



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION
CARRERA TURISMO Y HOTELERIA
MODALIDAD PRESENCIAL

**Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previa a la obtención del
Título de Licenciada en Turismo y Hotelería.**

TEMA:

“LA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO “

AUTOR: Juan Carlos Agualongo Carrera

TUTORA: Ing. Sonia Paola Armas Arias, Mg.

AMBATO – ECUADOR
2022

**APROBACION DEL TUTOR DEL TRABAJO DE
GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Ing. Sonia Paola Armas Arias, Mg con C.I 18032020827 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO” desarrollado por el egresado Agualongo Carrera Juan Carlos, considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Atentamente,

Ing. Sonia Paola Armas Arias Mg.

1803202827

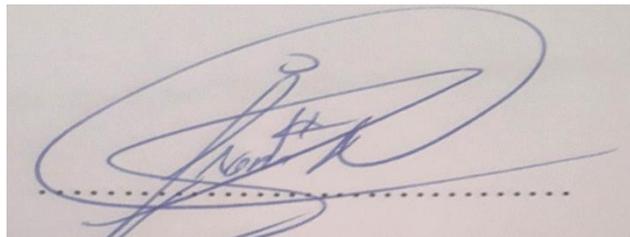
0997526361

sp.armas@uta.edu.ec

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Deja constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored surface. The signature is stylized and appears to be 'Juan Carlos Agualongo Carrera'. Below the signature, there is a horizontal dashed line.

Agualongo Carrera Juan Carlos

C.I.: 180490388-6

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO”, autorizo su reproducción total o parcial de ella, siempre y cuando este dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no sea utilizado con fines de lucro.

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a light-colored surface. The signature is stylized and appears to be 'Juan Carlos Agualongo Carrera'. There is a horizontal dashed line below the signature.

Agualongo Carrera Juan Carlos

C.I.: 180490388-6

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal de receptor del Trabajo de Investigación presidido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magister e integrado por los señores Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos y el Lic. Mg. Daniel Oswaldo Sánchez Guerrero; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: “LA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO”, elaborado y presentado por el Sr. JUAN CARLOS AGUALONGO CARRERA, para optar por el Grado Académico de Licenciado en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Mg. Angélica González

Miembro del Tribunal

Ing. Mg. Diego Fernando Melo Fiallos

Miembro del Tribunal

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo va dedicado a todas aquellas personas, que han influenciado de una u otra forma a lo largo de mi carrera universitaria, en especial a mi padre el cual me ha ayudado desde cuando era muy pequeño, pasando los todos los procesos educativos bríndame su apoyo incondicional, sus enseñanzas y por su puesto su dedicación y esmero

Juan Carlos

Agradecimiento

Agradezco a mi DIOS, por estar siempre guiando mi camino por los senderos de la sabiduría y el amor, por ser el pilar fundamental de mi vida.

A mi padre por ser el apoyo incondicional en el transcurso de mi vida.

A la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera Turismo y Hotelería; y profesores por abrirme sus puertas y ser el manto de la sabiduría y esfuerzo que hoy se refleja en este trabajo.

A mi tutor de tesis por sus conocimientos, consejos y tiempo impartidos en el desarrollo de esta investigación.

Al Gobierno Autónomo Descentralizado San Bartolomé de Pinillo en especial al Prof. Ramiro Miniguano por abrirme las puertas de tan respetable institución, y apoyarme de manera incondicional en el transcurso de esta investigación.

INDICE GENERAL

Portada	1
Cesión De Derechos De Autor	4
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento	7
Resumen Ejecutivo	12
Abstract.....	13
CAPÍTULO I.....	14
Marco Teórico	14
1.1 Antecedentes Investigativos	14
Economía Social Y Solidaria.....	16
Turismo.....	18
Plan Estratégico	19
1.2 Objetivos.....	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos	20
CAPÍTULO II.....	23
Metodología.....	23
2.1 Recursos Materiales.....	23
Tabla De Recursos.....	23
2.2 Métodos	24
2.2.1 Enfoque De La Investigación	24
2.2.2 Modalidad De La Investigación	25
Investigación Bibliográfica O Documental	25
Investigación De Campo	25
2.2.3 Tipos De Investigación.....	25
Investigación Descriptiva	26
Investigación Correlacional	26
2.2.4 Población Y Muestra	26
Definición De La Muestra	26
Verificación De Hipótesis	28
CAPÍTULO III	32
Resultados Y Discusión.....	32

CAPÍTULO IV.....	46
Conclusiones Y Recomendaciones.....	46
4.1 Conclusiones.....	46
4.2 Recomendaciones	47
PROPUESTA	48
5.1 Datos Informativos	48
5.2 Antecedentes De La Propuesta.....	49
5.3 Justificacion	50
5.4 Objetivos.....	50
5.4.1 Objetivo General.....	50
5.4.2 Objetivos Especificos	50
5.5 Analisis De La Factibilidad	51
5.6 Fundamentación Científico – Técnica.....	52
Matriz Dafo.....	59
Cuadro Mapa Estrategico	65
5.7.16 Presupuesto.....	68
5.8 Sistema De Monitoreo Y Evaluacion	69
56.9 Prevision De La Evaluación	69
Materiales De Referencias.....	71
Anexos	73

INDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Economía Social y Solidaria	33
Tabla # 2 Desarrollo Económico	34
Tabla # 3 Iniciativas de Emprendimiento.....	35
Tabla # 4 Atractivos Turísticos	36
Tabla # 5 Desarrollo de la Actividad Turística.....	37
Tabla # 6 Atractivos turísticos.....	38
Tabla # 7 Plan Estratégico	39
Tabla # 8 Ferias de Economía Social y Solidaria.....	40
Tabla # 9 Medios de Comunicación	42
Tabla # 10 Experiencias turísticas	43
Tabla # 11 Sector Productivo y turístico	44

INDICE DE GRAFICOS

Grafico # 1 Demografía De San Bartolomé De Pinllo	14
Grafico # 2 Grupos Étnicos	15
Grafico # 3 Principios De La Economía Social Y Solidaria	17
Grafico # 4 Economía Social Y Solidaria	33
Grafico # 5 Desarrollo Económico	34
Grafico # 6 Iniciativas De Emprendimiento	35
Grafico # 7 Atractivos Turísticos	36
Grafico # 8 Desarrollo De La Actividad Turística	37
Grafico # 9 Atractivos Turísticos	39
Grafico # 10 Plan Estratégico	40
Grafico # 11 Ferias De Economía Social Y Solidaria	41
Grafico # 12 Medios De Comunicación	42
Grafico # 13 Experiencias Turísticas	43
Grafico # 14 Sector Productivo Y Turístico	44

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Carta compromiso	73
Anexo 2. Carta validación	74
Anexo 3. Formato encuesta digital	75

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “LA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO”

AUTOR: Juan Carlos Agualongo Carrera

TUTOR: Ing. Mg. Sonia Paola Armas Arias

RESUMEN:

El turismo es un tema muy importante en el Ecuador y es una de las principales actividades económicas que dinamiza al país. La presente investigación surge con el interés y la necesidad de contribuir con el desarrollo local sostenible según la importancia que tienen el control del impacto ambiental, las relaciones democráticas participativas, y la construcción de la identidad local para la sostenibilidad de actividades económicas comunitarias. Frente al turismo existen muchas experiencias que demuestran la rentabilidad de sus proyectos para el beneficio y satisfacción de necesidades comunitarias locales, pero en esta investigación el objetivo es la construcción de la identidad local a través de la promoción turística de los diferentes barrios, caseríos y comunidades del sector.

Se requiere implementar el desarrollo del turismo para explotar y potenciar estos sectores de la parroquia como alternativas turísticas, fundamentado en la herencia ancestral de valores y principios éticos comunitarios, donde por el hecho de ser comunitario, la administración y la gestión responde al bien común de todos los miembros de la comunidad. Se detalla los atractivos tanto naturales como culturales que hasta la actualidad se han mantenido escondidos en estos sectores, para lograr demostrar a través de este proyecto de investigación que tienen un gran potencial turístico en estado natural con espectaculares paisajes que deben ser aprovechados y potencializados con la ayuda de las autoridades pertinentes y principalmente con el apoyo de los pobladores de la zona. Cabe manifestar que los pobladores desconocen acerca de los beneficios que ofrece el desarrollo del turismo, impidiendo así el crecimiento de su economía social y solidaria.

PALABRAS CLAVES:

Economía social y solidaria, manejo, turismo, plan estratégico de marketing, comunidades

ABSTRACT

THEME: “THE SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY IN PINLLO TOURISM”

AUTHOR: Juan Carlos Agualongo Carrera

TUTOR: Ing. Mg. Sonia Armas

SUMMARY:

Tourism is a very important issue in Ecuador and is one of the main economic activities that energizes the country. This research arises with the interest and the need to contribute to sustainable local development according to the importance of environmental impact control, participatory democratic relations, and the construction of local identity for the sustainability of community economic activities. Regarding tourism, there are many experiences that demonstrate the profitability of their projects for the benefit and satisfaction of local community needs, but in this research the objective is the construction of local identity through the tourist promotion of the different neighborhoods, hamlets and communities. of the sector.

It is required to implement the development of tourism to exploit and promote these sectors of the parish as tourist alternatives, based on the ancestral heritage of community ethical values and principles, where by being community, the administration and management responds to the common good of all members of the community. The natural and cultural attractions that until now have remained hidden in these sectors are detailed, in order to demonstrate through this research project that they have great tourist potential in their natural state with spectacular landscapes that must be exploited and potentiated with the help of the relevant authorities and mainly with the support of the inhabitants of the area. It should be noted that the inhabitants are unaware of the benefits offered by the development of tourism, thus preventing the growth of their social and solidarity economy.

KEYWORDS:

Social and solidarity economy, management, tourism, strategic marketing plan, communities

CAPÍTULO I

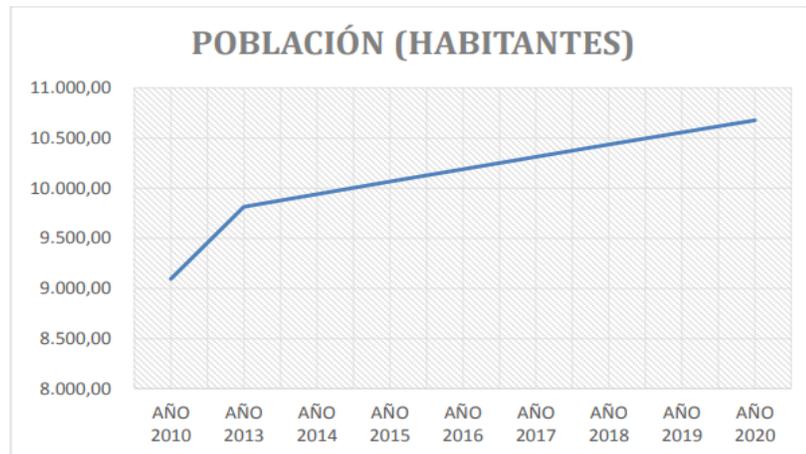
MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

La Parroquia de San Bartolomé registra una población de 9.094 personas (INEC, 2010) la cual está compuesta por 48.79% de hombres y 51.21% de mujeres, lo que se evidencia una presencia mayor del género femenino en el área. Por otra parte, la tasa de crecimiento promedio ponderada para un período de 10 años es decir del 2010 al 2020 es de 1.63%. (SENPLADES, 2012)

Gráfico # 1 Demografía de San Bartolomé de Pinllo

SAN BARTOLOME DE PINLLO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
POBLACIÓN (HABITANTES)	9.094,00	9.565,91	9.690,08	9.815,03	9.940,06	10.064,89	10.189,12	10.312,91	10.435,73	10.557,53	10.677,96
Tasa de crecimiento	N/A	5,19%	1,30%	1,29%	1,27%	1,26%	1,23%	1,21%	1,19%	1,17%	1,14%

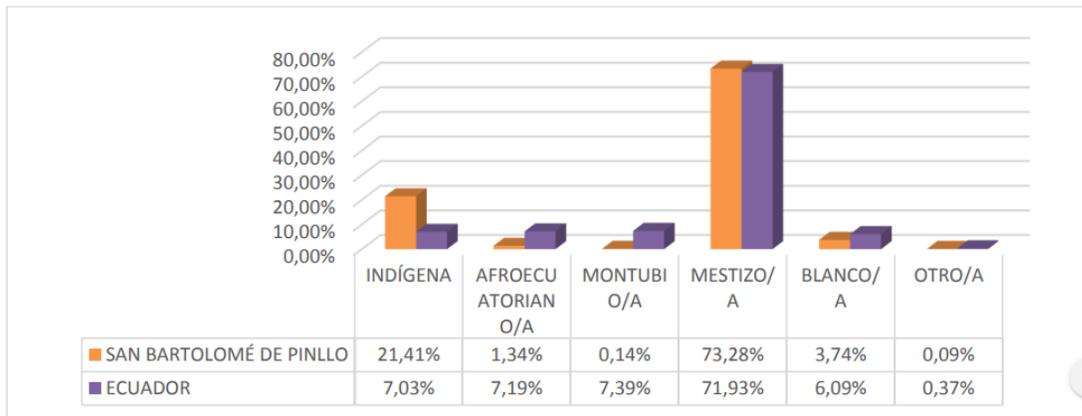


Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: INEC

La parroquia de cuenta con una variedad de etnias y mantiene una correlación armónica con la proporción nacional, es decir, las variaciones porcentuales entre la parroquia y el país son mínimas, en el siguiente cuadro comparativo podemos evidenciar:

Grafico # 2 Grupos Étnicos



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: INEC

Se puede evidenciar que en la población no existe mayor presencia de personas de origen afroamericano, montubio y blanco, mientras que por otra parte podemos ver que la presencia indígena es relevante, lo que nos orienta que las actividades relacionadas con este sector de la población deben ser consideradas para mantenerlas como potencialidades dentro de la parroquia. Los datos de tendencia entre el 2001 y el 2010 no generan mayor cambio dentro de la estructura étnica de la parroquia sin embargo la disminución de gente blanca e incremento de gente indígena, así como mestiza marcan lo relevante dentro de esta tendencia.

San Bartolomé de Pinllo posee atractivos turísticos los mismos que captan el interés de los turistas y visitantes, para lo cual es necesario implementar estrategias que permitan establecer acciones para organizar, planificar y ejecutar el turismo ya que se cuenta con planes de desarrollo de marketing, promoción turística, con el propósito de aprovechar las potencialidades de la zona que permita dinamizar la economía de la zona, generando de esta manera un turismo adecuado que responda a las necesidades del sector y el país.

También es importante mencionar que a la parroquia lo visitan gran cantidad de turistas durante el año, la razón primordial es que Pinllo está ubicada estratégicamente entre la parroquia de Atocha (reconocida por su tradicional colada morada) y Quisapincha (tradicional por la confección del cuero). Al realizar sus desplazamientos hacia los sitios en mención los turistas siempre realizan una

parada para degustar su deliciosa gastronomía, especialmente el “pan y las gallinas de Pinllo” y “las gallinas de Pinllo”. Se determinó de manera clara y sencilla aspectos importantes y necesarios que sirven de sustento al trabajo de investigación, siendo estos los siguientes: Volumen de turistas: Un gran porcentaje de turistas llega a esta localidad por diferentes motivos como: vacaciones, visita a familiares, recreación, feriados de finados, carnaval y semana santa. Tipo de turistas: Las personas que llegan a la parroquia son en su mayoría turistas nacionales, dentro de ello un gran porcentaje son visitantes de las zonas aledañas y un mínimo porcentaje de personas extranjeras.

Dentro de este grupo las características de los mismos es que Pinllo es atrayente para grupos familiares especialmente para las personas que tienen de 30 a 50 años aproximadamente. Origen de los turistas: Los turistas que recibe la localidad son netamente de ciudades como Quito, Latacunga y Ambato.

El turismo lo realizan por varias necesidades: recreación, familiarización, lo más valorado es escapar de la rutina, relax, vacaciones tranquilas dispersarse de la masificación; descubrir la gastronomía local, disfrutar de la naturaleza y otros que necesitan satisfacer curiosidades como: el interés cultural y natural; buscan distracción y recreación sana, libre de contaminación en un ambiente natural, como también deseos de salir de la monotonía de la ciudad.

Economía Social y Solidaria

Conferencia Regional de la OIT sobre Economía Social (2009) “La economía social y solidaria tienen la característica de producir bienes, servicios, que persiguen objetivos sociales y económicos, y promueven la solidaridad”; para la Ley de Economía Popular y Solidaria (2011):

La Economía Social y Solidaria es el conjunto de formas prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas tienen simultáneamente la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

Sin embargo, la Constitución del Ecuador (2008) categóricamente establece que el sistema económico social y solidario reconoce al ser humano como sujeto y fin; propone a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones del buen vivir.

La economía solidaria designa todas las actividades económicas que contribuyen a la democratización de la economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. No es un sector de la economía sino un enfoque transversal que incluye iniciativas en todos los sectores de la actividad económica. Su fundamento está en la introducción de niveles crecientes de cooperación y solidaridad alrededor de las actividades, organizaciones e instituciones económicas, de manera de generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que trasciendan la esfera del beneficio económico y favorezcan a la sociedad en su conjunto. (Orellana, 2007: 7)

Gráfico # 3 Principios de la Economía Social Y Solidaria



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Autor

Turismo

El turismo es una actividad económica conformada por una serie de bienes y servicios que deben estar interrelacionados, y que solo es posible producirlas en determinadas localizaciones geográficas que cuentan con aptitud turística a los cuales se traslada el turista o consumidor.

“El turismo se considera como todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro, el conjunto de bienes, servicios y organizaciones que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar.” (GADPCH, 2009)

- Según la Organización Mundial de Turismo OMT (1999), el turismo comprende la suma total de actividades de las personas que viajan y permanecen en destinos fuera de sus lugares habituales de residencia por periodos de tiempo no superiores a un año, por ocio u otros propósitos.

“El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. La carta de Lanzarote (Canarias en 1995), producida por los asistentes a la conferencia mundial de turismo sostenible, expresa que siendo el turismo sostenible un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. (Manera C., 2008)

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Se define al turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo. Arthur Bormann. (Berlín, 1930)

El turismo es el movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades. El estudio del turismo será, así, el estudio de la gente fuera de su hábitat usual, de

los establecimientos que responden a las necesidades de los viajeros, y de los impactos que ellos tienen sobre el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones. Mathieson y Wall, 1986.

Plan

“Es el termino de carácter más global, referencia a decisiones generales que expresan los lineamientos políticos fundamentales, las prioridades que se derivan de esas formulaciones, la asignación de recursos acorde a esas prioridades, las estrategias de acción y el conjunto de medios e instrumentos que se van a utilizar para alcanzar las metas y objetivos” (ANDER – EGG. Y AGUILA, M. 2006: 32).

Plan Estratégico

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia las metas realistas de desempeño. (AYALA, 2011)

La planeación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeos. (KOTLER, P. BLOOM, P,1990)

La planeación estratégica es engañosamente sencilla: analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere dar un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa. (KOONTZ Y WEIHRICH, 1994)

La planeación estratégica tiene como función: orientar la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella (y para la sociedad), es decir, adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad... (Para lo cual deberá) precisar la misión de la empresa, definir sus objetivos, elaborar sus estrategias de desarrollo y velar por mantener una estructura racional en su cartera de productos/mercados. (LOZANO, Arvey, 2007).

1.2 Objetivos

Objetivo general

Analizar el manejo de la economía social y solidaria para el beneficio del turismo en la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

Este objetivo se cumplirá a través del grado de relación que existe entre la economía social y solidaria, variable independiente y el turismo variable dependiente en un contexto particular, precisando que las variables sean relacionantes, para ello se aplicó la estadística inferencial y una herramienta indispensable que es el Chi Cuadrado, ya que es considerada como una prueba no paramétrica que mide la diferencia entre una distribución observada y otra teórica.

Objetivos específicos

- **Diagnosticar la situación actual de la Parroquia Pinllo, a través de la economía social y solidaria.**

Para cumplir con el primer objetivo específico de la investigación se realizará una búsqueda de información en fuentes confiables como artículos científicos, libros, sitios web, entre otros.

- **Determinar el potencial turístico que posee cada sector de la Parroquia Pinllo para difundirlo.**

Los atractivos que se ubican en la parroquia son muy importantes para el desarrollo turístico, debido a que cada uno de estos posee una historia detrás, la cual es necesaria dar a conocer para poder apreciar de mejor manera la parroquia.

La parroquia San Bartolomé de Pinllo tiene originalidad en comparación a otras, debido a que aquí se encuentran un sin número de lugares como Angamarquillo, Iacón, Andiglata, en los cuales se puede realizar diferentes actividades como recreación, alimentación, distracción entre otros, tomando en cuenta que la ubicación es estratégica para poder observar al majestuoso Volcán Tungurahua.

Para cumplir con el segundo objetivo específico, se aplicará una encuesta correspondiente a la investigación.

- **Proponer un Plan estratégico de marketing que permita difundir el desarrollo turístico de la Parroquia Pinllo a través del turismo.**

El Plan Estratégico de Marketing es de mucho interés para el desarrollo de la parroquia San Bartolomé de Pinllo en la ciudad de Ambato, para de esta manera dar un realce y un valor inigualable a estos lugares para generar el interés de conocer a las personas y así ayudar al desarrollo tanto económico como turístico de la provincia y en si del Ecuador.

Al llevarse a cabo la creación del Plan Estratégico de Marketing será factible el desarrollo del turismo en la zona gracias a los beneficios que brindará el estudio del problema detectado y también ayuda al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que habitan en la parroquia San Bartolomé de Pinllo y así no tengan que migrar o dejar los negocios que poseen y que abarcan años de tradición.

Los beneficiarios directos vendrían a ser los habitantes, ya que ellos poseen negocios y estos en ciertas temporadas alcanzan las expectativas, pero en otras ocasiones no generan ganancias y los atractivos que están ubicados en la parroquia porque se van a dar a conocer y tomaran mayor importancia al momento de escoger un lugar a visitar por parte de los turistas.

El mayor impacto que se puede generar es la pérdida de los atractivos turísticos de la zona y la historia que envuelve a cada uno de estos y un gran legado que nuestros antepasados dejaron como es las costumbres y tradiciones que se realizan en la parroquia.



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: GAD Pinllo

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Pinllo , siendo una de las parroquias urbanas pertenecientes al Cantón Ambato , es una de las parroquias con riqueza gastronómica y producción frutal, manteniendo una visión para satisfacer sus necesidades y generar ingresos, basados en relaciones solidarias, cooperación y reciprocidad, y al fin de privilegiar su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital; por consiguiente se detallan a continuación las partes que constituyen el presente proyecto investigativo:

2.1 RECURSOS MATERIALES

TABLA DE RECURSOS

RECURSOS	<ul style="list-style-type: none">• Encuestados (población Pinllo)
HUMANOS	<ul style="list-style-type: none">• Investigador: (Juan Carlos Agualongo Carrera)• Tutor: (Ing. Sonia Armas)
RECURSOS	<ul style="list-style-type: none">• Dirección de titulación
INSTITUCIONALES	<ul style="list-style-type: none">• Biblioteca (libros, internet)

RECURSOS	RUBRO	VALOR
MATERIALES		
	Internet	\$ 100,00
	Laptop	\$ 350,00
	Papel Bond	\$ 100,00
	Impresiones	\$ 200,00
	Entrevistas de campo	\$ 100,00
	Útiles de oficina	\$ 100,00
RECURSOS	Transporte	\$ 40,00
ECONOMICOS	Alimentación	\$ 50,00
	TOTAL:	\$ 1.040

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

2.2 Métodos

2.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

En el capítulo anterior se hace referencia que en la presente investigación se aplicara el paradigma crítico - propositivo, por consiguiente, se utilizó el enfoque cuantitativo - cualitativo, por las características que se señala a continuación:

Precisamente (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 5), precisa que el enfoque de investigación cuantitativo *“utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población”* por lo tanto el enfoque cualitativo afirma que *“tiene como*

objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.”

Este paradigma permite obtener un conocimiento amplio sobre el problema objeto de estudio a través de un análisis de hechos, en el lugar donde se producen los acontecimientos (Parroquia Pinllo y sus alrededores), recopilando información que da a conocer las causas que originaron el problema, permitiendo estudiarlo en una forma concreta asumiendo una posición dinámica que existe entre las dos variables, la variable independiente cualitativa y la dependiente cuantitativa.

2.2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la siguiente investigación se utilizó las siguientes modalidades:

Investigación Bibliográfica o Documental

El desarrollo y recolección de la información de esta investigación se apoya en la lectura, análisis, y estudio de documentos científicos publicados como: tesis de grado, libros, publicaciones en internet, y de otros medios para poder conceptualizar las variables sobre el análisis del manejo de la economía social y solidaria para el beneficio del turismo comunitario en la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

Investigación de Campo

En este estudio se logró tener contacto directo con el presidente de la Junta Parroquial, mismo que mediante una entrevista se obtuvo de información relevante para el desarrollo de la presente investigación, así como también a la gente del sector a través de un cuestionario de encuesta que surtieron de opiniones que permitió conocer sus opiniones y con ello analizar el manejo de la economía social y solidaria para el beneficio del turismo comunitario en la Parroquia Pinllo.

2.2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la ejecución del presente trabajo se utilizó los siguientes tipos de investigación:

Investigación descriptiva

(Suarez, 2008, pág. 53) *“se encarga de describir y medir con la mayor precisión posible los atributos del fenómeno que están perjudicando el avance de la organización, para lo cual también utiliza técnicas de investigación, tales como: la encuesta, que permitirán la recolección de información.”*

Tiene por objeto conocer, describir y detallar las características más sobresalientes de la carencia de un Plan de desarrollo turístico para potenciar los diversos sectores de la Parroquia Pinllo, por medio de la aplicación de la entrevista dirigida al presidente de la Junta Parroquial y encuestas a la gente del sector.

La observación de campo, con el fin de precisar y seleccionar los aspectos más relevantes que giran alrededor de potenciar los barrios caseríos y comunidades de la Parroquia Pinllo a través de un plan de desarrollo turístico, los cuales fueron sometidos a un proceso de codificación, tabulación y análisis mediante la estadística descriptiva.

Investigación correlacional

Este trabajo de investigación *“permite relacionar las variables del problema en un contexto particular, pero no explica que una sea la causa de la otra. Es decir, examinar asociaciones pero no relaciones causales”* (Hernandez, Fernández, & Baptista, 2006, pág. 121).

Esta investigación determina el grado de relación que existe entre la economía social y solidaria, variable independiente y el turismo comunitario, variable dependiente en un contexto particular, precisando que las variables sean relacionantes, para ello se aplicó la estadística inferencial y una herramienta indispensable que es el Chi Cuadrado, ya que es considerada como una prueba no paramétrica que mide la diferencia entre una distribución observada y otra teórica.

2.2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la investigación se utilizó el número de la población de la parroquia de Pinllo, con el propósito de evaluar el grado de aceptación que posee la misma. Para determinar el tamaño de la muestra se tuvo como población 9.094 habitantes.

Definición de la Muestra

El estudio a realizarse se desarrollará en San Bartolomé de Pinllo, parroquia rural perteneciente al cantón Ambato, provincia de Tungurahua; la misma ubicada en la Región Andina o Sierra. Registra

una población de 9.094 personas (INEC, 2010) la cual está compuesta por 48,79% de hombres y 51,21% de mujeres y su tasa de crecimiento ponderada para 10 años es de 1,63% (SENPLADES, 2012) , para ello se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + N \cdot e^2}$$

Z²= nivel de confianza

e= Error muestral 0.05

P= probabilidad de ocurrencia (1-0,05 = 0,5)

Q= probabilidad de no ocurrencia (0,5)

N= Población

n= muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)(9094)}{1,96^2 (0,5)(0,5)+(9094)(0,05^2)}$$

$$n = \frac{8733,88}{23,70}$$

$$n = 368,52$$

$$n = 369$$

Se considera oportuno realizar una encuesta destinada a 369 habitantes de la parroquia Pinllo, quienes proporcionarían la información necesaria acerca del análisis del manejo de la economía social y solidaria en beneficio de la Parroquia Pinllo, Cantón Ambato de la Provincia de Ambato.

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

El método del chi cuadrado permite concordar los resultados obtenidos de la población encuestada de la Parroquia San Bartolomé de Pinllo, con los resultados teóricos esperados, para ello se mide el nivel de correlación que existe entre las variables de investigación.

FORMULA

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

En donde:

X^2 = Valor a calcularse de chi – cuadrado.

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada, datos de la investigación.

E = Frecuencia teórica o esperada.

Planteamiento de la hipótesis:

H0 (Hipótesis Nula): El análisis del manejo de la economía social y solidaria no permitirá a la Parroquia Pinllo, de la ciudad de Ambato el beneficio del turismo.

H1 (Hipótesis alterna): El análisis del manejo de la economía social y solidaria permitirá a la Parroquia Pinllo, de la ciudad de Ambato el beneficio del turismo.

NIVEL DE SIGNIFICACIÓN: Se utiliza un nivel de significación del 5%

TABLA # 16 FRECUENCIA OBSERVADA

ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA	TURISMO			
		SI	NO	TOTAL
	SI	345	24	369
	NO	346	23	369
TOTAL	691	47	738	

TABLA # 17 FRECUENCIA ESPERADA

ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA	TURISMO			
		SI	NO	TOTAL
	SI	345,50	23,50	369
	NO	345,50	23,50	369
TOTAL	691	47	738	

TABLA # 18 CHI CUADRADO

	O	E	O - E	(O - E) ²	(O - E) ² E
SI	345	345,50	-0,50	0,25	0,0007
	346	345,50	0,50	0,25	0,0007
NO	24	23,50	0,50	0,25	0,0106
	23	23,50	-0,50	0,25	0,0106
				X² =	0,2272

TABLA # 19 GRADOS DE LIBERTAD

GRADOS DE LIBERTAD	(FILAS-1) (COLUMNA - 1)
GL=	(C - 1) (H - 1)
GL=	(2 - 1) (2 - 1)
GL=	(1) (1)
GL=	1

TABLA # 20 VERIFICACIÓN DEL CHI CUADRADO

Chi-Square Calculator

or

346	23
345	24

Chi-Square: **0.0227238**

Degrees of Freedom: **1**

p: **0.8802**

Actual Values:
346 23
345 24

Expected Values:
345.5 23.5
345.5 23.5

Chi-Squared Values:
0.000723589 0.0106383
0.000723589 0.0106383

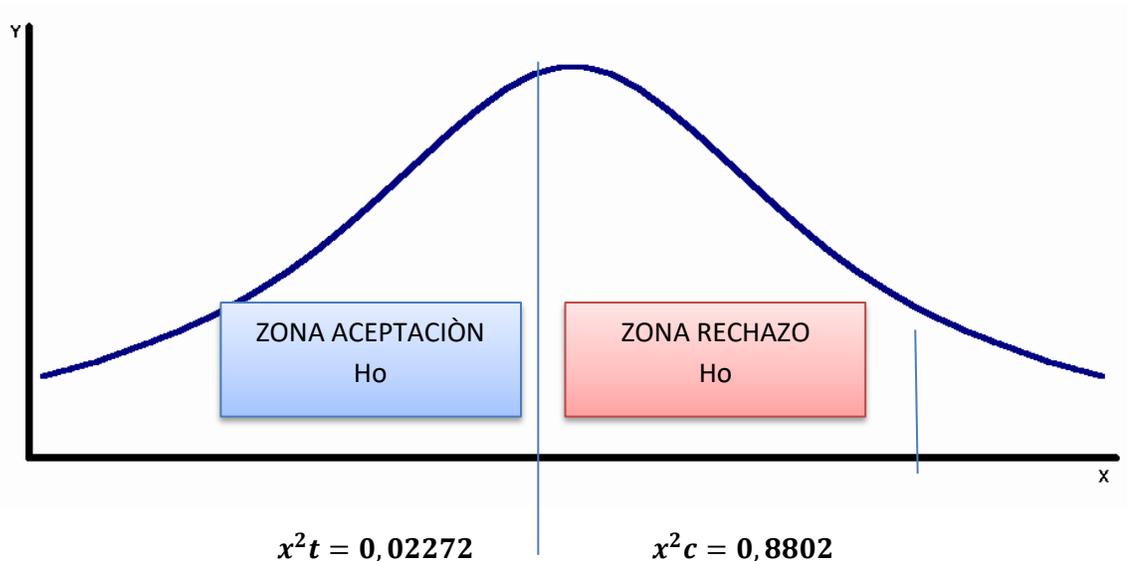
Chi-Square = 0.0227238

Degrees of Freedom = 1

p = 0.880178

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera

GRAFICO # 19 GRAFICO CHI CUADRADO



DESICIÓN

El valor de x^2 tabulado = 0,02272 es $<$ x^2 calculado = 0,8802, por lo tanto, de conformidad a lo establecido en la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna planteada para esta investigación; es decir, la implementación de un eficiente análisis del manejo de la economía social y solidaria en beneficio del turismo en la Parroquia San Bartolomé de Pinllo y sus alrededores.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para recolectar la información primaria se aplicó cuestionarios de encuestas a los habitantes de la parroquia Pinllo y sus alrededores. Para la recolección de información secundaria se utilizó libros, revistas, tesis de grado y páginas web relacionadas con el tema investigación, donde las fuentes de información son la biblioteca e internet.

Para la recolección de información se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos respectivamente:

TIPOS DE INFORMACION	TECNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN
1. Información Primaria	1.1 Observación 1.2 Encuesta	1.1.1 Ficha de Observación 1.1.2 Cuestionario
2. Información Secundaria	2.1 Lectura científica	2.2.1 Libros de Economíasocial y solidaria 2.2.2 Libros de turismo 2.2.3 Libros de turismo comunitario 2.2.4 Páginas web

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera

Fuente: Autor

Para el procesamiento y tabulación de la información obtenida en las encuestas, se utiliza EXCEL, los resultados que a continuación se detallan están expresados gráficamente y en cantidad de respuestas proporcionadas por los encuestados, más, para su interpretación se hace referencia a porcentajes. El análisis de resultados esta dado en base a la hipótesis planteada y a los objetivos propuestos al inicio de la investigación.

Pregunta 1.- ¿Sabe usted que es economía social y solidaria?

Tabla # 1 Economía social y solidaria

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	345	93%
NO	24	7%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 4 ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si conocen que es economía social y solidaria con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 345 encuestados que equivalen al 93% que representan la mayoría opinan que si conocen lo que es economía social y solidaria; mientras que los 24 encuestados que equivalen al 7% de personas desconocen acerca del tema.

Pregunta 2.- ¿Considera usted que las autoridades locales apoyan al desarrollo económico de la Parroquia Pinllo?

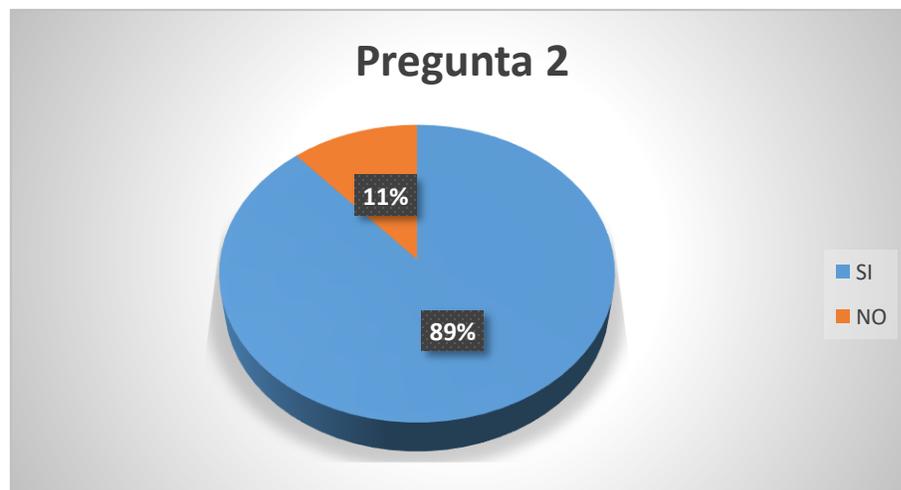
TABLA # 2 DESARROLLO ECONOMICO

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	326	88%
NO	43	11%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 5 DESARROLLO ECONOMICO



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si consideran que las autoridades locales apoyan al desarrollo económico de la Parroquia Pinllo con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 326 encuestados que equivalen al 88% que representan la mayoría consideran que las autoridades locales si apoyan al desarrollo económico de la Parroquia Pinllo; mientras que los 43 encuestados que equivalen al 12% de personas piensan que no existe ningún apoyo en realidad.

Pregunta 3.- ¿Considera usted que la economía social y solidaria crea iniciativas de emprendimiento?

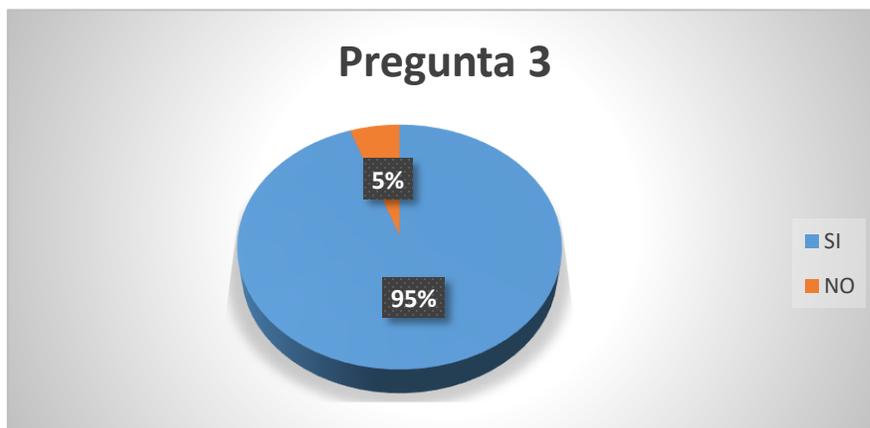
TABLA # 3 INICIATIVAS DE EMPRENDIMIENTO

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	349	95%
NO	20	5%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 6 INICIATIVAS DE EMPRENDIMIENTO



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si consideran que la economía social y solidaria crea iniciativas de emprendimiento con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 349 encuestados que equivalen al 95% que representan la mayoría consideran que la economía social y solidaria, si crea iniciativas de emprendimiento, mientras que los 20 encuestados que equivalen al 5% de personas menciona que la economía social y solidaria no crea iniciativas de emprendimiento.

Pregunta 4.- ¿Considera usted que el fortalecimiento de los atractivos turísticos es parte de la economía social y solidaria?

TABLA # 4 ATRACTIVOS TURISTICOS

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	346	94%
NO	23	6%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 7 ATRACTIVOS TURISTICOS



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si consideran que el fortalecimiento de los atractivos turísticos es parte de la economía social y solidaria, con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 346 encuestados que equivalen al 94% que representan la mayoría consideran que el fortalecimiento de los atractivos turísticos SI es parte de la economía social y solidaria, mientras que los 23 encuestados que equivalen al 6% de personas mencionan que NO son parte de ella.

Pregunta 5.- ¿Está de acuerdo que la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato, posee los elementos adecuados como atractivos culturales y naturales para el desarrollo de la actividad turística?

TABLA # 5 DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	348	94%
NO	21	6%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 8 DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si consideran que la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato, posee los elementos adecuados como atractivos culturales y naturales para el desarrollo de la actividad turística, con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 348 encuestados que equivalen al 94% que representan la mayoría, consideran que la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato, si posee los elementos adecuados como atractivos culturales y naturales para el desarrollo de la actividad turística, mientras que los 21 encuestados que equivalen al 6% de personas no se encuentran de acuerdo.

Pregunta 6.- ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la Parroquia Pinllo que usted conoce?

TABLA # 6 ATRACTIVOS TURISTICOS

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Monumento a la primera Imprenta	66	18%
Los motes de la Ñata.	12	3%
Mirador Angamarquillo	18	5%
Las gallinas de Pinllo	51	14%
La colina de Santa Elena	17	5%
Iglesia Parroquial	152	41%
Parque Central	14	4%
El pan de Pinllo	17	5%
Huertos frutales Andiglata	7	2%
Imagen Señor del Consuelo	2	1%
Cerro Pilishurco	13	4%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 9 ATRACTIVOS TURISTICOS



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si conocen cuáles son los atractivos turísticos de la Parroquia Pinlo que ustedes conocen con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 152 encuestados que equivalen al 41% que representan la mayoría, consideran que la iglesia parroquial es el atractivo turístico más conocido, mientras que 2 encuestados que equivalen al 2% de personas consideran que la imagen del señor del Consuelo es la menos conocida del sector.

Pregunta 7.- ¿Está usted de acuerdo que con un adecuado plan estratégico de marketing se podría reactivar la economía social y solidaria?

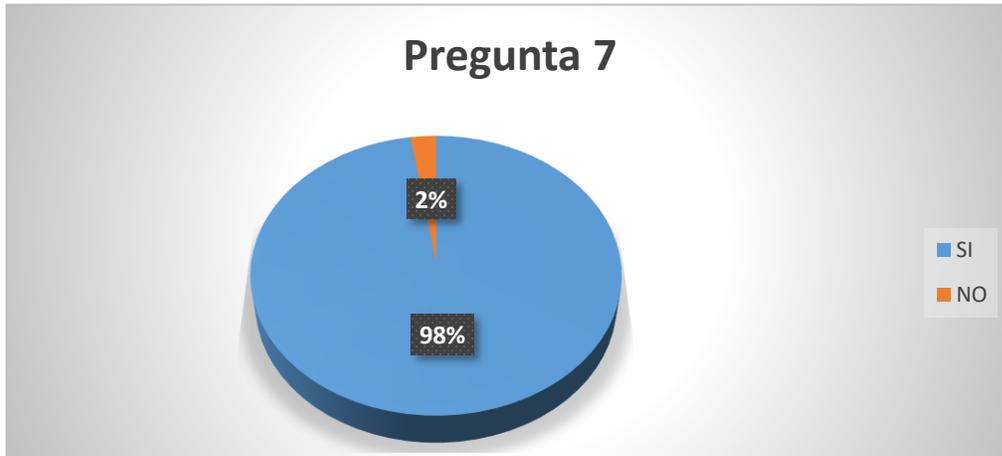
TABLA # 7 PLAN ESTRATEGICO

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	360	98%
NO	9	2%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 10 PLAN ESTRATEGICO



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si consideran que si están de acuerdo que con un adecuado plan estratégico de marketing se podría reactivar la economía social y solidaria, con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 360 encuestados que equivalen al 98% que representan la mayoría, consideran que si están de acuerdo que con un adecuado plan estratégico de marketing se podría reactivar la economía social y solidaria, mientras que los 9 encuestados que equivalen al 2% de personas mencionan estar en desacuerdo.

Pregunta 8.- ¿Estaría usted de acuerdo que se implemente ferias de economía social y solidaria para reactivar el accionar de los caseríos, barrios y comunidades de Pinllo?

TABLA # 8 FERIAS DE ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	353	96%
NO	16	4%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 11 FERIAS DE ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta si consideran que si estarían de acuerdo que se implemente ferias de economía social y solidaria para reactivar el accionar de los caseríos, barrios y comunidades de Pinllo, con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 353 encuestados que equivalen al 96% que representan la mayoría, consideran que si estarían de acuerdo que se implemente ferias de economía social y solidaria para reactivar el accionar de los caseríos, barrios y comunidades de Pinllo, mientras que los 13 encuestados que equivalen al 4% de personas mencionan estar en desacuerdo.

Pregunta 9.- ¿A través de qué medios de comunicación, le gustaría recibir información de las ferias de economía social y solidaria?

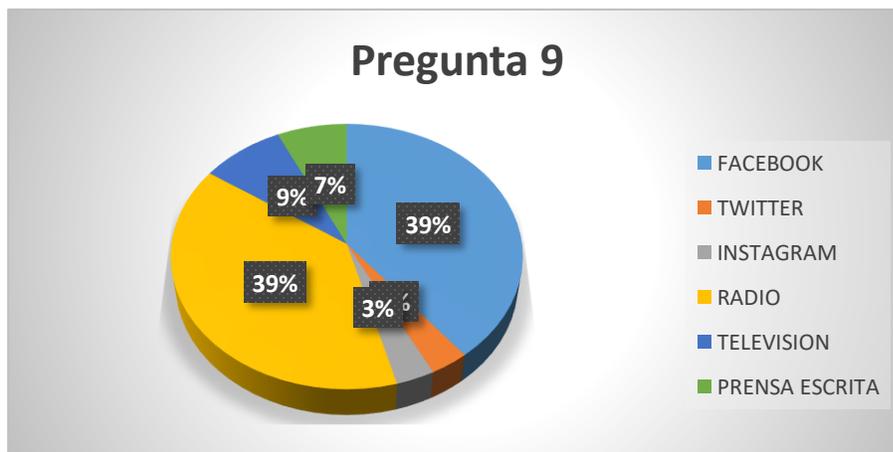
TABLA # 9 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
FACEBOOK	145	39%
TWITTER	12	3%
INSTAGRAM	12	3%
RADIO	143	39%
TELEVISION	31	8%
PRENSA ESCRITA	26	7%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 12 MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta a través de qué medios de comunicación, le gustaría recibir información de las ferias de economía social y solidaria, con un porcentaje equivalente al 100%

correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 145 encuestados que equivalen al 39% que representan la mayoría, consideran que les gustaría recibir

información de las ferias de economía social y solidaria mediante FACEBOOK, mientras que los 12 encuestados que equivalen al 3% de personas piensan que la mejor opción es TWITTER E INSTAGRAM.

Pregunta 10.- ¿Le gustaría a usted formar parte de las experiencias turísticas y gastronómicas que se llevara a cabo con el fortalecimiento de la economía social y solidaria?

TABLA # 10 EXPERIENCIAS TURISTICAS

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	351	95%
NO	18	5%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 13 EXPERIENCIAS TURISTICAS



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta que si le gustaría a ustedes formar parte de las experiencias turísticas y gastronómicas que se llevara a cabo con el fortalecimiento de la economía social y

solidaria, con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 351 encuestados que equivalen al 95% que representan la mayoría, consideran que si les gustaría formar parte de las experiencias turísticas y gastronómicas que se llevara a cabo con el fortalecimiento de la economía social y solidaria,, mientras que los 18 encuestados que equivalen al 5% de personas mencionan que no desean formar parte.

Pregunta 11.- ¿Cuál es el sector productivo y turístico que se debería potenciar con mayor énfasis?

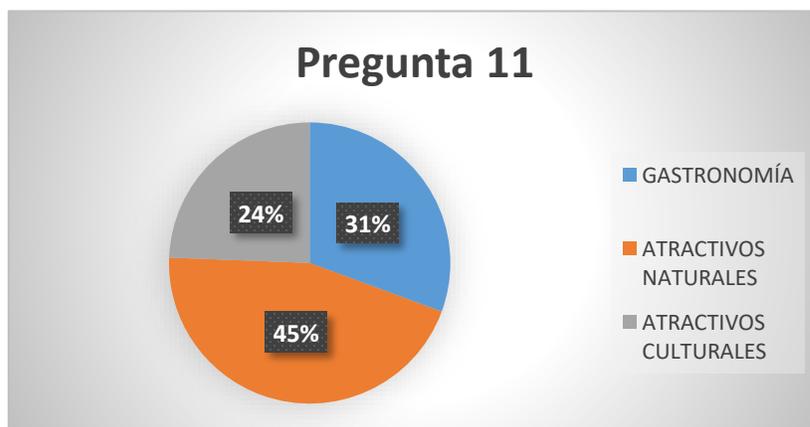
TABLA # 11 SECTOR PRODUCTIVO Y TURISTICO

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
GASTRONOMÍA	113	31%
ATRATIVOS NATURALES	166	45%
ATRATIVOS CULTURALES	90	24%
TOTAL	369	100%

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

GRAFICO # 14 SECTOR PRODUCTIVO Y TURISTICO



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación:

En la consulta cuál es el sector productivo y turístico que se debería potenciar con mayor énfasis con un porcentaje equivalente al 100% correspondiente a 369 personas encuestadas, podemos decir que los 166 encuestados que equivalen al 45% que representan la mayoría, consideran que el sector más productivo y turístico que se debería potenciar con mayor énfasis son LOS ATRACTIVOS NATURALES; mientras que los 90 encuestados que equivalen al 24% de personas piensan que sería óptimo potenciar LOS ATRACTIVOS CULTURALES.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Después de realizar la respectiva investigación se concluye que el turismo es un factor preponderante para la economía social y solidaria de la parroquia Pinllo, al ser una herramienta de lucha contra la pobreza a través de la generación de empleo en la presente zona rural.
- De acuerdo al análisis realizado en la investigación se confirma que la comunidad Parroquia Pinllo reúne todas las condiciones necesarias como atractivos culturales y naturales por lo que se considera potencial turístico y así poder dinamizar sus atractivos turísticos. Contribuyendo la conservación y preservación del recurso natural-cultural existente en el sector hacia las generaciones futuras.
- Actualmente la parroquia cuenta con escasos atractivos turísticos, pero posee recursos potenciales que deben ser puestos en valor e investigados, especialmente los considerados como patrimonio como es el caso de la gastronomía de la localidad. Además, la planta turística de la parroquia se centra en servicios de alimentación y existe poco desarrollo de otros sectores como el hospedaje, transporte turístico, agencias de viaje entre otros; incluso la planta de servicios turísticos es insuficiente puesto que existen únicamente 21 establecimientos con una capacidad para 6.810 visitantes. Considerando que a Pinllo ingresan 25.000 turistas en el mes de noviembre por la celebración de los santos difuntos, la capacidad del servicio es notoriamente sobrepasada. g También hay que considerar que los turistas en Pinllo, calificaron como buenos los servicios turísticos (33%) pero existe un 27% considerable que cree que los servicios son deficientes.

4.2 Recomendaciones

- Analizar los índices productivos con respecto a la demanda Turística para generar productos de mejor calidad y establecer un logro de superación dentro de la misma parroquia Angamarquillo y Lacon.
- Identificar el ingreso económico más importante de la parroquia Pinlo para poder producir y mejorar su ámbito turístico.
- El plan estratégico de marketing para el desarrollo turístico de la parroquia de San Bartolomé de Pinlo busca dar un marco orientativo a las acciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Pinlo y los actores involucrados en el tema turismo. De este modo, las mismas no corresponden a un marco rígido, pero dan la orientación basado en un análisis técnico de la realidad actual de la localidad y buscan su incremento en la competitividad turística. En este sentido, el estudio ha sido diseñado con un horizonte de 5 años, siendo un plan de acción a corto plazo que garantice el mejoramiento en la competitividad del destino. El mismo enmarca programas y proyectos enfocados en fortalecer la gestión de las siguientes áreas: marketing y promoción turística, medidas transversales de gestión socio-cultural y ambiental, formación y capacitación de recursos humanos y el desarrollo de destinos y facilitación turística.

PROPUESTA

5.1 DATOS INFORMATIVOS

5.1.1 Título

Elaboración de un plan estratégico de marketing para potencializar los diferentes sectores que posee la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

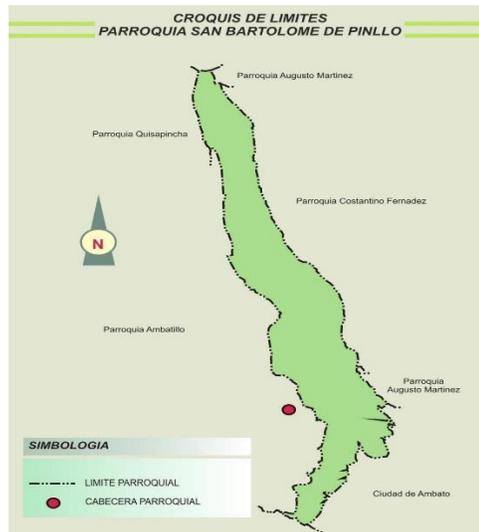
5.1.2 Empresa

Barrios, caseríos y comunidades de la Parroquia San Bartolomé de Pinllo.

5.1.3 Beneficiarios

- La Parroquia San Bartolomé de Pinllo
- El sector turístico de la Provincia de Tungurahua
- El Ecuador como destino turístico a través de la estrategia “pueblos mágicos”

5.1.4 Ubicación



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2020)

Fuente: INEC

5.1.5 Tiempo estimado para la ejecución

Indefinido

5.1.6 Equipo responsable

- Ing., Tutor
- Juan Carlos Agualongo Carrera, Investigador

5.1.7 Costo

El costo estimado de la propuesta será de 74,800

5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El estudio realizado en la parroquia de San Bartolomé de Pinllo pretende brindar una orientación para el sector turístico, direccionando las acciones hacia una eficaz planificación, ejecución y evaluación del turismo en la localidad. En la última década, el turismo en Pinllo ha crecido considerablemente, sin embargo, las actividades relacionadas con el sector lo han hecho de manera desorganizada y sin ningún control previo ni post de los emprendimientos turísticos; esto ha provocado que la parroquia tenga un crecimiento de turismo informal.

Consecuentemente, el Plan estratégico de marketing para el desarrollo turístico determina las pautas y prioridades para que Pinllo se convierta en un destino atrayente para los visitantes que usualmente viajan a la provincia de Tungurahua y también pretende captar un mayor mercado turístico potencial a nivel nacional. Las directrices a seguir deben comenzar con un proceso de planificación de los componentes comprometidos con el sistema turístico; por ello el Plan mencionado se lo desarrollará en cinco años, tiempo necesario para encaminar las acciones presentes en la localidad. Los años subsiguientes es necesario replantear las estrategias del plan y encaminar el turismo a un desarrollo sostenido.

5.3 JUSTIFICACION

En consecuencia, la investigación brindará las pautas para planificar estrategias consolidadas en relación al turismo; con el fin de aprovechar las potencialidades turísticas de la zona implementando buenas prácticas de turismo sostenible y creando alianzas con otras parroquias, el cantón Ambato y la provincia de Tungurahua, evitando la competencia en productos turísticos e incentivando la competitividad de la zona en sí. Finalmente, el objetivo fundamental del estudio es minimizar el excursionismo y captar turistas reales que consuman el producto turístico ofertado permitiendo dinamizar la economía de la zona; generando así un sistema turístico adecuado que responda a los parámetros establecidos por el ministerio coordinador de la actividad en el país y de ésta manera fortalecer el destino turístico.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan estratégico de marketing para potencializar los barrios, caseríos y comunidades de la Parroquia Pinllo para su desarrollo turístico comunitario.

5.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar el FODA actual de la Parroquia San Bartolomé de Pinllo para determinar las mejores estrategias publicitarias las cuales aporten a la difusión estratégica de cada sector.
- Seleccionar las estrategias publicitarias utilizando los medios de comunicación adecuados para dar a conocer el turismo de la Parroquia Pinllo
- Proponer el Plan de Acción para difundir el turismo comunitario del sector.

5.5 ANALISIS DE LA FACTIBILIDAD

Analizar la factibilidad de una propuesta implica describir los factores Político, Socio Cultural, Equidad de Género, Organizacional, Tecnológico, Económico/Financiero y Legal, que determinan la posibilidad real de llevar a cabo la presente propuesta.

5.5.1 Factibilidad legal

La propuesta cumple con todos los permisos y reglamentos que rige el país y ordenanzas establecidos por la ley orgánica de defensa del consumidor, la cual busca no solo beneficiar a la empresa o institución sino que permite proteger los derechos del consumidor al momento de realizar la publicidad, y con la Ley Orgánica del Sector Público (LOAP), cumpliendo a cabalidad con todas las obligaciones tributarias en el SRI, cuenta con toda la documentación respectiva para su funcionamiento el permiso del Ministerio de Turismo, y las obligaciones pertinentes al caso.

5.5.2 Factibilidad Operativa

La propuesta es factible dentro del aspecto operativo por cuanto se cuenta con el apoyo y aceptación del GAD Parroquial de la Parroquia Pinllo, para poder iniciar este proceso de cambio y la capacidad de análisis para planificar, además de que la presente propuesta dará a conocer los pasos básicos a seguir en cuanto a la aplicación de un Plan de Publicidad.

5.5.3 Factibilidad Social

La presente propuesta es factible dentro del ámbito social por cuanto su aplicación ayudará al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad en general, de los empleados que forman parte de la institución pública del cantón Ambato.

Además, contribuirá en el aspecto social por cuanto al poner en marcha esta propuesta se mejorará el turismo comunitario, y los pobladores mejorarán su nivel de vida por cuanto se verán satisfechas sus necesidades lo que producirá una cadena de beneficios en el desenvolvimiento de las actividades de la sociedad en general.

5.5.4 Tecnológica

El medio tecnológico tiene trascendental importancia por que contará con medios informáticos y de diseño de alta calidad lo mismos que serán importantes para la difusión del plan de publicidad y sus beneficios como institución.

5.5.5 Política

La propuesta es viable ya que en este momento el Gobierno Ecuatoriano y sus leyes salvaguardan y apoyan el turismo del país, para obtener un mejor desarrollo e ingresos adicionales.

5.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTIFICO – TECNICA PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING

1. Análisis de situación

Esta etapa del plan proporciona un conocimiento del entorno económico: en él vive la empresa y se desarrollarán las estrategias. Está compuesto por tres grandes partes específicas:

2.1. Escenario

Son las variables o grandes tendencias de tipo tecnológico, político-económico, legal o sociocultural, que afectan a todo el ámbito en el que la empresa desarrolla sus operaciones.

2.2. Competencia

En este punto se analizan todos los oferentes de productos o servicios que compiten directa o indirectamente con la empresa. Como estos oponentes actuarán en forma expresa y deliberada contra los objetivos y los recursos de la compañía, se analizan detalladamente factores tales como productos, management, estrategia, proveedores, entre otros factores relevantes.

2.3. Empresa

Aquí se analizan en forma objetiva, entre otras variables, los productos, los proveedores, el know-how, la experiencia y el soporte financiero.

3. Análisis del mercado

Es el análisis específico del sector global en que se desarrollarán las estrategias y operaciones y, dentro de ese marco sectorial, el segmento concreto de mercado que será atacado.

4. Análisis Foda

A partir de estos elementos, se procede a desarrollar un exhaustivo y pormenorizado análisis de las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa y sus productos.

En este punto, es vital fomentar un fuerte mecanismo participativo y de discusión abierta entre las distintas áreas de la compañía. También se requiere contar con la presencia de un analista y facilitador externo que cumpla un papel objetivo y desapasionado y que desempeñe la función de abogado del diablo en las informaciones, opiniones y evaluaciones.

5. Objetivos

Definir los objetivos es una de las tareas más difíciles del plan de marketing. Aunque generalmente se considera que la parte esencial de un plan es indicarnos cómo conseguir los objetivos deseados, quizá un aspecto mucho más importante es la definición con respecto a qué objetivos realmente vale la pena perseguir. Esto es, qué objetivos son a la vez más atractivos y factibles dentro de las opciones disponibles.

6. Estrategias

Aquí se definen las grandes directrices estratégicas del marketing de la compañía. Son los cursos o modos de acción a través de los cuales se alcanzarán los objetivos propuestos.

En este enfoque se excluyen todas aquellas estrategias coyunturales que responden a problemáticas puntuales y transitorias, tales como: promociones especiales, maniobras de respuestas de la competencia o pequeñas innovaciones de producto.

7. Táctica

En este capítulo se desarrollan todas las variables del marketing mix: marca, producto, packaging, distribución, precio, comunicación y promoción. Cada una de ellas debe ser relevante en sí misma y consistente con las demás para maximizar la sinergia y la complementariedad.

8. Programas

Aquí se exponen con mayor detalle las acciones y los responsables de llevarlas a cabo con una agenda específica que, a la vez, ensambla en forma Justin-time con la secuencia global de todos los programas que ejecuten el plan.

9. Presupuesto

En este punto se procede a la cuantificación global del plan y de cada uno de los programas de acción.

10. Control

Para convertir al plan de marketing en una verdadera herramienta de gestión, es importante que estén previstos formalmente distintos mecanismos de Follow-up (Seguimiento), control, revisión ajuste que le den vida en forma continua.

5.7 METODOLOGIA – MODELO OPERATIVO



Elaborado por: Juan Carlos Agualongo (2022)

Fuente: Autor

5.7.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

➤ MISION

Conducir la gestión turística de la Parroquia San Bartolomé de Pinllo y sus alrededores mediante procesos de planeación y ejecución y seguimiento enfocados en producto, servicios prestados, promoción y capacidades locales que garanticen la satisfacción de las necesidades de la demanda turística en la localidad.

5.7.2 VISION

Ser reconocido a nivel provincial y nacional como un ejemplo en desarrollo turístico comunitario, gestionando el recurso natural y cultural con eficiencia en la calidad del servicio; permitiendo el crecimiento turístico grupal de la parroquia en la provincia.

5.7.3 PRINCIPIOS Y VALORES

- Seguridad
- Calidad

- Honestidad
- Trabajo en Equipo
- Responsabilidad

5.7.4 POLITICAS

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Pinlo, es la institución responsable de la ejecución de los proyectos establecidos en el Plan de desarrollo turístico, mediante la coordinación con las demás instituciones que trabajan en el cantón.

Las políticas que rigen el presente plan tienen estrecha relación con las planteadas en el Plan de desarrollo turístico del Ecuador “PLANDETUR 2020”.

- La actividad turística es un modelo de desarrollo sostenible para dinamizar la economía de la parroquia Pinlo.
- La gestión del turismo se la hará de manera coordinada y participativa con los actores que intervienen en el sector turístico.
- Los productos y servicios turísticos que se ofertan en la localidad, sean brindados en óptimas condiciones con altos estándares de calidad para la satisfacción de los turistas nacionales e internacionales.
- El personal que labora en el sector turístico esté debidamente capacitado, ejerciendo sus funciones de manera eficaz y oportuna.
- Conservación y revalorización del patrimonio natural y cultural.
- El impulso del turismo social para la integración de grupos sociales que han sido relegados a través del tiempo.
- Promoción de los productos, atractivos y actividades turísticas de la Parroquia, a fin de evitar concentración de masas que afecten su valor.
- Incorporar una metodología adecuada de registro de turistas.

5.7.6 ANALISIS DE LA SITUACIÓN

ANALISIS EXTERNO

5.7.7.1 MACRO AMBIENTE

MATRIZ FODA

OPORTUNIDADES	AMENZAS
Experiencias de agricultura orgánica en huertos hortícolas	Migración a otras localidades en busca de trabajo y educación calificados
Existe una demanda turística orientada al turismo rural, el 73% de demanda extranjera recibida en Ecuador	Deficiente manejo de desechos sólidos son el principal sistema de contaminación ambiental y deterioro de la salud
En el calendario anual del país existen feriados y vacaciones para el turismo	Falta un estudio de capacidad de carga en los atractivos turísticos más visitados en el Cantón Ambato
Nuevos mercados turísticos	Bajo nivel de permanencia del turista por falta de servicios (en su mayoría son excursionistas)
Alta demanda de turismo al cantón Ambato	Concentración de los turistas en ciertos atractivos en la provincia de Tungurahua y o poca afluencia en otros
Cadenas de valor de turismo	
Líneas de difusión y promoción turística de la parroquia y cantón	

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

Fuente: INEC

5.7.7.2 ANALISIS INTERNO

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Existen grupos consolidados que busca un bien común (Comité Pro Mejoras de Pinllo)	Las habilidades, destrezas y competencias en turismo son deficientes en la población
Existen un plan de ordenamiento Territorial y turismo, provincial, cantonal y parroquial	Incremento desordenado de las actividades turísticas
La parroquia tiene definidas zonas de bosque, naturales y zonas de agricultura y urbanas	Falta de control de calidad en emplazamientos y prestadores de servicio turístico
La parroquia posee diversos recursos (naturales y culturales) turísticos potenciales	Producción agrícola de subsistencia
Demanda potencial que concurre a otros centros de interés de la provincia	Inexistencia de canales de distribución directos, ni comercio justo para los productos relacionados con actividades turísticas (pan de Pinllo)
Existen leyes, normas y reglamentos que apoyan al desarrollo del turismo rural (FEPTCE)	Limitada inversión en proyectos turísticos
	Los atractivos turísticos en la parroquia no han sido puestos en valor
	Infraestructura turística desatendida

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

MATRIZ DAFO

	FORTALEZAS		DEBILIDADES
F1	Existen grupos consolidados que busca un bien común (Comité Pro Mejoras de Pinllo)	D1	Las habilidades, destrezas y competencias en turismo son deficientes en la población
F2	Existen un plan de ordenamiento Territorial y turismo, provincial, cantonal y parroquial	D2	Incremento desordenado de las actividades turísticas
F3	La parroquia tiene definidas zonas de bosque, naturales y zonas de agricultura y urbanas	D3	Falta de control de calidad en emplazamientos y prestadores de servicio turístico
F4	La parroquia posee diversos recursos (naturales y culturales) turísticos potenciales	D4	Producción agrícola de subsistencia
F5	Demanda potencial que concurre a otros centros de interés de la provincia	D5	Inexistencia de canales de distribución directos, ni comercio justo para los productos relacionados con actividades turísticas (pan de Pinllo)
F6	Existen leyes, normas y reglamentos que apoyan al desarrollo del turismo rural (FEPTCE)	D6	Limitada inversión en proyectos turísticos

		D7	Los atractivos turísticos en la parroquia no han sido puestos en valor
		D8	Infraestructura turística desatendida
	OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO
O1	Experiencias de agricultura orgánica en huertos hortícolas	F108	Crear alianzas estratégicas para establecer una red de prestadores de servicios turísticos
O2	Existe una demanda turística orientada al turismo rural, el 73% de demanda extranjera recibida en Ecuador	F202	Dar seguimiento y evaluación a los planes de desarrollo especialmente validar estudios de mercado turístico existentes de la provincia, cantón y parroquia
O3	En el calendario anual del país existen feriados y vacaciones para el turismo	F303	Implementar agro ecoturismo en las unidades de producción agrícola y fincas claves para el desarrollo de la actividad
O4	Nuevos mercados turísticos	F401	Identificar actores claves y empoderar líderes comunitarios para delegar funciones en la planificación de turismo
O5	Alta demanda de turismo al cantón Ambato	F506	Evaluar recursos potenciales para crear productos turísticos
		F704	Implementar actividades de ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo comunitario

		F6O6	Realizar ferias o actividades Hitos que atraigan el interés del visitante D
O6	Cadenas de valor de turismo		
O7	Líneas de difusión y promoción turística de la parroquia y cantón		

	AMENZAS		ESTRATEGIAS FA
A1	Migración a otras localidades en busca de trabajo y educación calificados	F1A1	Desarrollar un plan de turismo que dinamice la economía en la parroquia
A2	Deficiente manejo de desechos sólidos son el principal sistema de contaminación ambiental y deterioro de la salud	F2A2	Evaluación del plan de ordenamiento territorial en Pinllo especialmente en el componente ambiental
A3	Falta un estudio de capacidad de carga en los atractivos turísticos más visitados en el Cantón Ambato	F5A3	Identificar los atractivos turísticos y realizar un estudio de capacidad de carga
A4	Bajo nivel de permanencia del turista por falta de servicios (en su mayoría son excursionistas)		

A5	Concentración de los turistas en ciertos atractivos en la provincia de Tungurahua y o poca afluencia en otros		

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2022)

ESTRATEGIAS DO	
D108	Desarrollar una estrategia de formación profesional y capacitación continua para los miembros de los emplazamientos turísticos
D207	Establecer herramientas de monitoreo y seguimiento al turismo en la parroquia
D301	Crear alianzas estratégicas con los emplazamientos turísticos de la provincia de Tungurahua o provincias aledañas
D503	Diversificación de cultivos enfocados en los tradicionales
D609	Elaborar una estrategia para fortalecer las cadenas de valor del turismo en la parroquia
D806	Realizar y valorar un inventario turístico de la parroquia Pinllo
D904	Impulsar el agroturismo, ecoturismo, turismo comunitario y turismo de aventura en la parroquia
ESTRATEGIAS DA	
D1A1	Convenios con entidades educativas que permitan profesionalizar personal en gestión de turismo, agronomía y administración de empresas
D2A4	Mejoramiento de la infraestructura y facilidades turísticas existentes
D3A5	Identificar actores clave de la actividad alojamiento en la provincia para establecer estrategias que reorganicen la ocupación hotelera
D8A3	Realizar estudios de capacidad de carga en los atractivos de mayor visitación en la provincia

D9A4	Analizar la competencia de emprendimientos de turismo rural exitosos en el país

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2020)

CUADRO MAPA ESTRATEGICO

Estrategia	Plan de Acción	Área Responsable	Responsable	Recursos	Costo	Tiempo	Producto
. Generar un programa de recuperación y conservación de los recursos naturales y valores culturales de la parroquia San Bartolomé de Pinllo, con la finalidad de planificar el uso sostenible de los mismos y que se conviertan en recursos atractivos.	1.1.1. Definir un sistema administrativo y operacional para la unidad Ambiental y Turismo 1.1.2. Desarrollar un plan de fomento cultural para el aprovechamiento turístico sostenible	GAD PINLLO	PRESIDENTE JUNTA	Humano Financiero Tecnológico	4,300 12,500	Tiempo indefinido	Plan Estratégico
Mejorar la infraestructura de apoyo a la actividad turística de Pinllo, para brindar calidad de vida a	2.1.1. Diseñar un sistema de señalética turística en la parroquia Pinllo	GAD PINLLO	PRESIDENTE JUNTA	Humano Financiero	25,000	Tiempo Indefinido	Plan Estratégico

los pobladores y servicios de calidad a los visitantes.				Tecnológico			
Diversificar las posibles alternativas de actividad turística en la parroquia, aportando con el ordenamiento territorial de la zona y generando competitividad para la localidad.	<p>3.1.1. Actualizar el inventario de atractivos turísticos culturales y naturales en la parroquia</p> <p>3.1.2. Diseñar un proyecto de turismo cultural</p>	GAD PINLLO	PRESIDENTE JUNTA	Humano Financiero Tecnológico	5,000 15,000	Tiempo Indefinido	Plan Estratégico
.Fomentar una estrategia de formación profesional y capacitación continua para los beneficiarios interesados en el turismo; desarrollando las	4.1.1. Estructurar el plan de capacitación en temas como: manejo de alimentos y bebidas, manejo de empresas turísticas, servicio al cliente, promoción y comercialización,	GAD PINLLO	PRESIDENTE JUNTA	Humano Financiero Tecnológico	13,000	Tiempo Indefinido	Plan Estratégico

<p>capacidades, destrezas, habilidades y competencias de la población, con el fin de que sean los actores claves de la gestión turística de la localidad.</p>	<p>contabilidad, legislación turística, manejo de desechos, buenas prácticas ambientales, emprendimientos turísticos, idiomas, entre otros.</p> <p>6.1.4. Elaborar una propuesta basada en la certificación de competencias laborales para el sector turístico</p>				8,000		
---	--	--	--	--	-------	--	--

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2020)

5.7.16 PRESUPUESTO

ESTRATEGIA	TIEMPO	VALOR MENSUAL
Generar un programa de recuperación y conservación de los recursos naturales y valores culturales de la parroquia San Bartolomé de Pinllo, con la finalidad de planificar el uso sostenible de los mismos y que se conviertan en recursos atractivos	INDEFINIDO	16800
Mejorar la infraestructura de apoyo a la actividad turística de Pinllo, para brindar calidad de vida a los pobladores y servicios de calidad a los visitantes	INDEFINIDO	25000
Diversificar las posibles alternativas de actividad turística en la parroquia, aportando con el ordenamiento territorial de la zona y generando competitividad para la localidad.	INDEFINIDO	20000
.Fomentar una estrategia de formación profesional y capacitación continua para los beneficiarios interesados en el turismo; desarrollando las capacidades, destrezas, habilidades y competencias de la población, con el fin de que sean los actores claves de la gestión turística de la localidad.	INDEFINIDO	13000
	TOTAL:	74,800

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2020)

Fuente: Gad Pinllo

5.8 SISTEMA DE MONITOREO Y EVALUACION

Al ejecutarse el plan de estratégico de marketing en base turístico en la parroquia San Bartolomé de Pinllo, es fundamental trabajar conjuntamente con un sistema de monitoreo y evaluación de los proyectos y programas sugeridos en el mismo; principalmente porque este sistema permite dar seguimiento a las acciones planificadas para corregir lo que sea necesario, asegurando la retroalimentación de la gestión y las lecciones aprendidas. Es preciso monitorear y evaluar en forma continua y sistemática, verificando el desempeño y resultados de un proyecto, así como la identificación de sus fortalezas y debilidades y poder recomendar medidas y acciones correctivas para optimizar los resultados; el monitoreo aporta la información que hace posible analizar resultados y procesos.

En este sentido, para elaborar un sistema de monitoreo y evaluación en la parroquia de Pinllo es necesario crear una veeduría ciudadana que represente un comité técnico del mismo; profesionales capacitados para verificar los indicadores de resultado de cada objetivo estratégico y proyecto. La estrategia de monitoreo y evaluación aconsejada para planes de desarrollo es la gestión por resultados. “La gestión por resultados es un modelo de administración de los recursos públicos centrado en el cumplimiento de las acciones estratégicas definidas en el plan de gobierno para un determinado período de tiempo y con determinados recursos”.

56.9 PREVISION DE LA EVALUACIÓN

Pregunta	Explicación
¿Quiénes solicitan evaluar?	Comunidad en general
¿Por qué evaluar?	Para verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos

¿Para qué evaluar?	Para medir el impacto que tiene el plan estratégico de marketing para fomentar el turismo comunitario
¿Qué evaluar?	El resultado que ha tenido la aplicación del Plan Estratégico
¿Quién evalúa?	Presidente de la Junta Parroquial
¿Cuándo evalúa?	Al finalizar la aplicación de la propuesta
¿Cuántas veces?	Las veces necesarias
¿Cómo evaluar?	Con un cronograma de actividades que nos permita tomar decisiones.
¿Con que evaluar?	Por medio de encuestas

Elaborado por: Juan Carlos Agualongo Carrera (2020)

Fuente: Gad Pinllo

MATERIALES DE REFERENCIAS

Acerenza, M. (2011). Conceptos, tipos y modalidades de turismo. Portal de América, 10 -11.

Barbáchano, C. (01 de 01 de 2011). El intercambio cultural es la base del hermanamiento de pueblos. (J. Domingo, Entrevistador)

Bonilla, E. (2008). *Realidad de las comunidades rurales* . Costa Rica: Universidad Nacional Heredia.

Buitron, R. (04 de 01 de 2014). Economía popular solidaria. Recuperado el 11 de 04 de 2016, de <http://uceconomiapopularysolidariaula31.blogspot.com/>

Bringas, N., & Gonzáles, I. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja. Toluca - México: Colegio Mexiquense.

Carrera, L. (2008). El Sector de la economía social o tercer sector. Tarragona-España: Universita Rovira I Virigili.

Carro, R., & González, D. (s.f). El sistema de producción y operaciones. Buenos Aires: Universidad Nacional de Mar de Plata.

Cumanda, Y., & Duran, A. (2012). Estudio de factibilidad para la creación del centro turístico comunitario en puerto totora, en la parroquia de San Rafael de la laluna, del cantón Otabalo, provicia de Imbabura. Imbabura: Universidad Técnica del Norte.

Definición ABC. (2007-2016). Tu diccionario hecho. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/guia.php>

Elizaga, C. (2007). Red de economía alternativa y solidaria. copyleft Creative .

FEPTCE. (2002). Turismo comunitario. Quito: FEPTCE.

Flores, A. (2013). Evaluación del nivel de aplicación de los fundamentos de la economía popular y solidaria en los servicios de ahorro y crédito ofertados a los socios/as de la cooperativa de ahorro y credito integral. Cuenca - Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana .

Flores, D., & Gonzáles, M. (2011). Desarrollo rural, economía social y turismo rural: un análisis de casos. Valencia: Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative.

Fundación Batán. (s.f de s.f de 2012). Fundación Batán Irradiando Esperanza. Recuperado el 13 de 10 de 2015, de Fundación Batán Irradiando Esperanza:<http://fundacionbatan.org/proyectos/comunidad-de-san-diego/>

Fundación Cruzada. (03 de 05 de 2012). Fundacion Cruzada Patagónica. Recuperado el 18 de 10 de 2015, de Fundacion Cruzada Patagónica:
http://www.cruzadapatagonica.org/web/cruzadapatagonica/pagina.php?tipo=2&id_pagina=33&id_text.

ANEXOS

Anexo 1. Carta compromiso



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE FACULTAD
Av. Los Chasquis y Río Guayllabamba (Campus Huachi) / Teléfono (03) 2 990-261/Casilla 334
Ambato-Ecuador

Ambato noviembre 05, 2019
Res. FCHE-CD-3000-2019

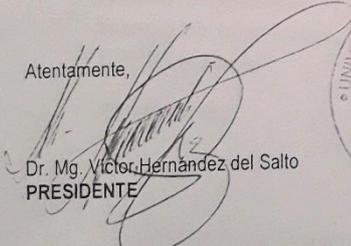
Señor
AGUALONGO CARRERA JUAN CARLOS
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA, MODALIDAD PRESENCIAL
Presente

De mi consideración:

El H. Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, en sesión ordinaria realizada el 05 de noviembre del 2019, en atención a la solicitud presentada por la Ing. Mg. Sonia Armas Docente de la carrera de Turismo y Hotelería modalidad presencial, referente a la modificación del tema del Trabajo Final de Grado, resuelve:

AUTORIZAR AL SEÑOR AGUALONGO CARRERA JUAN CARLOS ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA, MODALIDAD PRESENCIAL LA MODIFICACIÓN DEL TEMA DEL TRABAJO FINAL DE GRADO: "ANÁLISIS DEL MANEJO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA PARA EL BENEFICIO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA PINLLO", POR EL SIGUIENTE: "LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO"; EN RAZÓN DE CONTAR CON EL VISTO BUENO DE LA ING. MG. SONIA ARMAS DOCENTE TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

Atentamente,


Dr. Mg. Víctor Hernández del Salto
PRESIDENTE



CC: Archivo numérico Consejo Directivo
Carpeta: GRADOS PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

VHS/CVD/SES

Anexo 2. Carta validacion

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
"SAN BARTOLOME DE PINLLO"**

Email: gadprpinllo@gmail.com Pág. Web: www.gadpinllo.gob.ec
Dirección: La Nación S/N y Nieto Polo del Águila Telefax: 032 466064
PERIODO 2019 - 2023

OFICIO- GADPRSBP- 128-2019
Ambato, 16 de Julio del 2019

Señores.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

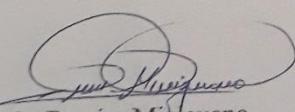
Presente.

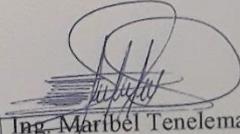
De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Bartolomé de Pinllo y deseándole toda clase de éxitos en las funciones que usted desempeña.

Por medio de la presente autorizamos al Sr. Agualongo Carrera Juan Carlos portador de la Cedula de identidad N° 180490388-6 para el ingreso del tema de tesis: "Análisis del manejo de la economía social y solidaria para el beneficio del turismo comunitario en la Parroquia Pinllo"

Atentamente,


Sr. Ramiro Mingano
**PRESIDENTE GAD PARROQUIAL
SAN BARTOLOME DE PINLLO**


Ing. Maribel Tenelema
**SECRETARIA GAD PARROQUIAL
SAN BARTOLOME DE PINLLO**

Anexo 3. Formato encuesta digital

Elaborar un Plan Estratégico marketing para potencializar los barrios, caseríos y comunidades de la Parroquia Pinllo, para potencializar su desarrollo turístico.

Preguntas

Respuestas **369**

ENCUESTA ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL TURISMO DE PINLLO

Objetivo: Elaborar un Plan estratégico de marketing para potencializar los barrios, caseríos y comunidades de la Parroquia Pinllo para potencializar su desarrollo turístico.

1. ¿Sabe usted que es economía social y solidaria?

- SI
- NO

2. ¿Considera usted que las autoridades locales apoyan al desarrollo económico de la Parroquia Pinllo?

- SI
- NO

3. ¿Considera usted que la economía social y solidaria crea iniciativas de emprendimiento?

- SI
- NO

4. ¿Considera usted que el fortalecimiento de los atractivos turísticos es parte de la economía social y solidaria?

- SI
- NO

5. ¿Está de acuerdo que la Parroquia Pinllo del Cantón Ambato, posee los elementos adecuados como atractivos culturales y naturales para el desarrollo de la actividad turística?

- SI
- NO

6. ¿Cuáles son los atractivos turísticos de la Parroquia Pinllo que usted conoce?

- MONUMENTO A LA PRIMERA IMPRENTA
- LOS MOTES DE LA ÑATA
- MIRADOR ANGAMARQUILLO
- LAS GALLINAS DE PINLLO
- LA IGLESIA DE SANTA ELENA
- LA IGLESIA PARROQUIAL
- PARQUE CENTRAL
- EL PAN DE PINLLO
- HUERTOS FRUTALES ANDIGLATA
- IMAGENES SEÑOR DEL CONSUELO
- CERRO PILLISHURCO

7. ¿Está usted de acuerdo que con un adecuado plan estratégico de marketing se podría reactivar la economía social y solidaria?

SI

NO

8. ¿Estaría usted de acuerdo que se implemente ferias de economía social y solidaria para reactivar el accionar de los caseríos, barrios y comunidades de Pinillo?

SI

NO

9. ¿A través de qué medios de comunicación, le gustaría recibir información de las ferias de economía social y solidaria?

FACEBOOK

TWITTER

INSTAGRAM

RADIO

TELEVISION

PRENSA ESCRITA

10. ¿Le gustaría a usted formar parte de las experiencias turísticas y gastronómicas que se llevara a cabo con el fortalecimiento de la economía social y solidaria?

SI

NO

11. ¿Cuál es el sector productivo y turístico que se debería potenciar con mayor énfasis?

GASTRONOMIA

ATRACTIVOS NATURALES

ATRACTIVOS CULTURALES