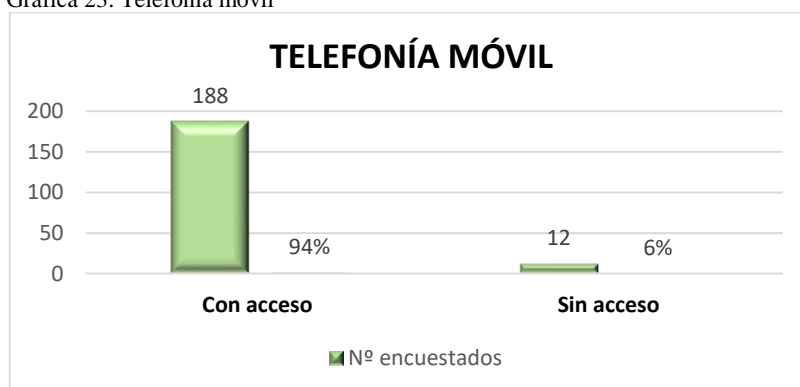
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Telefonía móvil

El 94% de los encuestados manifestaron que, si cuentan con telefonía móvil, el 6% restante no cuenta con el servicio. La operadora móvil principal es la de movistar con el 63%, en segundo lugar, esta Tuenti con el 36% y por ultimo con el 3% está Claro (ver figura 24).

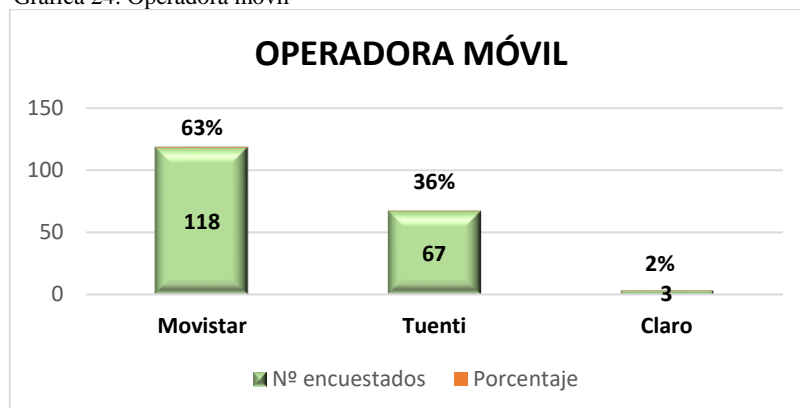
Grafica 23. Telefonía móvil



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 24. Operadora móvil



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Eliminación de desechos sólidos

Todas las viviendas de la comunidad de Oñacpac eliminan los desechos inorgánicos por medio del vehículo recolector los días jueves y los desechos orgánicos la comunidad la destinan como abono para sus cultivos.

Servicios complementarios

Salud

Existe un Sub Centro de salud, que brinda servicios de lunes a viernes en horario de 08:00 a 17:00.

Cuenta con los siguientes profesionales: médico general, Lcda. en enfermería, odontólogo.

Actividades turísticas que ofrece la comunidad

Entre las actividades turísticas ofrece:

- Caminata a terrazas Preincaicas
- Pesca deportiva
- Senderismo
- Paseo en bote
- Cabalgatas
- Música y danza

6.1.7.3 Análisis de la promoción turística

La comunidad de Oñacapac no cuenta con un plan de comunicación turística, no cuenta con materiales para promocionar sus atractivos, es por ello el desconocimiento de los turistas que tienen de los atractivos turísticos.

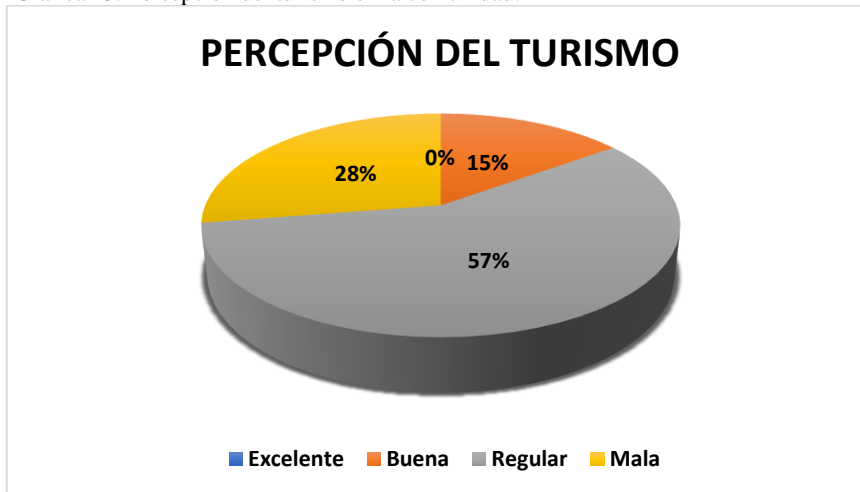
- **Percepción de la comunidad sobre el turismo comunitario.**

En el diagnóstico turístico de Oñacapac se consideró muy importante conocer la percepción de los pobladores de la comunidad sobre el turismo comunitario y por medio de encuestas dirigida a cada jefe de hogar se obtuvo los siguientes resultados que se describen a continuación:

- **Percepción de la actividad turística en la comunidad**

La percepción que tiene la comunidad en cuanto al turismo comunitario: se considera el 57% que la actividad turística es regular, 28% es buena y un 15% considera que la actividad turística de la comunidad es mala (ver figura 25)

Grafica 25. Percepción del turismo en la comunidad.



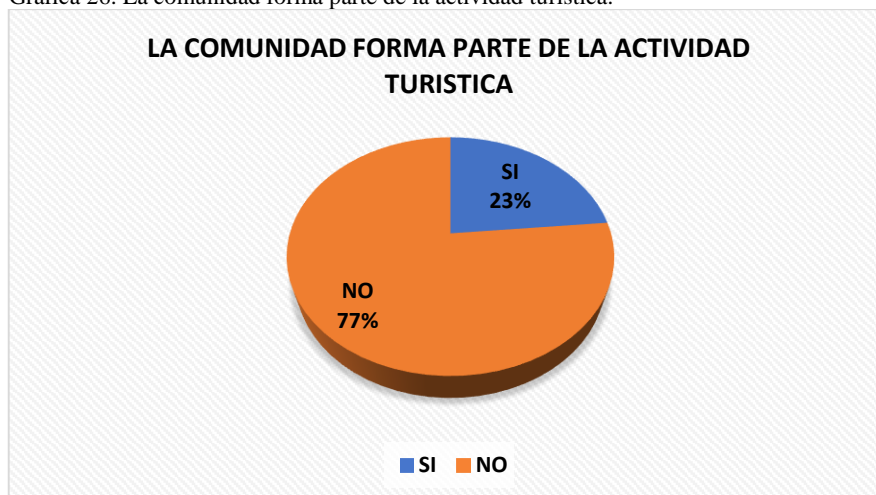
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **La comunidad forma parte de la actividad turística.**

Según los resultados 47 personas que equivale al 8% si forma parte de actividades turísticas, mientras que el 77% no forma parte de ninguna actividad turística en la comunidad.

Grafica 26. La comunidad forma parte de la actividad turística.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Interés de la comunidad por pertenecer a actividades turísticas.**

El 83% (167 encuestados) manifestaron que, si están interesados en emprender en actividades turísticas, el 17% (33 encuestados) no están interesados por la falta de información acerca de temas turísticos. Entre las actividades principales que les gustaría participar son: el 27% servicio de alimentación, el 24% en artesanías, el 20% en servicio de hospedaje comunitario (ver figura 28).

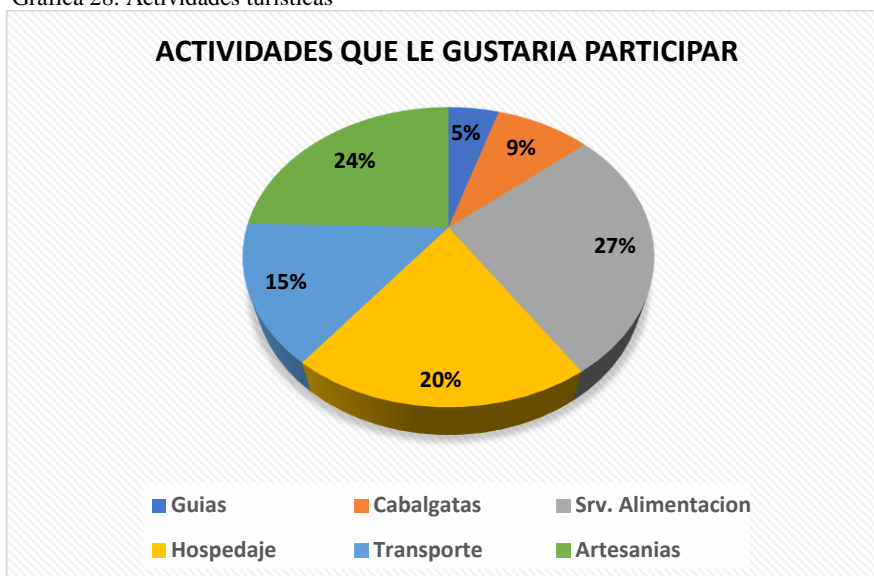
Grafica 27. Intereses de la comunidad hacia el turismo.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 28. Actividades turísticas



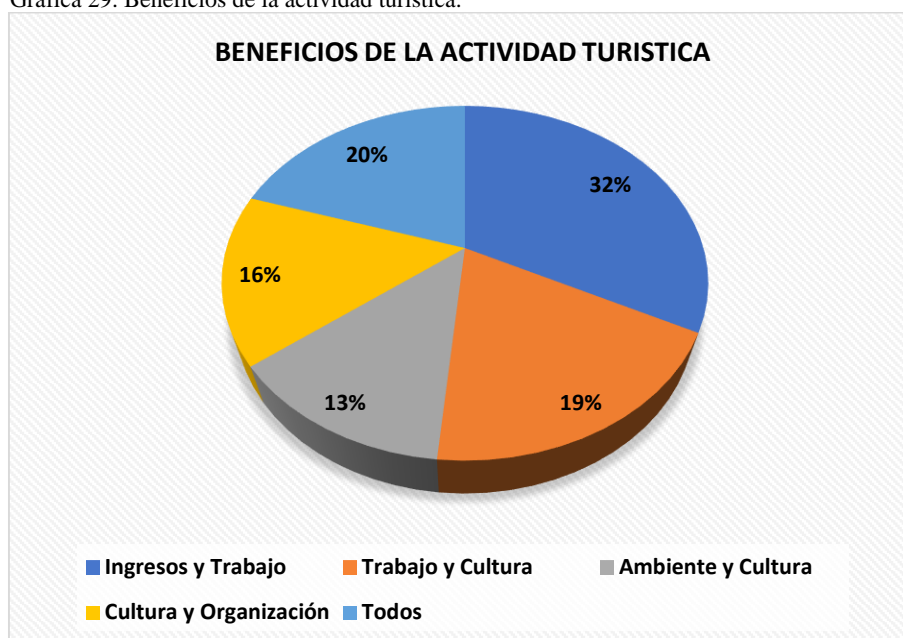
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Beneficios que otorga la actividad turística a la comunidad.**

Los beneficios que considera la comunidad de Oñacapac que otorgará el turismo comunitario son: el 20% contribuirá a los ingresos económicos y oportunidad de trabajo, un 19% oportunidad de trabajo y fortalecerá la identidad cultural, 16% fortalecerá la identidad cultural y la organización comunitaria, 13% aportará a mayor conservación por el ambiente y la identidad cultural y el 33% manifiesta que todas las opciones son importantes para el beneficio de la comunidad.

Grafica 29. Beneficios de la actividad turística.



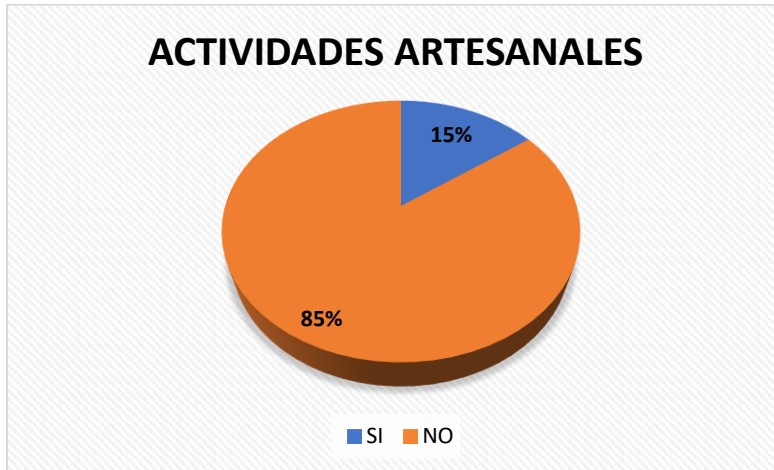
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Actividades artesanales**

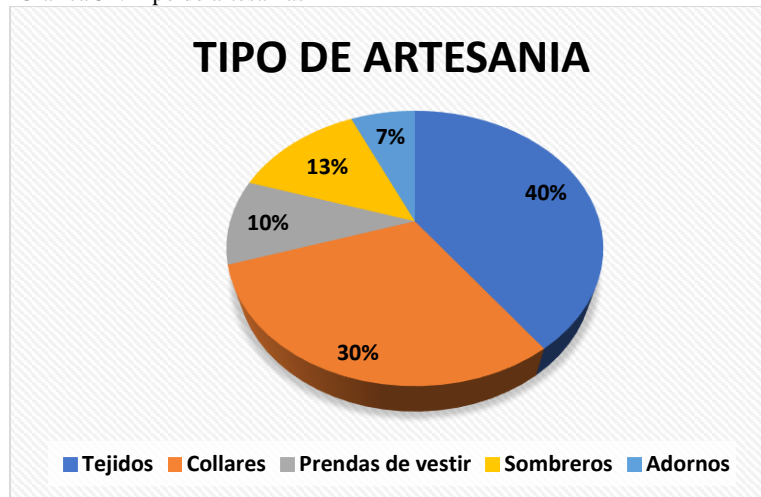
En la comunidad de Oñacapac 30 de los encuestados que equivale al 15% manifestaron que se dedican a la actividad artesanal, y entre los tipos de artesanías que realizan están: el 40% elaboran tejidos, el 30% realizan collares, el 30% realizan sombreros, el 10% confecciona prendas de vestir, y el 7% elabora adornos (ver grafica 30).

Grafica 30. Actividades artesanales



Fuente: Datos de campo
Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Grafica 31. Tipo de artesanías



Fuente: Datos de campo
Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.1.7.4 Análisis de la demanda

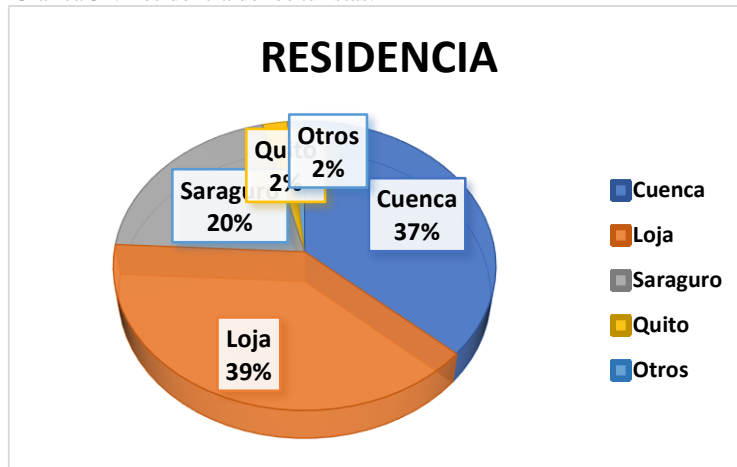
Para obtener los resultados se aplicó encuestas a la demanda efectiva, la cual se encontraba en los diferentes atractivos turísticos de la comunidad.

- **Nacionalidad y residencia**

El 100 % de los encuestados son de nacionalidad ecuatoriana, por lo que se puede determinar que la demanda turística de la Comunidad Oñacpac es nacional, por lo tanto, se deberá mantener este mercado y aplicar estrategias para mejorar la afluencia nacional, y porque no también de la internacional posteriormente. El 39% (120 visitantes) son

residentes de la ciudad de Loja, el 37% de Cuenca (112 visitantes), el 20% (62 visitantes) de Saraguro, el 2% (7 visitantes) de la ciudad de Quito.

Grafica 32. Residencia de los turistas.



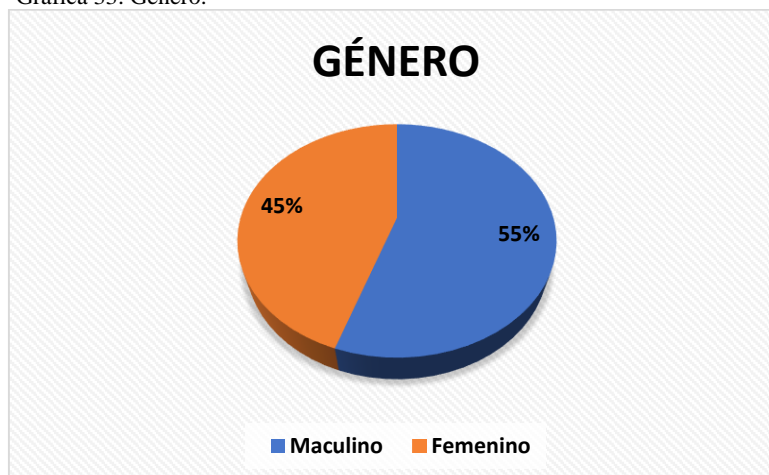
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Género**

El 55% de los visitantes es de género masculino, mientras que el 45% es de género femenino. En cuanto al género de los visitantes no se evidencia diferencia, lo que indica que es atractiva tanto para género masculino como para el género femenino.

Grafica 33. Género.



Fuente: Datos de campo

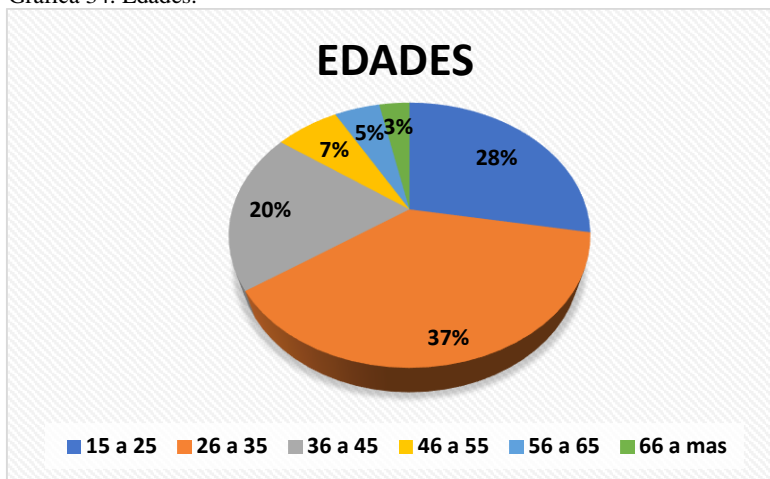
Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Edad**

Las edades que predominan de los turistas que visitan los atractivos de la comunidad son: el 37% de 26 a 35 años y 28% 15 a 25 años que representan visitantes jóvenes, el

20% de 36 a 45 años, el 7% de 46 a 55 años y 5% de 56 a 65 años que representa a visitantes adultos. Se evidencia que la mayoría de los visitantes son de edad jóvenes y adultos con condiciones físicas adecuadas para realizar las diferentes actividades que ofrece la comunidad y 3% de visitantes casi de tercera edad que podría tener limitaciones para poder realizar ciertas actividades

Grafica 34. Edades.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Nivel de estudios**

Los resultados de las encuestas son 16% que tienen el nivel primario de estudios mismas que son 48 personas, 50% que tienen el nivel secundario de estudios mismas que son 154 personas, y el 34% que tienen tercer nivel de estudios mismas que son 104 personas

Figura 35. Nivel de estudios



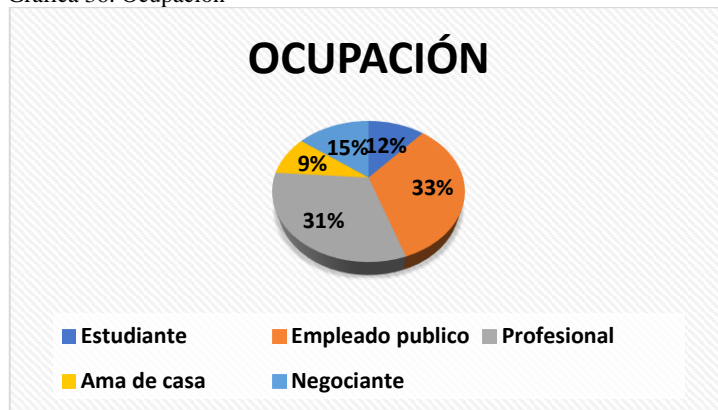
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Ocupación**

De los encuestados 35 personas son estudiantes que representan el 12%, 102 personas son empleados públicos que representa el 33%, 96 personas son profesionales que representan el 31%, 28 personas son amas de casa que representa el 9% y 45 personas son comerciantes que representa el 15%.

Grafica 36. Ocupación



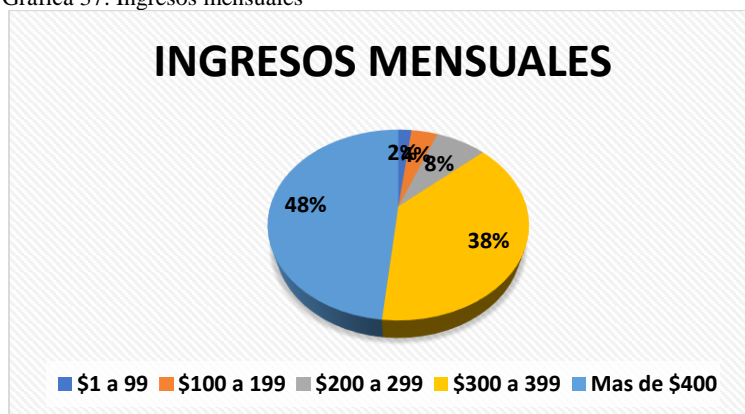
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Nivel de ingresos mensuales**

De los encuestados el 2% tiene un sueldo que va desde 1 a 99 dólares, el 4% de 100 a 199, el 8% de 200 a 299 dólares, el 38% de 300 a 399 y 48% más de 400 dólares. De acuerdo a estos resultados se puede determinar que los consumidores poseen un ingreso económico de 300 a 400 dólares mensuales, lo que demuestran que su poder adquisitivo está en un nivel medio.

Grafica 37. Ingresos mensuales



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Visitas al año a la comunidad**

El 63% de los turistas visitan una vez por año la comunidad, el 32% dos veces por año y el 5% tres veces al año por sus diferentes atractivos. Es evidente que la primera vez que los turistas han visitado Oñacpac les ha gustado sus atractivos y han optado por regresar una vez más el próximo año.

Grafica 38. Visitas al año.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Motivo de visita a la comunidad**

El 62% ha visitado por turismo Oñacpac y el 38% en las festividades de la comunidad. Es evidente que la visita a la comunidad es por Turismo y festividades, quedando en evidencia que la comunidad si cuenta con atractivos que llamen la atención a turistas.

Grafica 39. Motivo de vistas



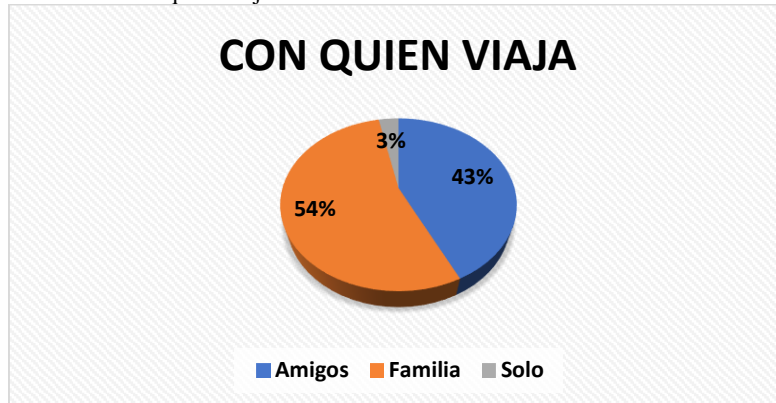
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Con quien suele viajar**

El 43% viaja en compañía de sus amigos, el 54% con sus familiares y 3% escogió la opción solo. Los resultados nos indica que la mayoría de turista prefiere ir con sus amigos y familiares, para disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece la comunidad

Grafica 40. Con quien viaja



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Días que permaneció en la comunidad**

El 89% de los turistas solo permanecen un día en la comunidad, el 11% dos días. En este aspecto de determina que la mayoría de los turistas solo permanecen un día en la comunidad y también se puede evidenciar que no pernoctan en el sector ya que no existe servicio de hospedaje en la comunidad, y las personas que visitaron dos días pernoctaron en Saraguro.

Grafica 41. Días de visita a la comunidad.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Épocas de visita a la comunidad**

El 44% lo realizan en vacaciones, el 5% en días festivos y el 51% los fines de semana. Se puede determinar que los días que los turistas prefieren visitar la comunidad son en vacaciones y los fines de semana.

Grafica 42. Épocas de visita



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Medio de información de la comunidad**

El 56% de los turistas encuestados reciben los consejos de sus familiares y amigos, el 44% de los turistas reciben información de la comunidad por medio de redes sociales. Por lo que se entiende que influye mucho la difusión de boca a boca, y por ende se debe dar un buen trato al turista para que den recomendaciones positivas, en lo que menos se basan para buscar información son las páginas web, medios de comunicación y agencias de viaje.

Grafica 44. Medios de información



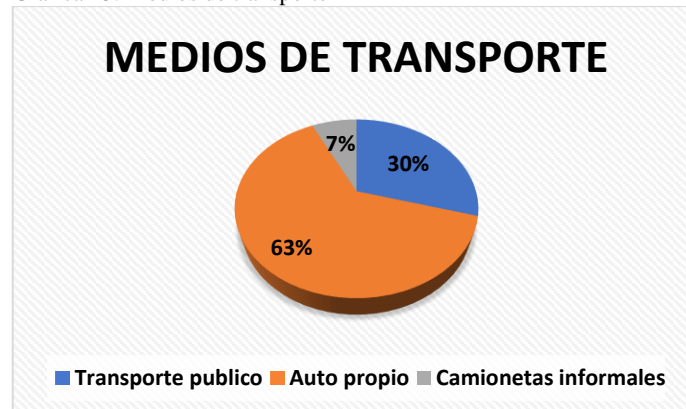
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Medios de transporte**

El 63% de los visitantes hacen uso de su auto propio, el 30% usan el transporte público y el 7% usan las camionetas informales. Lo que indica que el transporte privado es muy utilizado en altos porcentajes, y el público en mínimo, por lo que se debe mejorar este transporte, para un mejor servicio y acceso de los turistas.

Grafica 45. Medios de transporte



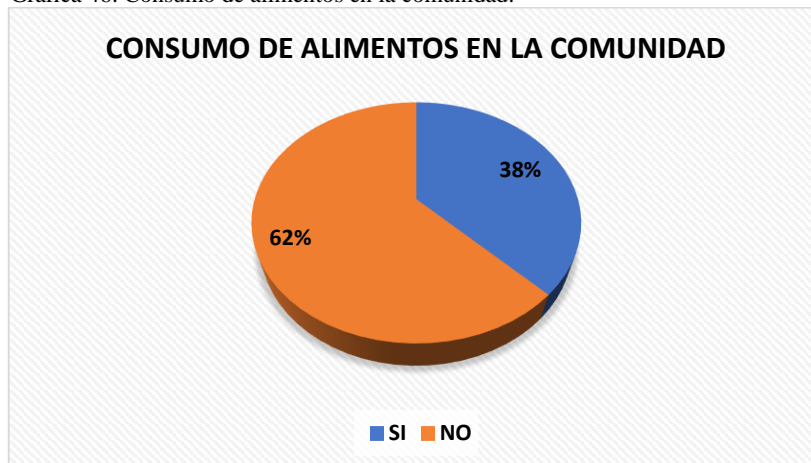
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Consumo de alimentos por los turistas en la comunidad.**

El 62% de los visitantes no han consumido alimentos y el 38% si lo ha hecho. No ha consumido alimentos en la comunidad pese a que, si hay un restaurant, el motivo es que no preparan suficiente comida, o no es comida autóctona. Entre los alimentos que degustaron en la comunidad solo fue comida rápida.

Grafica 46. Consumo de alimentos en la comunidad.



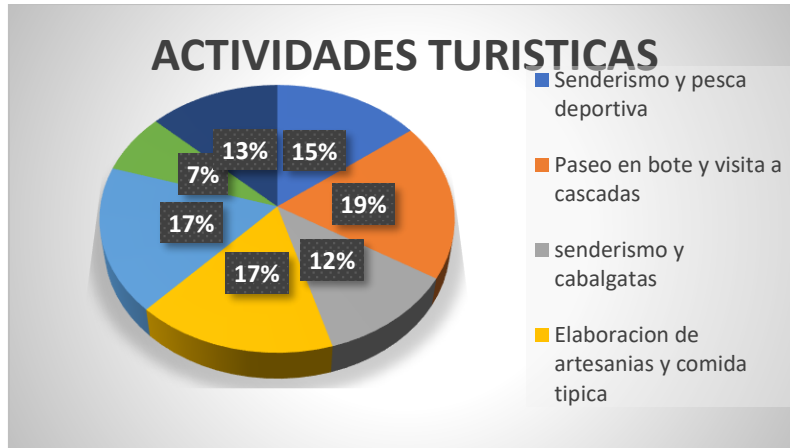
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Actividades que le gustaría realizar**

Entre las actividades turísticas que a los visitantes les gustaría realizar son: el 19% paseo en bote y visita a cascadas, 17% elaboración de artesanías y comida típica, así mismo con un 17% pesca deportiva, paseo en bote y comida rápida, el 15% senderismo y pesca deportiva y el 13% todas las actividades.

Grafica 47. Actividades turísticas



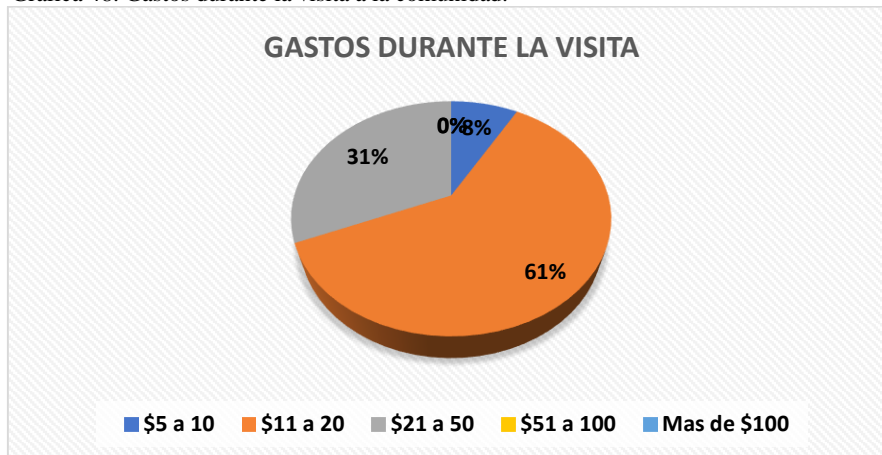
Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

- **Gastos durante la visita a la comunidad.**

El 61% de los turistas consumieron de 11 a 20 dólares, el 31% de 21 a 50 dólares y el 8% de 5 a 10 dólares. Se determina que es un lugar muy económico para visitar porque no se necesita mucho dinero para viajar y sus atractivos no tienen costo.

Grafica 48. Gastos durante la visita a la comunidad.



Fuente: Datos de campo

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Sugerencias de los turistas para la comunidad sea reconocida turísticamente

- Mejoren los accesos a los atractivos turísticos.
- Implemente señalética a los atractivos turísticos, ya que no hay información de cómo llegar a cada uno de ellos.
- Implemente más restaurantes en la comunidad.
- Que tengan más variedad de platillos.
- Ofrezcan comida tradicional de la comunidad.
- Implantación de alojamientos turístico.
- Más publicidad en páginas web y en redes sociales.
- Se ubiquen personas que conozcan cada atractivo turístico para que guíen a los visitantes.

Perfil del turista

- El turista que visita a la comunidad de Oñacapac son de nacionalidad ecuatoriana provenientes de la ciudad de Loja, seguido de la ciudad de Cuenca y de Saraguro.
- No hay diferencia de género tanto hombres y mujeres, entre la edad de 26 a 35 años, con un nivel de estudio de secundaria y tercer nivel. Cuentan con ingreso económico de \$ 300 a \$400 dólares mensuales.
- Visitan la comunidad una vez al año, por turismo y en las festividades de la comunidad, acompañados de familiares y amigos.
- Utilizan las redes sociales, y comentarios de familiares y amigos para informarse de los atractivos turísticos que cuenta la comunidad de Oñacapac.
- Por lo general los turistas solo permanecen un día en la comunidad por la falta de servicio de alojamiento y los que vistan la comunidad más de un día se alojan en

Saraguro, así mismo son las vacaciones y fines de semana los días que eligen para visitar la comunidad.

- Para trasladarse a la comunidad hacen uso de su propio transporte y en pocas ocasiones utilizan el transporte público.
- Un gran porcentaje de turistas no consumen productos alimenticios en el sector por la falta de restaurantes en la zona, y por la falta de variedad en sus platillos, los mismos les gustaría degustar platos y bebidas típicas.
- Entre las actividades que les gustaría realizar están las siguientes: paseo en bote, pesca deportiva, visita a cascadas, elaboración de artesanías y comida tradicional.
- En cada visita gastan un valor de \$ 11.00 a \$ 20.00 dólares y de \$ 21.00 a \$ 50.00 dólares., lo cual se evidencia que los turistas si están en la posibilidad de gastar en la comunidad si existieran más productos para ofrecer.

6.1.7.5 Análisis de la competencia

El nivel de competencia local en cuanto al turismo comunitario no es muy elevado, pero se puede evidenciar que en cada una de las comunidades se puede apreciar atractivos turísticos diferentes los cuáles atraen a más turistas y viven experiencias extraordinarias en su estancia.

A continuación, se detalla el cuadro de competencia local, tomado en cuenta la similitud de desarrollo turístico comunitario en relación a los sectores más cercanos, contiene las principales zonas con las que competirán, que productos ofrece el mercado, puntos fuertes y débiles de las zonas competidoras, sugerencias para aprovechar los puntos débiles y sugerencias para cubrir los puntos fuertes.

Cuadro 9. Análisis de la competencia

Principales territorios de competencia	Productos que ofrecen	Puntos fuertes y débiles de la zona competidora	Sugerencias para aprovechar los puntos fuertes	Sugerencias para aprovechar los puntos débiles
Ñamarin	<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas a terrazas agrícolas • Talleres artesanales • Cabalgatas • Sitios sagrados (Baño del Inca) • Música y danza • Prácticas agrícola • Complejo turístico Vuelo del Gavilán 	<p>FUERTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las vías de acceso están en buen estado • En la Comunidad se encuentra el Baño del Inca (principal atractivo del cantón Saraguro por la fiesta del Inti Raymi) • El turismo ha mejorado el estado de vida de las familias de ésta comunidad <p>DÉBILES</p> <ul style="list-style-type: none"> • El turismo ha generado que las personas trabajen particularmente • El cambio de algunas de sus tradiciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el trabajo en equipo para obtener mejores beneficios como comunidad y no de manera individual • Incentivar a los pobladores a mantener sus costumbres y tradiciones ya que eso es lo que atrae a los turistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar con orgullo la distinción de la etnia Saraguro • Utilizar la buena comunicación existente para la creación de nuevos proyectos de desarrollo para la población.
Gera	<ul style="list-style-type: none"> • Excursiones hacia los miradores y el pico Pukara. • Visita al museo. 	<p>FUERTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gera obedece al prototipo de Comunidad andina 	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres para aprovechar los desechos sólidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar de manera los atractivos con los

	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna endémica. • Visita a los vestigios arqueológicos del “Quinarki”. • Extracción y degustación de la bebida tradicional Wajango. • Alimentación, como tortillas con colada. • Artesanías en mullos. • Presentación de música autóctona 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de turismo comunitario • Elaboración del Wajango, una bebida tradicional elaborada a partir del Mishki • Recibe ocasionalmente la visita del Cóndor que disfruta paseándose por sus suaves colinas • Conserva la cultura indígena <p>DEBILES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desorganización social Falta de colaboración de los habitantes en el ámbito turístico • Falta de interés de la comunidad • El desconocimiento de las personas provoca la falta de interés por trabajar conjuntamente en proyectos turísticos. 	<p>como abono orgánico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión para la dotación de servicios básicos • Elaboración de un plan de publicidad para la comunidad 	<p>que cuenta la comunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el turismo tomándolo en cuenta como una fuente de ingresos para el sustento familiar
Gurudel	<ul style="list-style-type: none"> • Cascada de Sharazhi • Las Pukaras • La Ruina de Peña Blanca 	<p>FUERTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de fuentes de empleo para que 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los integrantes del cabildo para la

	<ul style="list-style-type: none"> • Posee una gran belleza paisajística • Observación de fauna y flora endémica • Confección de trajes típicos. • Elaboración de artesanías con mullos 	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen muchos atractivos potencialmente turísticos • Programas turísticos • Participan en el turismo solidario, dan apertura a programas de desarrollo. <p>DEBILES</p> <ul style="list-style-type: none"> • La negligencia de ciertos dirigentes ha provocado que no se pueda gestionar proyectos turísticos que beneficien a los pobladores. 	<p>la gente no migre a otras ciudades o países, aprovechando los recursos que poseen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de un plan de marketing para el lugar. • Brindar charlas de atención al cliente y a turistas • Incentivar a la población a invertir en nuevos lugares que oferten servicio al turista. 	<p>realización de proyectos de mejoramiento comunitario</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el interés de la comunidad para desarrollar un mejor turismo comunitario
--	---	--	--	---

Fuente: Información bibliográfica.

Elaborado: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.2 Segundo objetivo: “Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja”

- **Elaboración de la matriz de involucrados**

Se ha considerado importante para la elaboración de la matriz de involucrados aquellos que intervienen ya sea directa o indirectamente con el desarrollo turístico de la comunidad de Oñacapac, desde los prestadores de servicios, el grupo de turismo comunitario, cabildo e instituciones públicas, tomando en cuenta su interés, su posición y su influencia dentro de la comunidad. Cada actor ubicado en la tabla toma un papel muy importante para el desarrollo de la misma, y así mejorar la calidad de vida de la población de Oñacapac. (ver cuadro 10).

A continuación, se muestra la tabla con todos los actores involucrados:

Cuadro 10. Matriz de involucrados

Actores	Intereses	Posición					Interés					Influencia							
		Desconocida	Oposición activa	Oposición pasiva	Indeciso	Apoyo activo	Apoyo pasivo	Desconocida	Poco o ningún interés	Algún interés	Interés moderado	Mucho interés	El más interesado	Desconocida	Poco o ninguna influencia	Alguna influencia	Influencia moderada	Mucha influencia	El más influyente
Cabildo	Generar ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de la comunidad.					X						X							X
Grupo de turismo comunitario.	*Obtener ingresos económicos. *Fortalecer el turismo de la comunidad *Dinamizar la economía.					X						X						X	
Comité de ferias.	Dinamizar la economía mediante gastronomía con los productos agroecológicos de la comunidad.					X					X				X				

Justicia comunitaria.	Velar por la seguridad de la comunidad y de los turistas.					x						x							x
Transporte Inti Katina	Interés por mejorar el servicio a los turistas.						x				x					x			
Grupo de ritualidad Yacha	Potenciar la medicina ancestral que tiene la comunidad a los turistas.						x			x					x				
Grupos de danza.	*Potenciar la cultura. *Representar la comunidad. *Vender la imagen que tiene la comunidad.					x						x				x			
Grupo de música	*Potenciar la cultura. *Representar la comunidad. *Vender la imagen que tiene la comunidad.					x						x				x			
Unidad de Interculturalidad	Fortalecer la identidad cultural.					x						x							x

del Municipio Descentralizado del cantón Saraguro																			
Unidad de Turismo del GADMIS	Dinamizar la economía de la localidad a través de proyectos turísticos.					x						x							x

Fuente: Trabajo de campo
 Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salina

6.2.1.1 Análisis de actores locales

Para determinar las relaciones que tienen los diferentes actores con relación al turismo se estableció los siguientes niveles:

6.2.1.1.1 Nivel Comunitario

En este aspecto se puede determinar nueve grupos comunitarios, entre ellos el Cabildo el más interesado en generar ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de la comunidad, con una posición en estado activo considerado el más influyente por ser la principal autoridad; Grupo de Turismo Comunitario el más interesado en obtener ingresos económicos, fortalecer el turismo de la comunidad y dinamizar la economía de la comunidad, tiene una posición en estado activo; Comité de Ferias interesado en dinamizarla economía mediante gastronomía con los productos agroecológicos de la comunidad; Justicia Comunitaria el más interesado en velar por la seguridad de la comunidad y de los turistas, con una

posición en estado activo; Transporte IntiKatina con un interés moderado en mejorar el servicio a los turistas, con una posición en estado pasivo; Grupo de ritualidad Yacha con algún interés en potenciar la medicina ancestral que tiene la comunidad a los turistas, con una posición en estado pasivo; Grupos de danza con un interés de potenciar la cultura, representar la comunidad y vender la imagen que tiene la comunidad, con una posición en estado activo; Grupo de Música al igual que el grupo de danza tienen el interés de potenciar la cultura, representar la comunidad y vender la imagen que tiene la comunidad y tiene una posición en estado activo.

6.2.1.1.2 Nivel Municipal

En este aspecto se puede determinar dos departamentos, entre ellos la Unidad de Interculturalidad del Municipio Descentralizado del cantón Saraguro, muy interesado en fortalecer la identidad cultural, con una posición de apoyo en estado activo; la Unidad de Turismo del GADMIS, muy interesado en dinamizar la economía de la localidad a través de proyectos turísticos, con una posición en estado activo.

6.2.2 Análisis FODA

En la siguiente matriz se puede observar los factores internos y externos que influyen en el desarrollo turístico de la comunidad de Oñacpac, que mediante el taller participativo con los actores claves se pueden obtener los siguientes resultados:

Cuadro 11. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
1. Tienen un gran potencial cultural	1. Bajo interés por elaborar artesanías
2. Mantienen el Idioma autóctono (Quichua).	2. No cuentan con servicio de hospedaje
3. Unión de la comunidad mediante las mingas	3. Falta de señal en algunas redes de telefonía
4. Cuentan con un grupo de turismo comunitario	4. Desconocimiento de la comunidad sobre el turismo.
	5. No cuentan con un plan de comunicación
	6. Falta de infraestructura turística en atractivos naturales y culturales

<ol style="list-style-type: none"> 5. Cuentan con vías de acceso a los atractivos turísticos 6. Cuentan con un restaurante 7. Personal capacitado en gastronomía 8. Ocho atractivos turísticos 9. Trabajan en comunidad 10. Cuentan con servicios básicos; agua, luz e internet 11. Cuenta con una variedad de actividades turísticas. 12. La comunidad tiene predisposición para realizar actividades turísticas. 	<ol style="list-style-type: none"> 7. Falta de organización 8. Escasa formación de profesionales y prestadores de servicios en el ámbito turístico. 9. Pérdida de identidad y cultura 10. Perdida de estética en casas ancestrales
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertenecen a la red de turismo Saraguro Rikuy 2. Forman parte de la organización interprovincial FIS (federación interprovincial de indígenas Saraguro) 3. Apoyo por parte de la Unidad de Interculturalidad del Municipio Descentralizado de Saraguro 4. Apoyo por parte de la Unidad de Turismo del GADMIS 5. Políticas de apoyo para fortalecer el turismo comunitario. 6. Facilidad de acceso vía terrestre para llegar a la parroquia. 7. Ser considerada la comunidad más grande del cantón. 8. Los cambios que tienen los turistas por querer conocer nuevos lugares. 9. Integración de nuevas tecnologías para el desarrollo turístico de la comunidad. 10. Nuevas tendencias de turismo poscovid hacia el ámbito comunitario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Migración 2. Deterioro de los recursos naturales por intervención de agentes antrópicos. 3. Inflación económica negativa del país 4. Escasos recursos económicos que asigna el GAD para su desarrollo. 5. Comunidades aledañas con potencial turístico que pueden llevarse la demanda turística. 6. Lo fuertes cambio climático. 7. El mal servicio por parte del transporte 8. Pandemia

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.2.3 FODA CRUZADO

6.2.3.1 Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

Una vez determinados los factores internos y externos se utilizaron una matriz FODA cruzada cuyo objetivo es analizar de mejor forma los factores considerados, esto mediante cuatro combinaciones de confrontación que permiten diseñar estrategias y que se detallan a continuación:

- Estrategias FO, cuya finalidad es diseñar estrategias basadas en las fortalezas y oportunidades, potencializando sus ventajas para reducir sus limitaciones
- Estrategias DO, involucra el desarrollo de estrategias encaminadas a superar las debilidades mientras que se aprovechan las oportunidades
- Estrategias FA, las cuales comprenden el uso de las fortalezas para evitar o afrontar las amenazas.
- Estrategias DA, las cuales buscan minimizar las amenazas evidenciadas al igual que las debilidades de forma directa

Cuadro 12. FODA Cruzado

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<p>INTERNO</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tienen un gran potencial cultural 2. Mantienen el Idioma autóctono (Quichua). 3. Unión de la comunidad mediante las mingas 4. Cuentan con un grupo de turismo comunitario 5. Cuentan con vías de acceso a los atractivos turísticos 6. Cuentan con un restaurante tradicional. 7. Personal capacitado en gastronomía 8. Ocho atractivos turísticos 9. Trabajan en comunidad 10. Cuentan con servicios básicos; agua, luz e internet 11. Cuenta con una variedad de actividades turísticas. 12. La comunidad tiene predisposición para realizar actividades turísticas
<p>EXTERNO</p>			
OPORTUNIDADES		FO	DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertenecen a la red de turismo Saraguro Rikuy 2. Forman parte de la organización interprovincial FIS (federación interprovincial de indígenas Saraguro) 3. Apoyo por parte de la Unidad de Interculturalidad del Municipio Descentralizado de Saraguro 4. Apoyo por parte de la Unidad de Turismo del GADMIS 5. Políticas de apoyo para fortalecer el turismo comunitario. 6. Facilidad de acceso vía terrestre para llegar a la parroquia. 7. Ser considerada la comunidad más grande del cantón. 8. Los cambios que tienen los turistas por querer conocer nuevos lugares. 	<p>F4, F5, F6, F8, F9, F10, F11, F12, O1, O2, O5, O7.</p> <p>Diseñar productos turísticos para potenciar el desarrollo de la comunidad.</p>	<p>D7, D8, D9, O3, O4, O5 Proponer un modelo de señalización turística para los atractivos naturales y culturales.</p> <p>D1, D2, D10, D11, O2, O3, O4 Proponer talleres de concientización para fortalecer la identidad cultural en la comunidad.</p> <p>D3, D5, D8, D9, O1, O2, O4, O5, O6, O8, O9, O10 Adecuar espacios de hospedaje en la comunidad.</p> <p>D5, D9, O1, O4, O5, Proponer capacitaciones de turismo de aventura y guianza para para fortalecer los conocimientos de la comunidad.</p> <p>D6, D9, O1, O4, O5, Proponer capacitaciones en marketing turístico a la comunidad.</p>	

<p>9. Integración de nuevas tecnologías para el desarrollo turístico de la comunidad.</p> <p>10. Nuevas tendencias de turismo poscovid hacia el ámbito comunitario.</p>		<p>D6, D8, D9, O1, O4, O5, O6</p> <p>Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y culturales</p>
AMENAZAS	FA	DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Migración 2. Deterioro de los recursos naturales por intervención de agentes antrópicos. 3. Inflación económica negativa del país 4. Escasos recursos económicos que asigna el GAD para su desarrollo. 5. Comunidades aledañas con potencial turístico que pueden llevarse la demanda turística. 6. Lo fuertes cambio climático. 7. El mal servicio por parte del transporte 8. Pandemia 	<p>F1, F4, F9, A2, A3, A4, A5, A7,A8</p> <p>Proponer capacitaciones de gestión del turismo comunitario</p>	<p>D7, A2, A3, A4, A8</p> <p>Gestionar la implementación de infraestructura turística en los atractivos naturales y culturales</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

La elaboración del FODA cruzado nos ayudó a obtener el siguiente listado de objetivos estratégicos:

1. Diseñar un producto turístico para potenciar el desarrollo de la comunidad.
2. Proponer un modelo de señalización para los atractivos naturales y culturales.
3. Proponer talleres de concientización para fortalecer la identidad cultural en la comunidad.
4. Adecuar espacios de hospedaje en la comunidad.
5. Proponer capacitaciones de turismo de aventura y guianza para para fortalecer los conocimientos de la comunidad.
6. Proponer capacitaciones en marketing turístico a la comunidad.
7. Desarrollar una propuesta de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y culturales
8. Proponer capacitaciones de gestión del turismo comunitario
9. Gestionar la implementación de infraestructura turística en los atractivos naturales y culturales.

Como resultado final de los 10 objetivos estratégicos que resultaron del análisis FODA Cruzado mediante el método analítico y la colaboración de los actores claves que asistieron al taller participativo se obtuvieron 5 objetivos estratégicos finales; el objetivo 1 se constituye en los objetivos 4, 6, 7 y 9 que abarcan una misma finalidad el desarrollar capacitaciones para la comunidad, el objetivo 2 se compone de los objetivos 3 y 10 que comprenden una misma finalidad el implementar señalética a los atractivos turísticos naturales y culturales, el objetivo 3 que establece los objetivos 2 y 5 el crear productos turísticos para potenciar el desarrollo de la comunidad

1. Proponer un plan de capacitaciones turísticas a los prestadores de servicios turísticos de la comunidad de Oñacapac.
2. Diseñar un plan de señalización y señalética turística en los atractivos naturales y culturales de la comunidad de Oñacapac.
3. Diseñar un producto turístico para fortalecer el desarrollo de la comunidad de Oñacapac.
4. Desarrollar un plan de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la comunidad.

6.2.4 Plan de acción.

Una vez que se realizó el FODA Cruzado y obtener los objetivos estratégicos, como último punto se elaboró el plan de acción.

A continuación, la descripción de cada uno de ellos:

Cuadro 13. Objetivo estratégico 1 de la comunidad de Oñacapac.

OBJETIVO ESTARATEGICO	AREAS DE ACCION	DESARROLLO DE ACCIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS	VIAS DE FINANCIAMIENTO
<p>Proponer un plan de capacitaciones turísticas a los prestadores de servicios turísticos de la comunidad de Oñacapac.</p>	<p>Enfocados a los prestadores de servicios turísticos.</p>	<p>Capacitación de turismo de aventura y guianza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generar nuevas ideas de desarrollo turístico a través de charlas realizadas por personal capacitado en los diferentes temas. • Se motiva a plantear iniciativas de fomentar el turismo. • Dentro de las capacitaciones se desarrollan temas basados en necesidades del territorio. • Trabajar de manera articulada con la académica UNL 	<ul style="list-style-type: none"> • No cuentan con disponibilidad de tiempo. • No contar con asistentes suficientes para realizar las capacitaciones. • Que las personas no muestren interés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja. • Comunidad de Oñacapac.
		<p>Capacitación de marketing turístico.</p>			
		<p>Capacitación de primeros auxilios</p>			
		<p>Capacitación de gestión del turismo comunitario.</p>			

Fuente: Análisis FODA Cruzado

Elaborado por: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Cuadro 14. Objetivo estratégico 2 de la comunidad de Oñacapac.

OBJETIVO ESTARATEGICO	AREAS DE ACCION	DESARROLLO DE ACCIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS	VIAS DE FINANCIAMIENTO
<p>Diseñar un plan de señalización y señalética turística en los atractivos naturales y culturales de la comunidad de Oñacapac.</p>	<p>Enfocados en los atractivos naturales y culturales de la comunidad.</p>	Señales informativas	<ul style="list-style-type: none"> • Efectos positivos de la información en la conducta de su destinatario. • Dirige y reduce la necesidad de pedir ayuda. • Responde a una necesidad específica. • Evita dudas y errores • Ofrecen seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Factores ambientales que afectan a las señales. • La destrucción por parte de los visitantes • Contaminación visual 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de Oñacapac. • Unidad de Turismo del GADMIS.
		Pictogramas de atractivos naturales			
		Pictogramas de atractivos culturales			
		Pictogramas de actividades turísticas			
		Pictogramas de servicios de apoyo			
		Panales informativos			

Fuente: Análisis FODA Cruzado

Elaborado por: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Cuadro 15. Objetivo estratégico 3 de la comunidad de Oñacapac.

OBJETIVO ESTARATEGICO	AREAS DE ACCION	DESARROLLO DE ACCIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS	VIAS DE FINANCIAMIENTO
<p>Diseñar un producto turístico para fortalecer el desarrollo de la comunidad.</p>	<p>Enfocado en los atractivos naturales y culturales de la comunidad.</p>	<p>Ruta turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir reconocimiento y posición en el mercado • Intercambio cultural entre turistas y la comunidad. • Tener información relevante de cada uno de los atractivos naturales y culturales. • Generar fuentes de trabajo. • Que los turistas conozcan mejor la comunidad y sus atractivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No pueden participar personas con alguna capacidad especial. • La alteración del hábitat natural. • Efectos de contaminación. • No todos los de la comunidad pueden estar de acuerdo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de Oñacapac. • Unidad de Turismo. • GADMIS.

Fuente: Análisis FODA Cruzado
 Elaborado por: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

Cuadro 16. Objetivo estratégico 4 de la comunidad de Oñacapac.

OBJETIVO ESTARATEGICO	AREAS DE ACCION	DESARROLLO DE ACCIONES	VENTAJAS	DESVENTAJAS	VIAS DE FINANCIAMIENTO
<p>Desarrollar un plan de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la comunidad.</p>	<p>Enfocado en los atractivos naturales y culturales de la comunidad.</p>	<p>Diseño corporativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Da una imagen importante a la comunidad • Conecta con los turistas. • Consigue mayor atención de los turistas • Más práctico para gestionar varios proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere mayor inversión en marketing. • No le puede gustar a todas las personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de Oñacapac. • Unidad de Turismo.
		<p>Promoción en medios</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción en medios de comunicación puntuales. • Información en redes sociales y pagina web. • Promocionar los recursos de la comunidad. • Se puede llegar a turistas nacionales y extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos elevados • El material de promoción no es el adecuado 	

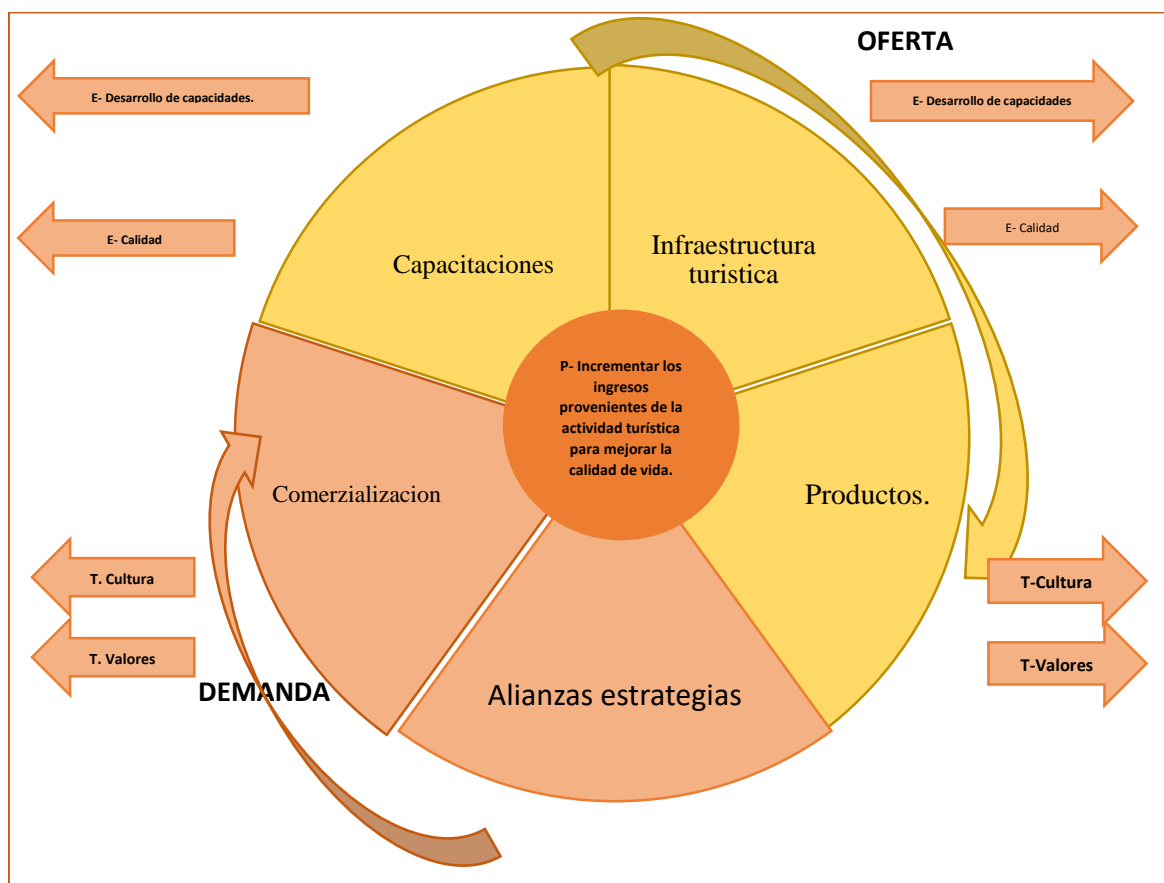
Fuente: Análisis FODA Cruzado

Elaborado por: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

6.3 Tercer objetivo: “Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac”

6.3.1 Estrategias y componentes del modelo de gestión.

Es muy importante implementar un modelo de gestión ya que ayuda a desarrollar capacidades para incrementar la calidad de los servicios y revalorar la cultura local en beneficio a mejorar la calidad de vida de la población, para lograr este objetivo primeramente se identificaron cuatro componentes, para obtener estos componentes se basó del resultado del FODA Cruzado (objetivos estratégicos), dos estrategias y dos ejes transversales, cabe recalcar que los componentes se clasifican en componentes de oferta y componentes de demanda (ver imagen 3).



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Jessica Zaquinaula

O=Oferta / D=Demanda / E= Estrategias / T=Ejes transversales. / P=Propuesta

Figura 3. Modelo de gestión de la comunidad de Oñacapac

Los componentes resultaron de la necesidad de intervenir sobre la oferta y la demanda:

Componentes de la oferta: capacitaciones, desarrollo de productos, e infraestructura turística.

Componentes de la demanda: promover la comercialización y las alianzas estratégicas con actores públicos o privados.

Cada componente identificado se sustentó en una propuesta general: Incrementar los ingresos provenientes de la actividad turística para mejorar la calidad de vida de la comunidad, esta propuesta contó con un propósito definido, se identificó los actores claves, sus capacidades, los estándares de calidad, sus estrategias y los resultados esperados.

Seguido de las estrategias las cuales se basaron principalmente en la sostenibilidad de la propuesta general, que fueron básicamente dos: desarrollo de capacidades y la calidad de los servicios.

Por último, se identificaron los enfoques transversales que son los valores y actitudes que cuenta la comunidad de Oñacpac para relacionarse y generar una sociedad más justa, equitativa e inclusiva para todos, se identificaron dos: identidad cultural y los valores comunitarios.

6.3.2 Componentes del modelo

El modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad se organizó en componentes que permitieron actuar integralmente sobre la oferta y la demanda. A continuación, se presentan el funcionamiento y las articulaciones de los principales

elementos que integraron cada componente: objetivos, actores centrales, pasos en cada fase de implementación del proyecto, estrategias de trabajo y las capacidades.

- **Componentes de la oferta**

Trabajar en la oferta turística es indispensable para lograr una estructura turística organizada.

- **Capacitaciones**


Es importante para la comunidad el desarrollo de capacitaciones con la finalidad de preparar al personal, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actividades necesarias para lograr incrementar la calidad del servicio para los futuros visitantes.


- **Plan de capacitaciones turística**

Cuadro 17. Plan de capacitaciones

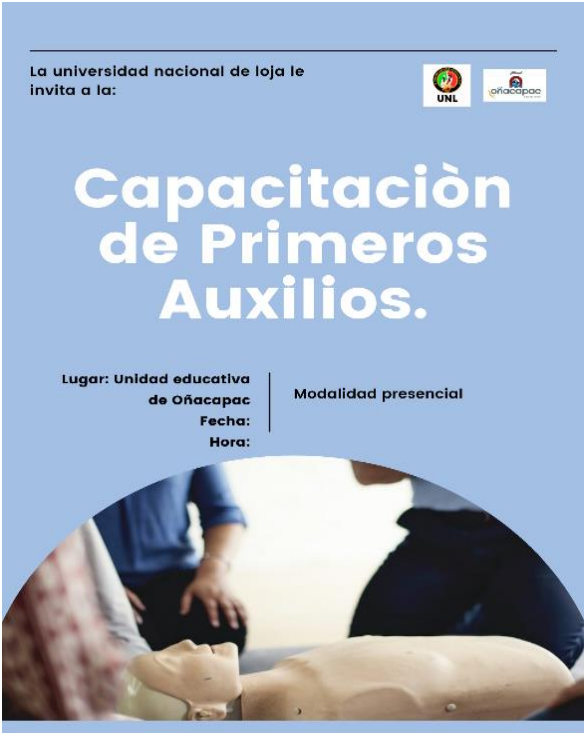
Objetivo estratégico	Proponer un plan de capacitaciones turísticas a los porteadores de servicios turísticos de la comunidad Oñacapac.
Medio	Capacitaciones presenciales
Responsables	El responsable de que las capacitaciones se lleguen a cumplir es el presidente del grupo de turismo comunitario en coordinación con el presidente del cabildo de Oñacapac.
Nombre	Capacitación 1
	Turismo de aventura y guianza.
Detalles	Objetivos
	Objetivo general. Fortalecer las capacidades de la comunidad en temas de turismo y guianza.
	Objetivos estratégicos.


	<ul style="list-style-type: none"> • Generar conocimientos dentro del ámbito turístico. • Involucrar a la comunidad.
Denominación	Capacitaciones
Características	
Fuentes de financiamiento:	
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja • Comunidad de Oñacapac 	
Responsables:	
<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja 	
Formas de ejecución:	
<ul style="list-style-type: none"> • Convenio con la Universidad Nacional de Loja • Contratación de un profesional de turismo y guianza. 	
Parámetros a considerar:	
<ul style="list-style-type: none"> • Determinación de las actividades que se puede desarrollar en el Taller • Perfil del instructor • perfil de los asistentes • Cronograma establecido para el taller. • Contenidos a tratarse en el taller. 	

	<p>Afiche de la capacitación:</p> 
<p>Nombre</p>	<p>Capacitación 2</p>
	<p>Marketing Turístico</p>
<p>Detalles</p>	<p>Objetivos</p>
	<p>Objetivo general.</p> <p>Fortalecer las capacidades de la comunidad en temas de marketing turístico.</p> <p>Objetivos estratégicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar conocimientos dentro del ámbito turístico. • Involucrar a la comunidad.
	<p>Denominación</p>
	<p>Características</p>
	<p>Fuentes de financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja • Comunidad de Oñacapac

	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja <p>Formas de ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenio con la Universidad Nacional de Loja • Contratación de un profesional en marketing turístico. <p>Parámetros a considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de las actividades que se puede desarrollar en el Taller • Perfil del instructor • perfil de los asistentes • Cronograma establecido para el taller. • Contenidos a tratarse en el taller. <p>Afiche de la capacitación:</p> 
<p>Nombre</p>	<p>Capacitación 3</p>

	Primeros auxilios.
Detalle	Objetivos
	Objetivo general. Fortalecer los conocimientos e la comunidad en temas de primeros auxilios.
	Objetivos estratégicos. <ul style="list-style-type: none"> • Generar conocimientos dentro del ámbito de salud. • Involucrar a la comunidad.
	Denominación : capacitaciones
	Características
	Fuentes de financiamiento: <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja • Comunidad de Oñacapac
	Responsables: <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja
	Formas de ejecución: <ul style="list-style-type: none"> • Convenio con la Universidad Nacional de Loja • Contratación de un profesional en primeros auxilios.
Parámetros a considerar: <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de las actividades que se puede desarrollar en el taller • Perfil del capacitador. • perfil de los asistentes • Cronograma establecido para el taller. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos a tratarse en el taller. <p>Afiche de la capacitación:</p> 
Nombre	<p>Capacitación 4</p> <p>Gestión del turismo comunitario</p>
Detalle	<p style="text-align: center;">Objetivos</p> <p>Objetivo general.</p> <p>Fortalecer las capacidades locales en temas de turismo comunitario.</p> <p>Objetivos estratégicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generar conocimientos dentro del ámbito de turismo comunitario. • Involucrar a la comunidad. <p>Denominación : capacitaciones</p> <p style="text-align: center;">Características</p>

	<p>Fuentes de financiamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja • Comunidad de Oñacapac
	<p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidad Nacional de Loja
	<p>Formas de ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenio con la Universidad Nacional de Loja • Contratación de un profesional en gestión turística.
	<p>Parámetros a considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinación de las actividades que se puede desarrollar en el Taller • Perfil del instructor • perfil de los asistentes • Cronograma establecido para el taller. • Contenidos a tratarse en el taller.
	<p>Afiche de la capacitación:</p> 

Fuente: Trabajo de campo
 Elaboración: Jessica Zaquinaula

Infraestructura turística

- **Objetivo estratégico**

Diseñar un plan de señalización y señalética turística para los atractivos naturales y culturales de la comunidad de Oñacapac.

- **Diseño de señalización y señalética turística**

La comunidad de Oñacapac cuenta con escasa señalética turística lo que ha ocasionado la desorientación de los visitantes, por ende, la siguiente propuesta trata de implementar señalética y señalización turística la misma que tiene como finalidad de proveer la interpretación y el fácil acceso del turista a los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad.

- **Responsables:**

Presidente del cabildo.

Presidente de grupo de turismo comunitario.

- **Señalética turística - Paneles**

Cuadro 18. Panel Ruta turística de la comunidad de Oñacapac.

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC		
NOMBRE:	Ruta turística Oñacapac.	N° ficha: 01
TIPO DE SEÑAL:	Panel de direccionamiento hacia atractivo	
ACTIVIDAD:	Información turística	
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Sirve para direccionar hacia atractivos naturales o culturales y hacia servicios o actividades turísticas.	Se colocará en el centro de la comunidad de Oñacapac.	

COORDENADAS:	-3.64746	-79.20965
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: Constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40 mm. de espesor.</p> <p>Plintos: Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400 mm y 900 mm de profundidad</p> <p>Parantes: serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm. de diámetro en su parte más delgada, motivo por el cual se recomienda utilizar troncos lo más homogéneos posibles</p> <p>Cubierta: La estructura de la cubierta, estará conformada 2 triángulos, los cuales tendrán la forma de las caídas del techo a construirse</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato tabloncillos de teca, lijados e inmunizados, los mismos que formarán un solo tablero sobre el cual se calará el arte correspondiente. Se deberá mantener el diseño y color de los pictogramas establecidos, es decir azules para servicios y actividades turísticas y cafés para atractivos naturales y culturales.</p>	<p>MODELO</p> 	

Techo: se utilizará como techo teja o paja entrelazada.	
Consideraciones graficas:	<ul style="list-style-type: none"> -Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo. -La información que se coloque en este tipo de panel debe ser resumida y puntual. -El título del panel o nombre del atractivo principal se lo coloca en letras grandes y centradas. Se apoya de recursos gráficos como mapas, pictogramas, o fotografías. -Los grupos de textos no deben exceder las 80 palabras y que no exceda el espacio asignad

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 19. Panel informático del Centro Recreacional Cochapamba

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC		
NOMBRE:	Centro recreacional Cochapamba	N° ficha: 02
TIPO DE SEÑAL:	Panel informativo de atractivos	
ACTIVIDAD:	Información turística	
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará en la entrada del centro recreacional Cochapamba.	
COORDENADAS:	-3.65731	-79.20841

<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: Constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40 mm. de espesor.</p> <p>Plintos: Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400 mm y 900 mm de profundidad</p> <p>Parantes: serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm. de diámetro en su parte más delgada, motivo por el cual se recomienda utilizar troncos lo más homogéneos posibles</p> <p>Cubierta: La estructura de la cubierta, estará conformada por 2 triángulos, los cuales tendrán la forma de las caídas del techo a construirse</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato tabloncillos de teca, lijados e inmunizados, los mismos que formarán un solo tablero sobre el cual se calará el arte correspondiente. Se deberá mantener el diseño y color de los pictogramas establecidos, es decir azules para servicios y actividades turísticas y cafés para atractivos naturales y culturales.</p> <p>Techo: se utilizará como techo teja o paja entrelazada.</p>	<p>MODELO</p> 
--	---

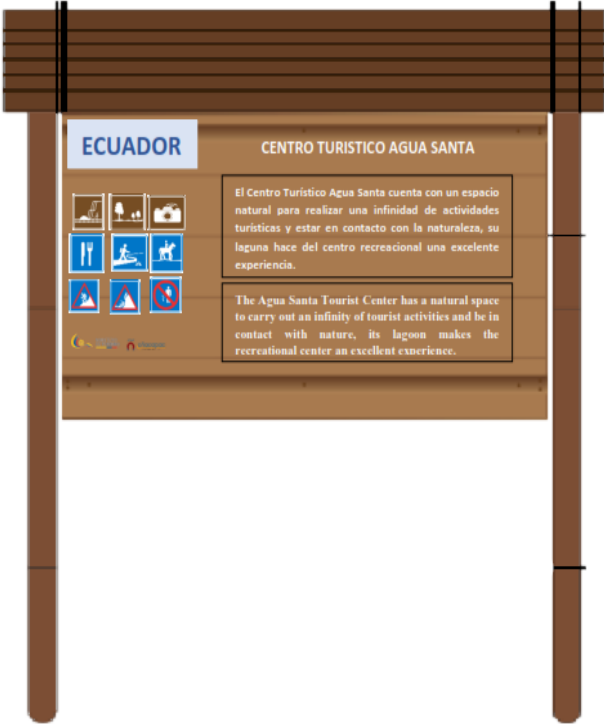
Consideraciones graficas:	<p>-Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo.</p> <p>-La información que se coloque en este tipo de panel debe ser resumida y puntual.</p> <p>-El título del panel o nombre del atractivo principal se lo coloca en letras grandes y centradas. Se apoya de recursos gráficos como mapas, pictogramas, o fotografías.</p> <p>-Los grupos de textos no deben exceder las 80 palabras y que no exceda el espacio asignad</p>
----------------------------------	--

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 20. Panel informático del Complejo turístico Agua Santa

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC		
NOMBRE:	Complejo turístico Agua Santa	Nº ficha: 03
TIPO DE SEÑAL:	Panel informativo de atractivos	
ACTIVIDAD:	Información turística	
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará en la entrada del centro turístico Aga Santa.	
COORDENADAS:	-3.64563	-79.20474
MATERIALES:	MODELO	
<p>Sustrato: Constituido por segmentos de madera de teca lijada y tratada con al menos dos manos de aceite de teca de 40 mm. de espesor.</p> <p>Plintos: Serán cubos de hormigón ciclópeo de dimensiones 400 mm. x 400 mm y 900 mm de profundidad</p> <p>Parantes: serán compuestas por dos troncos rollizos de eucalipto inmunizado de al menos 120 mm. de diámetro en su</p>		



<p>parte más delgada, motivo por el cual se recomienda utilizar troncos lo más homogéneos posibles</p> <p>Cubierta: La estructura de la cubierta, estará conformada por 2 triángulos, los cuales tendrán la forma de las caídas del techo a construirse</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato tableros de teca, lijados e inmunizados, los mismos que formarán un solo tablero sobre el cual se calará el arte correspondiente. Se deberá mantener el diseño y color de los pictogramas establecidos, es decir azules para servicios y actividades turísticas y cafés para atractivos naturales y culturales.</p> <p>Techo: se utilizará como techo teja o paja entrelazada.</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo. -La información que se coloque en este tipo de panel debe ser resumida y puntual. -El título del panel o nombre del atractivo principal se lo coloca en letras grandes y centradas. Se apoya de recursos gráficos como mapas, pictogramas, o fotografías. -Los grupos de textos no deben exceder las 80 palabras y que no exceda el espacio asignado

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula

- Señalización turística - Pictogramas


Cuadro 21. Pictograma de atractivos naturales

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC			
NOMBRE:	Pictogramas de atractivos naturales <ul style="list-style-type: none"> • Pictograma de laguna • Pictograma de cascada 	N° ficha: 05	
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma viales		
ACTIVIDAD:	Información turística		
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR (2020).		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Los pictogramas viales son una representación gráfica de un atractivo, servicio, actividad turística o restricción	Se colocará en el sitio donde se encuentra cada atractivo.		
COORDENADAS:	Laguna	-3.65751	-79.20773
	Cascada Virgen	-3.64633	-79.20457
	Cascada Sharazhi	-3.64638	-79.20439
	Cascada Hwtun Sharazhi	-3.64700	-79.20392
MATERIALES: Sustrato: -El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm, medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Plintos: -Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm ² fundidos en sitio -Dimensiones mínimas: largo 300 mm., ancho 300	DISEÑO GRAFICO <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>Laguna/Lagoon</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Cascada/Waterfall</p> </div> </div>		

<p>mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>Postes: Se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático.</p> <p>Dimensión: 600 mm. X 600 mm., o de 750 mm. X 750 mm.</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<p>Ubicación de señal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los sitios destinados para implantar los pictogramas deberán facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino. -Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad, infraestructura o restricción <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los pictogramas se los aplica individual- mente sobre un solo poste. -Se los puede complementar la información con claquetas, su aplicación es recomendada sobre todo para in- dicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad. - Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020
Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 22. Pictograma de actividades turísticas

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC		
NOMBRE:	Pictogramas de actividades de turismo de naturaleza <ul style="list-style-type: none"> • Pictograma de paseo en canoa 	N° ficha: 06
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma con poste	
ACTIVIDAD:	Información turística	
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR	
FUNCION:	UBICACIÓN:	
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará donde se encuentre cada actividad turística.	
COORDENADAS:	-3.65744	-79.20760
MATERIALES:	DISEÑO GRAFICO	
<p>Sustrato: -El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm, medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm.</p> <p>Plintos: -Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio -Dimensiones mínimas: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>Postes: Se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Pantallas:</p>		


<p>La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático.</p> <p>Dimensión: 600 mm. X 600 mm., o de 750 mm. X 750 mm.</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<p>Ubicación de señal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los sitios destinados para implantar los pictogramas deberán facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino. -Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad, infraestructura o restricción <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los pictogramas se los aplica individual- mente sobre un solo poste. -Se los puede complementar la información con claquetas, su aplicación es recomendada sobre todo para in- dicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad. - Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 23. Pictograma de actividades de aventura

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC		
<p>NOMBRE:</p>	<p>Pictogramas de actividades de aventura</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pictograma de cabalgata 	<p>Nº ficha: 04</p>
<p>TIPO DE SEÑAL:</p>	<p>Pictograma con poste</p>	
<p>ACTIVIDAD:</p>	<p>Información turística</p>	
<p>GUIA:</p>	<p>Manual de señalética y señalización turística del MINTUR</p>	
<p>FUNCION:</p>	<p>UBICACIÓN:</p>	

Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará en cada actividad de aventura.	
COORDENADAS:	-3.65695	-79.20806
<p>MATERIALES:</p> <p>Sustrato: -El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm, medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm.</p> <p>Plintos: -Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio -Dimensiones mínimas: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>Postes: Se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático.</p> <p>Dimensión: 600 mm. X 600 mm., o de 750 mm. X 750 mm.</p>	<p>DISEÑO GRAFICO</p> 	
Consideraciones graficas:	<p>Ubicación de señal: -Los sitios destinados para implantar los pictogramas deberán facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino.</p>	


	<p>-Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad, infraestructura o restricción</p> <p>Características:</p> <p>-Los pictogramas se los aplica individual- mente sobre un solo poste.</p> <p>-Se los puede complementar la información con claquetas, su aplicación es recomendada sobre todo para in- dicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad.</p> <p>- Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.</p>
--	--

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 24. Pictogramas de prestadores de servicios

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC			
NOMBRE:	Pictogramas de prestadores de servicios turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Pictograma de zona de camping • Pictograma de restaurant 	N° ficha: 04	
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma con poste		
ACTIVIDAD:	Información turística		
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará en cada prestador de servicio turístico.		
COORDENADAS:	Camping	-3.65845	-79.20633
	Restaurant Cochapamba	-3.65745	-79.20744
	Restaurant Yaku	-3.64575	-79.20468
MATERIALES: Sustrato: -El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de	DISEÑO GRAFICO		

<p>aluminio liso anodizado de 2 mm, medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm.</p> <p>Plintos: -Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio</p> <p>-Dimensiones mínimas: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>Postes: Se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático.</p> <p>Dimensión: 600 mm. X 600 mm., o de 750 mm. X 750 mm.</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<p>Ubicación de señal: -Los sitios destinados para implantar los pictogramas deberán facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino. -Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad, infraestructura o restricción</p> <p>Características: -Los pictogramas se los aplica individual- mente sobre un solo poste. -Se los puede complementar la información con claquetas, su aplicación es recomendada sobre todo</p>

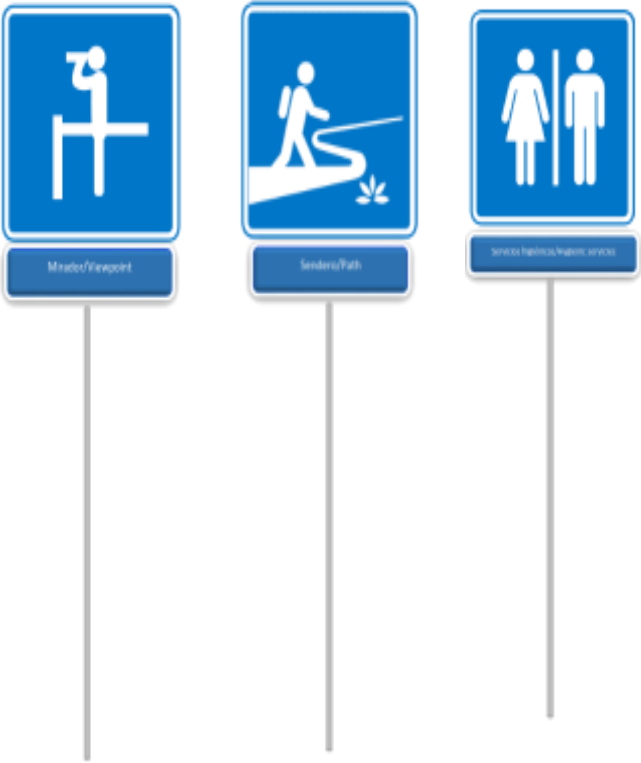
	<p>para indicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad.</p> <p>- Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.</p>
--	--

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula


Cuadro 25. Pictogramas de identificación de infraestructura

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC			
NOMBRE:	Pictogramas de identificación de infraestructura <ul style="list-style-type: none"> • Pictograma de mirador • Pictograma de sendero • Pictograma de servicios higiénicos 	N° ficha: 04	
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma con poste		
ACTIVIDAD:	Información turística		
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará en la entrada del centro turístico Aga Santa.		
COORDENADAS:	Sendero	-3.65698	-79.20823
	Mirador	-3.65701	-79.20557
	SS.HH Cochapamba	-3.65697	-79.20793
	SS.HH Agua Saanta	-3. 64554	-79.20474
MATERIALES: Sustrato: -El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm, medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm. Plintos:	DISEÑO GRAFICO		

<p>-Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio</p> <p>-Dimensiones mínimas: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>Postes: Se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Pantallas: La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático.</p> <p>Dimensión: 600 mm. X 600 mm., o de 750 mm. X 750 mm.</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<p>Ubicación de señal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los sitios destinados para implantar los pictogramas deberán facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino. -Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad, infraestructura o restricción <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los pictogramas se los aplica individual- mente sobre un solo poste. -Se los puede complementar la información con claquetas, su aplicación es recomendada sobre todo para in- dicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad. - Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020
Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 26, pictograma de servicios complementarios

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC			
NOMBRE:	Pictogramas de servicios complementarios <ul style="list-style-type: none"> • Pictograma de juegos infantiles 	N° ficha: 04	
TIPO DE SEÑAL:	Pictograma con poste		
ACTIVIDAD:	Información turística		
GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará en cada servicio complementario.		
COORDENADAS:	Cochapamba	-3.65691	-79.20839
	Agua Santa	-3.64581	-79.20480
MATERIALES:	DISEÑO GRAFICO		
<p>Sustrato: -El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflexivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2 mm, medida: 600 mm. x 600 mm. o 750 mm. x 750 mm.</p> <p>Plintos: -Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio -Dimensiones mínimas: largo 300 mm., ancho 300 mm. y profundidad 500 mm.</p> <p>Postes: Se usa un solo tubo galvanizado de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm. de espesor y 3300 mm. de largo.</p> <p>Pantallas:</p>	 <p>El diseño gráfico muestra un pictograma de juegos infantiles. Consiste en un cuadrado azul con esquinas redondeadas que contiene una silueta blanca de un niño y una niña jugando en un columpio. Debajo del cuadrado hay un rectángulo azul con el texto "juegos infantiles/Children games" en blanco. El pictograma está montado en un poste gris vertical.</p>		


<p>La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.</p> <p>Fondo: El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático.</p> <p>Dimensión: 600 mm. X 600 mm., o de 750 mm. X 750 mm.</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<p>Ubicación de señal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los sitios destinados para implantar los pictogramas deberán facilitar la localización espacial y desplazamiento del visitante en el destino. -Se colocarán en la vía o en el sitio donde se encuentra el atractivo, servicio, actividad, infraestructura o restricción <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los pictogramas se los aplica individual- mente sobre un solo poste. -Se los puede complementar la información con claquetas, su aplicación es recomendada sobre todo para in- dicar aproximación o nombre del atractivo, servicio, o sitio donde se realiza la actividad. - Las figuras, los colores y la forma de la pantalla de los pictogramas no se las puede alterar, ya que son normadas por el Comité Técnico de Señalización Vial del INEN.

Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020

Elaboración: Jessica Zaquinaula

Cuadro 27. Pictogramas de aproximación y direccionamiento

SISTEMA DE SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC		
<p>NOMBRE:</p>	<p>Señales de aproximación y direccionamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro recreacional Cochapamba • Centro turístico Agua Santa 	<p>Nº ficha: 04</p>
<p>TIPO DE SEÑAL:</p>	<p>Señal ejecutiva</p>	
<p>ACTIVIDAD:</p>	<p>Información turística</p>	

GUIA:	Manual de señalética y señalización turística del MINTUR		
FUNCION:	UBICACIÓN:		
Sirve para informar sobre las características relevantes de un atractivo	Se colocará a cierta distancia de cada atractivo turístico.		
COORDENADAS:	Cochapamba	-3.64762	-79.20956
	Agua Santa	-3.64632	-79.20997
MATERIALES:	MODELO		
<p>Sustrato: El elemento sobre el que se adherirá el material retrorreflectivo, está constituido por láminas de aluminio liso anodizado de 2mm. de espesor. La medida de las Señales Turísticas de Aproximación es 2400 mm. x 600 mm. con o sin troquel</p> <p>Plintos: -Serán cubos de dimensiones geométricas definidas, de hormigón de 180 kg/cm² fundidos en sitio. -Tendrán las siguientes dimensiones mínimas: largo = 300 mm., ancho = 300 mm. y profundidad = 1000 mm.;</p> <p>Postes o parantes: Para la señal turística de aproximación se usa dos tubos galvanizados de 50,8 mm. x 50,8 mm. (2" x 2") x 2 mm., de espesor de 3800 mm. de longitud</p> <p>Fondo: -El fondo será una composición de material retrorreflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retrorreflectividad</p> <p>Pantalla:</p>			

<p>La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado de 2mm.; éstas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples</p>	
<p>Consideraciones graficas:</p>	<p>Ubicación de señal:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se colocarán en la vía, en sitios de aproximación a destinos, servicios y atractivos turísticos. -Para colocar la señal de aproximación en la vía se deberá indicar la distancia desde los 500 metros, procurando colocar las señales en intervalos de distancias de 1, 5, 10, 15 kilómetros en adelante <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se menciona en texto solo un atractivo, servicio o actividad en la pantalla de la señal -Las distancias que se coloquen no deben ser excesivamente extensas. -Cuando se coloca el nombre del sitio o atractivo, la tipografía de éste debe destacar para que sea identificado con mayor facilidad -No se incluye mensajes de bienvenida ni de despedida en este tipo de señal -Se incluye un solo pictograma y el pictograma conserva su color original. -Se coloca una sola señal sobre los dos postes.



Fuente: Manual de señalización MINTUR 2020
 Elaboración: Jessica Zaquinula

- **Producto turístico**

La comunidad de Oñacapac cuenta con una variedad de atractivos naturales y culturales, los cuales aún no son reconocidos en su totalidad, por ende, la siguiente propuesta trata de diseñar un producto turístico el mismo que tiene como finalidad el potenciar cada uno de los atractivos que cuenta la comunidad de Oñacapac.

- **Diseño de un producto turístico**

Cuadro 28. Producto turístico

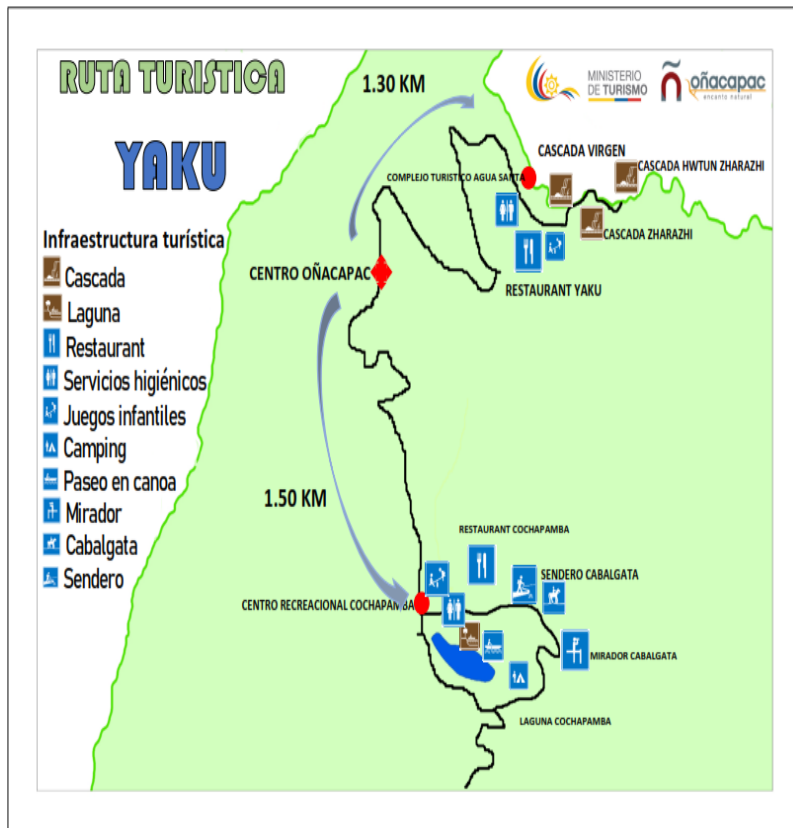
OBJETIVO ESTRATÉGICO	Diseñar un producto turístico para fortalecer el desarrollo de la comunidad de Oñacapac.	
PRODUCTO	Ruta turística	
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Presidente del cabildo • Presidente de grupo de turismo comunitario. 	
DETALLES	NOMBRE DE LA RUTA	Ruta turística Yaku
	OBJETIVOS	
	OBJETIVO GENERAL	Potenciar los atractivos naturales y culturales de la comunidad Oñacapac.
	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Integrar los principales atractivos de la parroquia, priorizados por la comunidad. • Diversificar la oferta para aumentar la demanda turística dentro de la parroquia. • Incentivar a la comunidad a involucrarse en la actividad turística.
	DENOMINACIÓN	Ruta turística natural y cultural
	VISIÓN FUTURA	Los turistas que ingresan al Ecuador visitan la comunidad de Oñacapac, y disfrutan de sus atractivos turísticos
	MEDIOS DE GESTIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos de la comunidad. • Recursos del GADMIS.
	RESPONSABLES	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad de Oñacapac • Unidad de turismo del GADMIS.
	FORMAS EJECUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de un profesional de turismo • Convenio con la Unidad de turismo del GADMIS o el

		<p>municipio para asistencia técnica con un profesional de turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aporte de técnicos del MINTUR
	<p>PARÁMETROS A CONSIDERAR PARA SU DISEÑO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio previo de tesista • Diagnóstico situacional • Levantamiento de información y jerarquización de los atractivos naturales y culturales a través de las fichas MINTUR • Considerar puntos de georreferenciación. • Dimensiones de la ruta. • Trazado del recorrido. • Diseño de ruta. • Categorización de los servicios, y actividades turísticas • Determinación de actividades que se pueden desarrollar en el espacio turístico. • Personal requerido. • Determinación de servicios básicos en el entorno de la ruta • Vías acceso en la ruta: de primer, segundo y tercer orden. • Forma de mantener los medios interpretativos en buen estado. Sistema de seguridad a mantenerse en la ruta • Forma de controlar los impactos en los recursos
	<p>SUPERFICIE Y EXTENSIONES</p>	<p>Distancia: 4.30 km</p>
<p>Punto de partida 1: Centro de Oñacpac</p> <p>Punto de llegada 1: Centro recreacional Cochapamba</p>		<p>1.50 KM 25 MIN</p>
<p>Punto de partida 2: Entrada del Sendero Cabalgata</p> <p>Punto de llegada 2: Mirador Cabalgata</p>		<p>1.51 KM 30 MIN</p>

		Punto de partida 3: Centro de Oñacapac Punto de llegada 3: Centro turístico Agua Santa	1.30 KM 20 MIN
		Punto de partida 4: Cascada Virgen Punto de llegada 4: Cascada Hwtun Sharazhi	1.30 KM 20 MIN
		Duración: 1 día	5.81 KM 2 HORAS
	ESTRUCTURA DE LA RUTA	Diseño de la ruta: La ruta comprende como puntos principales los siguientes. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Centro recreacional Cochapamba ➤ Centro turístico Agua Santa Dentro de los sitios visitamos puntos estratégicos como: <p>Centro recreacional Cochapamba</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Laguna Cochapamba ➤ Sendero Cabalgata ➤ Mirador Cabalgata ➤ Terrazas Preincaicas ➤ Restaurant Cochapamba <p>Centro turístico Agua Santa</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cascada Virgen ➤ Cascada Sharazhi ➤ Cascada Hwtun Sharazhi ➤ Restaurant tradicional Yaku 	
	ITINERARIO	Full Day Ruta turística Yaku 08h00 Llegada a la Comunidad de Oñacapac 08h30 Traslado al Complejo turístico Agua Santa 09h00 Desayuno tradicional en el Restaurant Yaku 10h00 Traslado a la Cascada Virgen 10h30 Traslado a la Cascada Sharazhi 11h00 Traslado a la Cascada Hwtun Sharazhi 11h20 Llegada a la Cascada Hwtun Sharazhi 12h00 Traslado al Complejo turístico Agua Santa	

		<p>12h30 Traslado del centro de la comunidad al Centro recreacional Cochapamba</p> <p>12h50 llegada al Centro recreacional Cochapamba</p> <p>13h00 Almuerzo tradicional en el Restaurant Cochapamba</p> <p>14h00 Recorrido del Sendero Cabalgata</p> <p>14h20 Llegada al Mirador Cabalgata</p> <p>15h00 Traslado a la Terrazas Preincaicas</p> <p>15h30 Traslado al punto de partida (Centro recreacional Cochapamba)</p> <p>16h00 llegada al punto de partida (Centro recreacional Cochapamba)</p> <p>16h00 Recorrido por el Centro recreacional Cochapamba</p> <p>18h00 regreso a la comunidad</p> <p>18h30 fin del recorrido</p> <p>Lugar de encuentro: Centro de la comunidad Oñacapac</p>
--	--	--

RUTA GRAFICA



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Zaquinaula

6.3.2.1 Componentes de demanda

Actuar sobre la demanda turística implica lograr que el público consumidor, las operadoras turísticas y los aliados estratégicos locales conozcan la oferta de turismo comunitario existente y que, a partir de ello, establezcan relaciones de negocio con las comunidades y determinen un incremento de las visitas. El modelo desarrollado contempla dos componentes centrales para actuar sobre la demanda: la comercialización del producto turístico y la generación de alianzas estratégicas con el sector público y el sector privado.

- **Comercialización**
- **Objetivo estratégico**

Desarrollar un plan de promoción y difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la comunidad.

- **Plan de promoción y difusión.**

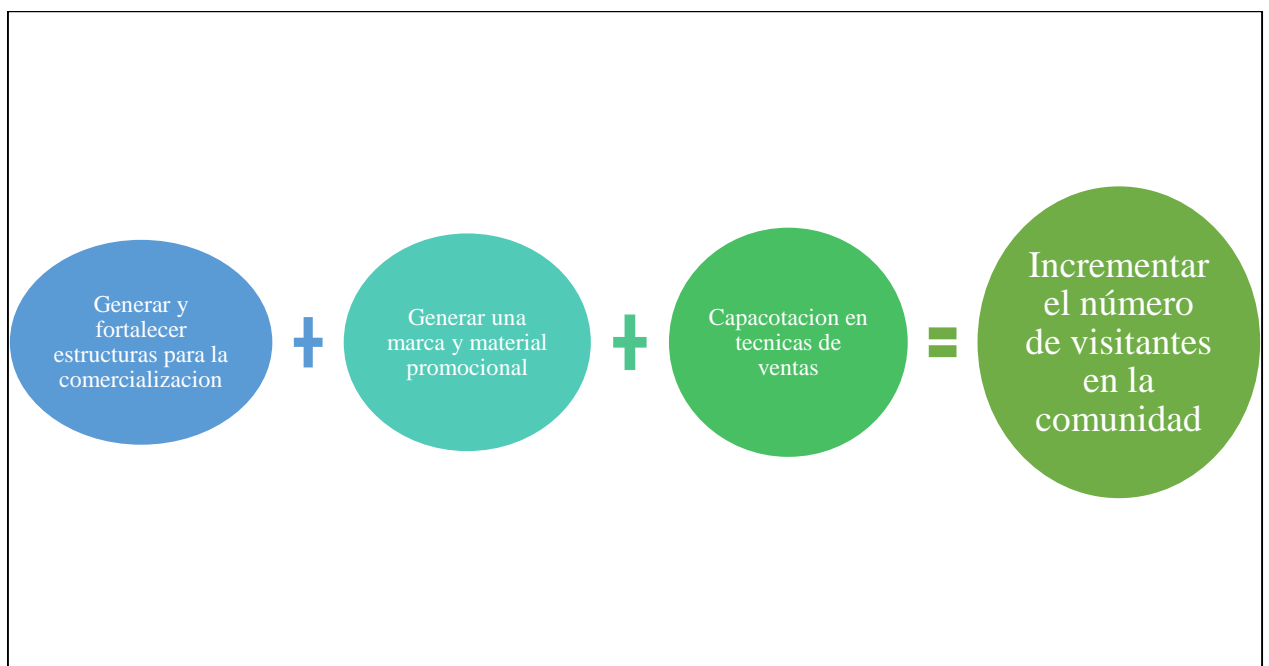
La comercialización constituye una prerrogativa de las comunidades participantes, que deben asumir el oficio de la venta como una profesión más dentro de la actividad turística, para garantizar la sostenibilidad económica del proceso; por ello, resulta clave el entrenamiento constante en técnicas de mercadeo. Algunas de las principales apuestas del modelo fueron conocer las necesidades y expectativas del turista, contactar directamente a las operadoras turísticas y clientes finales, realizar fam trips y participar en ferias locales e internacionales

La comercialización requiere de destrezas para la promoción, venta de servicios y fam trips, así como capacidades organizativas para gestionar las operadoras y oficinas. Desde esta perspectiva, la capacitación y el entrenamiento para la comercialización deberían

destinarse solamente a los emprendedores que disponen de los perfiles adecuados para realizar esas tareas.

El modelo de gestión de CODESPA (2011), sugiere que para una comercialización eficiente se exija que los emprendedores cuenten con los siguientes elementos:

- Sistema de comisiones para los encargados de la comercialización.
 - Tarifarios y políticas de venta, reserva y cancelación.
 - Manual de ofertas y catálogos.
 - Página web y videos promocionales.
 - Uso de un sistema de reservas.
 - Acuerdos con comercializadoras que garanticen estándares de calidad en la operación y llegada de turistas.
 - Registro de turistas.
 - Registro de ventas
- **Principales acciones**



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Zaquinaula

Figura 4. Principales acciones

- **Acción 1.**

Generar y fortalecer estructuras para la comercialización

Características

- Estudio de la normativa legal en cada país.
- Determinación de la estructura óptima para la comercialización
- Determinación de la logística de la operación
- Elaboración de planes de mercadeo.
- **Acción 2.**

Desarrollar instrumentos de promoción que permitan identificar los productos y servicios ofertados

Características

- Elaboración de una marca
- Creación de una página web
- Elaboración de material promocional.
- Promoción en medios
- **Acción 3.**

Capacitar a los emprendedores en técnicas de ventas.

Características

- Diseño de la estrategia de marketing mix (producto, precio, promoción o comunicación, y plaza o distribución).
- Elaboración de un registro de visitantes.
- Visita a operadoras turísticas

- Enganche a turistas
- Capacitación en manejo de redes sociales.
- Participación en ferias.
- Lanzamientos comerciales y fam trips

Alianzas estratégicas

La presente investigación propone un modelo de gestión de turismo comunitario, que busca soluciones, por lo que fue diseñado de acuerdo a la necesidad de la comunidad. Las alianzas estratégicas que se generan buscan un acercamiento del proyecto con todos los actores involucrados en el desarrollo del turismo comunitario, siendo estas público o privado.

Cuadro 29. Alianzas estratégicas

Objetivo	Establecer alianzas estratégicas entre establecimientos público-privadas que impulsen el desarrollo del turismo comunitario en la comunidad Oñacapac.
Lugar	Comunidad Oñacapac
Visión	Desarrollar un diálogo con el fin de establecer estrategias para la ejecución de las propuestas de desarrollo y fortalecer dicha actividad.
Involucrados	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades públicas - MINTUR - GADMIS - Municipio de Loja. • Academia - Universidad Nacional de Loja

	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes de diseño gráfico - Universidad Particular de Loja • Entidades privadas - Grupo de la comunidad de Oñacapac - Operadoras turísticas - Cámara de Turismo cantonal y provincial - ONGs
Beneficios	Las alianzas permitirán el mejoramiento de la planta turística, aumentar el número visitantes con productos turísticos fuera de temporada
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crear alianzas con las Universidad Nacional de Loja para que brinde apoyo en las diferentes capacitaciones ▪ Gestionar apoyo con el MINTUR para la implantación de señalética y señalización turística, y el apoyo con un profesional en turismo para el desarrollo de la ruta turística. ▪ Crear alianzas con las Universidad Particular de Loja para el asesoramiento en la creación del museo cultural en la comunidad. ▪ Crear alianzas con estudiantes de diseño gráfico para la creación de la marca turística y el diseño corporativo. ▪ Gestionar alianzas con ONG`S que brinden apoyo a la comunidad e impulsen a los emprendimientos. 	
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunidad de Oñacapac ▪ Grupo de turismo comunitario.

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Jessica Zaquinaula

7 DISCUSIÓN

Mediante el estudio del sitio, se identificó que Oñacapac es una comunidad intercultural con un alto porcentaje de personas que se encuentran preparando académicamente, las principales actividades productivas que cuenta son la agricultura y ganadería, el ingreso económico en las familias es inferior al salario básico, ocasionando migración ya sea nacional e internacional en busca de nuevas oportunidades de trabajo. Por lo tanto, la comunidad de Oñacapac presenta en su estructura un gran potencial para trabajar en turismo comunitario con la finalidad de mejorar la calidad de vida de sus pobladores, al respecto García & Doumet (2017) señala que: el turismo comunitario es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear una oportunidad de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a los pueblos y poder frenar la migración rural, mejorar la calidad de vida, preservar la arquitectura de los pueblos tradicionales, la cultura, el desarrollo sostenible y la participación activa de los grupos sociales .

La comunidad con una gran variedad de vegetación y bosques vírgenes, así mismo cuenta con amenazas ya que año tras año se extiende la frontera agrícola provocando la disminución de varias especies; tener áreas amenazadas es un aporte para el desarrollo del turismo ya que contribuye a crear una mayor conciencia sobre el valor de la naturaleza por medio de la conservación y protección. También, existen 5 fuentes hídricas, sus aguas son cristalinas y aptas para realizar actividades recreativas. Por ello (García & Doumet 2007) menciona que “el turismo comunitario significa turismo responsable, en el respeto del medio ambiente y de la sensibilidad de la comunidad que unido al visitante mantienen un comportamiento responsable”.

Los atractivos naturales y culturales que se identificó en la zona estudiada son un segmento clave para generar actividades turísticas, tomando en cuenta las características

de cada atractivo, de esta manera se podrá identificar el tipo de turismo que se pueda desarrollar en esta zona, al respecto el (MINTUR, 2018) menciona que el inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional.

De acuerdo al levantamiento de las fichas de inventario de atractivos turísticos en la comunidad se identificaron, tres atractivos culturales y cinco atractivos naturales, 4 de los mismos tienen jerarquía I, que son atractivos con condiciones mínimas pero se los podría considerar como atractivos complementarios para realizar visitas y 4 de los atractivos turísticos inventariados son de jerarquía II, que son atractivos con características llamativas que motivan a los visitantes y que pueden generar flujos turísticos, al respecto el MINTUR (2018) menciona que las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación.

En lugares que poseen atractivos turísticos, la planta turística (alojamiento, alimentación, señalética, transporte, etc.), es indispensable, la comunidad de Oñacpac al no contar con una cantidad suficiente de estos servicios y que estén a la disposición de cualquier turista o visitante, los niveles de demanda bajan por motivos de escasa infraestructura turística, al respecto, (Boullon 2006) señala que “la planta turística componen dos elementos: el equipamiento incluye todos los establecimientos que prestan los servicios básicos (alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios) y las instalaciones que son todas las construcciones que facilitan la práctica de actividades turísticas”.

Un factor positivo es que disponen de servicios básicos que son primordial para el desarrollo de la actividad turística, aunque existen un déficit en la señal telefónica fija y celular, según OMT (2004) “la infraestructura que requiere el turismo como las

comunicaciones, el abastecimiento de agua y el saneamiento puede beneficiar también a las comunidades pobres”.

La comunidad acoge turistas nacionales en las que los encargados de las actividades turísticas comparten las costumbres y tradiciones de su cultura a través de la experiencia vivencial, no hay diferencia de género tanto hombres como mujeres disfrutan de cada uno de los atractivos que posee la comunidad, una de las ventajas que tiene el turista que visita Oñacapac es que cuenta con un ingreso económico favorable y sus visitas las realiza con un gran número de personas, como son sus amigos o familia. Por su parte, (Sancho, 2011) señala que, “la demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos”.

Las propuestas obtenidas serán el eje fundamental al momento de ser ejecutado el proyecto, para obtener un desarrollo turístico idóneo, tomando en cuenta que cada propuesta forma parte de un proceso que se engloba al turismo de manera general siendo beneficiada la comunidad.

La falta de capacitación turística en la parroquia es evidente, resaltando que es fundamental para que exista una comunidad capacitada y motivada en impulsar la actividad turística aprovechando cada uno de sus atractivos con el fin de hacer de la comunidad un destino turístico con más acogida a nivel local y nacional. Por un lado, (Pastor 2015), menciona la capacitación turística, planificada desde la propia demanda participativa, basada en los recursos culturales, naturales y de conocimiento tradicional de la comunidad y estructurada en torno a la habilidad creativa de los participantes contribuye a la revitalización de saberes, el refuerzo de la autoestima de los participantes

y al aprendizaje cooperativo de los conceptos necesarios para promocionar una industria turística sostenible.

La falta de señalética turística ha ocasionado la desorientación de los visitantes al visitar los diferentes atractivos, es por ello que la misma ayuda a mejorar la estadía del visitante en los diferentes atractivos turísticos, mediante la optimización de las señales que le permitan identificar fácilmente los diversos atractivos y servicios afines ubicados en la comunidad. Al respecto el (MINTUR, 2020), menciona que la señalización constituye una forma de guía para el individuo en un lugar determinado, que llama discretamente su atención y da la información requerida en forma “instantánea” y “universal”

El diseñar una ruta turística en la comunidad aprovechando sus atractivos, le permitirá a la misma a su desarrollo y reconocimiento en el ámbito turístico, con el objetivo de que se integre a la comunidad siendo los actores principales al momento de ejecutar dicha ruta, obteniendo un desarrollo económico que beneficie a la comunidad, por un aparte (Urquiola y Lalangui 2016), señalan que la ruta propicia, además, la participación de diferentes actores de la comunidad, a través de los cuales, se crean sinergias necesarias para conseguir dinamizar la economía de las comunidades implicadas, lo cual repercute directamente no solo en la satisfacción de las expectativas los turistas, sino también en el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

La escasa promoción del turismo en la comunidad es uno de los problemas que enfrenta Oñacapac, por lo tanto, desconocen el lugar y la afluencia de turistas es limitada, por ello que una de las propuestas de este proyecto es incrementar la promoción con la finalidad de aumentar la demanda e incrementar los ingresos económicos con el fin de mejorar la calidad de vida de la población. La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente

diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. Por esta razón (Castillo & Castaño , 2014), mencionan, que la promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra.

El modelo de gestión planteado consta de cuatro componentes, y ocho propuestas de desarrollo para la comunidad, el primer componente de organización comunitaria dispone de dos propuestas que tratan de mejorar la organización comunitaria y fortalecer la identidad cultural; el componente del desarrollo del producto la integra la propuesta de adecuación de la planta turística, capacitación turística y desarrollo del producto; componente de la comercialización la integra una propuesta para promocionar y difundir los productos turísticos; y el ultimo componentes cuenta con la propuesta para realizar alianzas estrategias publico privadas para la ejecución del modelo de gestión con la finalidad de incrementar los ingresos económicos provenientes del turismo comunitario. Por esta razón (Navarro 2015) nos dice que un modelo de gestion es la estructura o sistema a seguir en la administración o gestión dentro de la aplicación de un proyecto, con la finalidad de alcanzar el éxito de un objetivo en común.

A lo largo de la investigación no se identificaron limitaciones al momento de realizar la investigación, la población y los miembros de las diferentes organizaciones que cuenta la comunidad estuvieron a disposición de brindar la mayor información para que el proyecto de lleve a cabo.

8 CONCLUSIONES

Al haber culminado con el presente trabajo de investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

- En base al diagnóstico realizado en la comunidad Oñacpac se determina que la infraestructura básica es insuficiente y poco equitativa en cada uno de los sectores, la planta turística se convierte en una debilidad para el desarrollo eficaz del turismo debido a que no existe el servicio de alojamiento, los debidos equipamientos en el servicio alimentación, recreación y otros servicios.
- Oñacpac es una comunidad que cuenta con un aceptable potencial para impulsar la actividad turística (5 atractivos naturales y 3 atractivos culturales); por sus características y ventajas competitivas pueden desarrollarse como un destino de turismo.
- Se identificó 10 actores inmersos en la actividad turística de acuerdo a la matriz de involucrados, tanto los miembros del grupo de turismo comunitario como a representantes de instituciones públicas como: Unidad de Turismo del GADMIS y la Unidad de Interculturalidad del Municipio descentralizado del cantón Saraguro quienes se enlazan con el turismo generando una lista de intereses, problemas, recursos y mandatos de dichos involucrados.
- Son cinco los objetivos estratégicos que se determinaron en el FODA Cruzado para el fortalecimiento del turismo comunitario: un plan de capacitaciones, plan de señalización y señalética, diseño de un producto turístico, diseño de un museo cultural y un plan de promoción y difusión.

- El modelo de gestión planteado consta de seis componentes, y dos estrategias de desarrollo para la comunidad, misma, que tiene como propósito incrementar los ingresos provenientes de la actividad turística para mejorar la calidad de vida.
- Se establecieron alianzas estratégicas entre establecimientos público-privadas con el fin de impulsar el desarrollo del turismo comunitario en la comunidad Oñacapac.

9 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Unidad de Turismo del GADMIS generar el plan de desarrollo turístico que impulsen proyectos y emprendimientos para mejorar la planta turística de la comunidad e incrementando el interés de visitantes locales, nacionales y extranjeros.
- Se recomienda al cabildo local de la comunidad que debe gestionar los recursos necesarios para la dotación de cualidades y servicios aptos para darles un correcto uso a los diferentes atractivos, para brindar una experiencia de calidad a los visitantes.
- Se sugiere a todos los actores involucrados en el turismo comunitario de Oñacapac la puesta en marcha del modelo de gestión, la misma que consta de propuestas de desarrollo con la finalidad de solucionar los problemas identificados durante la investigación, la misma que busca incrementar los ingresos económicos para mejora la calidad de vida.
- Al cabildo de Oñacapac que debe procurar la implementación de infraestructura básica, y brindar apoyo a la planta turística para fortalecer el desarrollo de turismo; mediante el establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones públicas, privadas y comunitarias para que trabajen de forma participativa y coordinada en el desarrollo de la actividad.
- Realizar convenios con el MINTUR para poder desarrollar talleres participativos con la comunidad.

10 BIBLIOGRAFÍA

- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas.
- Cartuche , D., & Bastidas , M. (2017). Propuesta de un escenario turístico medicinal en el territorio de la cultura Saraguro, provincia de Loja. *Turismo y desarrollo loca.*, 1-16.
- Cartuche, D., Cartuche , V., Armijos, L., & Neira, C. (2020). *Aprovechamiento sustentable y medio ambiente: Un aporte al desarrollo local y regional, desde la experiencia Universitaria*. UTMATCH.
- Castillo , M., & Castaño , V. (2014). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Obtenido de Estudios y perspectivas de turismo: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA* . Lima: Fundación CODESPA.
- Contreras , E. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Barranquilla: Universidad del Norte Colombia.
- ECLKC. (3 de Diciembre de 2019). *¿Qué es un plan de acción?*. Obtenido de Pilares de excelencia: <https://eclkc.ohs.acf.hhs.gov/es/planificacion-del-programa/foundations-excellence/que-es-un-plan-de-accion>
- Escobedo, C. (5 de abril de 2019). *Desarrollo y turismo*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/desarrollo-y-turismo/>
- Farfán, M. A., & Sigcho, J. R. (2013). *Análisis de la gestión del turismo de la comunidad de Oñacapac del cantón*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4280/1/TESIS%20doc.pdf>
- García, M. G. (2016). *Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: el caso de la ciudad de Camagüey*. Obtenido de Revista Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100007
- García, R., & Doumet, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista internacional de Ambiente y turismo*, 105-106.
- González, R. E. (2018). *HISTORIA DE LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC*. Obtenido de <https://saraguro.org/onacapac12.htm>
- Izaguirre, M. (2014). *Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros*. Bogotá: ECOE.
- Matute , M., & Poma , J. (2013). *Análisis de la gestión del turismo de la comunidad de Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

- MINTUR. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Obtenido de Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Montoya, J. (2018). *Modelo de gestion turistico para el gobierno autonomo descentalizado de Baños de Agua Santa*. Ambato: Pontificia Universidad Catolica del Ecuador.
- Muñoz , F. (1 de Octubre de 2012). *Analisis de Involucrados*. Obtenido de Universidad para la Cooperacion Internacional: www.ucipfg.com/Repositorio/MAP/MAPD-07/UNIDADES-APRENDIZAJE/UNIDAD_4/Analisis_de_Involucrados.pdf
- Navarro, E. (2015). *Metodología para diseñar un modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una Organizacion de la Sociedad Civil de ciudad Obregon, Sonora*. Durango: Educar para trascender.
- OMT. (3 de Septiembre de 2021). *Definiciones de turismo*. Obtenido de UNWTO Tourism Definitions: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Paqui, M. (2021). *Modelo de Gestión de Turismo Comunitario para la comunidad de San Vicente de Caney, parroquia Chicaña, canton Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Pastor, M., & Espejo, P. (2015). Capacitación turística en comunidades indígenas. *El Periplo Sustentable*, 171-208.
- Peña, N. (2020). *ExpoCoaching*. Obtenido de La adolescencia de la tercera edad: <https://www.expocoaching.net/articulos/articulos-area-bienestar/la-adolescencia-la-tercera-edad/>
- POMA., M. D. (2012). *DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1015/1/TESIS%20O%C3%91ACAPAC.pdf>
- Remuzgo, F. (Julio de 2005). *Diagnostico situacional de la empresa*. Obtenido de Empresa minera MACDESA: http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=371
- Remuzgo, F. (Julio de 2005). *Diagnostico situacional de la empresa*. Obtenido de Empresa minera MACDESA: http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=371
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnostico turistico local*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Salgado , O., & Reyes , J. (2017). Analisis FODA sobre el uso de la inteligencia competitiva en pequeñas empresas de la indutria. *Vision del Futuro*, 99.

- Sancho, A. (2011). *Introduccion ala turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Varela, L. (2015). *Propuesta de un modelo de gestion turistica para la parroquia Pacto-Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha*. Quito: Universidad Cnetral del Ecuador.
- Vargas, M., & Vega, L. (2007). *Calidad y sericio*. Bogota: ECOE.

11 ÍNDICE

1	TITULO	1
2	RESUMEN.....	2
3	INTRODUCCIÓN.....	6
4	REVISIÓN LITERARIA	9
4.1	Marco conceptual	9
4.1.1	Diagnostico situacional	9
4.1.2	Diagnostico turístico.....	9
4.1.3	Atractivos turísticos	10
4.1.4	Inventario de atractivos turísticos	10
4.1.5	Estrategias.....	10
4.1.6	Desarrollo local.....	10
4.1.7	Matriz de involucrados	11
4.1.8	Análisis FODA	11
4.1.9	Plan de acción	11
4.1.10	Modelo de gestión	11
4.1.11	Oferta	12
4.1.12	Demanda	12
4.1.13	Calidad	12
4.1.14	Servicio.....	12
4.1.15	Producto turístico.....	12
4.1.16	Turismo rural	13
4.1.17	Turismo rural comunitario	13
4.2	Marco referencial.....	13
4.2.1	Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA	13
4.2.2	Propuesta de un modelo de gestión turística para la parroquia Pacto-Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.	15
4.2.3	Modelo de gestión turística para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa.....	16
4.2.4	Modelo de Gestión de Turismo Comunitario para la comunidad San Vicente de Caney, parroquia Chicaña, cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe....	17
4.3	Marco legal	18
4.3.1	Ley de turismo	18
4.3.2	Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.....	19
4.3.3	Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios.....	23
5	MATERIALES Y MÉTODOS.....	23

5.1	Materiales	23
5.2	MÉTODOS	24
5.2.1	Metodología del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)	24
5.2.2	Metodología del diagnóstico del territorio de Blanco (2014)	24
5.2.3	Metodología de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME)	24
5.2.4	Modelo de gestión de la fundación CODESPA	25
5.2.5	Método analítico	25
5.2.6	Método bibliográfico	25
5.3	TÉCNICAS	25
5.3.1	Encuesta:	25
5.3.2	Entrevista:	25
5.3.3	Observación directa:	26
5.3.4	Matriz de involucrados:	26
5.3.5	Taller participativo	26
5.4	METODOLOGÍA	26
5.4.1	Primer Objetivo: “Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.”	26
5.4.2	Segundo objetivo: “Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja”	30
5.4.3	Tercer objetivo: “Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac”	31
6	RESULTADOS	32
6.1	Primer Objetivo: “Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.”	32
6.1.1	Historia	33
6.1.2	Festividades	34
6.1.3	Diagnostico Sociodemográfico	35
6.1.4	Diagnostico socioeconómico	40
6.1.5	Diagnostico socio organizativo	44
6.1.6	Diagnóstico ambiental	45
6.1.7	Diagnostico turístico	52
6.2	Segundo objetivo: “Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja”	85
6.2.2	Análisis FODA	89
6.2.3	FODA CRUZADO	91
6.2.4	Plan de acción	95

6.3	Tercer objetivo: “Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac”	100
6.3.1	Estrategias y componentes del modelo de gestión.	100
6.3.2	Componentes del modelo	101
7	DISCUSIÓN	137
8	CONCLUSIONES	142
9	RECOMENDACIONES	144
10	BIBLIOGRAFÍA	145
11	ÍNDICE	148
12	ANEXOS	151

12 ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de la actividad económica y productiva de la comunidad.



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURISTICA.

El propósito de esta investigación es proponer un Modelo de gestión de turismo para fortalecer el turismo en la Comunidad Oñacapac, cantón Saraguro, provincia de Loja, por lo cual le solicito de la manera más comedida se digne en responder las siguientes preguntas que serán necesarias para realizar un diagnóstico socioeconómico.

ACTIVIDAD ECONÓMICA Y PRODUCTIVA.

1. ¿Cuántas personas pertenecen a este hogar?

Nº	Parentesco	Sexo	Edad	Ocupación

2. ¿Cuántas personas que conforman el hogar trabajan?

3. ¿Cuántas personas de su hogar están sin empleo?

4. ¿A qué actividades productivas se dedican las personas que trabajan en su hogar?

() Agricultura () Avicultura () Pesca () Ganadería

() Construcción () Transporte () Comercio () Turismo

Otro. Especifique

5. ¿Sumando todos los ingresos de los miembros del hogar, aproximadamente a cuánto asciende el ingreso mensual familiar total actual?

.....

6. ¿Usted o algún miembro de su familia está afiliada a la seguridad social?

SI ()

NO ()

7. ¿Actualmente usted o algún miembro de su familia presenta créditos en entidades bancarias?

SI ()

NO ()

NIVEL DE EDUCACIÓN

8. ¿Cuál es último nivel de estudios de los miembros del hogar? (coloque un número frente a cada opción)

() Educación Inicial

() Educación Básica

() Bachillerato

() Educación superior

() Sin estudios

SALUD

9. ¿Cuántas veces al año usted o algún miembro de su familia a asistido al centro de salud, y cuál fue el motivo?

Nº de veces ()

Motivo.....

MOVIMIENTOS MIGRATORIOS

10. ¿Usted o alguien de su familia migró en los últimos 5 años? (Si su respuesta es no, salte a la pregunta 15)

SI ()

NO ()

11. ¿Cuántos miembros de su familia han migrado durante estos ultimo cinco años?

12. ¿Cuál fue el motivo de migración?

() Estudio

() Trabajo

() Unión familiar

Otro.....

13. ¿A dónde migro?

() Dentro del país. A que ciudad

() Exterior. A qué país

CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA

14. La casa donde vive es:

() Propia

() Arrendada

() Prestada

15. El material predominante de las paredes exteriores de la vivienda es de:
- () Hormigón, ladrillo o bloque
 () Madera
 Otro. Especifique.....
16. ¿De qué material es la mayor parte del techo de esta vivienda?
- () Teja () Zinc
 () Loza Otro,.....
17. El agua que dispone el hogar es:
- () Agua Potable () Agua Tratada () Agua Entubada
 Otro.....
18. ¿Su hogar dispone de energía eléctrica?
- SI () NO ()
19. ¿Selecciones los dispositivos electrónicos que dispone su hogar?
- () Computadora portátil
 () computadora de escritorio
 () teléfono celular
 () Televisor
20. ¿Su hogar tiene acceso a alcantarillado sanitario?
- SI () NO ()
21. ¿Su hogar dispone con servicio de internet?
- SI () NO ()
22. ¿Su vivienda tiene acceso a telefonía móvil? (Si su respuesta es sí, especifique que telefonía móvil es)
- SI () Especifique
 NO ()

PPERCEPCION DEL TURISMO COMUNITARIO

23. ¿Usted cómo percibe actualmente la actividad turística en la comunidad Oñacapac?
- () Excelente () Buena () Regular () Mala
24. ¿Usted o alguien de su familia forma parte de la actividad de turismo en la comunidad?
- () SI () NO

Cuantos

25. ¿Usted o alguien de su familia está interesado en emprender en la actividad turística? (Si su respuesta es no salta a la pregunta 27

SI

NO

26. ¿En qué actividad turísticas le gustaría participar?

Guía

Cabalgatas

Servicio de alimentación

Hospedaje

Transporte

Artesanías

Otros

27. Junto a cada alternativa califique entre 1 y 5 los beneficios que usted cree que otorgará la actividad turística a la comunidad. (Escala de 1- 5; 1 es mínimo y 5 máximo)

Ingresos económicos

Oportunidad de trabajo

Mayor preservación por el ambiente

Fortalecerá la identidad cultural

Mejor organización comunitaria

28. ¿Usted a alguien de su familia se dedican en actividades artesanales? (Si su respuesta es sí, especifique que actividad).

SI Especifique.....

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Encuesta para conocer el perfil del visitante.



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA.

Como alumna de la Universidad Nacional de Loja de la carrera de Ingeniería en Administración Turística, pido a usted muy comedidamente se digne a responder la presente encuesta que está dirigida a los turistas que visitan la Comunidad Oñacapac, del cantón Saraguro, provincia de Loja. Esta información será útil para conocer el perfil del visitante.

Encuesta para conocer los motivos de visita y el perfil del turista que visita la Comunidad de Oñacapac del cantón Saraguro provincia de Loja en el año 2021.

1. DATOS GENERALES DEL ENCUESTADO

a) **Nacionalidad:**

b) **Residencia:**

c) **Sexo:** () Femenino () Masculino

d) Edad

15 a 30 años () 60 a más

31 a 45 años ()

46 a 55 años ()

e) Nivel de estudios

() Primaria () Secundaria

() Superior

f) Ocupación

() Estudiante

() Empleado público

() Profesional

() Ama de casa

() Negociante

Otra Especifique:.....

g) Nivel de ingresos mensuales

1 a 99 usd ()

100 a 199 usd ()

200 a 299 usd ()

300 a 399 usd ()

Más de 400 ()

2. ¿CUÁNTAS VECES EN EL AÑO HA VISITADO LA COMUNIDAD OÑACAPAC?

() Una vez al año

() Dos veces al año

() Tres veces al año

3. ¿CUÁL HA SIDO EL MOTIVO DE SU VISITA?

() Turismo

() Trabajo

() Vacaciones

() Salud

() Investigaciones

() Festividades

Otro _____

4. ¿USTED POR LO GENERAL VIAJA CON?

Amigos

Familiares

Solo

Otro Especifique.....

5. ¿CUÁNTOS DÍAS PERMANECIÓ EN LA COMUNIDAD OÑACAPAC? (si solo permaneció un día , salte a la pregunta 7)

() Un día

() Dos días

() Tres días

() Más de cuatro

6. ¿EN DÓNDE SE ALOJÓ DURANTE ESTADÍA?

() Hotel

() Hostería

() Hostal

() casas familiares

() Alojamiento comunitario

Otro Especifique.....

7. ¿EN QUÉ ÉPOCA REALIZA SU VISITA A LA COMUNIDAD OÑACAPAC?

() Vacaciones

() Días festivos

() Entre semana

() Fin de semana

Otro Especifique.....

8. ¿DÓNDE BUSCÓ INFORMACIÓN ACERCA DE ESTE DESTINO TURÍSTICO? Marque todos los que aplique.

() Páginas Web

() Agencias de viaje

() Redes sociales

() Medios de comunicación

() Familiares y amigos

Otros Especifique.....

9. ¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ PARA SU TRASLADO A LA COMUNIDAD OÑACAPAC?

Transporte público () Carro propio () Coop. de taxi () Coop . de Camionetas ()

10. ¿HA CONSUMIDO ALIMENTOS EN ALGÚN RESTAURANTE DE LA LOCALIDAD?

Si () ¿Cuál? Especifique.....

No ()

11. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS CONSUMIÓ USTED DURANTE SU VISITA?

() Platos típicos

() Bebidas tradicionales

() Platos tradicionales

() Platos a la carta

() Bebidas típicas

() Comida rápida

Otro Especifique.....

**12. ¿QUÉ ACTIVIDADES TURÍSTICAS LE GUSTARÍA REALIZAR EN SU VISITA A LA COMUNIDAD?
(MARQUE CON UNA X).**

() Senderismo

() Pesca deportiva

() Paseo en bote

() Visita a las cascadas

() Cabalgatas

() Elaboración de artesanías

() Comida típica

13. ¿CUÁNTO GASTÓ DURANTE SU VISITA?

\$ 5 - \$ 10 ()

\$ 21 - \$50 ()

Más de \$100 ()

\$ 11 - \$ 20 ()

\$ 51 - \$ 100 ()

14. ¿QUÉ ACCIONES SUGIERE PARA QUE ESTA COMUNIDAD SEA CONOCIDA TURÍSTICAMENTE?

.....

.....

.....

Gracias por su Colaboración

Anexo 3.

F+B1:V35ICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	1	1	0	6	6	2	A	N	0	3	0	2	0	2	0	0	1			
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo					
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
Laguna de Cochapamba																				
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo										
ATRATIVOS_NATURALES					AMBIENTES_LACUSTRES					LAGUNA										
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia										
LOJA					SARAGURO					SARAGURO										
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal					2.6 Número		2.7 Transversal								
Oñacapac					S/N					S/N		S/N								
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)					Click		2.10 Altura (msnm)								
-3.65723					-79.20823							2692 m.s.n.m.								
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador: COMUNITARIO					b. Nombre de la Institución: COMUNIDAD DE OÑACAPAC															
c. Nombre del Administrador: SR. PEDRO MANUEL SIGCHO					d. Cargo que ocupa: PRESIDENTE DE TURISMO DE LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC															
e. Teléfono / Celular: 0993971553					f. Correo Electrónico:															
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Clima: TEMPLADO					b. Temperatura(°C): 16° C.					c. Precipitación Pluviométrica (mm): 758 a 1250 mm										
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Cultura <input type="checkbox"/>					b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>					c. Aventura <input checked="" type="checkbox"/>										
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Prístino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input checked="" type="checkbox"/>				d. Rural <input type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>				
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención															
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar												
Libre	<input checked="" type="checkbox"/>	6:00	18:00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto												
Restringido	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto												
Pagado	<input type="checkbox"/>	0:00	0:00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto												
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo	<input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico	<input type="checkbox"/>	Depósito Bancario	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito	<input type="checkbox"/>								
e. Precio:		Desde 0,00			Hasta 0,00	Tarjeta de Crédito	<input type="checkbox"/>	Transferencia Bancaria	<input type="checkbox"/>	Cheque	<input type="checkbox"/>									
g. Meses recomendables de visita:			FEBRERO - AGOSTO																	
Observaciones:																				

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							SARAGURO					
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		5 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: ##### h/min		d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.:	-3.6225081	Long.:	-79.240652		
Observaciones:												
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado					
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		a. Primer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto						
		b. Segundo orden <input checked="" type="checkbox"/>	-3.6225081-79.240652	-3.6439589-79.2243142	9	LASTRADO	MALO					
		c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto						
Observaciones:												
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>		Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado			
		Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto				
		Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto				
Observaciones:												
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>							
Observaciones:												
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Bus <input type="checkbox"/>		b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/>		c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>		d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>		e. Moto taxi <input type="checkbox"/>		f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>		h. Bote <input type="checkbox"/>		i. Barco <input type="checkbox"/>		j. Canoa <input type="checkbox"/>		k. Avión <input type="checkbox"/>		l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>		n. Otro <input type="checkbox"/>		Especifique								
Observaciones:												
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio			b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)			
					Diaria	Semanal	Mensual	Eventual				
TRANSPORTE DE LA COMUNIDAD			CENTRO OÑACAPAC DE		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	OÑACAPAC-LAGUNA DE COCHAPAMBA			
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>												
a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/>		b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/>		c. Accesibilidad auditiva <input checked="" type="checkbox"/>		d. No es accesible <input type="checkbox"/>						
Observaciones:												
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>												
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>			Estado (U)		Bueno <input type="checkbox"/>		Regular <input type="checkbox"/>		Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:												




5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS										SI	NO	S/I	
5.1 Planta turística (M)										<input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input checked="" type="checkbox"/>		
Alojamiento		Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		Alojamiento		Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas			
Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Hotel	<input checked="" type="checkbox"/>	1	22	40			
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	2	26	51			
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Hacienda Turística	<input checked="" type="checkbox"/>	2	15	33			
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:						Observaciones:							
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas			
Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	25		Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	16	100	444			
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Cafeterías	<input checked="" type="checkbox"/>	3	25	10			
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Bares	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	20			
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0		Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0			
Observaciones:						Observaciones:							
Agencias de Viaje			Establecimientos registrados			Agencias de Viaje			Establecimientos registrados				
Mayoristas	<input type="checkbox"/>		0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>		0				
Internacionales	<input type="checkbox"/>		0			Internacionales	<input type="checkbox"/>		0				
Operadoras	<input type="checkbox"/>		0			Operadoras	<input checked="" type="checkbox"/>		8				
Observaciones:						Observaciones:							
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
<input checked="" type="checkbox"/>	2	0	0	Aventura	2		<input checked="" type="checkbox"/>	5	0	0	Aventura	3	
Observaciones:						Observaciones:							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										<input type="checkbox"/>			
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)		B	R	M		
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de información	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		I-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	<input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Garitas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Senderos	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	1	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	<input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
				0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Observaciones:													
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)										<input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo					<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano					<input type="checkbox"/>		
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input type="checkbox"/>		Alquiler y venta de equipo especializado	<input checked="" type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising		<input checked="" type="checkbox"/>			
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>		
Especifique:						Especifique: texto							
Observaciones:													

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
6.1 Atractivo (U) <input type="checkbox"/>											
a. Conservado		<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado		<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.1.1.1 Naturales (M)					6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión		<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería		<input type="checkbox"/>
b. Humedad		<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía		<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales		<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento		<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna		<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos		<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana		<input type="checkbox"/>
e. Clima		<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social		<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial		<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo		<input type="checkbox"/>
Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:											
6.2 Entorno (U) <input type="checkbox"/>											
a. Conservado		<input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado		<input checked="" type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro		<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado		<input type="checkbox"/>
Observaciones:											
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)											
6.2.1.1 Naturales (M)					6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)						
a. Erosión		<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas		<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales		<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería		<input type="checkbox"/>
b. Humedad		<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales		<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono		<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía		<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales		<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia		<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición		<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento		<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna		<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente		<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos		<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana		<input type="checkbox"/>
e. Clima		<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social		<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial		<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo		<input type="checkbox"/>
Otro		<input type="checkbox"/>	Especifique:								
Observaciones:											
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>											
a. Declarante:			b. Denominación:			b. Fecha de declaración:		c. Alcance:			
Observaciones:											
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S/I	<input type="checkbox"/>		
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>											
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Agua:		<input checked="" type="checkbox"/>	Agua:		<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Especifique:			
Especifique:											
Energía eléctrica:		<input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica:		<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Especifique:			
Especifique:											
Saneamiento:		<input type="checkbox"/>	Saneamiento:		<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Especifique:			
Especifique:											
Disposición de desechos:		<input type="checkbox"/>	Disposición de desechos:		<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique:		Especifique:			
Especifique:											
Observaciones:											

7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de sitio	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>		texto						
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			Hospital o Clínica <input checked="" type="checkbox"/>	1		
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>	0		
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			Dispensario médico <input checked="" type="checkbox"/>	1		
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>	0		
Otros <input type="checkbox"/>		0			Otros <input type="checkbox"/>	0		
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privada <input type="checkbox"/>	Detalle	texto						
b. Policía nacional <input type="checkbox"/>		texto						
c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		texto						
d. Otra <input checked="" type="checkbox"/>		SEGURIDAD Y VIGILANCIA COMUNITARIA						
Observaciones:								
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>					b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>		
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>		
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>								
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>			De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones:								
7.6 Multiamenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>		Incendios forestales <input type="checkbox"/>		
Sequía <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>		Aguajes <input checked="" type="checkbox"/>		Tsunami <input type="checkbox"/>		
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento: texto		Nombre del documento: texto		Año elaboración: de		0
Observaciones:								

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES				SI	NO	S/I	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	NO	Año de elaboración:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2016	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	NO	Especifique:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	Especifique:	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				SI	NO	S/I	
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>							
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar	<input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre	<input type="checkbox"/>	d. Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
e. Surf	<input type="checkbox"/>	f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	g. Rafting	<input type="checkbox"/>	h. Snorkel	<input type="checkbox"/>
i. Tubing	<input type="checkbox"/>	j. Regata	<input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote	<input checked="" type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha	<input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	o. Parasailing	<input type="checkbox"/>	p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>
q. Banana flotante	<input type="checkbox"/>	r. Boya	<input type="checkbox"/>	s. Pesa deportiva	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>							
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>							
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	b. Escalada	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Senderismo	<input type="checkbox"/>	d. Cicloturismo	<input type="checkbox"/>
e. Canyoning	<input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	g. Actividades Recreativas	<input type="checkbox"/>	h. Cabalgata	<input type="checkbox"/>
i. Caminata	<input type="checkbox"/>	j. Camping	<input type="checkbox"/>	k. Picnic	<input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna	<input type="checkbox"/>
m. Observación de astros	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/> texto
Observaciones:							
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>							
9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>							
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales	<input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales	<input type="checkbox"/>		
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	<input type="checkbox"/>	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>		
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	g. Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>		
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración	<input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
n. Convivencia	<input type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> texto	
Observaciones:							

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO				SI	NO	SI	
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?				SI	NO	Especifique:	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?				SI	NO		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB	URL:						
b. Red Social	Nombre:						
c. Revistas Especializadas	Nombre:						
d. Material POP	Nombre:						
e. Oficina de Información Turística	Nombre:						
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre:						
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre:						
h. Otro	Nombre:						
Observaciones:							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)				SI	NO	Especifique: texto	
Observaciones:							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)				SI	NO	SI	
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?				SI	NO	Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro <input type="text" value="0"/>	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?				SI	NO	Frecuencia de los reportes:	
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	<input type="checkbox"/>	Especifique				Número de visitantes	<input type="text" value="0"/>
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>					Número de visitantes	<input type="text" value="0"/>
d. Llegada de turistas							
<input type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	texto	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Países de origen	texto	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
	texto	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		texto	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
	texto	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		texto	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave							
Nombre del Informante Clave:			Contactos:				
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>			Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>				
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente	
			<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							

12. RECURSO HUMANO										SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/>								
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					5					d. Número de personas especializadas en turismo <input checked="" type="checkbox"/>					1								
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input type="checkbox"/>					f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/>					g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M) <input type="checkbox"/>													
Primaria		3		Secundaria		0		Primeros Auxilios		0		Hospitalidad		0		Inglés		0		Alemán		0	
Tercer Nivel		2		Cuarto Nivel		0		Atención al Cliente		0		Guianza		2		Francés		0		Italiano		0	
Otro		texto		Sensibilización de discapacidades		0		Otro		texto		Chino		0		Otro		texto					
Observaciones:																							
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)																							
<p>La Laguna Cochapamba donde se ubica a 3 Km del centro de la comunidad y pertenece al Bosque del mismo nombre, tiene aproximadamente 80 m de longitud por 50 m de ancho, sus aguas son limpias y muy frías, En raras ocasiones en sus aguas se realizan ceremonias de curaciones por los shamanes a la medianoche. Conserva una leyenda a cual la comunidad le tiene un gran respeto</p>																							
14. ANEXOS																							
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)																							
																							
Fuente: JESSICA ZAQUINAULA																							
c. Ubicación gráfica del Atractivo																							
																							
Fuente: GOOGLE EARTH																							
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)																							
ELABORADO POR:						VALIDADO POR:						APROBADO POR:											
Apellido y Nombre		ZAQUINAULA SALINAS JESSICA VIVIANA				Apellido y Nombre		ING. DAVID CARTUCHE				Apellido y Nombre											
Institución		UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA				Institución		UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA				Institución											
Cargo		TESISTA				Cargo		DIRECTOR DE TESIS				Cargo											
Correo Electrónico		jessica.zaquinaula@unl.edu.ec				Correo Electrónico		david.cartuche@unl.edu.ec				Correo Electrónico											
Teléfono		987981065				Teléfono		997192541				Teléfono											
Firma						Firma						Firma											
Fecha		15/06/2021				Fecha		15/06/2021				Fecha											

Anexo 4. Álbum fotográfico

Socialización del proyecto



Encuesta de levantamiento de información de la Comunidad





Encuesta para levantar información del perfil del visitante



Levamiento de información para llenado de fichas

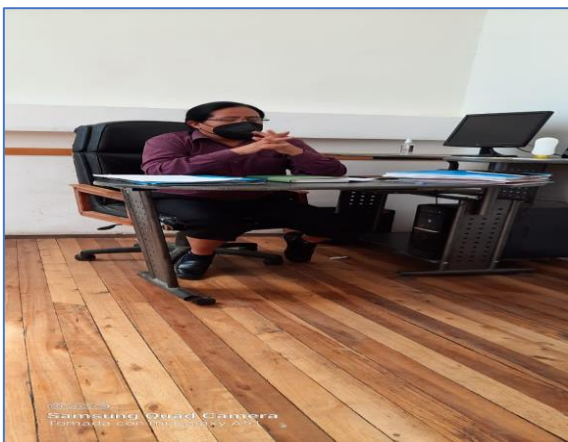


Taller participativo y socialización de resultados





Entrevista al presidente del grupo de turismo comunitario.





UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TITULO:

**“MODELO DE GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DE LA
COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO PROVINCIA DE LOJA”**

Anteproyecto de tesis previo a
la obtención del título de
Ingeniería en Administración
Turística.

AUTORA:

JESSICA VIVIANA ZAQUINAULA SALINAS.

LOJA – ECUADOR

2021

1. MODELO DE GESTIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO PROVINCIA DE LOJA.

2. Problemática

El cantón Saraguro ubicado al sur del Ecuador posee potencial natural y cultural para ofrecer al mundo, su oferta turística está compuesta por servicios posicionados, ya sea en materia gastronómica, emprendimientos, aventura, agroturismo o escenarios como el Baño del Inka, bosque nublado de Washapamba, el León Dormido, el Salado de Turucachi, el Cerro de Putushio, la Laguna de Chinchilla o el Cerro de Arcos, se destacan a lo largo de su territorio; este bello cantón está poblado por mestizos e indígenas, quienes muestran sus habilidades artesanales a cada paso, en tejidos de lana y orfebrería en metales preciosos y mullos; casi toda la materia prima de Saraguro es trabajada a mano, dando como resultado bellas piezas que son muy apetecidas en el mercado internacional (Ministerio de Turismo, 2021).

A pesar de poseer tan singulares características, este territorio no ha podido despegar en la gestión cultural como también en los temas relacionados al turismo debido a que las autoridades públicas llamadas a gestionar el turismo en el cantón no han mostrado el interés suficiente, en vista de esto organizaciones de base comunitarias y ONGs iniciaron en el año 2001 un proyecto cuyos objetivos fueron organizar a las comunidades indígenas y campesinas e iniciar con un proceso denominado turismo comunitario, con la finalidad de mostrar al mundo la riqueza cultural de este pueblo milenario y por ende mejorar la calidad de vida de las familias que viven en esta comunidad, sin embargo, debido a la falta de fortalecimiento en los promotores turísticos y el poco apoyo por parte de las comunidades esta iniciativa se desvinculó, generando emprendimientos turísticos desde la parte privada (Cartuche, Cartuche, Neira, & Armijos, 2020).

Una de las comunidades que formó parte de esta organización de turismo de base comunitaria desde sus inicios es la comunidad de Oñacpac ubicado a 8 kilómetros de la cabecera parroquial Saraguro, comunidad que posee diversidad de elementos culturales como naturales y que muestra una gran potencialidad turística (Matute & Poma, 2013)

La comunidad de Oñacpac ha dado inicios a procesos de desarrollo turístico sin obtener los resultados deseados debido a múltiples problemas, principalmente a la falta de estudios de oferta y demanda, capacitaciones en gastronomía y servicio al cliente, esto ha provocado que no se pueda contar con un estudio del perfil del visitante como también no se conozca las potencialidades de los diferentes recursos y atractivos turísticos que tiene esta comunidad y con ello no se cuente con señalética ni señalización turística y finalmente no se ha podido consolidar políticas de promoción de la oferta turística que tiene Oñacpac.

También dentro de los problemas principales en la gestión turística que acarrea esta comunidad es la falta de programas de actualización a los prestadores de servicios turísticos en diferentes áreas como atención al cliente, guianza, hospedaje, servicios gastronómicos entre otros, todo esto ha provocado una falta de gestión tanto interna y externa de la comunidad desencadenando en ofertar servicios de baja calidad no acordes a la realidad actual.

Toda la problemática que se puede evidenciar en esta comunidad ha dado lugar que este territorio no cuente con un modelo de gestión turística sostenible, provocando que no cuente con un producto turístico sólido y fortalecido capaz de responder a la demanda y poner frente a la competencia de algunas iniciativas locales que se han iniciado en Saraguro principalmente en sus comunidades indígenas, a esto también se puede manifestar uno de los problemas graves que viven las comunidades indígenas que tiene que ver con la pérdida de los elementos culturales (lengua, vestimenta, alimentación,

arquitectura etc.) causado por múltiples factores entre ellos la migración, la aculturización, la globalización etc. (Belote, 1994).

Por lo tanto, la propuesta se direccionará a través de la siguiente pregunta central:

¿Un modelo de gestión de fortalecimiento turístico facilitará el desarrollo turístico local de la comunidad de Oñacpac del cantón Saraguro?

Y las siguientes preguntas directrices:

¿De qué manera el modelo de gestión ayudara a fortalecer turísticamente la comunidad de Oñacpac?

¿Cuáles serían las estrategias adecuadas de desarrollo turístico para la comunidad de Oñacpac?

¿Cuál es el modelo gestión para fortalecer turísticamente la comunidad de Oñacpac?

3. Justificación

La presente investigación se desarrollará bajo los lineamientos de investigación que propone la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, para cumplir con los requisitos previstos para obtener el grado de Ingeniera en Administración Turística.

El proyecto es oportuno ejecutar tomando en consideración que el territorio muestra gran potencial en recursos turísticos tanto naturales como culturales y lo más importante es la trayectoria organizativa en particular que tiene este territorio propias de las comunidades indígenas de nuestro país, esta trayectoria organizativa ha aterrizado en una organización sólida bajo los principios éticos y morales de todos sus moradores, de esta manera con la ejecución del proyecto se estará fortaleciendo esta organización aprovechando sus recursos de manera sostenible y creando un sistema de oferta y

demanda de los productos turísticos mismos que deberán ser administrados bajo las políticas propias considerando principios de desarrollo endógenos y del Sumak Kawsay.

El proyecto que se presenta a continuación pretende dar soluciones múltiples a los diferentes problemas que tienen en la comunidad, principalmente problemas que tiene que ver con la parte social como la migración, problema que se viene evidenciando en la comunidad desde hace muchos años atrás, quizá por la falta de visión de los moradores de esta comunidad y del nulo apoyo de gobiernos seccionales en trabajar en temas productivos como el turismo y otros , de esta manera se pretende con la ejecución del proyecto en dar respuestas y soluciones a diversos problemas que acarrea la comunidad. De la misma manera con la ejecución del proyecto se verá fortalecida las capacidades locales de los moradores de este territorio, porque se llevarán procesos de capacitación e involucramiento directo de toda la comunidad en temas relacionados a la gestión del turismo, capacidades que se verán reflejas en lo posterior cuando la comunidad esté en condiciones de plantear sus propias iniciativas de desarrollo bajo los enfoques de la sostenibilidad tanto social, ambiental y económico.

Los impactos del proyecto del modelo de gestión se verán reflejados en un periodo de tiempo corto, tomando en consideración que esta comunidad ya ha iniciado con la gestión turística de los recursos turísticos que poseen, por esta razón el beneficio que tendrá el grupo objetivo se verá reflejado principalmente en contar con herramientas de gestión basadas en un modelo de desarrollo integral y holísticos que permita a sus autoridades y líderes comunitarios tomar decisiones técnicas basadas en su propia realidad y continuar con la ejecución de proyectos sostenibles principalmente en el aprovechamiento de sus recursos, logrando de esta manera el crecimiento y posicionamiento de su oferta turística y con ello el incremento de la demanda al territorio y así mejorar la calidad de vida de la comunidad.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Establecer alternativas para fortalecer turísticamente la Comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la Provincia de Loja a través de un modelo de gestión.

4.2. Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.
- Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.
- Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac.

5. Revisión literaria

5.1. Marco teórico

5.1.1. Diagnostico situacional

El Diagnóstico Situacional, determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. Define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional (Remuzgo, 2005).

5.1.2. Diagnostico turístico

De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino, desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la

estructura turística de la oferta y demanda y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística (Ricaurte Quijano, 2009, pág. 11)

5.1.3. Atractivos turísticos

“Es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio” (MINISTERIO DE TURISMO, 2018, pág. 33)

5.1.4. Inventario de atractivos turísticos

“El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional” (MINISTERIO DE TURISMO, 2018, pág. 7).

5.1.5. Estrategias

“La estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas” (Contreras , 2013, pág. 161).

5.1.6. Desarrollo local

Parte como un concepto dicotómico que no se puede apartar de lo global desde un sentido teórico o práctico que casi siempre va ligado a las actividades económicas participativas (como lo es el turismo), implementadas por las localidades que conllevan un proceso de empoderamiento por parte de las mismas en el uso de sus recursos naturales, técnicos y culturales para generar un desarrollo eficaz que mejore su calidad de vida detonando las cualidades en cualquier ámbito de su lugar de residencia (Escobedo, 2019).

5.1.7. Matriz de involucrados

“El análisis de los involucrados es una herramienta imprescindible para elaborar las estrategias de implementación de cualquier proyecto. Entendiendo como proyecto, desde una decisión o una simple política hasta las más complejas obras que se nos pudieran ocurrir” (Muñoz , 2012).

5.1.8. Análisis FODA

Un análisis de los factores de éxito que dan paso al cumplimiento de los objetivos de la organización. Dicho análisis contempla un análisis de factores internos y externos de la organización, y es mediante éste que se puede estimar el impacto de una estrategia considerando la capacidad interna de la organización (Fortalezas y Debilidades) en contraste con la situación externa a ella (Oportunidades y Amenazas) (Salgado & Reyes , 2017).

5.1.9. Plan de acción

Un plan de acción es una hoja de ruta que puede ayudarlo a lograr sus metas y objetivos. Así como hay muchas formas de llegar a un destino si va de viaje, un programa puede tomar muchos caminos para alcanzar las metas, cumplir los objetivos y lograr resultados (ECLKC, 2019).

5.1.10. Modelo de gestión

“Es la estructura o sistema a seguir en la administración o gestión dentro de la aplicación de un proyecto, con la finalidad de alcanzar el éxito de un objetivo en común” (Navarro, 2015, pág. 12)

5.1.11. Oferta

“El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado” (Boullon, 2006, pág. 34)

5.1.12. Demanda

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades (Boullon, 2006, pág. 32)

5.1.13. Producto turístico

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia

turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital (OMT, Definiciones de turismo, 2021, pág. 19)

5.1.14. Turismo rural

“El turismo rural es toda actividad turística que se desarrolla en zonas rurales, pequeñas localidades o espacios alejados del casco urbano. Adicionalmente, incorpora la cultura, formas organizativas y prácticas productivas rurales como componentes clave del producto” (Gardolfi, y otros, 2011, pág. 15)

5.1.15. Turismo rural comunitario

El turismo rural comunitario suma el contacto cultural y la participación a los elementos del turismo rural, ya que promueve la relación intercultural entre el anfitrión y el turista e implica la intervención activa de la comunidad en la definición, planificación y gestión del proceso turístico. Parte de las utilidades generadas se destina a la atención de las necesidades comunales (Gardolfi, y otros, 2011, pág. 15).

5.2.MARCO REFERENCIAL

5.2.1. Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA

El propósito de la presente publicación es compartir el modelo de gestión del turismo rural comunitario desarrollado por Fundación CODESPA con poblaciones indígenas aimaras, quichuas y quechuas de Bolivia, Ecuador y Perú con alto potencial turístico. El modelo es el resultado de más de cinco años de trabajo en la región andina y se enmarca en el proyecto “Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes”, intervención realizada directamente por Fundación CODESPA con el objetivo de que las comunidades indígenas generen recursos propios a partir del aprovechamiento de sus atractivos turísticos. 187 Desde sus inicios, el proyecto contó con la participación de múltiples

colaboradores y con el apoyo de distintos financiadores multilaterales (Banco Interamericano de Desarrollo BID y Fondo Multilateral de Inversiones FOMIN), privados (Fundación REPSOL y Fundación ROVIRALTA) y públicos (Agencia Andaluza de Cooperación Internacional al Desarrollo AACID y Fons Catalá). Desde sus inicios, el proyecto buscó incorporar a los participantes en las cadenas de turismo locales e internacionales. Gracias a la estructuración de nuevos paquetes turísticos, la promoción comercial y la mejora de la oferta, se incrementaron considerablemente el número de turistas y los ingresos en las zonas seleccionadas, lo cual fortaleció las estructuras organizativas para la gestión del turismo en cada país. Complementariamente, el proyecto contribuyó a la inclusión de las mujeres y los jóvenes en las actividades turísticas, así como al mejoramiento de las condiciones de vida y salud de varias de las comunidades involucradas. Partiendo de esa experiencia, el modelo propuesto comparte herramientas e instrumentos prácticos para la ejecución de intervenciones de esta naturaleza, útiles para cualquier actor de la cooperación al desarrollo interesado en replicar y potenciar el modelo. Para ello, se ahonda en el tema de la demanda y la oferta de la cadena de valor turística por trabajar con las comunidades a fin de garantizar su participación sostenible en los flujos turísticos. Las intervenciones en turismo rural comunitario, más aún si son participativas e incluyentes, deben planearse a mediano plazo para que sean sostenibles, ya que la consolidación de los productos turísticos requiere tiempo. En ese sentido, disponer de un modelo ya diseñado permite acortar los plazos considerablemente. Para facilitar la comprensión del modelo, la presente publicación se encuentra dividida en cinco capítulos, cada uno con testimonios, ejemplos y fotos que dan cuenta de la intervención realizada por Fundación CODESPA entre el 2005 y el 2011. En el primer capítulo, se describe detalladamente el proyecto, sus antecedentes, objetivos, características diferenciadoras, estructura organizativa, fases de implementación y línea

de tiempo. En el segundo capítulo, por su parte, se aborda el modelo de gestión del turismo rural comunitario a partir del análisis detallado de las estrategias de trabajo con respecto a la oferta y la demanda. En el tercer capítulo, se exponen los resultados y se compara la situación de las comunidades antes y después de la intervención. En el cuarto capítulo, se presentan las lecciones aprendidas de la experiencia, desde las más generales hasta las más específicas. En el quinto y último capítulo, se resumen las conclusiones a las que se llegó en el proyecto. Para complementar la información, la publicación incluye un glosario de términos y dos anexos donde se pueden observar las herramientas y la metodología empleadas en el proyecto

5.2.2. Propuesta de un modelo de gestión turística para la parroquia Pacto-Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha.

La investigación se realizó en la Parroquia Pacto. Dadas las características del proceso de investigación (los resultados de la investigación analítica), se consideraron como preliminares o como introductorios para la propuesta del modelo de gestión, ya que es indispensable un análisis de doce componentes turístico y definición del perfil del turista idóneo, para establecer la situación actual del territorio. La investigación estadística se basa en muestras amplias y representativas y los datos que se obtienen están sujetos a un análisis cuantitativo, es decir; lo que se obtuvo con las 7 encuestas realizadas. Los resultados de esta investigación son de naturaleza conclusiva debido a que, se demostró la factibilidad de propuesta del modelo de gestión en la parroquia. Para el diseño de la investigación del presente trabajo de investigación se ha tomado como referencia de población a los turistas que ingresaron al territorio en el año 2014 que con la muestra aleatoria simple finita e infinita se determinó el siguiente universo.

La parroquia de Pacto, es beneficiada con recursos naturales muy importantes, razón por la cual es necesario consolidar un modelo de gestión, para evitar la decadencia de

productos y servicios turísticos, equilibrando los ejes del desarrollo turístico, así como: oferta, infraestructura, planta, demanda, comercialización y superestructura turística. La presente propuesta de un modelo de gestión turística aborda el diagnóstico situacional con metodología de los doce componentes turísticos, así como la aplicación de dos encuestas a los turistas y una a los prestadores de servicios, para determinar el perfil de turista; complementando al desarrollo del trabajo de investigación se plantea programas y proyectos estratégicos afines a la realidad del territorio con el firme propósito de posicionar a la parroquia dentro del mercado competitivo así como el reconocimiento de la actividad turística que ofrece al consumidor (Varela, 2015, pág. 7)

5.2.3. Modelo de gestión turística para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa.

La presente investigación tiene como objetivo el desarrollo de un modelo de gestión turística en el cantón Baños de Agua Santa, el cual se basa en un análisis integral que parte desde el enfoque de cambio paradigmático hacia la satisfacción de las necesidades de todos los actores, con la finalidad de establecer un cambio que promueva a la dinamización de la imagen, el cual se fundamentará en una base metodológica de análisis cualitativo sustentado en la recolección de información mediante la aplicación de encuestas y entrevista para generar una solución al problema investigativo. Bajo este contexto los sujetos de análisis en el presente estudio son cada uno de los actores principales comprendidos entre turistas y operadores, lo cual permite desarrollar un nuevo modelo basado en fases de trabajo para integrar información y actividades orientadas a mejorar la imagen orgánico funcional del departamento con la única finalidad de que esta solución mejore la imagen institucional y cantonal a nivel nacional e internacional mediante la potencialización de cada uno de sus recursos en beneficio de la colectividad y basados en eficiencia, eficacia y competitividad. Por tanto, el modelo de gestión

propuesto permitirá el acceso a nuevas oportunidades en el mercado turístico y se podrá acceder a la fidelización del visitante y turista (Montoya, 2018, pág. 6).

5.2.4. Modelo de Gestión de Turismo Comunitario para la comunidad San Vicente de Caney, parroquia Chicaña, cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: proponer un modelo de gestión de turismo comunitario para fomentar el desarrollo local de la comunidad de San Vicente de Caney (SVC) y para llevar a cabo este objetivo se han establecido los objetivos específicos: Realizar un diagnóstico turístico, socioeconómico, socio organizativa y biofísico de la comunidad San Vicente de Caney para el desarrollo de turismo comunitario, formular propuestas de desarrollo turístico para la comunidad y plantear un modelo de gestión para fomentar el desarrollo del turismo comunitario. Para desarrollar el primer objetivo se utilizó la metodología de Blanco 2014, en la que se aplicaron encuestas socioeconómicas a los jefes de hogar, entrevistas a actores claves para conocer la organización, entrevista sobre flora y fauna a los guías nativos y además se utilizó la metodología para jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR 2018, mediante la cual se determinó y analizó los principales atractivos turísticos de la comunidad por medio de visita in situ. Para el segundo objetivo se identificó a los actores involucrados y se aplicó la matriz de involucrados, árbol de problemas y árbol de objetivos. Así mismo para el cumplimiento del tercer objetivo se utiliza el modelo de gestión de la Fundación COODESPA adaptada. Entre los resultados obtenido se determinó que San Vicente de Caney es una comunidad organizada, con una población de 483 habitantes que la conforman en la mayoría el pueblo. Así mismo se identificaron 12 atractivos todos de jerarquía II, de los cuales 11 son atractivos de manifestaciones culturales y un natural, en cuanto a la planta turística es escasa, existen el servicio de alojamiento, alimentación,

esparcimientos. Y para el adecuado funcionamiento de los atractivos y la planta turística es indispensable la infraestructura, es así que la mayoría de la comunidad disponen con los servicios básicos, representando una fortaleza para el desarrollo del turismo comunitario. Se reconoció a 10 actores que están inmersos en el turismo comunitario con los que se aplicó la matriz de involucrados y seguidamente se realizó el árbol de problemas y árbol de objetivos en la que establecieron siete propuestas de desarrollo que son la base para posteriormente desarrollo el modelo de gestión para la comunidad, que se basa en la metodología de la Fundación COODESPA (2010), la mismas que fueron adaptadas a la necesidades de la comunidad y se sugiere a todos los actores involucrados en el turismo comunitario de San Vicente de Caney la puesta en marcha del modelo de gestión, las misma que consta de propuestas de desarrollo con la finalidad de solucionar los problemas identificados durante la investigación (Paqui, 2021, pág. 2).

5.3.MARCO LEGAL

El turismo comunitario tiene preeminencia en el marco legal ecuatoriano, como en los planes de desarrollo nacionales.

El turismo comunitario tiene preeminencia en el marco legal ecuatoriano, como en los planes de desarrollo nacionales.

5.3.1. Ley de turismo

El estado ecuatoriano declara que la “iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos (Art.3/Ley de Turismo/2018).

También manifiesta que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán por parte del Ministerio de Turismo

(MINTUR) todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades y no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios (Art. 12/Ley de Turismo/2008).

Establece la creación del Consejo Consultivo de Turismo, cómo un órgano asesor de la actividad turística del Ecuador y del MINTUR. El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado 8 miembros con voz y voto, siendo la FEPTCE uno de los representantes (Art. 13 y 14/Ley de Turismo/2008).

5.3.2. Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

El MINTUR en el 2009 expidió un Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, con la finalidad de apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo, como una herramienta de lucha contra la pobreza.

Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades: Alojamiento, Alimentos y bebidas, Transportación turística, Operación, Organización de eventos, Congresos y Convenciones. Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Art. 2/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

El ámbito de aplicación del presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento (Art. 3/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010). En cuanto, a los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como

personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente (Art. 4/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En cuanto a la gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada (Art. 5/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En conclusión, es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores (Art. 6/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010). Igualmente, establecen los Requisitos el registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo, debiendo para dicho registro turístico, adjuntar los siguientes documentos:

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un

mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;

f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;

g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,

h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana. (Art.8/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2009).

Con respecto al procedimiento del Registro, una vez recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro (Art.09/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En efecto la licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse

descentralizado las competencias del MINTUR al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del MINTUR competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro (Art.10/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

En cuanto a los guías nativos (comunitarios), con licencia otorgada por el Ministerio de Turismo, podrán conducir turistas en áreas geográficas que corresponden al territorio de la comunidad, al pueblo o nacionalidad al que pertenecen y en interacción con otros centros turísticos comunitarios. En lo demás, se regirán por las disposiciones generales o especiales constantes en los reglamentos respectivos para guías, por cada actividad que desempeñe (Art.14/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010). Atendiendo a estas consideraciones, prohíbese el uso de la expresión "turismo comunitario" o cualquier otra similar que induzca a la idea de la participación de la comunidad en una operación turística, a cualquier establecimiento privado. Su uso indebido será sancionado de acuerdo a la ley aplicable (Art.16/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

Finalmente, la actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio (Art.17/Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios/2010).

5.3.3. Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios

Es necesario elevar los estándares en la prestación de los servicios turísticos en los centros de TC, cuya intención es ofrecer un turismo sustentable, solidario y de calidad a los visitantes y una alternativa de trabajo interesante, justo y significativo para sus miembros. Se determina, el centro de turismo comunitario es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una

organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Art.3/ Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios /2009).

Así mismo, especifica los estándares mínimos para el registro de los centros de turismo comunitario, son: instalaciones, señalización, áreas comunes, ambientación, decoración, mobiliario, cultura, condiciones básicas de instalaciones de habitaciones, servicio de alimentos y bebidas, si el centro cuenta con servicio de guianza, quienes lo presten deberán licencia de guía nativo acreditada por el MINTUR, en caso de servicio de movilización dentro del centro, servicios adicionales o complementarios que pueden prestar, servicios de información, servicios de higiene y proceso de registro de los centros de turismo comunitario (Art.4/ Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios /2009).

6. Métodos y materiales.

6.1.Métodos

6.1.1. Deductivo – inductivo:

Será necesaria la aplicación de este método ya que se buscará información general de los temas relevantes, para llegar a algo específico, con el fin de conseguir la solución al problema.

6.1.2. Analítico -sintético

Este método permitirá hacer un análisis los datos obtenidos en las encuestas, entrevista y observación. Así mismo través de la síntesis se hará la revisión de la información obtenida de una manera general, que muestren la identificación de características aptas para la solución del problema de investigación.

6.1.3. Bibliográfico:

Con este método se recopilará y analizará información en revistas científicas, libros y tesis con el fin de fundamentar la investigación, a través de contenido académico.

6.1.4. Método de observación directa:

A través de este método se conseguirá obtener una percepción directa del objeto de estudio, con esto se consigue diagnosticar el problema y ciertas causas que han contribuido al estancamiento de desarrollo turístico de la comunidad.

6.2. Técnicas

6.2.1. Encuesta:

La encuesta permitirá recopilar datos para obtener información confiable de las personas sobre diversos temas que se aplicará una determinada población para realizar una investigación verídica cuyo propósito es llegar alcanzar los objetivos deseados.

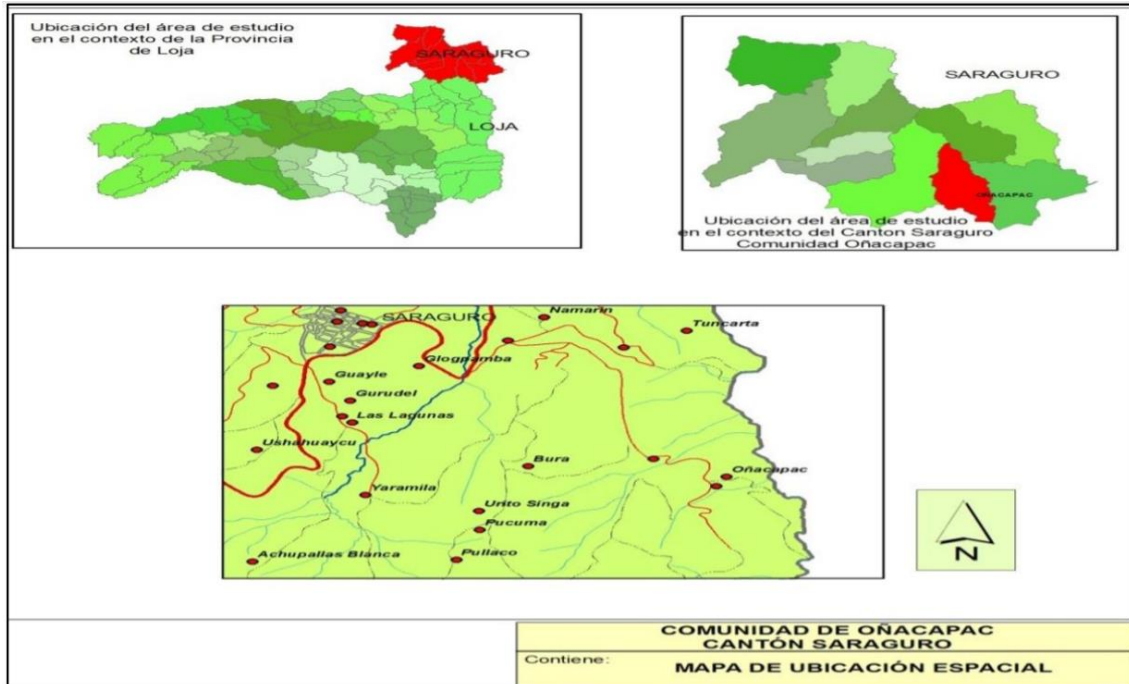
6.2.2. Entrevista

La entrevista permite obtener información mediante un sistema de preguntas a través de la interrelación verbal con los involucrados de la actividad turística del sector.

6.3. Ubicación

La Comunidad de Oñacpac, creada con el Acuerdo Ministerial Nro. 466, del 23 de agosto de 1990, se encuentra ubicada en la Provincia de Loja, en la parte oriental del Cantón Saraguro, a unos 8 Km desde la cabecera cantonal de Saraguro, entre las parroquias de Saraguro y Urdaneta. Sus coordenadas geográficas son: S 03°38'51,0'' y W 079°12'34,8''. (POMA., 2012)

Ilustración 1. Ubicación Espacial de la Comunidad Oñacapac



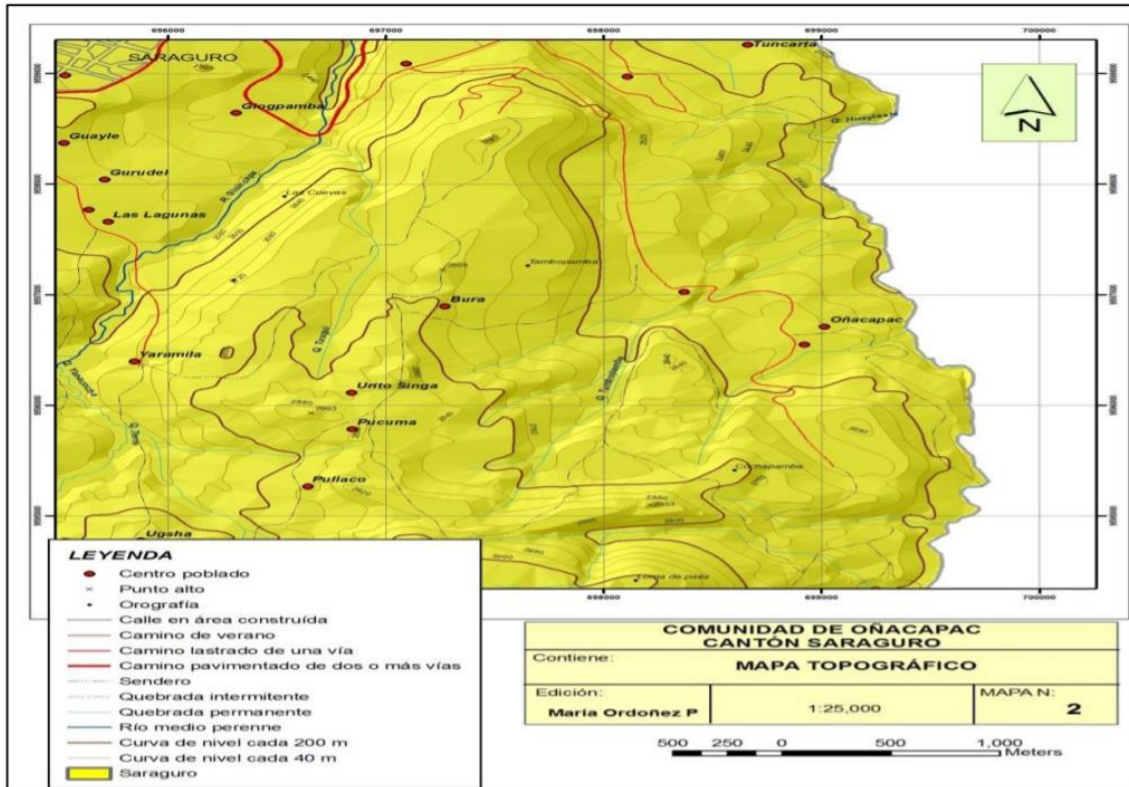
Fuente: Centro Integrado de Geomática Ambiental (CINFA - UNL)
 Elaboración: Ing. Fabián Sotomayor.

Límites:

- Al Norte: con la Comunidad Hierbabuena.
- Al Sur: con los límites del Cantón Loja.
- Al Este: con la Comunidad Gurudel.
- Al Oeste: con la Comunidad Tambopampa.

La Comunidad de Oñacapac es una de las más grandes de la parroquia Saraguro, por su extensión y población. Su nombre significa OÑA= Unión y CAPAC= Líder, Rey, Gobernador, es decir, OÑACAPAC= Unión de los líderes. Oñacapac pertenece a dos Parroquias, la de Saraguro y Urdaneta.

Ilustración 2. Límites de la comunidad Oñacapac



Fuente: Centro Integrado de Geomática Ambiental (CINFA - UNL)

Elaboración: Ing. Fabián Sotomayor.

Altura: Se encuentra a 2551 m.s.n.m. (metros sobre el nivel del mar)

Clima y temperatura: Su clima es frío y su temperatura oscila de 12° C a 18° C.

Precipitación: La precipitación juega un papel importante en la determinación del clima de la zona, la precipitación de las lluvias es sustancial ya que rellena los acuíferos y provee de sistemas naturales de cuencas y canales de irrigación. La comunidad de Oñacapac posee una precipitación promedio anual de 758 a 1250 mm. (González, 2018).

6.4. Materiales

Los materiales que se utilizarán serán los siguientes:

6.4.1. Materiales de oficina

- Esferos
- Cuaderno

- Carpeta
- Impresiones
- Copias

6.4.2. Equipos técnicos

- Cámara fotográfica
- Celular
- Computadora
- Memoria USB
- Internet

6.4.3. Logística

- Transporte
- Alimentos

7. Metodología por objetivos

7.1. Metodología para el primer Objetivo: “Realizar un diagnóstico situacional turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.”

Para el primer objetivo se realizará un análisis general con todo lo relacionado al turismo de la localidad, para ello se utilizará el método de observación directa el cual nos dará una percepción directa del objeto de estudio, con esto se conseguirá diagnosticar el problema y ciertas causas que han contribuido al estancamiento del desarrollo turístico de la comunidad, también se empleará el método analítico-sintético, este nos permitirá hacer un análisis de los datos obtenidos en las encuestas, entrevista y observación, así mismo a través de la síntesis se hará la revisión de la información obtenida de una manera general, que muestren la identificación de características aptas para la solución del problema de investigación.

Para el desarrollo del diagnóstico socioeconómico, diagnóstico ambiental, diagnóstico socio organizativo se tomará en cuenta la metodología del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Esta metodología permite una visión global que ofrecerá las claves y perspectivas necesarias que orientan el plan a través del desarrollo de una ficha de análisis multidimensional del objeto de estudio.

7.1.1. Análisis socioeconómico

Tabla1. Diagnóstico socioeconómico de la comunidad de Oñacapac.

DIAGNOSTICO SOCIECONOMICO			
ASPECTOS POR ANALIZAR	POSIBLES VARIABLES	POSIBLES FUENTES	POSIBLES TÉCNICAS
Historia	Resumen de los hitos históricos más importantes.	Documentación secundaria, personas de la comunidad, etc.	● Exploración de campo
Estructura demográfica	Cantidad de habitantes, distribución por sexo, grupos etarios, distribución espacial de la población, grupos étnicos, educación, pobreza y analfabetismo, distribución de ingresos, etc	Población de la comunidad	● Observación directa ● Entrevista ● Consulta
Principales procesos demográficos	Procesos de migración, envejecimiento de la población, etc.	Comunidad de Oñacapac.	bibliográfica ● Encuesta
Principales fuentes de ingresos de la población	Principales actividades (y productos) en el sector primario, secundario, terciario, empleo y desempleo en el territorio.	Comunidad de Oñacapac	
Cultura y tradiciones	Importantes tradiciones y costumbres, eventos culturales, feriados y fiestas.	Documenta secundaria, pobladores de la comunidad.	
Actitud de la población local hacia el turismo.	Necesidades, preferencias y temores de la población local en cuanto al turismo y la llegada de turistas a su territorio; disposición de apoyar una iniciativa de	Fuentes secundarias, pobladores de la comunidad.	

	turismo o de involucrarse en ella.		
--	------------------------------------	--	--

Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Elaboración: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

7.1.2. Diagnóstico Socio Organizativo de la comunidad

Tabla2. Diagnostico Socio Organizativo de la comunidad de Oñacapac

DAIGNOSTICO SOCIO ORGANIZATIVO			
ASPECTOS POR ANALIZAR	POSIBLES VARIABLES	POSIBLES FUENTES	POSIBLES TÉCNICAS
Identificación de actores claves	Organizaciones, grupos conformados por la comunidad,	Fuentes secundarias, pobladores de la comunidad.	Entrevistas

Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Elaboración: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

7.1.3. Diagnóstico Ambiental

Tabla3. Diagnóstico Ambiental de la comunidad Oñacapac.

DIAGNOSTICO AMBIENTAL			
ASPECTOS POR ANALIZAR	POSIBLES VARIABLES	POSIBLES FUENTES	POSIBLES TÉCNICAS
Ubicación geográfica	Delimitación del territorio comunitario, mapa hídrico.	A través del Sistema de Información Geográfica.	<ul style="list-style-type: none"> ● Exploración de campo Observación directa ● Entrevista
Área total del territorio y uso de suelos y uso potencial .	Área de bosques, área de uso agrícola, área urbana, área con cuerpos de agua, uso turístico etc.	A través del Sistema de Información Geográfica.	<ul style="list-style-type: none"> ● Consulta bibliográfica ● Encuesta ● Taller de trabajo
Condiciones climáticas	Temporadas, precipitación, temperatura, vientos, eventos climáticos extremos, etc.	Servicio meteorológico, ministerio de agricultura, ministerio de ambiente, instituto geográfico, etc.	
Flora y fauna	Estructura de flora y fauna del territorio en	Ministerio de ambiente y sus dependencias,	

	general, especies más importantes, destacando especies endémicas o de alta importancia para los diferentes ecosistemas.	instancias públicas y privadas relacionadas con la conservación y gestión de áreas naturales protegidas, universidades locales o nacionales, ONG, organizaciones como zoológicos y jardines botánicos.	
Recursos hídricos	Principales quebradas, ríos, lagos, cuencas, acuíferos, tránsito en las rutas fluviales, calidad de agua.	A través del Sistema de Información Geográfica.	
Conservación de los recursos naturales	Protección y conservación de los recursos naturales, a través de iniciativas públicas o privadas, formalizadas o informales.	Ministerio de ambiente, gobierno local/ regional, municipalidades, población local.	
Principales procesos y problemas ambientales	Desertificación, deforestación, contaminación, etc.	Periódicos/diarios locales, internet, entrevistas, observación, ministerio de ambiente, universidades y organizaciones que trabajan en temas ambientales o de cambio climático.	

Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

Elaboración: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA)

7.1.4. Diagnostico turístico

El diagnostico turístico de la comunidad será uno de los recursos más importantes para llevar a cabo el modelo de gestión. Para realizar el diagnostico turístico se utilizará la metodología de Blanco (2014), el cual incluye las siguientes fases:

- **Oferta turística**

Inventario de atractivos turísticos

Se realizará un inventario de los atractivos que no estén inventariados del territorio con potencial para fortalecer desarrollo turístico, se empleará la “Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2018, elaborada por el Ministerio de Turismo. Consta de dos etapas: la primera se realizará un levantamiento, registro, ponderación y jerarquización de atractivos turísticos y en la segunda etapa será la identificación de atractivos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos. Esta metodología permitirá identificar, clasificar y valorar los atractivos. A continuación, la tabla de resumen:

Tabla 1. Ficha resumen

Nombre del atractivo:		Jerarquía :
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Provincia.	Cantón:	Localidad:
Figura		Ubicación:
Fotografía; Fuente: Elaboración:		

Características:
Recomendaciones:
Actividades turísticas

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: Ministerio de Turismo

Luego de desarrollar el inventario de atractivos turísticos en la comunidad, se procederá a realizar un estudio de la oferta de: alojamientos, gastronomía, información turística y servicios de guía, medios de transporte, infraestructura básica, actividades recreativas, etc. Los datos se recopilarán a través de entrevistas a los dirigentes de Turismo de la comunidad, en las siguientes tablas se detallarán los aspectos y variables que se van a tomar en cuenta:

Tabla2. Contenidos para el “análisis de la Oferta – Alojamiento”

Alojamiento		
Aspectos a considerar	VARIABLES	Técnicas
Tipo de establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de hoteles • Tipo de establecimiento 	Entrevista
Capacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Numero de habitación • Número de camas 	
Calidad y precio	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de precios • Calidad del establecimiento 	
Ocupación media	Ocupación promedio Por año y Por temporadas	
Servicios	Tipos de Servicios adicionales.	

Tabla3. Contenidos para el “Análisis de la Oferta – Alimentación”

Alimentación		
Aspecto a considerar	VARIABLES	Técnica
Tipo de establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Número de establecimientos de alimentación. • Tipo de establecimiento de alimentos 	Entrevista y observación directa

Capacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Número de mesas. 	
Calidad y precio	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de los precios • Calidad del establecimiento 	
Ocupación media	Ocupación promedio Por año y Por temporada	
Tipo de comida	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de comida que ofrece 	

Tabla 4. Contenidos para el “Análisis de la Oferta – Información Turística, servicios de guía”

Información turística, servicio de guías y agencias de viajes.		
Aspecto a considerar	Variables	Técnica
Información turística	<ul style="list-style-type: none"> • Número de centros de información turística • Ubicación 	Observación directa y entrevista
Servicio de guías	<ul style="list-style-type: none"> • Número de guías • Calidad del guía 	
Agencias de viajes	<ul style="list-style-type: none"> • Numero de agencias de viajes • Ubicación 	

Tabla 5. Contenidos para el “Análisis de la Oferta – Transporte”

Transporte		
Aspecto a considerar	Variables	Técnica
Tipo de transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de transporte 	Observación directa y entrevista
Calidad y precio	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad del medio de transporte • Nivel de precios 	

Tabla 6. Contenidos para el “Análisis de la Oferta – Infraestructura básica”

Infraestructura básica		
Aspectos a considerar	Variables	Técnica
Conectividad	<ul style="list-style-type: none"> • Conectividad con aeropuertos • Conectividad con estaciones de buses 	Observación directa y entrevistas

Señalética turística	<ul style="list-style-type: none"> • Numero de Rótulos de información turística: • Tipos de rótulos de información turística 	
Seguridad	Presencia de: <ul style="list-style-type: none"> • policía nacional • iniciativas de la población de vigilancia • guarda parques 	
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • tipos de servicios básicos. 	
Servicios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • tipos de servicios complementarios 	

Tabla7. Contenidos para el “Análisis de la Oferta – Actividades Recreativas”

Actividades turísticas		
Aspectos a considerar	Variables	Técnica
Deportes y actividades de tiempo libre	<ul style="list-style-type: none"> • tipo de actividades • tipos de deportes 	Observación directa
Cultura y tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> • tipos de cultura y tradiciones 	

Tabla 8. Contenidos para el “Análisis de promoción de la oferta”

Promoción de la oferta		
Aspectos a considerar	Variables	Técnica
Distribución y comunicación de la oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de promoción de la oferta turística del territorio (artículos, videos, página web, agencias de viajes) • cantidad y calidad de las estrategias de promoción 	Entrevista

- **Análisis de la demanda**

Encuesta a los turistas

La encuesta nos ayudara a obtener información sobre los visitantes que llegan: cuántos son, cuándo vienen y qué intereses y necesidades tienen, la misma se aplicará a los turistas que lleguen a la comunidad. En el caso, sobre los tiempos establecido para la aplicación de la encuesta no exista afluencia de turista y por la crisis sanitaria (COVID-19), la información se levantará del registro de visitantes.

- **Análisis de la competencia**

Búsqueda de información secundaria

Se comparará el objeto de estudio con otros cercanos a la zona o el país. Luego de haber recopilado toda la información, se tendrá una idea de cuáles son los territorios de competencia. Utilizaremos el internet para recoger toda la información necesaria, también vamos a emplear la observación directa.

Tabla 9. Análisis de la demanda

Análisis de la competencia		
Aspectos a considerar	VARIABLES	Técnica
Principales territorios de competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de promoción de la oferta turística del territorio (artículos, videos, página web, agencias de viajes) • cantidad y calidad de las estrategias de promoción. 	Información de internet y observación directa.
Productos y servicios que ofrecen	<ul style="list-style-type: none"> • Principales productos • servicios turísticos que ofrecen 	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • puntos fuertes de la competencia, con qué atraen a los turistas. 	
Productos sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> • tipos de productos sustitutos 	

7.2. Metodología para el segundo Objetivo: “Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja”

Para dar cumplimiento al segundo Objetivo se procederá a diseñar una matriz de involucrados, una matriz FODA y un FODA cruzado la cual nos ayudará establecer las estrategias y permitirá evidenciar la situación interna del área de estudio, como también la situación externa que influye de manera directa e indirecta en la misma.

Para realizar la **matriz de involucrados** primeramente debemos identificar a los involucrados y así conocer e identificar las necesidades y capacidades de los interesados del proyecto, Para ello, trabajaremos con herramientas de gestión de proyecto que nos permitan planificar los proyectos en entornos colaborativos. Así tenemos en cuenta a todos los colaboradores a los que podremos enviar una invitación al proyecto. Desde la propia planificación harán sus requerimientos y verán cómo se está ejecutando el proyecto para reducir imprevistos.

Para poder realizar el FODA, se llevará a cabo un trabajo participativo con todos los involucrados en el turismo de la Comunidad Oñacapac, en cual manifestarán sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para posteriormente analizar los posibles proyectos que se pueden emprender en la comunidad.

Finalmente se realizará una matriz FODA Cruzado, esta matriz de amenazas-oportunidades-debilidades-fuerzas (FODA cruzado) es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los involucrados a desarrollar cuatro tipos de estrategias. Estrategias de fuerzas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fuerzas y amenazas, y estrategias de debilidades y amenazas, lo cual será un punto muy importante para que el proyecto de lleve a cabo con éxito.

7.3. Metodología para el tercer Objetivo: “Realizar un modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac”

Modelo CODESPA

Para la elaboración del tercer proyecto se utilizará el modelo de gestión de CODESPA ya que fue diseñado con el objetivo de desarrollar capacidades para incrementar la calidad de los servicios y revalorar la cultura local en beneficio de la mejora de la calidad de vida de la población. Para lograr ese objetivo, se identificaron componentes estratégicos. (Fundación CODESPA, 2011, p.37).

A continuación, se detallará en la siguiente ilustración:

Ilustración 3. Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA.



Fuente: (Fundación CODESPA, 2011). Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA

Elaboración: Equipo de Fundación CODESPA

Investigación: Jessica Viviana Zaquinaula Salin

8. Cronograma

Dentro de las condiciones que se utilizará in situ será mediante un cronograma de actividades diarias o semanales que permitan seguir una guía de estudio de los lugares a visitar dentro de la comunidad de forma detallada proponiendo la siguiente guía de estudio:

Tabla 1. Cronograma General de Trabajo de Investigación

Tema de proyecto		“Modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro provincia de Loja”																
Autoría	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas		Ámbito de aplicación:															
Objetivo general	Establecer alternativas para fortalecer turísticamente la Comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la Provincia de Loja a través de un modelo de gestión.		Duración en semanas															
Objetivo específico 1	Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Realizar un diagnóstico situacional de la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.	Recolección de Información teórica y bibliográfica	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																
	Diseño, elaboración y corrección de encuesta y entrevista	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																
	Aplicación de Encuesta y entrevista a moradores y autoridades	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																

	Tabulación y presentación de resultados	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																	
Objetivo específico 2	Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Establecer estrategias de desarrollo turístico para la comunidad Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja.	Formulación de FODA	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																	
	Estudio de Debilidades y Oportunidades	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																	
	Propuestas de Estrategias para Desarrollo Turístico	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																	
Objetivo específico 3	Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Realizar el modelo de gestión para el fortalecimiento turístico de la comunidad Oñacapac.	Construcción del modelo de gestión turística CODESPA	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																	
	Corrección y presentación de resultados en base al modelo de gestión turística	Jessica Viviana Zaquinaula Salinas																	

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas

9. Presupuesto y financiamiento.

A continuación, se presenta un presupuesto referencial para la planeación del proyecto.

Tabla 2. Presupuesto Estimado de Ante Proyecto

Presupuesto					Financiado
Concepto	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total	
<i>Material de oficina</i>					
Esferos	Materiales	2	\$0,50	\$1.00	
Cuaderno	Materiales	1	\$2,00	\$2,00	
Carpeta	Materiales	1	\$3,00	\$3,00	
Impresiones	Hojas	150	\$0,10	\$15.00	
Copias	Hojas	200	\$0,05	\$10,00	
<i>Equipos técnicos</i>					
Alquiler Cámara fotográfica	Equipo	1	\$20,00	\$20,00	
Celular	Equipo	1	\$270.00	\$270,00	Jessica Zaquinaula.
Computadora	Equipo	1	\$550.00	\$550.00	
Memoria USB	Equipo	1	\$15,00	\$15,00	
GPS	Equipo	2	\$28,00	\$28,00	
<i>Logística</i>					
Transporte	Días	25	\$3,50	\$87.50	
Alimentación	Días	50	\$3.00	\$150	
<i>OTROS</i>					
Gorra	Vestimenta	1	\$5.00	\$5.00	
Mascarillas	Protección	1 caja	\$4.00	\$4.00	
Guantes	Protección	1 caja	\$5.00	\$5.00	
Visor	Protección	1	\$7.00	\$7.00	

SUBTOTAL	\$ 1,156	
IMPREVISTOS	\$ 50,00	
TOTAL	\$ 1,206	

Elaboración: Jessica Viviana Zaquinaula Salinas.

10. Bibliografía

- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. Mexico: Trillas.
- Cartuche, D., & Bastidas, M. (2017). Propuesta de un escenario turístico medicinal en el territorio de la cultura Saraguro, provincia de Loja. *Turismo y desarrollo local*, 1-16.
- Cartuche, D., Cartuche, V., Armijos, L., & Neira, C. (2020). *Aprovechamiento sustentable y medio ambiente: Un aporte al desarrollo local y regional, desde la experiencia Universitaria*. UTMATCH.
- Castillo, M., & Castaño, V. (2014). *La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas*. Obtenido de Estudios y perspectivas de turismo: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario*. Lima: Edición CODESPA.
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario CODESPA*. Lima: Pasaje María Auxiliadora.
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA*. Lima: Fundación CODESPA.
- Contreras, E. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Barranquilla: Universidad del Norte Colombia.
- ECLKC. (3 de Diciembre de 2019). *¿Qué es un plan de acción?*. Obtenido de Pilares de excelencia: <https://eclkc.ohs.acf.hhs.gov/es/planificacion-del-programa/foundations-excellence/que-es-un-plan-de-accion>
- Escobedo, C. (5 de abril de 2019). *Desarrollo y turismo*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/desarrollo-y-turismo/>
- Farfán, M. A., & Sigcho, J. R. (2013). *Análisis de la gestión del turismo de la comunidad de Oñacapac del cantón*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4280/1/TESIS%20doc.pdf>
- García, M. G. (2016). *Técnicas de interpretación para la gestión turística en los recorridos de ciudad: el caso de la ciudad de Camagüey*. Obtenido de Revista Scielo: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100007
- Gardolfi, M., Guerreiro, G., Peral, E., Gil-Casares, M., Uriona, B., Jaramillo, M., & Giraldo, V. (2011). *Modelo de gestión del turismo comunitario CODESPA*. Lima: Pasaje María Auxiliadora.
- González, R. E. (2018). *HISTORIA DE LA COMUNIDAD DE OÑACAPAC*. Obtenido de <https://saraguro.org/onacapac12.htm>

- Izaguirre, M. (2014). *Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros*. Bogotá: ECOE.
- Matute, M., & Poma, J. (2013). *Análisis de la gestión del turismo de la comunidad de Oñacapac del cantón Saraguro de la provincia de Loja*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- MINISTERIO DE TURISMO. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- MINTUR. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- MINTUR. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. Obtenido de Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>
- MINTUR. (2020). *Manual de señalización turística*. Obtenido de Manual de señalización turística: https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/MANUAL-SENALETICO-ok-2020_compressed.pdf
- Montoya, J. (2018). *Modelo de gestión turística para el gobierno autónomo descentralizado de Baños de Agua Santa*. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Muñoz, F. (1 de Octubre de 2012). *Análisis de Involucrados*. Obtenido de Universidad para la Cooperación Internacional: www.ucipfg.com/Repositorio/MAP/MAPD-07/UNIDADES-APRENDIZAJE/UNIDAD_4/Analisis_de_Involucrados.pdf
- Navarro, E. (2015). *Metodología para diseñar un modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una Organización de la Sociedad Civil de ciudad Obregon, Sonora*. Durango: Educar para trascender.
- Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo de América Latina y el Caribe. (2020). *"Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida" de Ecuador*. Obtenido de <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>
- OMT. (2019). *Viaja mañana, turismo y gastronomía*. Obtenido de Gastronomía: <https://www.unwto.org/es/gastronomia>
- OMT. (3 de Septiembre de 2021). *Definiciones de turismo*. Obtenido de UNWTO Tourism Definitions: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Paqui, M. (2021). *Modelo de Gestión de Turismo Comunitario para la comunidad de San Vicente de Caney, parroquia Chicaña, canton Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- Peña, N. (2020). *ExpoCoaching*. Obtenido de La adolescencia de la tercera edad: <https://www.expocoaching.net/articulos/articulos-area-bienestar/la-adolescencia-la-tercera-edad/>

- POMA., M. D. (2012). *DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD OÑACAPAC DEL CANTÓN SARAGURO DE LA PROVINCIA DE LOJA*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1015/1/TESIS%20O%C3%91ACAPAC.pdf>
- Reduca. (2020). *Situacion educacionla del Ecuador*. Obtenido de Una mirada desde los principales indicadores educativos.: http://www.educacion2020.cl/sites/default/files/informe_reduca_ecuador.pdf
- Remuzgo, F. (Julio de 2005). *Diagnostico situacional de la empresa*. Obtenido de Empresa minera MACDESA: http://geco.mineroartesanal.com/tiki-download_wiki_attachment.php?attId=371
- Ricaurte Quijano, C. V. (2009). *Manual para el diagnostico turistico local*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnostico turistico local*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Salgado , O., & Reyes , J. (2017). Analisis FODA sobre el uso de la inteligencia competitiva en pequeñas empresas de la indutria. *Vision del Futuro*, 99.
- Sancho, A. (2011). *Introduccion ala turismo*. Obtenido de Organizacion Mundial del turismo: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Varela, L. (2015). *Propuesta de un modelo de gestion turistica para la parroquia Pacto-Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha*. Quito: Universidad Cnetral del Ecuador.
- Vargas, M., & Vega, L. (2007). *Calidad y sericio*. Bogota: ECOE.