UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

“Estrategias socioeconómicas para el fortalecimiento de la asociatividad como políticas públicas del sector turístico en la provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Magister en Administración Pública

Autora: Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán
Tutor: Luis Homero Viveros Almeida

Tulcán, 2024

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el maestrante Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán con el número de cédula 0401769526 ha elaborado el trabajo de titulación: “Estrategias socioeconómicas para el fortalecimiento de la asociatividad como políticas públicas del sector turístico en la provincia del Carchi**”**

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuestas en la Codificación del reglamento de Régimen Académico y de estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi con RESOLUCIÓN Nº 171-CSUP- 2023, por lo tanto, autorizo su presentación para la sustentación respectiva.

f.....

Msc. Luis Homero Viveros Almeida

TUTOR

Tulcán, noviembre de 2024

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye un requisito previo para la obtención del título de Magister en Administración Pública.

Yo, Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán con cédula de identidad número 0401769526 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán

AUTORA

Tulcán, noviembre de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de titulación: “Estrategias socioeconómicas para el fortalecimiento de la asociatividad como políticas públicas del sector turístico en la provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f.....

Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán

AUTORA

Tulcán, noviembre de 2024

AGRADECIMIENTO

El objetivo de formarme profesionalmente ha sido logrado, gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta donde estoy siempre con humildad y valentía. Gracias infinitas a mí esposo quién se ha convertido en el pilar fundamental de motivación constante para verme superar profesionalmente, gracias mi amor por creer siempre en mí. A mis hijos, padres, hermana y sobrinos por su inmenso cariño. A la vez agradezco a mi querida casona universitaria quien fue la formadora de mi carrera en pregrado y finalmente en posgrado. Mi inmensa gratitud, a mi Tutor Msc. Luis Viveros gracias por su interés, confianza y apoyo en sacar adelante este tema de investigación que fue un reto cumplido

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo plasmado en esta tesis a mis amados hijos fuente de inspiración y motivación constante, a mi pequeña Sarita que con su sonrisa y ocurrencias me inspira a cumplir con mis objetivos anhelados, a mi bebe Gabrielito que me inspira a seguir y luchar por el sueño de ser una madre ejemplar para ellos. A mi esposo Edison, quien ha sido el compañero de esta travesía, que con su amor y paciencia me ha motivado día a día para poder cumplir todos los sueños anhelados, gracias infinitas familia por creer en mi Les Amo.

ÍNDICE

PORTADA I

CERTIFICADO DEL TUTOR II

AUTORÍA DE TRABAJO III

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN IV

AGRADECIMIENTO V

DEDICATORIA VI

RESUMEN XIII

ABSTRACT XIV

CAPÍTULO I 15

PROBLEMA 15

1.1. Planteamiento del problema 15

1.2. Preguntas de investigación o hipótesis 17

1.3. Objetivos de investigación 17

1.3.1. Objetivo General 17

1.3.2. Objetivos Específicos 18

1.4. Justificación 18

CAPÍTULO II 20

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 20

2.1. Antecedentes de investigación 20

2.2. Marco teórico 24

2.2.1. Asociatividad 24

2.2.1.1. Asociatividad en el sector turístico 26

2.2.1.2. La importancia de la asociatividad en el sector turístico 27

2.2.1.3. Tipos de asociaciones turísticas 28

2.2.1.4. Factores que influyen en el éxito de las asociaciones turísticas 30

2.2.1.5- Fortalecimiento de la asociatividad turística 31
2.2.2. Estrategias socioeconómicas 33
2.2.3 Economía social y solidaria 33
2.2.4 Políticas públicas 40
2.2.4.1 Política Turística 41
2.2.4.2. Política pública turística en la provincia del Carchi. 43
2.2.5. Teoría de la Gobernanza 44
2.3. Marco legal 47
CAPÍTULO III 51
METODOLOGÍA 51
3.1. Descripción del área de estudio/grupo de estudio 51
3.2. Enfoque y tipo de investigación 51
3.2.1. Enfoque 51
3.2.2. Tipo de Investigación 51
3.3. Definición y operacionalización de variables 52
3.4. Procedimientos 55
3.5. Consideraciones bioéticas 60
CAPÍTULO IV 61
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 61
4.1. Resultados 61
4.1.2. Situación socioeconómica de los asociados 68
4.1.2.1.- Aspecto Social 68
4.1.3. Situación socioeconómica de las asociaciones 69
4.1.3.1.- Aspecto económico 70
4.1.4. Actividades Turísticas de las asociaciones investigadas 70
4.1.4.1.- Tipos de actividades 71
4.1.4.2- Política Pública 71

4.2 Discusión 75
CAPÍTULO V 80
PROPUESTA 80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 104
5.1. Conclusiones 104
5.2. Recomendaciones 105
REFERENCIAS 108
ANEXOS 113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Factores económicos 36
Tabla 2. Factores sociales 38
Tabla 3. Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 43
Tabla 4. 43
Tabla 5. Matriz de operacionalización de variables 53
Tabla 6. Población estratificada por Cantones 57
Tabla 7. Análisis estadístico de la fiabilidad de los ítems (51) que componen el instrumento de investigación (encuesta) 59
Tabla 8. Análisis de Alfa Cronbach 59
Tabla 9.Medias estadísticas 63
Tabla 10. Asociaciones por cantones 68
Tabla 11. Dimensión Evaluada 68
Tabla 12. Indicadores 70
Tabla 13. Opinión de los representantes 71
Tabla 14. Opinión de los representantes asociados 72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Etapas del proceso asociativo 26

Figura 2. Líneas de trabajo Programa Asociatividad Turística 32

Figura 3. Contribución directa del turismo al PIB 35

Figura 4. Diagnóstico de políticas públicas 41

Figura 5. Genero de los socios encuestados 61

Figura *6*. Medias estadísticas nivel socioeconómico de los asociados, situación económica de las asociaciones, actividad turística y situación pública. 73

Figura *7*. Actividades turísticas 74

Figura *8*. Proceso para elaboración de las estrategias 83

Figura 9. Dimensión económica 85

Figura 10. GAD municipales que poseen planes: 88

Figura 11. Políticas y Estrategias turísticas en la Provincia del Carchi 90

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Certificado del abstract por parte de idiomas 113

Anexo B. Preguntas de encuestas aplicadas para Conocer la situación socioeconómica de los asociados del sector Turístico, en la provincia del Carchi. 115

Anexo C. Preguntas de encuestas aplicadas para conocer la situación económica y actividades turísticas que realizan las asociaciones del sector Turístico, en la provincia del Carchi. 118

RESUMEN

El propósito de la investigación fue proponer estrategias socioeconómicas que permitan el fortalecimiento de la asociatividad en el sector turístico como política pública en la provincia del Carchi, que sirvan como referencia teórica y de aplicación real en el ámbito local, desde la perspectiva de la gobernanza y la nueva gestión pública. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, no correlacional y de corte transversal. Se aplicó una encuesta a 230 socios, incluido a 20 presidentes de las asociaciones en temas relacionados con lo social, económico, asociativo y las políticas públicas conexas al sector turístico. Se analizó la fiabilidad del instrumento por medio de Alfa de Cronbach, con un valor de 0.758, lo que permitió seguir con el procesamiento de la información con el software SPSS V29.0.0. Los principales hallazgos del estudio mostraron que la mayoría de los asociados convergen en que su situación socioeconómica es aceptable; por otro lado, la situación económica de las asociaciones turísticas es regular, encontrándose desacuerdos sobre el compromiso de las entidades gubernamentales para apoyar en la mejora del desarrollo turístico. Se diseñaron estrategias socioeconómicas que permitan el fortalecimiento de la asociatividad turística en la provincia del Carchi considerando la política pública de apoyo. Se concluye que, existe la necesidad de fomentar y mejorar la asociatividad turística, pues los entes públicos han reducido su apoyo a este sector, a pesar de que es fundamental para el desarrollo socioeconómico de la provincia.

Palabras claves: Asociatividad, nueva gestión pública, políticas públicas, turismo.

ABSTRACT

The objective of the research was to propose socioeconomic strategies aimed at enhancing associativity within the tourism sector as a public policy in the province of Carchi, serving as both a theoretical reference and for practical implementation at the local level, from the standpoint of governance and modern public management. The study employed a quantitative, descriptive, non-correlational, and cross-sectional methodology. A survey was administered to 230 members, including 20 association presidents, addressing social, economic, associative, and public policy issues related to the tourism sector. The instrument's reliability was assessed using Cronbach's Alpha, yielding a value of 0.758, which allowed for continued data processing with SPSS V29.0.0 software. The key findings of the study revealed that the majority of members concur that their socioeconomic status is adequate; however, the economic condition of the tourism associations is considered moderate, with disagreements regarding the commitment of government entities to support the improvement of tourism development. Socioeconomic strategies were formulated to strengthen tourism associativity in the province of Carchi, taking public policy support into account. The study concludes that there is a pressing need to promote and enhance tourism associativity, as public entities have diminished their support for this sector, despite its critical role in the socioeconomic development of the province.

Keywords: Associativity, new public management, public policies, tourism.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, el turismo se ha convertido en un gran potencial para la productividad económica a nivel mundial. Muchos países han establecido el desarrollo de políticas públicas que ayudan a fortalecer esta actividad. En 2016, la Organización Mundial del Turismo recomendó a los países generar políticas inclusivas para promover el turismo asociativo, accesible y comunitario (Organización Mundial del Turismo, 2016). Sin embargo, en América Latina y el Caribe, la asociatividad turística sigue siendo débil y no se aprovecha lo suficiente, pues la mayor parte del valor económico creado por el sector turístico suele quedarse con los inversionistas extranjeros, cadenas hoteleras, operadores turísticos internacionales y compañías extranjeras, dejando pocos beneficios para la población local. Es importante destacar que el turismo en Ecuador se ha constituido como la cuarta actividad más importante en la generación de divisas después del petróleo crudo, el banano y el camarón (op.cit.)

En Ecuador, de acuerdo con el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, la Política Nacional se enfoca en cinco ejes que proyectan un crecimiento para el período 2021-2025. En el documento se señala al turismo como un aspecto de desarrollo rural más que una prioridad nacional. Si bien en lo productivo la ruralidad prioriza las actividades relacionadas con la obtención de alimentos, también son prioritarias otras actividades generadoras de trabajo como las artesanías, la confección, los servicios de apoyo y el comercio. En conjunto, todas estas actividades económicas brindan oportunidades de encadenamientos y emprendimientos que generan trabajo asociativo y mayores ingresos familiares (SENPLADES, 2021).

La asociatividad para proyectos de turismo, de acuerdo con el Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 y el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, es una problemática evidente, pues, en comparación con otras

provincias, el Carchi cuenta con tan solo 20 asociaciones turísticas legalmente constituidas. De acuerdo con la Agenda Zonal 1 Norte, la provincia del Carchi se caracteriza por tener una extensa biodiversidad debido a la diversidad de ecosistemas con los que cuenta. Además, existe un alto potencial productivo, por lo cual se debe fortalecer la asociatividad, con visión de cooperativismo moderno, sin perder la identidad cultural, permitiendo el desarrollo de producción diversificada y el intercambio comercial con el vecino país del norte (SENPLADES, 2021).

La Ley de Economía Popular y Solidaria para Ecuador, segunda sección, de las organizaciones del sector asociativo, Artículo 18. Sector Asociativo, da impulso a las asociaciones constituidas, dejando a un lado proyectos de gran escala turística con políticas regionales que estimulen la creación de entornos innovadores, que, además de generar beneficios económicos a los diferentes sectores turísticos, también impulsan un mejoramiento sustancial en la calidad de vida de todos los habitantes, generando empleos, un sentimiento de identidad por las personas de las localidades y sentimientos de pertenencia hacia la comunidad a través de la actividad productiva, apoyándose en la articulación de políticas de desarrollo social y económico, contando con la participación activa de las instituciones y organizaciones involucradas, fortaleciendo la cultura del emprendimiento (Ley de Economía Popular y Solidaria, 2021).

Sin embargo, en la actualidad las políticas públicas implementadas para el fortalecimiento del sector turístico por los gobiernos locales en la provincia del Carchi no han generado un impacto positivo para el desarrollo del mismo. Además, es evidente el desinterés en establecer una adecuada relación entre gobiernos locales y las asociaciones para mejorar la situación socioeconómica de la provincia, pues al analizar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de la Provincia del Carchi, es evidente identificar la problemática que en la actualidad está pasando el turismo en la provincia, entre lo más relevante está la baja calidad en los servicios, dificultad de acceso a créditos para la actividad turística, falta de aplicación

de políticas públicas, falta de coordinación y decisión política de autoridades institucionales, bajo presupuesto para invertir en infraestructura turística, además no se fortalecen las unidades de turismo en los gobiernos locales, etc. (PDOT, 2019-2023).

Es por esto que es necesario generar estrategias que fomenten el desarrollo socioeconómico de las diferentes asociaciones turísticas que operan en cada uno de los cantones de la provincia. A través de la implementación de políticas, en lo referente al fortalecimiento y desarrollo turístico, es importante mencionar que es necesaria la coordinación entre entidades públicas, privadas y las asociaciones para generar adecuados planes o proyectos que ayuden a gestionar el potencial turístico, aprovechando los diferentes atractivos naturales, culturales, patrimoniales y gastronómicos con los que cuenta la provincia.

Si el turismo se maneja con responsabilidad y sostenibilidad se puede minimizar el impacto y maximizar sus beneficios económicos y sociales.

1.2. Preguntas de investigación o hipótesis

- ¿Cuáles son las principales actividades del sector turístico en las que operan las asociaciones de la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la situación socioeconómica de los asociados del sector turístico de la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la situación económica de las asociaciones del sector turístico de la provincia del Carchi?

1.3. Objetivos de investigación

1.3.1. Objetivo General

Proponer estrategias socioeconómicas que permitan el fortalecimiento de la asociatividad en el sector turístico como política pública, en la provincia del Carchi

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las principales actividades del sector turístico en las que operan las asociaciones de la provincia del Carchi.
- Establecer la situación socioeconómica de los asociados del sector turístico de la provincia del Carchi.
- Determinar la situación económica de las asociaciones del sector turístico de la provincia del Carchi.
- Diseñar una propuesta para el fortalecimiento de la asociatividad turística de la provincia del Carchi considerando la política pública de apoyo.

1.4. Justificación

Considerando la asociatividad como una forma de organización entre los agentes económicos con el objetivo de buscar un beneficio común, que puede ser económico, de conocimiento o de cooperación, manteniendo su autonomía jurídica y administrativa. La asociatividad genera un espíritu de motivación que impulsa el sentido de pertenencia y cooperación, lo cual permite que las personas encuentren interés para implementar proyectos turísticos como una alternativa de ingresos económicos diferente a las actividades que generalmente se dedican, como por ejemplo la agricultura y ganadería.

Sin embargo es necesario generar estrategias que fortalezcan el mecanismo de cooperación o asociatividad en el ámbito turístico de la provincia del Carchi, para mejorar el desarrollo socioeconómico, de esta manera se podrá emprender proyectos turísticos innovadores con la implementación de estrategias socioeconómicas y políticas regionales, las cuales permitan impulsar los diferentes sectores económicos y estimulen la creación de nuevos entornos sociales, que a más de generar beneficios en sector turístico, mejoren la calidad de vida de todos los habitantes generando empleo con actividades que inmiscuyan a las personas del entorno y sobre todo crear un ambiente de pertenencia hacia la comunidad, apoyándose en la articulación de políticas de desarrollo social con la participación activa de las instituciones y organizaciones nacionales e internacionales, fortaleciendo de esta manera la cultura asociativa.

Tomando como referencia las líneas de investigación que son propuestas por la carrera de administración pública de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, esta investigación se basa y justifica porque se abarcan temas como: la nueva gestión pública, la gobernanza y políticas públicas relacionadas al sector turístico en la provincia del Carchi. Es importante mencionar que los diferentes lugares turísticos de cada uno de los cantones de la provincia, posen un alto potencial turístico, gracias a la biodiversidad en flora y fauna, como también a sus climas fríos y cálidos de cada uno de sus cantones, en este sentido se puede decir que el sector turístico puede ser una gran fuente que impulse el desarrollo socioeconómico de las diferentes asociaciones turísticas que se encuentran legalmente adscritas y para las nuevas asociaciones que quieran realizar esta actividad.

Además, es importante conocer cómo se encuentra actualmente el aspecto tanto económico como social de estas asociaciones, de igual forma verificar si la gestión en temas turísticos por parte de las instituciones gubernamentales cumplen con el ciclo de las políticas públicas, pues es fundamental que la gestión turística se la realice de manera coordinada y que las autoridades generen políticas públicas que contribuyan al desarrollo de este sector, conjuntamente con la participación activa de las asociaciones, priorizando las diferentes necesidades de los turistas nacionales y extranjeros, brindando una adecuada publicidad, seguridad, hospedaje, alimentación, capacitación, etc. Haciendo que las asociaciones turísticas se empoderen más en la gestión de los recursos públicos, con la finalidad de ser altamente competitivas frente a otras provincias y lograr tomar decisiones conjuntas con el gobierno de turno, es por esto que es necesario diseñar estrategias socioeconómicas viables para fomentar la asociatividad turística en la Provincia del Carchi y de esta manera lograr un desarrollo local.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes de investigación

Fueltala y Pazmiño en su investigación sobre la eficiencia de las políticas públicas para fomentar el desarrollo turístico en el cantón Tulcán, mencionan que entre las competencias del COOTAD, se encuentra la creación de políticas públicas relacionadas al turismo, sin embargo, en el cantón no existen políticas públicas destinadas para el sector turístico. Además, los recursos económicos para fortalecer este sector son escasos, a pesar de que el turismo es un eje principal para el desarrollo económico (Fueltala & Pazmiño, 2020).

Es importante destacar que las políticas públicas en referencia al sector turístico en el cantón Tulcán, se encuentran como estrategias en el PDOT, las cuales buscan el crecimiento de la ciudad, para mejorar su gestión interna y la adecuada distribución de los espacios públicos y redes viales. Sin embargo, las políticas públicas ejecutadas hasta la actualidad en el cantón no son eficientes, porque no se enfocan directamente al fortalecimiento del turismo, pues el COOTAD, determina facultades al Municipio de Tulcán para tomar decisiones sobre un adecuado desarrollo turístico, pero esas potestades no han sido asumidas de manera eficiente por el Gobierno Autónomo Descentralizado.

Viveros et al. (2018), en su investigación sobre la asociatividad y economía social de frontera, señala que en la zona 1 de planificación del sector turístico, se aprecia un bajo fomento de la asociatividad turística, sobre todo en la provincia del Carchi, pues menciona que apenas se registran tres asociaciones legalmente adscritas al Ministerio de Turismo. Es decir, que la actividad turística no es considerada una actividad prioritaria para los carchenses, pues no aprovechan el potencial turístico con el que cuenta la provincia. Además, es importante resaltar en esta investigación que la asociatividad turística en la provincia no es apoyada por las entidades estatales. Es decir, que es evidente la falta de aplicación y eficiencia de las políticas públicas, pues los entes territoriales, como el MINITUR (Ministerio de Turismo), al igual que los gobiernos

locales, pese a que una de sus funciones principales es fomentar y apoyar al sector turístico con la generación y ejecución de planes, programas o proyectos, no se ha logrado fortalecer de una manera significativa a este sector (Viveros et al., 2018).

Cangas et al. (2023), en un análisis de las políticas públicas y su incidencia en el desarrollo del turismo comunitario del cantón Montúfar, mencionan que en la provincia del Carchi existe un desconocimiento de las políticas públicas que favorecen al turismo, evitando así un desarrollo económico, cultural y político. Además, llegan a la conclusión de que las acciones implementadas por parte de las comunidades se deben al interés directo de los mismos comuneros, ya que tienen la necesidad de generar más ingresos; por ende, estos mejoran el servicio prestado a la sociedad. Es decir, las personas que se dedican a la actividad turística, al no tener el apoyo necesario para el desarrollo de sus actividades, buscan alternativas por sí solas, pues la falta de acompañamiento por parte del GAD de Montúfar es eminente. Es importante resaltar en este análisis, que dentro del GAD es evidente la inexistencia de datos estadísticos que comprueben el desarrollo del turismo y el crecimiento económico del mismo (Cangas et al., 2023).

España et al. (2021), en su investigación sobre la sistematización de la información turística de las entidades públicas del sector turístico y privadas del sector hotelero en la provincia del Carchi y el sistema de planificación del turismo, mencionan que en la provincia existe un limitado conocimiento sobre el comportamiento del sector turístico, lo que genera que las entidades públicas del sector turístico y privadas del sector hotelero presenten un incompleto sistema de planificación del turismo. Sin embargo, mencionan que entre las principales actividades del sector turístico en la provincia es la alimentación y alojamiento, actividades que generan un significativo desarrollo económico. Uno de los hallazgos que es necesario destacar en esta investigación, es que no existen estudios que contribuyan al conocimiento del sector del turismo, es por ello que las entidades públicas del sector turístico y privadas del sector hotelero de la provincia del Carchi no cuentan con una base sólida en donde fundamentar la

toma de decisiones para futuras inversiones y planificación turística. Además, señalan que no existe información turística relevante para conocer cómo se encuentra la situación actual del turismo en la provincia, es decir, que es notable la deficiencia en el sistema de planificación turística de la localidad (España et al., 2021).

Villamarín (2023), en su investigación sobre la asociatividad turística, menciona que el rol que desempeña el estado y las instituciones competentes en turismo es deficiente al no poder establecer una política pública que se enfoque directamente en mejorar el sector turístico, en la que se logre delegar y coordinar funciones entre las instituciones del gobierno. También es necesario que exista la adecuada articulación con los otros niveles de gobierno, como el nacional y el provincial, para que todos cumplan con el fortalecimiento del turismo, para mejorar el desarrollo socioeconómico del país. La política pública busca en el turismo su importante impacto económico, mientras que el turismo busca en la política pública la articulación de herramientas estratégicas, capaces de fortalecer un desarrollo turístico. Además, las políticas públicas en el sector turístico deben estar enfocadas a mejorar la inversión y reinversión turística tanto nacional como extranjera (Villamarín, 2023).

Campodónico y Chalar (2010), dentro del área de estudios turísticos, señalan que la formación de asociaciones en el sector turístico depende principalmente de las condiciones del entorno y características del sector privado o público. Sin embargo, se ha identificado que el sector turístico está compuesto por una gran diversidad de pequeñas y medianas empresas, las cuales tienen la necesidad de asociarse. Sin embargo, estas asociaciones no cuentan con la adecuada cooperación intersectorial, provocando una escasa comunicación entre las diferentes instituciones públicas y con el medio en que se desarrollan. Es por ello que estas asociaciones empiezan a pensar creativamente sobre oportunidades de asociación con sectores públicos, dando origen a las asociaciones público-privadas, las cuales se han convertido en estrategias empleadas en la investigación del desarrollo turístico, pues una estrategia clave para asociarse es que todos los socios pertenezcan al sector privado o al sector

público, con la finalidad de mejorar sus recursos económicos y cumplir sus objetivos, y así conseguir un mayor nivel de eficiencia o aprovechar las economías de escala, para entrar a mercados inaccesibles o, sencillamente, para unificar recursos, tanto financieros como talento humano (Campodónico & Chalar, 2010).

Casto et al. (2022), en su investigación sobre políticas públicas en temas turísticos, señalan que uno de los sectores económicos que ha tomado mucha fuerza a nivel mundial es el sector turístico y esto resulta muy importante para el desarrollo socioeconómico de cada país, debido a los ingresos que este produce. Además, señalan que es fundamental que los gobiernos en todos sus niveles aprovechen el turismo como una manera de fomentar el desarrollo social y económico para la población, a través de estrategias que permitan la participación de organizaciones sociales y otros sectores como son el público y el privado. Sin embargo, la gestión del gobierno central del Ecuador no ha tenido gran impacto en lo que se refiere a la potencialización del turismo, más allá de spots publicitarios no se han generado estrategias y mecanismos que ayuden a impulsar el turismo nacional y sea reconocido a nivel global. Los demás niveles de gobierno dentro del Ecuador, en su mayoría, han sido ineficientes y no han sabido aprovechar los diferentes recursos que poseen. Es decir, se deben aplicar políticas de manera eficiente y eficaz, con el fin de que se pueda potenciar, proteger y dar mantenimiento continuo a los diferentes atractivos turísticos públicos (Casto et al., 2022).

Naclerino & Trucco en su investigación en el 2015, sobre construir el desarrollo con políticas públicas, toma en cuenta tres factores claves, como es la asociatividad, tecnología e innovación productiva, señalan que la política microeconómica y en especial la micro política ayuda a fomentar nuevas prácticas asociativas, constituyendo un factor significativo para el desarrollo económico. Es importante resaltar que, para lograr un desarrollo económico sostenido, es necesario incorporar mayor tecnología tanto la producción de bienes y servicios dentro de una asociación, pues se podrá obtener alta calidad, mayor rentabilidad empresarial y facilidad para entrar en nuevos mercados.

Además, mencionan que es fundamental fomentar nueva cultura organizacional, para que las nuevas organizaciones, fomenten la vinculación y faciliten los mecanismos de cooperación, coordinación y complementación entre unidades productivas, constituyendo un factor clave para el desarrollo económico.

Estos investigadores, consideran que existen diferentes formas asociativas, como distritos redes, y clústeres, los cuales se basan en la cooperación y coordinación entre diferentes actores productivos, pues son capaces de fortalecer las innovaciones de diferentes procesos y productos.

El sector turístico en el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 está incluido en el Eje Económico y Generación de Empleo (compuesto por 4 objetivos, 14 políticas y 38 metas) de manera particular en el Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, el turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional, de manera particular en la Política 2.3: “Fomentar el turismo sostenible -doméstico y receptivo- a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos turísticos del Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2022).

2.2. Marco teórico

En la presente investigación, fue necesario recopilar información de las diferentes temáticas relacionadas con el tema propuesto, además se agregó información relacionada con las variables y sus categorías, para ampliar la descripción y análisis del problema de estudio.

2.2.1. Asociatividad

La asociatividad se caracteriza por mejorar la cadena productiva, a través del trabajo en equipo mediante el desarrollo de estrategias de cooperación, innovación y trabajo, que permitan obtener beneficios en cuanto a disminución de costos y aumento competitivo, en donde cada uno de los socios mantenga su

autonomía gerencial e independencia jurídica (Porter, 2006). Es necesario señalar que la adecuada implementación de un proceso asociativo permite compartir capital económico, técnicas o tecnologías, el fácil acceso a mercados, generar nuevas iniciativas o ideas, generar oportunidades con instituciones públicas, para ser más competitivos en este mundo globalizado (Porter, 2006).

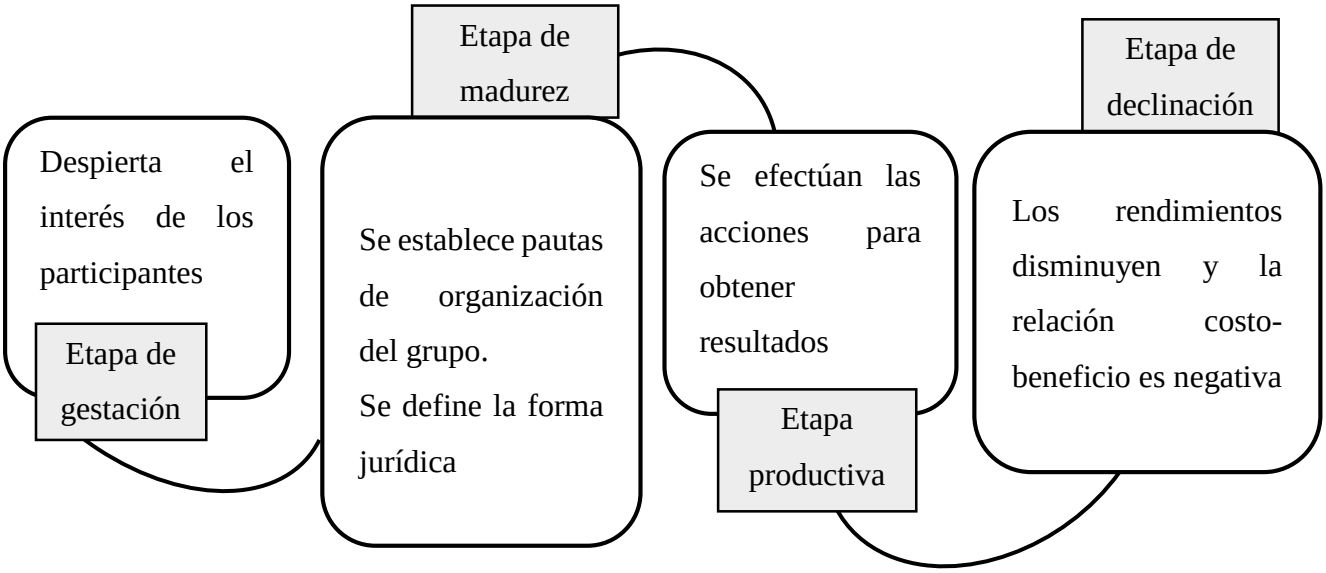
Una forma de impulsar la economía y desarrollo de los pueblos es a través de una adecuada organización, misma que contribuye con el trabajo y la producción. Referente a este tema, el Estado en la Constitución Nacional del Ecuador ampara la asociatividad en los siguientes artículos:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 319).

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social (Constitución de la República del Ecuador, 2008, art. 320).

Según Orozco y Arraut (2012), la asociatividad permite construir estrategias colectivas con las que las empresas enfrentan los procesos de globalización a nivel local, lo que algunos autores denominan clusters empresariales. Al utilizar esta estrategia, las actividades empresariales se desarrollan en el marco de redes formales e informales, relaciones y determinados contactos productivos con proveedores, clientes y mercados, reflejando la experiencia de un mejor desarrollo, en el que se considera el territorio como un conjunto organizado de agentes e instituciones, ya sean públicas, privadas, sector tecnológico, organización sindical, etc. En este contexto, se ha resaltado la importancia de los factores históricos, sociales, institucionales y ambientales para el proceso de transformación socioeconómica de una región (Orozco & Arraut, 2012).

Figura 1. Etapas del proceso asociativo



Nota. La figura muestra el proceso que se aplica dentó de una asociación. Tomado de: Liendo et al. (2001) disponible en: https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/6f1a8f60-d380-41c4-8712-fd62bd1ae48e/content

2.2.1.1. Asociatividad en el sector turístico

La Organización Mundial del Turismo en el 2004 señala que el interés de asociarse o cooperar es que todos los socios, pertenezcan al sector privado o al público, se beneficiarán de la armonización de recursos y objetivos. De hecho, las asociaciones se forman por razones muy diversas. Pueden establecerse para crear nuevos productos o servicios, para alcanzar un mayor nivel de eficiencia o aprovechar las economías de escala, para abrir mercados anteriormente inaccesibles o, simplemente, para mancomunar recursos, tanto financieros como humanos (Organización Mundial del Turismo, 2004, p. 1).

Según la OMT (2004), para el sector público, las asociaciones con el sector privado podrían significar: acceso a nuevas fuentes de capital; desarrollo acelerado de siete infraestructuras; la posibilidad de compartir riesgos; aprovechar los niveles de servicio; acceso a capacidades de planificación, gestión y prestación de servicios; permitir el futuro aprovechar el valor de sus activos y el valor agregado de las oportunidades de desarrollo económico. Para el sector privado, las asociaciones pueden significar: acceso a nuevos mercados

a los que de otro modo no tendrían acceso; la posibilidad de mejorar las capacidades y el desempeño; expansión de productos o servicios más allá de las capacidades existentes; mayor credibilidad a través de asociaciones; obtener acceso al programa riesgos y características proporcionales a la probabilidad de recompensa (OMT, 2004, p. 2).

En términos generales, las asociaciones público-privadas en el sector turístico tienden a centrarse en cuatro áreas básicas: hacer los destinos más atractivos, aumentar la eficacia de las campañas de marketing, aumentar la productividad y mejorar la gestión general del sistema turístico. En un nivel más concreto, su principal ámbito de acción es la promoción y el marketing, principalmente en los mercados internacionales, y al tratarse de actividades muy costosas, las asociaciones ofrecen la oportunidad de aunar recursos limitados. Otras áreas comunes de asociación público-privada incluyen el desarrollo de productos e infraestructura, la educación y la capacitación, y el financiamiento y la inversión. Algunas políticas nacionales pueden promover en gran medida la formación de un alto nivel de competitividad grupal. De todas maneras, en ambos casos se puede inferir que la competitividad turística se conforma en los conjuntos locales y de ahí la importancia de la creación de una asociación lo cual resulta más sencillo de lograr de acuerdo a la OMT (2004).

2.2.1.2. La importancia de la asociatividad en el sector turístico

El turismo es un sector económico importante que genera empleo, ingresos y desarrollo para las comunidades locales. Sin embargo, el sector turístico también se enfrenta a una serie de desafíos, como la competencia global, la volatilidad del mercado y el cambio climático.

La asociatividad puede contribuir al fortalecimiento del sector turístico de varias maneras, incluyendo:

- Mejorar la competitividad: Las asociaciones turísticas pueden ayudar a las empresas turísticas a reducir sus costos, mejorar su marketing y promoción, y acceder a nuevas oportunidades de negocio. Por ejemplo,

las asociaciones turísticas pueden negociar precios más bajos con proveedores, compartir recursos y conocimientos, y desarrollar estrategias de marketing conjuntas. Esto puede ayudar a las empresas turísticas a mejorar su competitividad y a sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo (Organización Mundial del Turismo, 2022).

- Promover la sostenibilidad: Las asociaciones turísticas pueden ayudar a las empresas turísticas a proteger el medio ambiente y las comunidades locales. Por ejemplo, las asociaciones turísticas pueden promover el turismo sostenible y educar a los turistas sobre la importancia de la sostenibilidad. Esto puede ayudar a proteger el entorno natural y a garantizar que el turismo sea beneficioso para las comunidades locales (Organización Mundial del Turismo, 2022).

- Fomentar la resiliencia: Las asociaciones turísticas pueden compartir información sobre las mejores prácticas para recuperarse de una crisis y abogar por políticas públicas que apoyen la resiliencia del sector turístico. Esto puede ayudar a las empresas turísticas a recuperarse de una crisis y a seguir contribuyendo a la economía local (Organización Mundial del Turismo, 2022).

Estas estrategias de asociatividad permiten a las empresas turísticas enfrentar de manera más eficaz los desafíos del mercado global, fomentar prácticas sostenibles y mejorar su capacidad de recuperación ante crisis.

2.2.1.3. Tipos de asociaciones turísticas

- Ámbito de acción: Las asociaciones pueden ser locales, regionales, nacionales o internacionales. Las asociaciones locales representan a empresas turísticas de un área geográfica específica, como una ciudad, un municipio o una región. Las asociaciones regionales representan a empresas turísticas de una región más amplia, como una provincia o un estado, las asociaciones nacionales representan a empresas turísticas de

todo un país, las asociaciones internacionales representan a empresas turísticas de varios países (López & Martínez, 2018).

- Sector: Las asociaciones pueden representar a empresas de un sector específico, como el alojamiento, la restauración o el transporte. Las asociaciones sectoriales representan a empresas de un sector específico del turismo, por ejemplo, una asociación de hoteles representa a hoteles de todo el país (Martínez & Sánchez, 2020). Una asociación de restaurantes representa a restaurantes de todo el país. Una asociación de operadores turísticos representa a operadores turísticos de todo el país (Martínez & Sánchez, 2020).
- Objetivos: Las asociaciones pueden tener objetivos diversos, como la promoción del turismo, la defensa de los intereses de las empresas turísticas o la prestación de servicios a sus miembros. Las asociaciones de promoción se centran en promover el turismo en un destino o región. Las asociaciones de defensa abogan por los intereses de las empresas turísticas ante las autoridades públicas. Las asociaciones de servicios prestan servicios a sus miembros, como formación, asesoramiento o asistencia técnica (Martínez & Sánchez, 2020).

A continuación, se presentan algunos ejemplos de asociaciones turísticas:

- Asociación de Hoteles de Quito
- Asociación de Restaurantes del Ecuador
- Asociación de Operadores Turísticos del Ecuador
- Fundación Turismo para la Conservación
- Red Nacional de Turismo Comunitario del Ecuador
- Importancia de los tipos de asociaciones turísticas

La elección del tipo de asociación turística adecuada depende intrínsecamente de las necesidades y objetivos específicos que las empresas turísticas buscan alcanzar. Por ejemplo, las asociaciones locales pueden emerger como una opción estratégica para aquellas empresas que operan dentro de límites geográficos definidos, como ocurre en el caso de la provincia de Carchi. Estas asociaciones pueden brindar un espacio de colaboración entre

empresas de la región, facilitando la promoción conjunta del turismo local y el desarrollo de iniciativas que beneficien a la comunidad turística local.

Por otro lado, las asociaciones sectoriales se perfilan como una alternativa idónea para empresas turísticas que se enmarcan en un sector específico del turismo, como el alojamiento, la restauración o el transporte. En contextos como el de la provincia de Carchi, donde ciertos sectores turísticos pueden ser especialmente destacados, estas asociaciones pueden facilitar la coordinación y el intercambio de recursos entre empresas afines, promoviendo la sinergia y el crecimiento sostenido del sector.

Asimismo, las asociaciones de promoción, defensa o servicios emergen como opciones viables para empresas turísticas que buscan un respaldo adicional o colaboración con otras entidades del sector. En el contexto de Carchi, estas asociaciones podrían desempeñar un papel crucial al ofrecer servicios de formación, asesoramiento o asistencia técnica, fortaleciendo así la capacidad competitiva y la resiliencia del tejido turístico local.

Es importante subrayar que la elección de la asociación adecuada debe basarse en un análisis exhaustivo de las necesidades particulares de cada empresa turística y del entorno en el que opera, con el objetivo de maximizar el impacto y los beneficios derivados de la colaboración asociativa (Gómez & Sánchez, 2019).

2.2.1.4. Factores que influyen en el éxito de las asociaciones turísticas

El éxito de las asociaciones turísticas depende de varios factores, incluyendo:

- La participación de los miembros: Las asociaciones turísticas necesitan contar con la participación activa de sus miembros para ser eficaces. La participación de los miembros puede ayudar a garantizar que las asociaciones turísticas estén bien informadas sobre las necesidades de sus miembros y que sus actividades sean relevantes para sus intereses.

- El liderazgo: Las asociaciones turísticas necesitan contar con líderes capaces de gestionarlas de forma eficaz. Los líderes de las asociaciones turísticas deben ser capaces de motivar a los miembros, resolver conflictos y alcanzar los objetivos de la asociación.
- Los recursos: Las asociaciones turísticas necesitan contar con los recursos necesarios para llevar a cabo sus actividades. Los recursos pueden incluir financiación, personal, infraestructura y tecnología.

2.2.1.5- Fortalecimiento de la asociatividad turística

En muchos países, se han implementado políticas y programas para fortalecer la asociatividad en el sector turístico, lo que puede proporcionar valiosas lecciones para el desarrollo de políticas y programas en la provincia de Carchi.

Por ejemplo, en España, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha puesto en marcha el programa "Asociatividad Turística", el cual ofrece subvenciones a las asociaciones turísticas para el desarrollo de proyectos de promoción, formación y asistencia técnica (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2020). Este programa se destaca por su enfoque colaborativo, involucrando a actores privados, responsables de la dinámica del sector turístico; actores públicos, encargados de la gestión de destinos y recursos comunes; y actores de la sociedad civil, como asociaciones y fundaciones centradas en el turismo. Esta colaboración conjunta permite mantener al sector turístico español en altos niveles de competitividad, fortaleciendo la asociatividad entre los diferentes actores involucrados.

El programa español de Asociatividad Turística se fundamenta en tres ideas centrales para impulsar la colaboración entre los distintos actores del sector: promover la cooperación entre empresas y destinos turísticos, fomentar la innovación y la mejora continua, y garantizar la sostenibilidad económica, social y ambiental del turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España, 2020).

Figura 2. Líneas de trabajo Programa Asociatividad Turística

Nota. La figura muestra las líneas de trabajo del programa español de Asociatividad Turística. Tomado de: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España. (2020) disponible en: https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/6f1a8f60-d380-41c4-8712-fd62bd1ae48e/content

En México, la Secretaría de Turismo ha creado la Red Nacional de Turismo Comunitario. Esta red reúne a las asociaciones de turismo comunitario de todo el país para promover el turismo sostenible en las comunidades indígenas y rurales (García & García, 2017).

Cabe destacar que para que la actividad turística sea efectiva, es indispensable que los integrantes de la comunidad participen activamente en las tareas de planificación y administración del lugar, así como en la gestión para facilitar el desarrollo de programas de ecoturismo e itinerarios que generen beneficios para la conservación de los sitios turísticos. Las asociaciones turísticas que pertenecen a esta red han recibido recursos públicos en su mayoría para la construcción de la infraestructura y para la capacitación de los grupos que brindan diferentes servicios y actividades en el ámbito rural (García & García, 2017).

La gobernanza juega un papel fundamental dentro de este modelo asociativo, pues está presente por medio de formas concretas de definición de

roles de los actores, generación de acuerdos, toma de decisiones y mecanismos de observancia y sanción, aplicando una democracia participativa con las comunidades y de esta manera las asociaciones comunitarias han logrado superar diferentes conflictos internos.

2.2.2. Estrategias socioeconómicas

La práctica de la Estrategia Económica y Social ayuda a las asociaciones a impulsar su desempeño en los ámbitos económico y social, así como su competitividad y prosperidad. Entre otros puntos de interés se incluye la estrategia y planificación de políticas públicas para fomentar la asociatividad turística.

Según Business Review, una organización aplica estrategias para competir en un mercado cambiante, considerado también como una forma de dar un valor adicional y diferenciarse del resto de la competencia. Sin embargo, un nuevo enfoque para el concepto de estrategia fue propuesto por Mintzberg en 1987, quien manifiesta que cuando una empresa no cuenta con una planificación formal, como respuesta a circunstancias no previstas o cambios externos, pero tiene estrategias que surgen desde el interior de la organización, esto en vez de denominarse planeación estratégica se habla de pensamiento estratégico, demostrando que las estrategias exitosas siempre son planificadas, aunque también pueden surgir espontáneamente en las organizaciones. Desde esta concepción, divide a la estrategia en deliberada y emergente. La estrategia deliberada proporciona enfoque y un plan, es decir, se enfoca prácticamente en seguir rigurosamente lo planificado y sucumbir frente a un entorno cambiante (Mintzberg, 1987).

2.2.3 Economía social y solidaria

La economía social y solidaria permitirá adoptar políticas sociales en el área de turismo en la provincia del Carchi, velando así por los intereses y necesidades de las distintas asociaciones turísticas, lo que nos permitirá encaminar estrategias socioeconómicas teniendo en cuenta la diversidad territorial, fortalecimiento de la asociatividad, desarrollo tecnológico, bienes y

servicios a ofertar con la finalidad de fortalecer la integración social y productiva, destacando las fortalezas de la región (Fonseca, 2012).

La ESS involucra a cooperativas, sociedades mutuales, asociaciones o empresas sociales, siendo un tipo de economía del tercer sector que comprende una variedad de organizaciones y empresas que comparten objetivos sociales y económicos, así como valores y principios. Teniendo en cuenta la gobernanza e importancia de las entidades estatales en la implementación de políticas públicas sociales como estrategias que orienten a las empresas, cooperativas o asociaciones en la toma de decisiones y acciones, en torno a sus necesidades, basando sus objetivos en una economía rentable influenciada por principios participativos (Fonteneau, 2010).

Fonteneau (2010) menciona que “La economía social y solidaria hace referencia a organizaciones que desempeñan sus objetivos bajo los principios de solidaridad y participación, enfocados a la producción de bienes y servicios, con rentabilidad económica y social” (p.4).

La economía social es una forma de producción y distribución de la riqueza, la cual prioriza los bienes y servicios a ofertar por el ser humano, y basa su eficiencia y efectividad en el fomento de la asociatividad y autogestión, está orientada a la producción y el consumo mediante la comercialización de bienes y servicios, teniendo como finalidad el desarrollo sostenible.

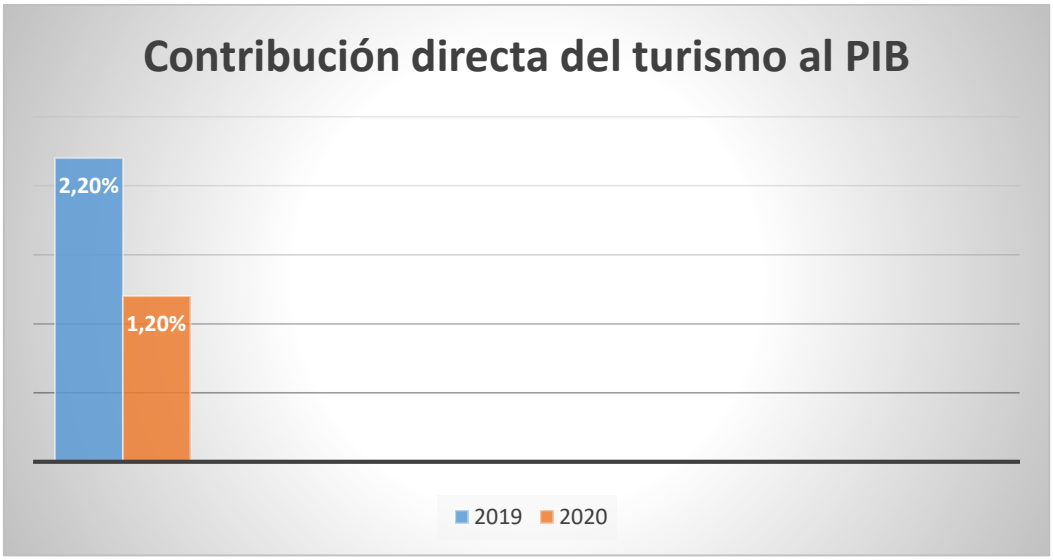
La asociatividad en el sector turístico se ha convertido en un importante estímulo para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo (Fonseca, 2012).

Para sustentar las variables de esta investigación, fue importante analizar El Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, la Ley de Economía Popular y Solidaria, los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador 2020, Información y Análisis Económico MINTUR (2022), además de los PDOT de Carchi.

El análisis de los factores socioeconómicos que influyen en la asociatividad del sector turístico, empezando desde una visión macro con respecto a los factores económicos que tienen alta influencia en el turismo a nivel nacional, pues en la actualidad este sector se ha convertido en un motor importante de la economía mundial donde ha contribuido al desarrollo socioeconómico de los diferentes países en los cuales se ha dado importancia a este sector (Fonseca, 2012).

Es importante analizar el Producto Interno Bruto relacionado al sector turístico del Ecuador, pues es considerado como una de las principales variables de la economía, el mismo que cuantifica el valor de los bienes y servicios de uso final concebido por los agentes económicos dentro de un territorio durante un período de tiempo (Fonseca, 2012).

Figura 3. Contribución directa del turismo al PIB



Nota. La figura muestra los porcentajes de contribución directa del sector turístico al PIB. Tomado de: Banco Central del Ecuador (2020) disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Presentacion_Informe_de_Rendicion_de_Cuentas_DZ6.pdf

Como se puede analizar en el gráfico, la contribución directa del turismo al PIB, en el año 2020 ha sido decreciente, debido a la emergencia sanitaria por el Covid-19, pues la contribución del PIB en ese año fue de 1,2%. Por esta razón,

el país necesita diversificar su oferta turística, para incrementar el desarrollo de la economía interna, debido a que la economía es directamente proporcional a los ingresos del petróleo, exportación de rosas, camarones, bananos, etc. De igual forma es importante tomar en cuenta las políticas presentadas por el gobierno con respecto al cambio de la matriz productiva, en la misma que se le incluye al turismo como un sector productivo importante dentro de la economía, gracias a que el Ecuador es reconocido internacionalmente como un destino de calidad internacional. Además, es importante mencionar que, el turismo requiere una elevada intensidad de mano de obra, lo que lo convierte en una fuente significativa de empleo.

Con respecto a los factores económicos que mayor influencia tienen sobre la asociatividad turística en la provincia del Carchi, están los siguientes:

Tabla 1. *Factores económicos*

Factores Económicos	
Demanda Turística	En lo que respecta a las condiciones de demanda, existen varios factores que influyen en la demanda de turismo a nivel provincial, además estos ayudan a incrementar el número de visitantes o en su defecto mermarlos. Uno de los elementos que más contribuye al incremento de visitantes y un movimiento positivo de la curva de demanda para este sector es la promoción que genera el gobierno en otras provincias, para así contribuir a generar una marca provincia, en este caso la marca turística con la que se está promocionando el turismo es “Tulcán Capital del ciclismo ecuatoriano”. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019)
Calidad de Servicios	Es de gran impacto, pues la calidad de servicios tiene la finalidad de garantizar a los turistas nacionales y extranjeros servicios y atención

	con calidad y calidez, el Ministerio de Turismo en la provincia del Carchi, ha planificado realizar operativos de control en 231 establecimientos turísticos en la provincia del Carchi, incluidas las 20 asociaciones turísticas (GADM-T, 2021)
Recursos y tecnologías	En Ecuador el Ministerio de Turismo a través del Ministerio de Industrias y Productividad y la Asociación Ecuatoriana de Software -Aesoft-, están promoviendo el desarrollo del software nacional como estrategia para dinamizar y potenciar tecnológicamente el turismo nacional. Al momento están en desarrollo algo más de 300 aplicaciones que tendrán como beneficios, la reducción de costos, el incremento de las ventas, la mejora de la productividad, el aumento de las oportunidades de negocio, así como la generación de empleo. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019)
Presupuesto designado a la actividad turística en la Carchi	El presupuesto asignado al turismo por el GAD Tulcán es de 10.000 dólares, un monto muy bajo, que no es suficiente. (GADM-T, 2022)
Competitividad Turística Privada	El crecimiento del negocio turístico privado, ha permitido la creación de bajas condiciones en el mercado turístico, pues en la provincia del Carchi existen un número limitado de operadores turísticos transnacionales. (GADM-T, 2022)
Financiamiento a las asociaciones	Existen convenios interinstitucionales, que tienen como objetivo establecer la cooperación interinstitucional entre el Ministerio de Turismo y Ban Ecuador, mediante el diseño,

	instrumentación, operatividad y promoción de productos financieros enfocados al desarrollo de las actividades turísticas. Dicho convenio fue firmado el 12 de julio de 2019 y tiene una vigencia de 2 años. En el año 2019, se financió USD$ 26.489.044,00 beneficiando a 4.333 microempresarios. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019)

En lo que se refiere al aporte que tiene el turismo en la sociedad, es de gran importancia pues genera empleos tanto de manera directa como indirecta y ha permitido propagar las diferentes culturas que existen en el mundo. Además, en la actualidad se ha dado importancia a desarrollar un turismo consiente donde no se afecte los recursos naturales con los cuales puede contar un país.

Tabla 2. *Factores sociales*

Factores Sociales	
Calidad de vida	La perspectiva de la calidad del entorno de trabajo tiene como meta conseguir mejorar la calidad de vida mediante el logro de los intereses organizacionales (Torres, 2002)
Confianza y compromiso	La confianza para el clima organizacional radica principalmente en la buena relación que todos logren entablar, una confianza de buena voluntad y que reúne una serie de valores que empiezan a tomar importancia en las horas laborales y en el diario vivir. Estos se definen propiamente de la moral y ética del individuo, y que de esta, parte hacia el grupo de la organización
Patrimonio histórico y Cultura local	Durante la investigación se pudo recalcar que, la provincia del Carchi, tiene potencial

	y que existen recursos culturales, patrimonial, arquitectónicos que poseen amplia riqueza histórica, sin embargo, estos se encuentran desactivados. Siendo el turismo un aspecto relativamente nuevo
Trabajo en equipo	El trabajo en equipo, dentro de las asociaciones turísticas del Carchi, tiene gran influencia, pues les permite mantener y mejorar los siguientes aspectos: -Mayor claridad en las metas y objetivos. · Aumento de tolerancia y respeto hacia los demás asociados. · Mayor motivación para trabajar al sentirse parte de una asociación. · Mayor compromiso y responsabilidad con las tareas asignadas. · Aprovechamiento de la variedad de ideas hacia el enriquecimiento mutuo. (POA, 2022)
Cultura empresarial de cooperación	Se determinó que, si la relación entre el turismo y la cultura es sostenible, el turismo se desarrollará en armonía con los intereses de la comunidad, la protección de las culturas tradicionales y el fomento a la apreciación por las prácticas tradicionales de cada sociedad. (POA, 2022)
Proceso Administrativo	En la provincia del Carchi, las asociaciones manejan sistemas de gestión administrativa, la cual es una herramienta fundamental que les permite visualizar y

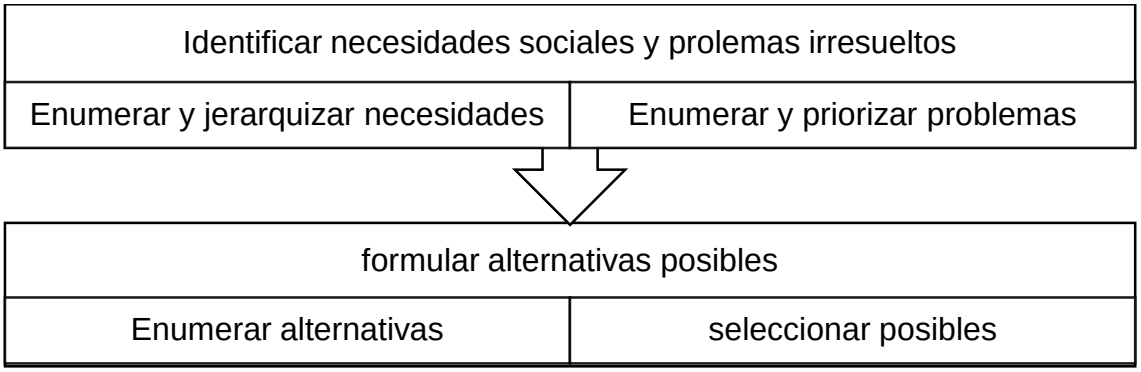
	controlar el desarrollo correcto del proceso administrativo, integrado por la planificación, organización, dirección y control. (POA, 2022)

2.2.4 Políticas públicas

Las políticas públicas dentro de la gestión de los gobiernos son fundamentales para la construcción de procesos de desarrollo nacional y local por medio de planes, programas o proyectos con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población en general. Las políticas deben contener objetivos colectivos que no beneficien solo a una pequeña parte de la población, pues el Estado y todas las organizaciones gubernamentales deben solucionar las problemáticas y demandas sociales, además de la insatisfacción de la población por la falta de gestión pública (Torres, 2002).

Además, las Políticas Públicas se las puede definir como todas las acciones del gobierno que buscan dar respuesta a los problemas sociales, pues el Estado debe generar estrategias y destinar recursos con el fin de contener el malestar de la población. Las políticas que van a ejecutarse deben seguir cuestiones claras como; ¿Cuál es la política a desarrollarse?, ¿Cómo se elaborarán en el ámbito de las facultades de gobierno y además de cómo se van a evaluar? Analizar las acciones y qué efectos provocan, esto sirve para analizar las políticas públicas que se van a implementar tanto de manera nacional como local (Ruiz y Cadenas, 2019).

Figura 4. Diagnóstico de políticas públicas



Tomado de: Graglia (2012) https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23874/Capitulo2modelorelacional2020dulfarycalderon.pdf

Para el diagnóstico de cada política se utiliza equipos técnicos y a los actores sociales consultados, se identifican las necesidades y problemáticas sociales para proceder a enumerar y jerarquizar necesidades y problemas, a raíz de investigaciones de acción participativa se establece un diagnóstico por especialistas y se formulan las posibles soluciones utilizando primero, herramientas de consulta para la población y tener una base con la cual comenzar a ejecutar políticas en beneficio de la sociedad (Graglia, 2012).

2.2.4.1 Política Turística

La política turística persigue mejorar el producto turístico ante un mercado cada vez más sofisticado y frente a un aumento del conflicto entre valores como desarrollo y sostenibilidad de difícil gestión. Se inician acciones relacionadas con la calidad y aparecen objetivos que buscan la consolidación de estructuras variadas cuyo fin sea la cooperación entre los actores. Según la OMT en el 2004 señala que la política turística se constituye en un cuerpo teórico que tiene su origen y fundamento en la política económica, de la cual se desgrana.

En este contexto, la política turística puede ser definida como “un conjunto de regulaciones, guías y objetivos de promoción/desarrollo y estrategias que promueven una línea de trabajo para la toma de decisiones colectivas e

individuales que afectan directamente el destino del desarrollo turístico y sus actividades diarias" (Chaisawat, 2006, citado por Enríquez et al., 2012).

Autores como Enríquez et al. (2012) expresan que la política turística "consiste en asegurar que el turismo contribuya a la calidad de vida local, creación de empleo, planificación física del espacio urbano, crecimiento endógeno y protección del medio ambiente natural, entre otros factores sociales". Pues la construcción de política pública requiere identificar necesidades sociales evidentes y una decisión política, que posteriormente conllevan a la articulación de acciones institucionales que permitan la cimentación de líneas de acción conjuntas entre la sociedad y el Estado.

Es necesario señalar que la formulación de la política pública parte justamente del análisis de la necesidad de la política, la institucionalidad y los servicios, la elaboración de propuestas que identifiquen los aspectos críticos donde se va a intervenir para provocar quiebres importantes, la planificación estratégica del sector y de los actores involucrados, el coste de la implementación de la política y, finalmente, la programación de una línea de tiempo hasta llegar a la declaratoria pública y su posterior implementación.

En Ecuador, las políticas públicas se consideraron como soluciones viables frente a las diversas problemáticas sociales y que buscaron como objetivo central la consecución de la noción del buen vivir. Según la retórica del PND, en el caso particular del turismo las políticas públicas se generaron con el fin de promover el sector como un actor activo dentro del Estado, dinamizador sociopolítico, cultural y económico, en el marco del cambio del patrón de especialización económica. En tal sentido, los resultados esperados de la priorización del sector, con base en las políticas públicas establecidas, se consolidaron en el Plan Nacional (Osuna y Márquez, 2000).

2.2.4.2. Política pública turística en la provincia del Carchi.

Tabla 3. *Plan Sectorial de Turismo 2021-2025*

OBJETIVO PND	POLITICA PND	OBJETIVO SECTORIAL	META SECTORIAL AL 2025
Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.	Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional.	Mejorar las estrategias de promoción empresarial y/o de los destinos turísticos en el territorio de acuerdo a demanda del mercado. Fortalecer las estrategias de oferta de productos en el territorio según demanda del mercado. Implementar procesos de gestión turística e innovación de productos turísticos que permita mejorar la competitividad del sector.	Aumentar el número de mercados internacionales priorizados donde se promociona el destino Ecuador, de 2 en 2020 a 16 en 2025. Incrementar destinos asistidos técnicamente bajo lineamientos de sostenibilidad de 6 en 2020 a 50 en 2025. Incrementar inversión privada en infraestructura turística de 200,95 en 2021 a 450,95 millones de dólares en 2025.

Nota. Información obtenida del Plan Sectorial de Turismo (2021-2025). Ministerio de Turismo. (2021) disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf

Tabla 4.

Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GAD Provincial del Carchi

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL GAD PROVINCIAL DEL CARCHI				
COMPONENTE	**OBJETIVO**	**META**	**PROGRAMA O PROYECTO**	**POLÍTICA**
Desarrollo Turístico	Impulsar sectores estratégicos de la provincia a través de emprendimientos turísticos ambientales y culturales en el sector rural para dinamizar la económica local	Finalizado el 2023 se tendrán 6 rutas ecoturísticas comunitarias establecidas y debidamente señalizadas.	Desarrollo turístico/Impulso al desarrollo turístico de la provincia del Carchi, con enfoque ecoturístico – comunitario	Impulsar iniciativas económicas productivas sostenibles Potencializar el sector turístico provincial

	Finalizado el 2023 se mantendrá 20.000 turistas visitantes a fuentes de agua termales.	Desarrollo turístico/Generar turismo termal en la provincia del Carchi	Crear condiciones para la innovación y competitividad territorial

Nota. Información obtenida PDOT del GAD Provincial del Carchi (2019-2023) disponible en: https://carchi.gob.ec/2016f/phocadownload/PDOT/PDOT%20Resumen%20ejecutivo.pdf

Las políticas, programas y proyectos plasmados en el Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 y PDOT del GAD Provincial del Carchi (2019-2023), buscan principalmente fomentar el sector turístico, sin embargo, es evidente que existe un escaso capital e inadecuado acceso a capacitaciones, asistencia técnica, innovación, infraestructura, etc. Además, dentro de estos programas no se toma en cuenta las estrategias asociativas, que generen ventajas competitivas como son: eficiencia, eficacia a nuevas ideas y servicios turísticos, satisfacción de clientes, calidad del servicio, calidad de vida y sustentabilidad del medio ambiente. Es importante destacar, que la implementación de la estrategia asociativa en el sector turístico logrará elevar la capacidad de las microempresas, para competir, subsistir y mantenerse hoy en día en un entorno cada vez más competitivo, también ofrece la oportunidad de aumentar su capacidad financiera.

2.2.5. Teoría de la Gobernanza

La gobernanza, según Pérez (2020), se define como:

> “Un modelo de interacción y de cooperación entre el Estado y los actores no estatales que genera nuevos mecanismos de la acción gubernamental sin basarse en el protagonismo exclusivo del Estado ni del mercado, sino en una cooperación equilibrada entre distintos actores autónomos y diferentes redes que existen entre las organizaciones que hacen vida en el ámbito público” (p. 11).

Es importante destacar que por medio de la gobernanza se mejora la institucionalidad y la gestión de los recursos sociales generando procesos que tengan principios de eficacia, eficiencia, calidad y participación al momento de que exista la intervención con el gobierno, esto mejora la toma de decisiones, fortalece la democracia participativa y promueve el desarrollo económico y social (Pérez, 2020).

Por tanto, la teoría de la gobernanza es un tema relevante y asociativo en este trabajo investigativo, ya que un objetivo principal de la gobernanza es potenciar el desarrollo local en todos los ámbitos, esto es gracias a que inmiscuye la participación ciudadana en este caso de las asociaciones, en los asuntos públicos como es, la formulación de políticas públicas o la toma de decisiones, pues ayuda a que los distintos actores sociales participen coordinadamente entre sí para generar estrategias de desarrollo tomando en cuenta el aprendizaje social con principios de innovación ciudadana. Todos los niveles de gobiernos deben generar estrategias en las cuales participen todos los actores sociales que van desde el sector público, privado, organizaciones de la sociedad civil y la familia, generando un equilibrio en la administración pública con dimensiones de eficiencia, calidad y legitimación frente a la sociedad, con un nuevo modo de gobernar que evaluará el comportamiento continuo de las entidades estatales, las bases legales aplicadas a las mismas, mecanismos de participación como la rendición de cuentas, nuevas prácticas institucionales que impulsan a un nuevo modelo de gobernar con la llamada “gestión pública cooperativa”, donde las estructuras, actores gubernamentales empresarios y ciudadanos construyan redes públicas generadoras de resultados con programas y políticas públicas sostenibles (Pérez, 2020).

2.2.6. Teoría de la Nueva Gestión Pública

La Nueva Gestión Pública, y su teoría organizacional es considerada como un enfoque que relaciona al funcionamiento de las organizaciones del servicio público, el cual es usado por el gobierno e instituciones públicas desde el nivel central hasta los niveles autónomos. Por ello la NGP propone la reorganización

del manejo de la administración pública, la misma que proviene del neo institucionalismo económico y del gerencialismo (Villanueva, 2004).

Es decir que la NGP, es un modelo que tiene como finalidad mejorar la capacidad institucional del gobierno a través de la incorporación de técnicas gerenciales del sector privado, con la finalidad de mejorar o agilizar el sector público mediante políticas eficientes y eficaces.

Para Ostom (1973) menciona que “la NGP apoya la participación ciudadana como mecanismo de mercado, los gerentes públicos diseñan los proyectos de trabajo y los ciudadanos definen lo que más les conviene y forman parte de la evolución y desarrollo de estos planes de trabajo”. (Ostrom, 1973, p. 153).

Además, la NGP nace para dar respuesta y soluciones a los problemas que tiene la Administración Pública Tradicional que es propia de un modelo burocrático, con el objetivo que la ciudadanía tenga una mejor relación y cercanía con los diferentes niveles de gobierno. En el Ecuador existen cinco niveles de gobierno que son: gobierno central, regional, provincial, municipal y parroquial los cuales poseen autonomía administrativa, política y financiera.

La Nueva Gestión Pública (NGP) introduce en su modelo de administración nuevos requerimientos como el desarrollo de una cultura de cooperación y el desarrollo de capacidades específicas orientadas a la Gestión para Resultados. Para ello, se enfoca en un modelo de cultura organizacional, utilizando el desempeño institucional para el cumplimiento efectivo de objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo, haciendo especial énfasis en los resultados obtenidos. Al alcanzar los objetivos planteados a inicios de gestión, se genera progreso, estabilidad y mejora continua (Osborne & Gaebler, 1992).

En tal sentido, la Nueva Gestión Pública es una herramienta fundamental en el desarrollo turístico de las diferentes asociaciones que prestan sus servicios en la provincia del Carchi debido a que se enfoca en desarrollar una cultura de cooperación y basa sus principios en brindar eficiencia y eficacia a través del

cumplimiento de objetivos planteados en una administración que base sus capacidades individuales y colectivas para brindar resultados satisfactorios, esto implica que las asociaciones se administren tomando en cuenta la capacidad profesional para los diferentes puestos gerenciales, que les permita orientar a la población en general a adquirir los servicios que están prestos a brindar, como lo son viajes, hospedaje, gastronomía entre otros, administrando eficientemente los recursos disponibles por los diferentes negocios turísticos, con ello se podrá satisfacer las necesidades de los consumidores y generar mayor rentabilidad para los socios. Además, la NGP, permitirá a las instituciones estatales, desarrollar estrategias socioeconómicas eficientes y así poder guiar a los asociados a una correcta gestión turística, tomando en cuenta la gestión de presupuesto, gestión de personal, promoción del turismo, satisfacción del cliente, maximizar ingresos comerciales y buscar formas de mejorar las actividades o servicios relacionados al turismo de la empresa, tomando en cuenta las características de cada región.

2.3. Marco legal

En el aspecto legal, se tomó en cuenta lo que establece la Constitución de la República del Ecuador del año 2008. Según lo que estipula en su Art. 319, se reconoce a las asociaciones como una parte fundamental para el desarrollo económico, es decir el Estado impulsará las distintas formas de producción que aseguren el buen vivir de las personas que conformen dichas asociaciones. De esta manera, se afirma que la asociatividad turística en la provincia del Carchi es una manera de generar recursos y desarrollo socioeconómico.

De igual forma, se analizó la Ley del turismo, que señala en su Art. 3, los diferentes principios para el desarrollo de la actividad turística, mismos que hablan sobre la inversión, promoción y generación de empleo en este sector, tomando en cuenta la participación activa de los gobiernos provinciales y cantonales para impulsar y mejorar el desarrollo turístico. Sin embargo, el desarrollo turístico en la provincia del Carchi no se ha logrado, pues es evidente la falta de inversión, infraestructura y promoción turística. En este contexto, es importante mencionar la falta de coordinación existente entre los gobiernos

locales para lograr fomentar e incentivar el turismo local, pues el nivel asociativo en la provincia es bajo porque existen solo 20 asociaciones turísticas adscritas al ministerio de turismo, justamente por la falta de apoyo tanto en capacitación técnica y profesional, bajo financiamiento, promoción, mejoramiento de infraestructura turística, etc.

Es importante señalar que desde el ámbito local se analizó la Ley Orgánica de Desarrollo Fronterizo (LODF), y particularmente en lo que respecta a la asociatividad turística se puede destacar el Art. 43. El cual se trata sobre la promoción del turismo a través de los gobiernos autónomos descentralizados de los cantones fronterizos, pues son estos quienes velarán y darán atención preferente a las actividades enfocadas al desarrollo turístico, especialmente al turismo asociativo y comunitario, por lo cual deben establecer como prioridad a este sector en sus planes de desarrollo y ayudar con el presupuesto en las diferentes inversiones destinadas al mejoramiento y desarrollo turístico asociativo. Además, en la LODF se incluyen diferentes estímulos para el desarrollo socioeconómico mismos que benefician directa e indirectamente a las asociaciones turísticas de la provincia del Carchi al ser una provincia fronteriza, pues en su Artículo 31 y 32 que habla sobre los estímulos para el desarrollo socioeconómico, señala que el Estado mediante las diferentes instituciones competentes establecerá estímulos especiales entre los más principales esta la exoneración total o parcial de tributos de acuerdo a la ley, exoneración de aranceles en la importación de equipos y maquinaria para nuevas inversiones productivas, el acceso a líneas de crédito preferenciales en las instituciones financieras públicas para capital de trabajo y nuevas inversiones asociativas. Es decir de manera general se destaca la existencia de beneficios para la zona de frontera norte, siendo necesario que se aplique con los diferentes procedimientos de manera clara y específica es necesario el trabajo conjunto entre las asociaciones del sector turístico y los gobiernos locales para alcanzar de manera efectiva los fines de esta ley y así lograr un desarrollo socioeconómico en la provincia del Carchi.

En lo que respecta a las Ordenanzas Municipales, no se encontró ordenanzas que hablen sobre el desarrollo turístico en base a la asociatividad, mas sin embargo los Municipios de Montufar, Bolívar y Mira, generaron una ordenanza que regula la planificación, control y gestión de las facultades para el desarrollo de actividades turísticas. Mismas que señalan dentro de la gestión cantonal promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los diferentes GAD´s, mediante la creación y funcionamiento de organizaciones, empresas comunitarias de turismo, conforme la normativa vigente. Como también impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo; además, dentro de la función de estos municipios se encuentra el control y recaudación de dinero por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF). De igual forma, dentro de estas ordenanzas señalan la importancia de desarrollar productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno, a través de la elaboración de material promocional y asesoramiento técnico en capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.

Finalmente, se analizó los informes de rendición de cuentas del gobierno provincial y gobiernos municipales, en la página web del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, en donde se encuentra que el GAD Provincial del Carchi en el informe No 14285, principalmente se enfoca en fomentar las actividades productivas provinciales, especialmente las agropecuarias, sin embargo uno de sus objetivos del Plan de Desarrollo es impulsar sectores estratégicos de la provincia a través de emprendimientos turísticos ambientales y culturales en el sector rural para dinamizar la economía local, tomando en cuenta que el sector turístico forma parte del eje productivo, es por esto que se encuentra actividades encaminadas en la planificación y gestión del turismo comunitario para lograr generar ingresos económicos en las comunidades rurales. Es necesario resaltar que la prefectura está trabajando en la ejecución de un proyecto basado en el empoderamiento de comunidades y gobiernos rurales a través del turismo sostenible- ECOGOBTUR, mismo que

busca promover el desarrollo sostenible del turismo en la provincia del Carchi, con un enfoque en la gobernanza ambiental y con el respaldo financiero de la Unión Europea en Ecuador, a través del Ayuntamiento de La Palma y con la participación de tres socios clave: el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira, el GAD Montúfar y la Prefectura del Carchi, proyecto que está ejecutado en tan solo un 33,44 %.

De igual forma, el municipio de Montufar en su informe de rendición de cuentas N. 140572023, uno de sus objetivos primordiales es consolidar un sistema integral económico productivo que permita posicionar al cantón como un destino turístico. En donde habla sobre mejorar la infraestructura patrimonial y señalización turística a través del proyecto financiado por ECOGOBTUR. Además, dentro de este informe se encuentran proyectos para brindar equipamiento, capacitación técnica y facilidades turísticas con las diferentes asociaciones que se encuentran dentro de este Cantón con el fin de consolidar un sistema integral económico productivo mismo que permita posicionar al Cantón Montufar como un destino turístico, sin embargo, este proyecto se encuentra en 0,00 % de ejecución debido a la falta de presupuesto.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Descripción del área de estudio/grupo de estudio

La presente investigación se realizó en base a las asociaciones turísticas, adscritas al Ministerio de Turismo, acogiendo a veinte asociaciones que se encuentran ubicadas en los cantones Espejo, Montufar, Mira, Tulcán, Huaca y Bolívar en la provincia del Carchi.

3.2. Enfoque y tipo de investigación

3.2.1. Enfoque

En el presente estudio se utilizó el enfoque cuantitativo, teniendo en cuenta la percepción de Hernández (2003), quien menciona que “el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contrastar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población” (pág. 50). Es decir, este enfoque nos permite determinar cuál es la situación socioeconómica y económica de las asociaciones del sector turístico, además de determinar las principales actividades turísticas en las que operan las asociaciones. Es decir, se realizó un análisis estadístico para analizar comportamientos de ciertas actitudes de los grupos de estudio, mediante la recopilación de datos medibles a través de encuestas realizadas a los diferentes socios de cada asociación turística, para enriquecer esta investigación.

3.2.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación es la parte esencial del proceso, para este caso se aborda una investigación de tipo descriptiva no correlacional, es decir, las variables no están correlacionadas lo que significa que el cambio en una variable no influye en que la otra varíe.

Investigación Descriptiva: Según Sampieri, Collado, & Lucio, (2019) En la investigación descriptiva se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Es necesario hacer notar que los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Aunque, desde luego, pueden integrar las mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. (Tavarez, 2019)

Es decir, este tipo de investigación servirá para especificar la situación económica y socioeconómica de las asociaciones del sector turístico en la provincia del Carchi, para lo cual se consideraron los aspectos y características de la población de estudio, en este caso aspecto social, económico, tipos de actividad y Política Pública relacionada al desarrollo y fortalecimiento del sector turístico en la provincia, información que fue necesaria para plasmar los patrones a investigar a través de la aplicación de técnicas estadísticas que permitieron recoger información para sustentar esta investigación.

3.3. Definición y operacionalización de variables

Para el estudio se establecieron las siguientes variables:

- **Situación socioeconómica de los asociados**

Según Yánez, (2022) explica que: “La situación socioeconómica se refiere, por tanto, a lo patrimonial y a las condiciones de vida que posee una persona”.

- **Situación económica de las asociaciones**

De acuerdo con Yánez, (2022) esto: “Hace referencia al efectivo que dispone en lo inmediato, se refiere a la capacidad que poseen esas personas, empresas o sociedades de hacer frente a las deudas que tienen o, lo que es lo mismo, de la liquidez de la que disponen”.

- **Actividad Turística**

El turismo es una actividad considerada altamente beneficiosa, ya que permite la recepción de importantes sumas de divisas y genera oportunidades de empleo y articulación de las cadenas de valor (MINTUR 2018).

Tabla 5. *Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLES	CATEGORIA	INDICADORES
Situación socioeconómica de los asociados El estatus socioeconómico es una combinación de la posición económica y social de una persona o familia en comparación con otras. Este estatus se mide por los ingresos, la educación y la ocupación de una persona. Además, se ha utilizado el estatus socioeconómico para medir la situación de las personas, las familias y las comunidades. (Miller, 2021)	Aspecto Social	Número de integrantes de la familia
		Género por integrante
		Nivel de Educación
		Edades
		Ingreso mensual familiar
		Gastos como porcentaje del ingreso
		Propiedad de vivienda/arriendo
		Tipo de construcción de vivienda
		Acceso a servicios básicos
Situación económica de las asociaciones La situación económica se refiere, por tanto, a lo patrimonial. Se tiene buena situación económica cuando el patrimonio es importante. El patrimonio es la diferencia entre activo y pasivo. (Yánez, 2021)	Aspecto Económico	
		Nivel de inversión
		Financiamiento
		Nivel de utilidad
		Ingresos mensuales/ventas promedio
		Proporción de costos
		Repartición de utilidades
		Rendimiento sobre la inversión
Actividad turística	Tipos de Actividad	Servicios específicos por actividad

El turismo es una actividad considerada altamente beneficiosa, ya que permite la recepción de importantes sumas de divisas y genera oportunidades de empleo y articulación de las cadenas de valor (MINTUR 2018).		Paquetes turísticos
		Precios de las actividades
		Servicios complementarios
		Perfil de los clientes
	Política Publica	Normativa vigente
		Políticas nacionales
		Organismos de control
		Beneficios percibidos por asociaciones
		Proyectos Públicos
		Programas

3.4. Procedimientos

En primer lugar, se buscó conocer la situación actual de las asociaciones en aspectos social, económico, tipos de actividad turística y política pública, destacando sus características como fortalezas asociativas y a su vez relacionando los datos obtenidos en el levantamiento de información con la aplicación de dos cuestionarios estructurados como es la encuesta, también, la aplicación del método deductivo fue utilizado a partir de las teorías existentes en materia de nueva gestión pública y dentro del marco legal como Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional de Desarrollo, Ley del Turismo, entre otras, a fin de analizar la incidencia del desarrollo turístico en el ámbito de la administración pública.

Con respecto al método deductivo, Jiménez (2017) mencionó que este método considera las demostraciones efectivas y apoyadas con evidencias existentes, partiendo de conceptos generales o principios universales se llegará a conclusiones particulares, señala que el método deductivo tiene muchas potencialidades como método de construcción de conocimientos en un primer nivel, relacionado con regularidades externas del objeto de investigación. (p. 26).

La importancia de aplicar este método es establecer una premisa la cual se la contrasta a situaciones específicas y llegar a conclusiones determinadas, por ejemplo, resulto útil analizar EL Plan Sectorial de Turismo 2021-2025, con la finalidad de analizar de forma general el cumplimiento de planes, programas y proyectos que fortalezcan el sector turístico. Además, el método deductivo ayudo a analizar los diferentes modelos de evaluación de las de políticas públicas turísticas implementadas en la Provincia del Carchi, a partir de datos válidos obtenidos del Plan Operativo Anual, conociendo así los resultados obtenidos por los proyectos o programas realizados que están directamente relacionados con el turismo y que impacto han tenido en las asociaciones turísticas.

Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas que se emplearon para recopilar información necesaria es el análisis documental como el Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 y el Plan de

desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia del Carchi, que hacían énfasis a fomentar el desarrollo turístico en la provincia del Carchi, información fundamental para establecer ideas principales y realizar el instrumento de esta investigación.

Es importante mencionar que la revisión de la bibliografía a través de la lectura facilito la recopilación de información secundaria en cuanto se refiere a escritos con similares características al tema de esta investigación, como libros de autores, artículos científicos, información de las asociaciones turísticas de la provincia del Carchi, facilitada por la Dirección Distrital de Turismo a nivel Zonal 1, el Plan de Creación de las Oportunidades 2021-2025, Plan Sectorial de Turismo 2021-2025, PDOT de la provincia del Carchi, entre otros documentos asociados al tema de investigación.

Otro instrumento para utilizar en la recolección de datos cuantitativos en la investigación fue la encuesta, misma que fue aplicada a los socios de las diferentes asociaciones turísticas para conocer su situación actual en lo que se refiere a aspecto socioeconómico, además analizar si participan o intervienen en la formulación de políticas públicas turísticas, esto con el fin de saber cuál es su incidencia en la gestión coordinada con el gobierno local de los lugares turísticos.

Análisis Estadístico

Población

Calderón y Alzamora (2010) describen la población como el conjunto total de individuos o elementos que pueden exhibir una característica específica que es objeto de estudio. En otras palabras, se refiere a todas las personas o elementos que comparten una cualidad particular y que son susceptibles de ser analizadas en una investigación (p. 47).

Para esta investigación la población a estudiar está conformada por el número total de socios de las diferentes asociaciones de la provincia del Carchi enfocadas en el área de turismo, siendo un total de 230 socios, distribuidos en 20 asociaciones turísticas.

Tabla 6.*Población estratificada por Cantones*

N°	RAZÓN SOCIAL	PROVINCIA	CANTON	CLASE ORGANIZACION	N° DE SOCIOS	TIPO ORGANIZACION
1	ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES EN TURISMO Y AFINES DEL CARCHI: “RUTA CERO CUATRO”	CARCHI	TULCÁN	TURISMO	15	ASOCIACION
2	ASOCIACIÓN DE TURISMO RURALY COMUNITARIO “EL PAYURCO”	CARCHI	ESPEJO	TURISMO	12	ASOCIACION
3	ASOCIACION DE TURISMO "UNION SANJUANEÑA"	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	8	ASOCIACION
4	ASOCIACION DE TURISMO RURAL MANOS QUE AYUDAN	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	10	ASOCIACION
5	ASOCIACIÓN ECOLÓGICA Y TURÍSTICA “ENTRE RANAS Y ANTURIOS”	CARCHI	MIRA	TURISMO	7	ASOCIACION
6	CORPORACIÓN TURÍSTICA “QUITA SOL”	CARCHI	TULCÁN	TURISMO	14	ASOCIACION
7	ASOCIACIÓN “LA VIEJA DEL MONTE	CARCHI	HUACA	TURISMO	13	ASOCIACION
8	ASOCIACIÓN DE TURISMO “GUACAN”	CARCHI	HUACA	TURISMO	11	ASOCIACION
9	ASOCIACIÓN CEJA DE MONTAÑA	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	14	ASOCIACION
10	ASOCIACIÓN DE TURISMO TUQUER	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	12	ASOCIACION
11	ASOCIACION ECOLÓGICA, TURÍSTICA Y GASTRONÓMICA “TRES CHORROS FUENTE DE VIDA	CARCHI	TULCAN	TURISMO	15	ASOCIACION
12	ASOCIACION DE TURISMO CACIQUES TRAVEL	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	10	ASOCIACION
13	ASOCIACIÓN SAN PATRICIO TURÍSTICO	CARCHI	MIRA	TURISMO	14	ASOCIACION
14	ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS	CARCHI	ESPEJO	TURISMO	11	ASOCIACION

15	GUARDIAS AMBIENTALES EL FRAILEJON LA ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS DEL CANTON ESPEJO ASOSETURCAES	CARCHI	ESPEJO	TURISMO	9	ASOCIACION
16	ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS PALUZ ASOSTURPAL	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	12	ASOCIACION
17	ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS CALIXTOS ASOSTURICAL	CARCHI	BOLIVAR	TURISMO	13	ASOCIACION
18	ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS TAMBO RUNA (SITIO DE DESCANSO)	CARCHI	ESPEJO	TURISMO	10	ASOCIACION
19	ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS PASTOS PISMACAL "ASOSERTURPASPIS"	CARCHI	ESPEJO	TURISMO	8	ASOCIACION
20	ASOCIACION DE SERVICIOS TURISTICOS CASA DEL DUENDE ASOSERVTURCADDU	CARCHI	MONTUFAR	TURISMO	12	ASOCIACION

Nota. Población por cantón, datos obtenidos de MINITUR, (2023) CATASTRO.

Censo

Tomando en cuenta, que se conoce la totalidad de la población y su tamaño, se determinó trabajar con el 100 por ciento de ella.

Para el cálculo de la muestra se tomó como universo a los integrantes de las distintas asociaciones de la provincia del Carchi, además la investigación se basó en fuentes de información oficiales mediante documentación emitida por la Dirección Distrital de Turismo a nivel Zonal 1, en donde se registran un total de 230 socios, distribuidas en 20 asociaciones adscritas al Ministerio.

Análisis de fiabilidad:

Fue imprescindible aplica una encuesta piloto a 20 asociados turísticos, a fin de determinar la fiabilidad del instrumento de investigación, cuyos resultados son analizados en el software SPSS V29.0.0 cuyo p valor es de 0.758 en lo que respecta al Alfa de Cronbach, con el siguiente detalle:

Tabla 7.*Análisis estadístico de la fiabilidad de los ítems (51) que componen el instrumento de investigación (encuesta)*

Alfa de Cronbach		N	%
Casos	Válido	20	95,0
	Excluido[a]	1	5,0
	Total	230	100,0

Nota*.* La tabla indica el número de casos considerados para el cálculo de Alfa de Cronbach.

Tabla 8. *Análisis de Alfa Cronbach*

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,758	51

Nota. La tabla significa que se encuentra el instrumento en una escala aceptable.

Para analizar la fiabilidad del instrumento de los 51 ítems o preguntas propuestas en la encuesta las cuales fueron dirigidas a miembros de asociación turísticas de la provincia de Carchi, hubo que primero, realizar el análisis estadístico en SPSS, el cual según Cronbach (1951), y citado por (Campo, 2005) “Es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados” (pág. 5). Es decir, la interpretación del coeficiente alfa de Cronbach va de 0 a 1, teniendo mayores fiabilidades todas aquellas que se aproximen a 1, y menor fiabilidad cuando se acerquen a 0, en otras palabras,

cuando los resultados tienden a estar en descenso o igual a 0 indica que no hay ninguna correlación entre los elementos.

En este caso se puede visualizar según la tabla No. 8, el Alfa de Cronbach arroja un resultado de 0.758, es decir que se aproxima a 1, teniendo entonces, correlación entre los elementos, la aplicación de esta fórmula en general resultó útil para valorar la fiabilidad del instrumento en el que la respuesta a los ítems es dicotómica (tiene más de 2 valores), y es que al instrumento se aplica una escala de actitudes con respuesta de tipo Likert.

3.5. Consideraciones bioéticas

Debido al carácter social de la investigación, no se experimentó con animales o plantas, se desarrolló estrategias socioeconómicas para el fortalecimiento de la asociatividad como políticas públicas del sector turístico en la provincia del Carchi.

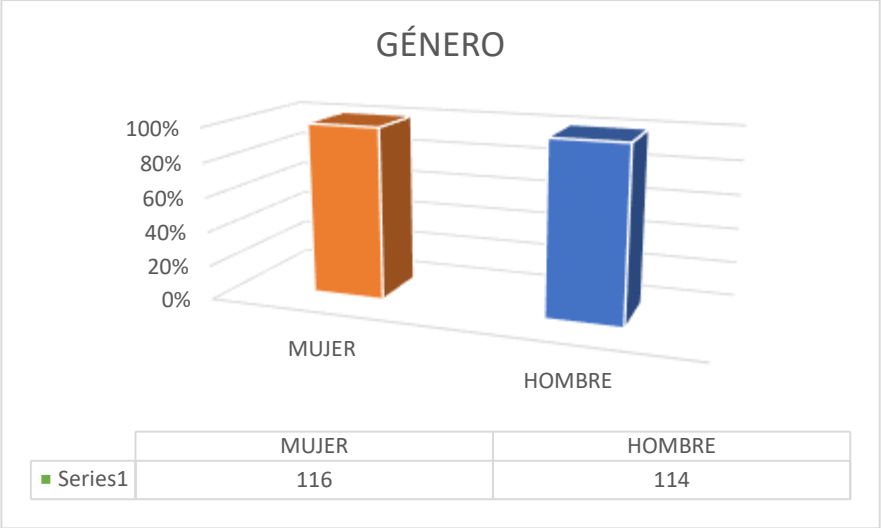
CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

En la presente investigación es importante presentar los resultados obtenidos en la aplicación de 20 encuestas dirigidas a presidentes de las asociaciones turísticas de la provincia del Carchi, y 210 encuestas aplicadas a los socios de las asociaciones turísticas de la provincia del Carchi.

Figura *5*. Genero de los socios encuestados



Nota. La figura muestra los resultados porcentuales de los datos informativos de los socios. Fuente: Elaboración Propia

Análisis: Los resultados muestran que existe una adecuada inclusión de género dentro de las asociaciones turísticas en la provincia del Carchi, pues estas se conforman de un 50% de mujeres y 50% hombre, información importante que aporta a esta investigación.

El estadístico de prueba aplicado, facilitó desplegar una propuesta de estrategias en búsqueda de una mejora en la situación socioeconómica de las asociaciones, a través de un análisis de medias estadísticas de los ítems para cada variable como es; la situación socioeconómica del asociado, situación económica de las asociaciones y la actividad turística en torno a la asociatividad; además, fue necesario la revisión documental acorde a la aplicación de normativas, plan

sectorial u ordenanzas en temas de asociatividad turística en la provincia del Carchi (GAD Provincial del Carchi), como también el análisis de la planificación estratégica institucional y toda información pública referente al Ministerio de Turismo, como fuente de información de acceso público de las entidades gubernamentales.

Además, construir una matriz la cual incluyo 51 ítems, preguntas que son sometidas a un análisis de medias en el sistema estadístico SPSS V29.0.0, como estadístico de prueba, para describir y estudiar los resultados de los datos recabados, donde se analiza el resultado de los porcentajes de acuerdo a la escala de Likert establecidas, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

El análisis de comparación de medias estableció el nivel socioeconómico de los socios, como también el nivel económico de las 20 asociaciones ubicadas en los cantones Espejo, Bolívar, Montufar, Huaca, Tulcán y finalmente la relación de la actividad turística en base al nivel de asociatividad, tres variables planteadas a través de preguntas de investigación para alcanzar los objetivos específicos y así obtener el objetivo general de la investigación.

El software SPSS V29.0.0, constituye un conjunto de programas destinado al proceso de análisis estadísticos para la generación de datos ordenados, comparación de medias, etc.

Analizar y comparar medias: según Domínguez, (2023), explica “Este procedimiento calcula los estadísticos: media, desviación típica, varianza, suma y número de individuos, para una o más variables, para los distintos valores, niveles o categorías de una o más variables (p.11). Con este procedimiento lo que se pretendió realizar fue un diagnostico situacional para ver el estado de las variables.

A continuación se contrasta las cuatro dimensiones consideradas dentro del instrumento de investigación **(Nivel socioeconómico de los socios de las asociaciones - Situación económicas de las asociaciones - Actividad**

Turística y Situación pública), la información comparada en cuanto al género (Masculino – Femenino), servirá para analizar la significancia y relevancia de los valores de las medias, para este caso, las medias se las calificará de acuerdo con la escala de Likert aplicada en diferentes preguntas de la encuesta.

Tabla 9.*Medias estadísticas*

ANÁLISIS DE MEDIAS ESTADÍSTICAS EN LAS DIMENSIONES DE ESTUDIO							
1		2		3		4	
Nivel socioeconómico de los socios de las asociaciones	**Media**	**Situación económica de las asociaciones**	**Media**	**Actividad Turística**	**Media**	**Situación pública**	**Media**
¿Cuál es su nivel de educación?	2,67	Los costos de operación que tiene la asociación se mantienen estables	3,98	Recibe capacitación profesional	1,08	Las propuestas diseñadas por el gobierno, para la reactivación socioeconómica del sector turístico en la provincia del Carchi han contribuido a este objetivo	1,33
Cuál es el Número de integrantes de su familia?	3,25	El desarrollo del turismo asociativo promueve mayores ingresos a los hogares	3,29	Los servicios que presta su asociación son considerados por los clientes de buena calidad	4,43	Las instituciones públicas aportan en la capacitación del personal que labora en el área de turismo	1,37

¿Cuál es su ingreso mensual familiar?	3,98	El nivel de inversión es óptimo	3,07	Su asociación cuenta con un sistema de queja y sugerencias que le permite detectar y corregir problemas	2,02	Se cuenta con la suficiente información que detalla cada una de las funciones y responsabilidades del personal asociado.	1,94
Cuál es el porcentaje de gasto mensual familiar en relación con sus ingresos?	3,56	Los ingresos mensuales son equitativos	3,86	Los servicios que oferta satisfacen las necesidades de los clientes	4,35	Se cuenta con un inventario turístico actualizado, dentro de la provincia del Carchi	1,39
¿La casa que habitan actualmente es?	4,52	Tiene acceso a préstamos bancarios por formar parte de la asociación	2,18	Los precios son acordes con la calidad del servicio prestado	4,30	Las instituciones públicas programan eventos de promoción turística en festividades locales	2,19
¿De qué material es su vivienda?	4,63			Los precios de los servicios se mantienen fijos	3,14	Los eventos programados por instituciones públicas cuentan con bastante afluencia turística.	1,92
Satisfacción con el Servicio de salud	3,87			El ingreso de turistas a la asociación es frecuente	3,42	Se han socializado efectivamente las normas y regulaciones que deben cumplir los operadores turísticos de la provincia	1,63

Satisfacción con el Servicio educativo	4,12		Existe suficiente promoción de destinos turísticos de la provincia	1,97
Satisfacción con el acceso al servicio de agua potable	4,73		Existe material informativo sobre la segmentación y el perfil de los turistas que visitan los destinos turísticos de la provincia.	1,36
Satisfacción con el acceso al servicio de energía eléctrica	4,76		Las instituciones públicas aplican estrategias de incentivos para fomentar y atraer capitales e inversiones turísticas en la provincia	1,52
Satisfacción con el acceso al servicio de alcantarillado	4,71		La asociación maneja proyectos conjuntos con instituciones públicas, en busca de un mayor fomento turístico de la provincia.	1,28

Satisfacción con el acceso al servicio de Internet	4,82		Se realizan convenios con instituciones públicas para obtener asistencia técnica en materia turística	1,45
Satisfacción con el acceso al servicio de telefonía fija	4,76		Se realizan convenios con instituciones privadas para obtener asistencia técnica en materia turística	1,63
Satisfacción con el acceso al servicio de telefonía móvil	4,71		Se realizan encuestas para obtener datos de la demanda real de turistas que visitan la asociación	1,28
Satisfacción con el Bienestar familiar	4,82		Se realizan encuestas para obtener datos de los niveles de satisfacción de los turistas que visitan la asociación	1,29
Satisfacción con la Protección policial	2,66		La asociación cuenta con créditos del sector público	1,81
Satisfacción con la economía actual	2,45		Existen políticas públicas de apoyo a la asociación en la provincia delo Carchi.	1,29

Satisfacción con las oportunidades de empleo	1,97		Las políticas públicas en turismo dirigidas a la provincia del Carchi son oportunas para el desarrollo de la asociatividad turística.	1,28
Satisfacción con la cultura asociativa	2,17			
Satisfacción con los servicios de transporte de taxis	4,03			
Satisfacción con los servicios de transporte intercantonal	4,11			

Análisis. - Las medias estadísticas muestran porcentajes significativos dentro del análisis de promedios en las cuatro dimensiones investigadas, así, para determinar el Nivel socioeconómico de los socios de las asociaciones la media estadística obtenida es de 3.87 (aceptable)- Situación económicas de las asociaciones la media obtenida es de 3.28 (regular) – Actividad Turística la media estadística es de 3.25 (regular) y Situación pública la media estadística obtenida es de 1.55 (poco).

A continuación se enlista las asociaciones turísticas legalmente constituidas dentro del rol, en la provincia de Carchi, cuya información reposa en la Subsecretaria Zonal 1 del Ministerio de Turismo con sede en la provincia de Imbabura, dicha información se me es facilitada por esta cartera de estado y me permitió identificar, las principales actividades del sector turístico en las que operan las asociaciones de la provincia del Carchi, información que además fue corroborada por los asociados a quienes posteriormente se aplica el instrumento de investigación cuyas preguntas, constan en la siguiente información.

Tabla 10. *Asociaciones por cantones*

NUMERO DE ASOCIACIONES POR CANTONES DE LA PROVINCIA DEL CARCHI			
CANTON	**CLASE ORGANIZACION**	**N° DE SOCIOS**	**TIPO ORGANIZACION**
TULCÁN	TURISMO	44	ASOCIACION
ESPEJO	TURISMO	50	ASOCIACION
MONTUFAR	TURISMO	66	ASOCIACION
MIRA	TURISMO	33	ASOCIACION
HUACA	TURISMO	24	ASOCIACION
BOLIVAR	TURISMO	13	ASOCIACION

4.1.2. Situación socioeconómica de los asociados

Para determinar, el nivel socio económico de los socios pertenecientes a las 20 asociaciones a nivel provincial dentro de la actividad turística en la provincia del Carchi, fue importante conocer el criterio de 230 miembros de las asociaciones conformadas dentro del territorio de la provincia de Carchi, a través de la aplicación de una encuesta, y cuyas respuestas obtenidas fueron cuantificadas en la escala de Likert aplicada al instrumento donde 1 significa “Nada”, 2 “Poco”, 3 “Regular”, 4 “Aceptable” y 5 “Completamente de acuerdo”. Estos resultados fueron sometidos a un análisis de medias estadísticas de comparación entre miembros de las diferentes asociaciones, en el programa estadístico SPSS V29.0.0.

4.1.2.1.- Aspecto Social

La investigación se afianza en 15 ítems, cuyos valores de las medias arrojadas en torno a la opinión de los socios asociados, esto permitió establecer el nivel socioeconómico de los asociados.

Tabla 11. *Dimensión Evaluada*

DIMENSION EVALUADA	Indicadores	Medias
Socioeconómica de los socios	Satisfacción con el Servicio de salud	3,87
	Satisfacción con el Servicio educativo	4,12
	Satisfacción con el acceso al servicio de agua potable	4,73

Satisfacción con el acceso al servicio de energía eléctrica	4,76
Satisfacción con el acceso al servicio de alcantarillado	4,71
Satisfacción con el acceso al servicio de Internet	4,82
Satisfacción con el acceso al servicio de telefonía fija	4,71
Satisfacción con el acceso al servicio de telefonía móvil	4,76
Satisfacción con el Bienestar familiar	4,82
Satisfacción con la Protección policial	2,66
Satisfacción con la economía actual	2,45
Satisfacción con las oportunidades de empleo	1,97
Satisfacción con la cultura asociativa	2,17
Satisfacción con los servicios de transporte de taxis	4,03
Satisfacción con los servicios de transporte Inter cantonal	4,11

Los resultados indican que el 100% de los miembros asociados encuestados coinciden estar en una posición *aceptable (en una media de 3.91),* con el nivel socioeconómico de los socios dentro de las asociaciones turísticas en la provincia de Carchi; a pesar de que haya limitaciones económicas a nivel nacional, por la carencia de seguridad nacional y por la escaza oportunidad laboral dentro del sector, resulta interesante por tanto motivar a la asociatividad en la provincia de Carchi, ya que se genera desarrollo sostenible en razón de que al asociarse distintas organizaciones afrontan al mercado y cumplen con los objetivos planteados. Cuyo análisis permitió establecer la situación socioeconómica de los asociados del sector turístico de Carchi.

4.1.3. Situación socioeconómica de las asociaciones

Para determinar, la situación económica de las asociaciones dentro de la actividad turística ofertada por el sector público (Ministerio de Turismo y GADs) en la provincia de Carchi, fue importante conocer el criterio de los 20 presidentes o representantes de las asociaciones conformadas dentro del territorio de la provincia de Carchi, a través de la aplicación de una encuesta, y cuyas respuestas obtenidas fueron cuantificadas en la escala de Likert aplicada al instrumento donde 1 significa “Nada”, 2 “Poco”, 3 “Regular”, 4 “Aceptable” y 5 “Completamente de acuerdo”. Estos resultados fueron sometidos a un análisis de medias estadísticas de comparación entre representantes de las diferentes asociaciones, en el programa estadístico Spss V29.0.0.

4.1.3.1.- Aspecto económico

La investigación se afianza en 5 ítems, cuyos valores de las medias arrojadas en torno a la opinión de los representantes, permitió establecer situación económica de las asociaciones.

Tabla 12. *Indicadores*

DIMENSION EVALUADA	Indicadores	Medias
Situación económica de las asociaciones	Los costos de operación que tiene la asociación se mantienen estables	3,98
	El desarrollo del turismo asociativo promueve mayores ingresos a los hogares	3,29
	El nivel de inversión es óptimo	3,07
	Los ingresos mensuales son equitativos	3,86
	Tiene acceso a préstamos bancarios por formar parte de la asociación	2,18

Los resultados indican que el 100% de los representantes encuestados coinciden estar en una posición *regular (en una media de 3.28),* con respecto a la situación económica de las asociaciones dentro de la provincia de Carchi, por lo que es necesario potenciar y dar iniciativa a la asociatividad generando estrategias apegadas a la política pública turística para reducción de costos en trámites burocráticos accesibles de asociación privada, incrementar la capacidad de producción, como también establecer canales propios de marketing y comercialización. Cuyo análisis permitió establecer la situación económica de las asociaciones del sector turístico del Carchi.

4.1.4. Actividades Turísticas de las asociaciones investigadas

Para determinar, como se encuentran las asociaciones dentro de la actividad turística ofertada por el sector público (Ministerio de Turismo y GADs) en la provincia de Carchi, fue importante conocer el criterio de 20 representantes de la asociaciones conformadas dentro del territorio de la provincia de Carchi, a través de la aplicación de una encuesta, y cuyas respuestas obtenidas fueron cuantificadas en la escala de Likert aplicada al instrumento donde 1 significa “Nada”, 2 “Poco”, 3 “Regular”, 4 “Aceptable” y 5 “Completamente de acuerdo”.

Estos resultados fueron sometidos a un análisis de medias estadísticas de comparación entre representantes de las diferentes asociaciones, en el programa estadístico Spss V29.0.0.

4.1.4.1.- Tipos de actividades

La investigación se afianza en 7 ítems, cuyos valores de las medias arrojadas en torno a la opinión de los representantes de las asociaciones, lo que permitió establecer el nivel de asociatividad turística en la provincia de Carchi.

Tabla 13. *Opinión de los representantes*

DIMENSION EVALUADA	Indicadores	Medias
	Recibe capacitación profesional	1,08
	Los servicios que presta su asociación son considerados por los clientes de buena calidad	4,43
	Su asociación cuenta con un sistema de queja y sugerencias que le permite detectar y corregir problemas	2,02
	Los servicios que oferta satisfacen las necesidades de los clientes	4,35
	Los precios son acordes con la calidad del servicio prestado	4,3
	Los precios de los servicios se mantienen fijos	3,14
	El ingreso de turistas a la asociación es frecuente	3,42

Los resultados indican que el 100% de los representantes encuestados coinciden que la actividad turística en la provincia es *"regular" (en una media de 3.25),* esto puede ser por varios factores, entre los más principales están; la falta de capacitación a los socios, mínimo apoyo por parte de las entidades fenecieras públicas para que las asociaciones realicen créditos a una tasa de iteres accesible, por otra parte los clientes son el motor fundamental en el desarrollo económico de la asociatividad turística, sin embargo existen falencias dentro de la asociación en temas de atención al cliente, pues en su mayoría las asociaciones no cuentan con un sistema de queja y sugerencias que le permite detectar y corregir problemas ante cualquier situación.

4.1.4.2- Política Pública

La investigación se afianza en 18 ítems, cuyos valores de las medias arrojadas en torno a la opinión de los representantes de las asociaciones, lo que

permitió establecer la verdadera situación pública en torno a la asociatividad dentro de la provincia de Carchi.

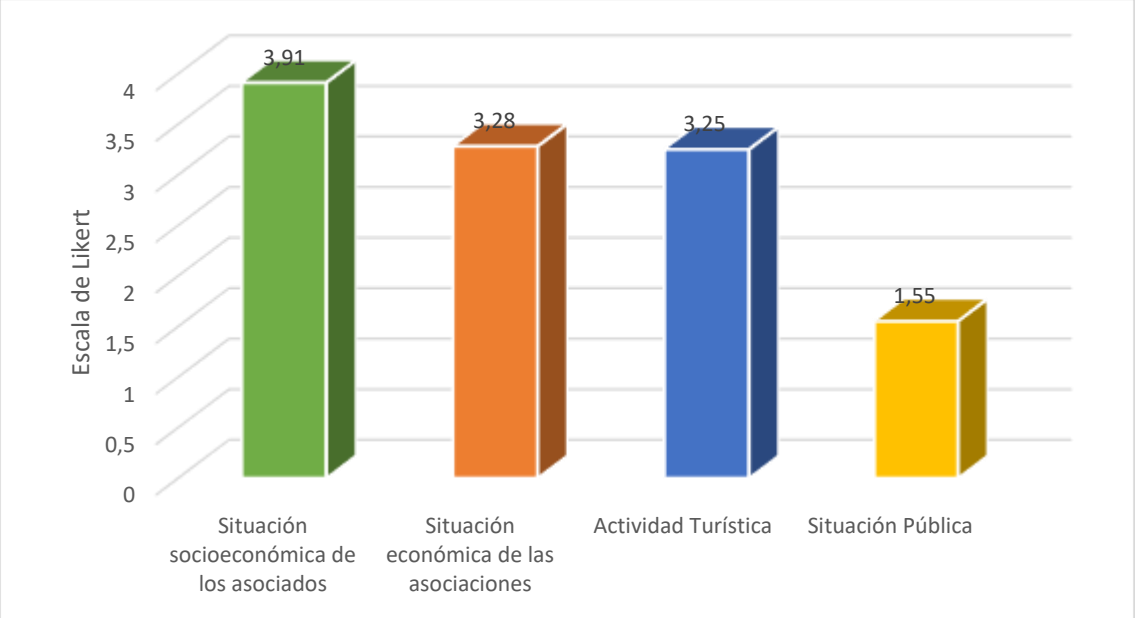
Tabla 14. *Opinión de los representantes asociados*

DIMENSION EVALUADA	Indicadores	Medias
Situación Pública	Las propuestas diseñadas por el gobierno, para la reactivación socioeconómica del sector turístico en la provincia del Carchi han contribuido a este objetivo	1,33
	Las instituciones públicas aportan en la capacitación del personal que labora en el área de turismo	1,37
	Se cuenta con la suficiente información que detalla cada una de las funciones y responsabilidades del personal asociado.	1,94
	Se cuenta con un inventario turístico actualizado, dentro de la provincia del Carchi	1,39
	Las instituciones públicas programan eventos de promoción turística en festividades locales	2,19
	Los eventos programados por instituciones públicas cuentan con bastante afluencia turística.	1,92
	Se han socializado efectivamente las normas y regulaciones que deben cumplir los operadores turísticos de la provincia	1,63
	Existe suficiente promoción de destinos turísticos de la provincia	1,97
	Existe material informativo sobre la segmentación y el perfil de los turistas que visitan los destinos turísticos de la provincia.	1,36
	Las instituciones públicas aplican estrategias de incentivos para fomentar y atraer capitales e inversiones turísticas en la provincia	1,52
	La asociación maneja proyectos conjuntos con instituciones públicas, en busca de un mayor fomento turístico de la provincia.	1,28
	Se realizan convenios con instituciones públicas para obtener asistencia técnica en materia turística	1,45
	Se realizan convenios con instituciones privadas para obtener asistencia técnica en materia turística	1,63
	Se realizan encuestas para obtener datos de la demanda real de turistas que visitan la asociación	1,28
	Se realizan encuestas para obtener datos de los niveles de satisfacción de los turistas que visitan la asociación	1,29
	La asociación cuenta con créditos del sector público	1,81
	Existen políticas públicas de apoyo a la asociación en la provincia delo Carchi.	1,29
	Las políticas públicas en turismo dirigidas a la provincia del Carchi son oportunas para el desarrollo de la asociatividad turística.	1,28

Los resultados indican que el 100% de los encuestados coinciden que la situación pública en la provincia es *"poca" (en una media de 1.55),* es decir crítica

y preocupante, pues las asociaciones no perciben la ejecución de políticas públicas que ayuden o fomenten su actividad, al contrario existen problemas de falta de monitoreo a las asociaciones turísticas, baja de inversión, falta de proyectos coordinados entre instituciones públicas para el desarrollo socioeconómico de estas asociaciones. Sin duda, esta base de datos tanto estadísticos, antecedentes investigativos y bases teóricas y legales, sirvió para establecer y desarrollar una propuesta de mejora a la situación actual encontrada, con estrategias para el fortalecimiento de la asociatividad turística de la provincia del Carchi considerando la política pública implantada en la situación real y actual dentro de las asociaciones.

Figura *6*. Medias estadísticas nivel socioeconómico de los asociados, situación económica de las asociaciones, actividad turística y situación pública.



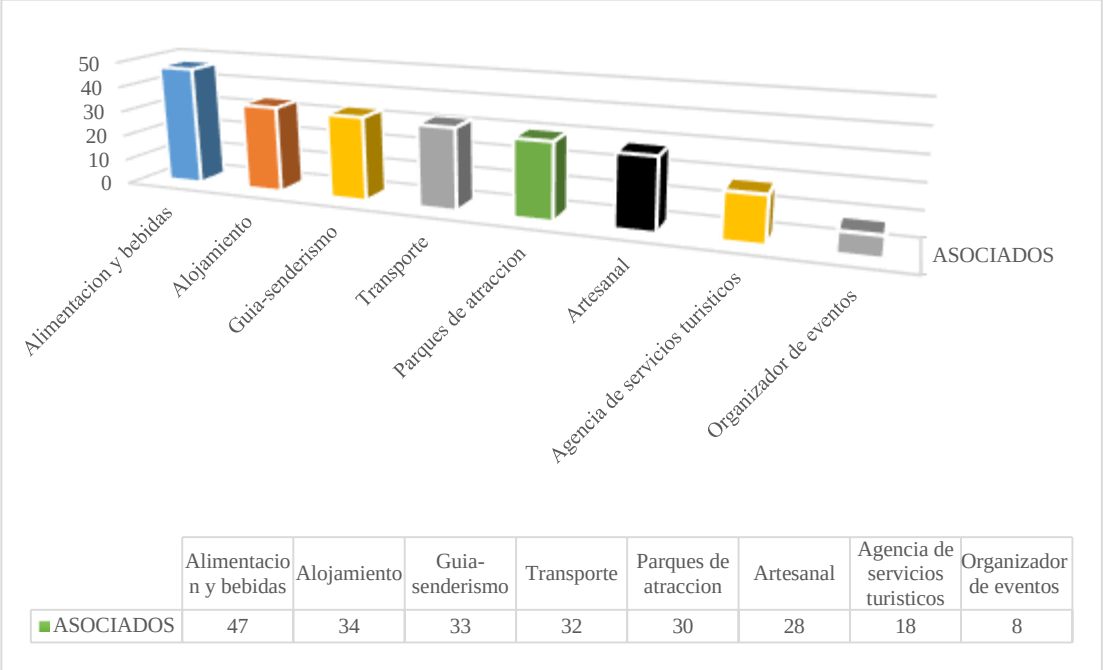
Fuente: Elaboración Propia

Al analizar las medias estadísticas de las dimensiones propuestas se puede mencionar que la situación socioeconómica de los socios es completamente aceptable, la situación económica y la actividad turística con respecto a las asociaciones es regular, sin embargo, existe una dimensión que nos ayudó a determinar que la situación pública es crítica. Con base en estos resultados se determinó de forma general que las asociaciones turísticas con

respecto a su situación económica se encuentran organizadas, pesé a las políticas, planes o proyectos del sector público que no han aportado al fortalecimiento de las mismas, sin embargo, han salido adelante por si solas enfocadas a crecer económicamente a través de sus propios modelos asociativos. En lo respecta a la situación socioeconómica de los socios se puede destacar que en la actualidad la situación económica no es favorable para el desarrollo adecuado de los socios, sumado a esto la inseguridad que se vive día a día es preocupante, es por ello que la calidad de vida de los socios no se mantiene estable. Y la actividad turística es evidente que por la falta de promoción y apoyo al sector turístico existen falencias en el mismo.

- Las principales actividades del sector turístico en las que operan las asociaciones de la provincia del Carchi

Figura *7.* Actividades turísticas



	Alimentacion y bebidas	Alojamiento	Guia-senderismo	Transporte	Parques de atraccion	Artesanal	Agencia de servicios turisticos	Organizador de eventos
ASOCIADOS	47	34	33	32	30	28	18	8

Nota. La figura muestra los resultados de las actividades turísticas a las que se dedican los asociados. Fuente: Elaboración propia.

En la actualidad el turismo asociativo en la provincia del Carchi se ha convertido en una actividad impórtate para el desarrollo socioeconómico de las 20 asociaciones que se encuentran legalmente adscritas al Ministerio de

Turismo, generando empleo y rescatando los valores culturales de los carchenses, como lo menciona él (Ministerio de Turismo, 2017).

En los instrumentos estadísticos aplicados para el análisis de esta investigación se logró determinar que dentro de las principales actividades del sector turístico en las que operan las asociaciones de la provincia del Carchi, son del sector de alimentación y bebidas.

4.2 Discusión

La presente investigación abordó diversas preguntas de investigación y objetivos, centrándose en el sector turístico asociativo de la provincia del Carchi. A continuación, se discutirán los hallazgos, relacionándolos con la literatura revisada y los resultados estadísticos obtenidos.

El camino para el desarrollo asociativo por medio de las políticas públicas, tiene tres factores indispensables que tienen que ser tomados en cuenta, los cuales son: la asociatividad tecnología e innovación, así como lo destacan, Naclerino & Truco (2015), en su investigación sobre cómo construir desarrollo con políticas públicas, donde adicionalmente recalca la importancia que tiene la innovación y la adaptación de la tecnología en la oferta de productos y servicios como parte del impulso para desarrollo económico sostenido.

En relación con la primera pregunta de investigación, se identificó que las principales actividades del sector turístico en las que operan las asociaciones del Carchi están centradas en el sector de alimentación y alojamiento. Estos resultados se alinean con las observaciones de España et al. (2021), quienes destacan que las actividades turísticas principales a las que se dedican las asociaciones son alimentación y alojamiento. Es decir, la asociatividad es fundamental para impulsar emprendimientos en los cuales cada socio aporta con su independencia jurídica y libertad gerencial. En el contexto del Carchi, la concentración en actividades alimenticias puede ser estratégica para atraer turistas y mejorar la calidad de la oferta turística.

Los objetivos específicos de la investigación abordaron dos aspectos: la situación socioeconómica de los asociados y la situación económica de las asociaciones.

Los resultados estadísticos indican que la situación socioeconómica de los asociados es aceptable, con un énfasis positivo en el ingreso mensual familiar y la satisfacción con los servicios básicos. Sin embargo, la situación económica de las asociaciones muestra una variabilidad significativa, con áreas de mejora en el endeudamiento y el acceso a financiamiento.

Por esta razón es necesario que las asociaciones busquen proyectos de inversión dentro del área turística, que no solo sean de iniciativa de las asociaciones, sino con la cooperación de instituciones públicas como los GAD´s, Ministerio de Turismo y otras que busquen fortalecer el turismo en la provincia, esto con el fin de no solo adquirir recursos económicos y asociarse entre sí, sino también que busque impulsar la capacitación continua para la mejora de los servicios que ofertan las asociaciones.

Los objetivos específicos del estudio incluyen la propuesta de estrategias socioeconómicas para fortalecer la asociatividad en el sector turístico. Estas estrategias coinciden con lo que menciona Campodónico & Chalar (2010), destacando que la formación de las asociaciones en el sector turístico depende principalmente de las condiciones del entorno y características del sector privado o público unificando recursos, tanto financieros como talento humano.

Naclerino & Trucco (2015), resaltan la importancia de la asociatividad y la tecnología en el desarrollo económico. Las asociaciones del Carchi podrían beneficiarse de estrategias que fomenten la innovación y la incorporación de tecnología para aumentar su eficiencia y competitividad.

La diversidad de factores que influyen en la situación socioeconómica de los asociados es evidente, desde el nivel educativo hasta el ingreso mensual familiar. Al comparar estos resultados con los de Viveros et al. (2018) y, Fueltala & Pazmiño (2020), se sugiere que, a pesar de los esfuerzos del turismo asociativo, persisten desafíos en la implementación de políticas públicas efectivas.

Partiendo de la premisa de que la elaboración de políticas públicas es responsabilidad del gobierno central y de todos los niveles de gobierno según sus competencias y atribuciones, para el caso de la provincia del Carchi dichas políticas aparte de las ya preestablecidas por parte de la Constitución de la República, la Ley del Turismo, el COOTAD, entre otros que no solo presentan diversas políticas públicas, sino que aportan con las directrices para la construcción de políticas por parte de los GAD´s,

Tabla 16. *Comparación de Situación Socioeconómica con Investigaciones Anteriores*

Indicador	Este Estudio	Villamarin (2023)	Fueltala & Pazmiño (2020)
Nivel Educativo	Moderado	Variado	Variado
Ingreso Mensual Familiar	Moderado	Bajo	Bajo
Acceso a Servicios	Satisfactorio	Moderado	Escaso

Para contextualizar los resultados, se compararon las medias estadísticas obtenidas con los hallazgos de otros autores. Un aspecto clave es la puntuación en la dimensión socioeconómica con respecto a la asociatividad turísticas en la provincia del Carchi, con una (Media = 3.91).

Los antecedentes de investigación y los resultados también resaltan la importancia de las políticas públicas en el fortalecimiento del turismo asociativo. Sin embargo, se observa la necesidad de mejorar la eficiencia y la adecuación de estas políticas, como señalan Fueltala & Pazmiño (2020). Las instituciones públicas deben colaborar de manera más efectiva con las asociaciones, proporcionando apoyo técnico y financiero de manera coherente.

A pesar de los logros identificados, se observan desafíos importantes, como la falta de trabajo en equipo, la escasez de acceso a capacitaciones y asistencia técnica especializada, innovación, Planificación, etc. Estos desafíos coinciden con las observaciones de España et al. (2021), mismo que señala que en la provincia existe un limitado conocimiento sobre el comportamiento del

sector turístico, además no cuentan con una base sólida en donde fundamentar la toma de decisiones para futuras inversiones y planificación turística.

Además, los antecedentes investigativos abordaron estudios sobre las políticas públicas, el apoyo del gobierno de turno, la participación de las asociaciones en temas de gestión pública y toma de decisiones para mejorar el sector turístico. Lo que concuerda con la investigación realizada, ya que la participación de las asociaciones turísticas dentro de la gestión pública juega un papel fundamental para la formulación de políticas públicas turísticas, generando una adecuada democracia en donde el Estado, sector privado, las asociaciones y la ciudadanía en general puedan participar con sus ideas desde su experiencia y así opinar en temas de interés público para el fortalecimiento y desarrollo del sector turístico en la provincia del Carchi.

Para establecer el marco legal se tomó como referencia las diferentes leyes, normas y códigos, partiendo desde la Constitución de la República 2008 del Ecuador; la Ley de Turismo, Ley de Desarrollo Fronterizo, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, Ordenanzas Municipales e Informes de rendición de cuentas del Gobierno Provincial del Carchi. Información legal necesaria para analizar los reglamentos en los que se deberían enfocar las instituciones tanto públicas como privadas, para contribuir con el desarrollo socioeconómico del sector turístico.

Es necesario resaltar que la Política pública es el pilar esencial para el fortalecimiento asociativo dentro del sector turístico, una vez creada la política pública se debe realizar una adecuada ejecución, evaluación y seguimiento, para ello (Ruiz & Cadenas, 2019) mencionan que las políticas públicas son la parte ejecutora de la Administración Pública, pues buscan dar respuesta a los diferentes problemas sociales, a través de la generación de estrategias con el fin de contener el malestar de la población.

Sin embargo, en la provincia del Carchi existe un desinterés por parte de los socios referente a las políticas públicas en tema turístico, pues desconocen si estas políticas fueron ejecutadas o no, es por esto que las asociaciones como involucrados directos en el desarrollo turístico no pueden evaluar la realización de los programas o proyectos que realiza el gobierno local. Por ello como

menciona Pérez (2020), debe existir una adecuada interacción y cooperación entre el Estado y los diferentes actores no estatales que genera nuevos mecanismos de la acción gubernamental sin basarse en el protagonismo exclusivo del Estado ni del mercado, es decir en este caso tanto las asociaciones turísticas como el estado deben integrarse o involucrase de manera directa y activa para que la política funcione de manera adecuada, y así se apliquen de manera eficaz y eficiente las distintas estrategias, planes o proyectos relacionados al desarrollo turístico.

La evaluación y seguimiento de la adecuada implementación de las políticas, programas o proyectos, se las debería realizar en basándose en el COOTAD, Ley Orgánica, por medio de los GAD'S, el MINITUR y conjuntamente con las asociaciones turísticas, pues estas son las encargadas de evaluar el cumplimiento de las diferentes actividades que realice el gobierno local frente al desarrollo socioeconómico de las asociaciones, pues es necesario dinamizar la economía de la provincia del Carchi y mejorar la calidad de vida de las asociaciones que se dedican a actividades turísticas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Título

Diseño de estrategias socioeconómicas que permitan el fortalecimiento de la asociatividad turística en la provincia del Carchi considerando la política pública de apoyo.

Introducción

En el Ecuador a través de la norma constitucional, se ha optado por impulsar el desarrollo del sector turístico, pues es considerado como un sector estratégico para el desarrollo socioeconómico nacional, porque genera nuevos empleos y contribuye en gran parte al ingreso de divisas al país. El análisis documental es una parte primordial para esta investigación, pues se analizó el Plan Nacional, en donde mencionan que el Turismo es uno de los entes principales de las políticas del Estado, es por ello que se ha logrado la formulación de políticas integrales e intersectoriales, como se puede evidenciar en el Eje Económico y Generación de Empleo (compuesto por 4 objetivos, 14 políticas y 38 metas) de manera particular en el Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, el turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional, de manera particular en la Política 2.3: “Fomentar el turismo sostenible -doméstico y receptivo- a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos turísticos del Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2022).

Según, Navarro, 2015, menciona que las estrategias son acciones premeditadas, encaminadas hacia un fin determinado y que estas deben ir muy ligadas a las necesidades de un territorio. Es decir que las estrategias deberán ser puestas en práctica mediante la debida planificación, que, a la vez, habrá surgido de una política turística adecuada. La política turística, pues, es la guía amplia que orientará el desarrollo del sector, mientras que la estrategia constituye el medio para el despliegue de los recursos disponibles en el intento de lograr los objetivos previstos (Navarro, 2015).

La asociatividad turística es capaz de dinamizar la situación socioeconómica local a tal punto de mejorar el nivel de vida de los asociados. La provincia del Carchi, es una de las provincias con menor desarrollo turístico a nivel nacional. Se pretende en el trabajo de titulación diseñar estrategias socioeconómicas enfocadas a la política pública para el desarrollo adecuado de las asociaciones turísticas en la provincia del Carchi, a partir de un diagnóstico sobre la situación actual de los socios y su desarrollo dentro de una asociación turística. Se parte de una metodología cuantitativa, mediante la cual se logró recolectar información clave a través de diferentes técnicas de investigación como la revisión documental, estadística y análisis de datos de la información obtenida. Esta investigación sirve de guía para los actores involucrados en fomentar la asociatividad turística.

Justificación

La provincia del Carchi cuenta con un alto potencial turístico, sin embargo la baja participación y mala percepción con respecto a la asociatividad ha logrado que no exista una iniciativa para fomentar la asociatividad turística, además en esta investigación se determinó que el Carchi es una de las provincias con menor número de asociaciones turísticas a nivel nacional, pues se cuenta con 20 asociaciones que se encuentran ubicadas en los cantones Espejo, Montufar, Mira, Tulcán, Huaca y Bolívar de la provincia del Carchi, mismas que fueron encuestadas para obtener datos representativos sobre la situación socioeconómica de sus asociados. Es por ello que la propuesta de esta investigación es proponer estrategias socioeconómicas que permitan el fortalecimiento de la asociatividad en el sector turístico como política pública, en la provincia del Carchi.

La presente propuesta apuntará a plantear acciones que permitan resolver la problemática actual de las asociaciones turísticas en la provincia del Carchi y con la información recabada por medio del instrumento de investigación, es decir las encuestas aplicadas a las 20 asociaciones turísticas adscritas al Ministerio de Turismo, se logró determinar la situación socioecónica de las asociaciones, pero sobre todo se identificaron dimesiones, mismas que sirvieron

de apoyo para la formulación de objetivos y el diseño de estartegias socioeconomicas.

Grupos de interés

La presente propuesta se basa principalmente a las asociaciones turísticas, adscritas al Ministerio de Turismo, acogiendo a 20 asociaciones que se encuentran ubicadas en los cantones Espejo, Montufar, Mira, Tulcan, Huaca y Bolívar de la provincia del Carchi.

Objetivos de la propuesta

Objetivo General de la propuesta.

Diseñar estrategias socioeconómicas que permitan el fortalecimiento de la asociatividad turística en la provincia del Carchi considerando la política pública de apoyo.

Objetivos específicos de la propuesta

- Proponer acciones para el mejoramiento del nivel socioeconómico de los asociados en el sector turístico.
- Plantear acciones para el fortalecimiento de la asociatividad en el sector turístico de la provincia del Carchi.

Visión de las estrategias

Fortalecer la asociatividad turística como una parte fundamental para el desarrollo socioeconómico moderno e inclusivo que contribuya a mejorar la calidad de vida de las y los habitantes en la provincia del Carchi.

Valores de las estrategias

Para esta propuesta es importante detallar valores o principios que deben ser considerados al momento de tomar decisiones durante la implementación de las estrategias.

- Confianza: para que los socios de las diferentes asociaciones turísticas del Carchi, generen un sentido de optimismo y sobre todo creer en sí

mismos, es decir ser capaz de realizar la actividad de una forma adecuada o tomar las mejores decisiones frente a un problema determinado.

- Compromiso: Para que los asociados tomen conciencia sobre la importancia que tiene cumplir con sus actividades designadas, para ayudar a transformar la asociación.
- Participación: Que los socios mantengan ese sentido de pertenencia a su asociación, para que estén presentes activamente con sus opiniones al momento de tomar una decisión dentro de la asociación turística.
- Transparencia: Para que trabajen en equipo sin ocultar ningún problema que afecte a la asociación y cada uno de sus integrantes, es decir trabajar de manera responsable.
- Honestidad: Es un valor fundamental para el desarrollo de la asociación para mantener un ambiente agradable, con respecto y justicia.

Para el diseño de las estrategias socioeconómicas, se analizó los proyectos del gobierno y programas asignados al sector turístico en la Provincia del Carchi. Es por ello que es importante el diseño de estrategias idóneas que permitan potencializar las actividades turísticas, de tal forma que la población local pueda generar mayores ingresos económicos, mediante una adecuada participación y brindando un servicio de calidad a los turistas, generando un desarrollo asociativo turístico que mejorara la calidad de vida de los asociados.

Figura *8*. Proceso para elaboración de las estrategias

Nota. La figura muestra el proceso para el diseño de las estrategias socioeconómicas enfocadas a fomentar la asociatividad turística en la Provincia del Carchi. Fuente: Elaboración propia.

DIMENSIONES

- **Socioeconómica de los socios**

Para determinar la dimensión socioeconómica de los socios, se aplicó un instrumento de recolección de información, como lo es la encuesta, en donde se analizaron condiciones de vida, situación familiar, ingresos mensuales, egresos, satisfacción con los servicios de salud, educación, agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, internet, telefonía móvil, telefonía fija; la protección policial, la economía actual, oportunidades de empleo, servicio de transporte de taxis e intercantonal. Información que al contrarrestar con el Sistema estadístico SPSS V29.0.0, se logró determinar que un 100% de las personas encuestadas, respondieron con respecto a esta dimisión que existe un nivel socioeconómico aceptable. Es decir que existe inconvenientes para un adecuado desarrollo socioeconómico del socio, entre los factores que causan problema se logró identificar que en la Provincia del Carchi ya no se están generando asociaciones destinadas a prestar servicios turísticos, pues no se considera una actividad prioritaria para los carchenses, no existe un sentido de valor o consideración del gran potencial turístico con el que cuenta la Provincia del Carchi. De este modo, se evidencia que hace falta que tome mayor protagonismo y se constituya en un sector que realmente ofrezca posibilidades de sustento para las familias. Es por ello que el crecimiento anual de estas asociaciones es bajo o en muchos de los casos ya no están en funcionamiento. Pues en los últimos años no ha existido un aumento considerable de asociaciones turísticas que se encuentren activas, debido a factores importantes como la falta de apoyo por parte de las entidades públicas competentes, falta de inversión en el sector turístico y bajo nivel de promisión turística.

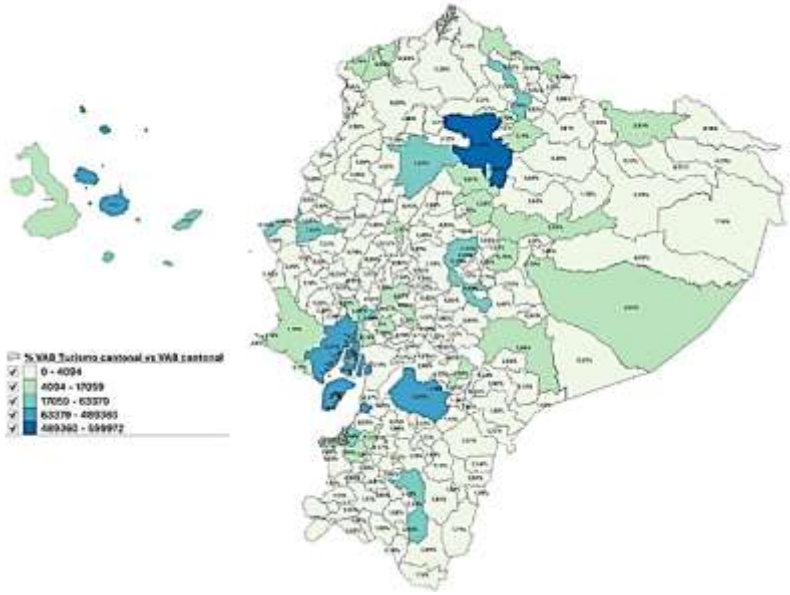
Sin embargo, la asociativa es una estrategia fundamental para el desarrollo turístico en la Provincia del Carchi, pues permite optimizar recursos, mejorar los niveles de organización, y principalmente mejorar la situación socioeconómica de las personas que participan o forman parte de este sector.

Además, permite la participación, basándose en experiencias generales, para tomar excelentes decisiones para el desarrollo asociativo

- **Situación económica de las asociaciones**

Para el análisis de la dimensión económica se logró obtener información bibliográfica, sobre la situación económica del Turismo a nivel nacional como se puede evidenciar en el gráfico.

Figura 9. Dimensión económica



Nota: La figura muestra el Valor agregado Bruto a la economía nacional. Tomado de: PLAN SECTORIAL DE TURISMO (2021) disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf

Es decir, analizando el Valor agregado Bruto Nacional de Turismo en la imagen se puede señalar que el aporte de este valor a la economía nacional, interpretada por cantón es relativamente bajo, Sin embargo, esta actividad es importante para las economías de Quito y Guayaquil que aporta el 2,4% y 2,2% a sus economías. Mientras que la Provincia de Carchi aporta un valor de 1,9%, es decir bajo con respecto a otras Provincias.

Sin embargo, analizando los resultados de la encuesta aplicada a las 20 asociaciones de la provincia del Carchi, la asociatividad turística ha generado

empleo a sus asociados, se ha tomado en cuenta el nivel de inversión, formas de financiamiento, ingresos de ventas promedio, egresos y utilidad mensual, al igual que el número de turistas que ingresan mensualmente a las asociaciones turísticas en la Provincia del Carchi. Obteniendo como resultado estadístico un 3,28 es decir que la situación económica de las asociaciones es regular, debido a varios factores entre ellos la falta de financiamiento por parte de entidades públicas como Ban Ecuador, para fomentar el desarrollo económico. Pues las asociaciones turísticas, en su mayor parte hacen uso de microcréditos en entidades financieras privadas, es decir que existe un bajo porcentaje de capital propio y en su mayoría son microcréditos con una tasa de interés alta.

Además, El ingreso promedio por ventas o servicio prestados es de 3,29 es decir que existe una baja presencia de turistas, el cual es un factor importante para la economía de estas asociaciones por la falta de ingresos en sus ventas.

En lo que tiene que ver al nivel de inversión es preocupante pues una gran parte de las asociaciones invirtieron en sus actividades, dinero que se obtuvo de créditos, generando un 50% de deuda, es decir un endeudamiento moderado, el cual sería una limitante para adquirir nuevos créditos financieros a largo plazo. Por otro lado, la utilidad mensual, de las asaciones es de un 3,86 es decir que son ingresos básicos que no ayudarían en su totalidad a mejorar la situación económica de dichas asociaciones. Es por esto que es necesario impulsar el sector turístico en la Provincia del Carchi, para que permita generar mayor ingreso de turistas y así incrementar sus ventas.

- **ASOCIATIVIDAD TURÍSTICA**

Tabla 17. Nudos críticos del Sector Turístico

SECTOR	PROBLEMÁTICA
SECTORIAL	Baja calidad en los servicios
	Falta de cultura turística
	Dificultad de acceso a créditos blandos para actividad turística
	Falta de aplicación de políticas educativas en manejo de desechos
	Mal trato al turista en migración
	Inseguridad de los turistas
	Ausencia de agencias de viajes para turismo receptivo
	Inversión de empresa privada baja
GADPC	Falta de coordinación y decisión política de autoridades locales e institucionales
	Bajo presupuesto para invertir en infraestructura turística
	No hay investigación del mercado que caracterice al cliente
	No se fortalecen las unidades de turismo en los gobiernos locales.
	No se dispone de una Marca Provincia
EJECUTIVO	No existe transporte especializado para actividad turística.
	Mala imagen de inseguridad en la provincia.
	Demora en la tramitología, entrega de patentes, créditos, certificaciones
	Trabas burocráticas, promoción de programas crediticios

Nota: La figura muestra la problemática existente del sector turístico en la Provincia del Carchi. Tomado de: PDOT de la Provincia del Carchi. (2019-2023) disponible en: https://carchi.gob.ec/2016f/phocadownload/PDOT/PDOT%20Resumen%20ejecutivo.pdf

Para analizar esta dimensión, fue primordial revisar la información bibliográfica para conocer cómo se maneja la actividad turística actualmente en la Provincia del Carchi, es por ello que se tomó como referencia el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia del Carchi- Prefectura 2019-2023, en el cual se puede evidenciar que existen problemas dentro del sector Turístico y de igual forma incide en las asociaciones turísticas y su desarrollo socioeconómico. Problemas que no fueron subsanados y aún están latentes en la Provincia.

Además a través de los resultados estadísticos utilizados para el análisis de la dimensión turística, se encuestó a las asociaciones, para conocer a que actividad turística se dedican la mayor parte de los socios, también se tomó en cuenta como es la organización dentro de la asociación, si existe capacitación

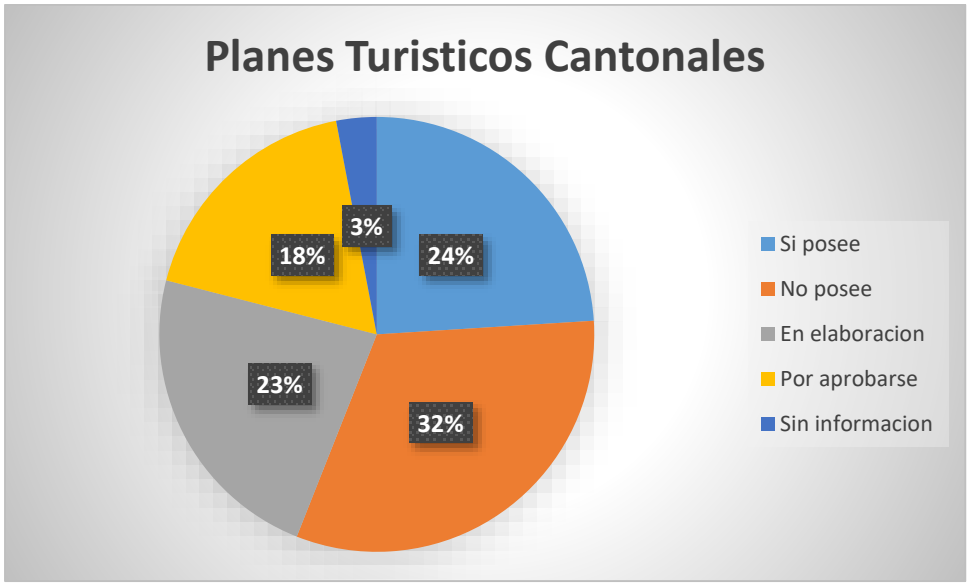
profesional, y la percepción de los socios sobre el desarrollo socioeconómico, y como el desarrollo turístico les ayuda a mejorar la calidad de vida de los asociados.

Un motor fundamental en el análisis de esta dimensión son los clientes del servicio turístico, es por esta razón que se tomó en cuenta preguntas sobre, la percepción del cliente hacia los servicios adquiridos, si se maneja un sistema de quejas y sugerencias para detectar y corregir problemas, sobre los precios si son acordes a la calidad del servicio prestado.

Obteniendo un resultado estadístico, de 3,25 es decir regular, debido a que existen problemas con respecto a la actividad turística, pues la asociatividad no se ha manejado de una manera correcta y sobre todo por la falta de monitoreo de las entidades públicas competentes..

- **SITUACIÓN PÚBLICA**

Figura 10. GAD municipales que poseen planes:



Nota: La figura muestra los procesos de planificación turística cantonal. Tomado de: PLAN SECTORIAL DE TURISMO (2021) disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf

Al igual que las tres dimensiones antes analizadas, la dimensión pública también fue interpretada desde la bibliografía tomando en cuenta el Plan

Sectorial de Turismo 2021-2025, en el cual se evidenció los procesos de planificación turística cantonal, únicamente el 24% de GADs cantonales posee planes de desarrollo turístico, el 32% no posee un plan, el 23% lo está elaborando y el 18 % no dispone información de procesos de planificación turística.

El problema radica en varios factores, entre los cuales son:

- Baja calidad de infraestructura turística en áreas protegidas.
- Problemas de vialidad en red primaria y secundaria.
- Baja conectividad aérea internacional, y baja competitividad en precios de boletos.
- Baja conectividad aérea de algunos destinos nacionales (Cuenca)
- Bajo nivel de puesta en valor de atractivos turísticos genera concentración de flujos en apenas 10 cantones (son los que poseen mayor oferta).
- Bajo nivel de implementación de competencias turísticas por parte de los GADs cantonales. • Escasa planificación a nivel cantonal.
- Escasa conectividad en algunos sectores que dificulta acceso a internet.
- Falta de competitividad por altas tasas, tributos, impuestos.
- Necesidad de alivio financiero Necesidad de acceso a crédito en condiciones favorables.
- Necesidad de mayor conectividad.
- Lucha contra la informalidad y regulación de inmuebles turísticos.
- Reforma del reglamento de Alimentos y Bebidas.
- Falta de un ente de promoción nacional con la suficiente agilidad de gestión.

Los GAD locales poseen bajos niveles de: implementación de funciones y atribuciones turísticas, procesos de planificación turística y limitada inversión para la gestión turística. Además, existe una debilidad de gestión en la promoción turística de la Provincia del Carchi. (Plan Sectorial de Turismo, 2021)

Figura *11.* Políticas y Estrategias turísticas en la Provincia del Carchi

Nota: La figura muestra políticas y estrategias aplicadas al sector turístico en la Provincia del Carchi. Tomado de: PDOT de la Provincia del Carchi. (2019-2023) disponible en: https://carchi.gob.ec/2016f/phocadownload/PDOT/PDOT%20Resumen%20ejecutivo.pdf

En la Provincia del Carchi, se ha manejado políticas públicas relacionadas a: Impulsar iniciativas productivas sostenibles; Potencializar el sector turístico provincial; Crear condiciones para la innovación y competitividad territorial. Políticas públicas que cuentan con sus estrategias, más sin embargo al momento de contrarrestar la información recolectada a través de las encuestas a cada socio de las diferentes asociaciones, se puede apreciar que existe inconformidad por parte de los asociados, pues existe un alto grado de desconocimiento de estas políticas públicas debido a que no han sido implementadas de una manera adecuada.

Para la interpretación de esta dimensión se tomó en cuenta preguntas sobre las propuestas diseñadas por el gobierno para la reactivación socioeconómica del sector turístico en la provincia del Carchi si se ha cumplido o no con el objetivo, sobre capacitación profesional, programas y proyectos que ejecutan las entidades públicas encargadas del desarrollo turístico, promoción de atractivos turísticos carchenses, convenios o proyectos que se han implementado, sobre la existencia de política pública para fomentar la asociatividad turística, preguntas que arrojaron respuestas bajas pues esta dimensión tan solo es de 1,55 es decir que no existe apoyo por parte de las

entidades públicas, y que las políticas públicas para el desarrollo turístico no son las adecuadas, pues no cumplen con sus objetivos.

Tabla 18. *Estrategias de fortalecimiento para la asociatividad Turística en la Provincia del Carchi*

Situación actual de la asociatividad turística en la provincia del Carchi		Estrategias de fortalecimiento para la asociatividad Turística en la Provincia del Carchi	
Dimisión evaluada	**Situación actual**	**Objetivos Planteados**	**Estrategias**
Socioeconómica de los socios	Se concluye que, en los 15 ítems planteados para la Dimensión situación Socioeconómica de los socios de las asociaciones turísticas en la Provincia del Carchi, la data calificación en la escala de Likert es de 3,91 es	OE1. Mejorar el nivel socioeconómico de los asociados en el sector turístico.	E1. Generación de buenas prácticas y estableciendo proyectos donde los socios sean actores principales para el desarrollo socioeconómico y mejorar su calidad de vida. E2. Aprovechar las atribuciones legales para optimización del recurso económico y brindar al asociado una estabilidad económica y social. E3. Garantizar los derechos básicos de los asociados. (Agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, etc.). E4. Fortalecer la seguridad policial en la provincia del Carchi

	decir la situación socioeconómica es aceptable		E5. Propiciar una cultura asociativa basada en la confianza y la colaboración de sus participantes E6. Promover prácticas que generen capital social al interior de las asociaciones. E.7 Generar oportunidad laboral a través del desarrollo turístico en la Provincia del Carchi. E. Asegurar una gestión turística inclusiva, social y accesible para los actores en situación de vulnerabilidad.
Situación económica de las asociaciones	Se concluye que, en los 5 ítems planteados para la Dimensión situación económica de las asociaciones turísticas en la	OE2. Mejorar el nivel económico de las asociaciones del sector turístico en la provincia del Carchi.	E8. Planear y crear proyectos de inversión que incentiven la producción y diversificación de actividades económicas en el sector turístico de la Provincia del Carchi. E9. Crear un plan de promoción turística para atraer a turistas nacionales y extranjeros a la Provincia del Carchi

	Provincia del Carchi, la data calificación en la escala de Likert es de 3,28 es decir que es regular		E10. Fomentar la oportunidad de crecimiento económico de los asociados, para mejorar la rentabilidad de las asociaciones turísticas. E11. Monitorear a las asociaciones turísticas para mantener costos de operación estables. E12. Coordinar con entidades financieras públicas, créditos que impulsen la reactivación económica
Asociatividad turística	Se concluye que, en los 7 ítems planteados para la Dimensión asociatividad turística en la Provincia del Carchi, la data	OE3. Fomentar la cultura asociativa para el desarrollo turístico en la Provincia del Carchi.	E13. Otorgar asistencia técnica y capacitación a las asociaciones Turísticas de la provincia del Carchi. E.14. Articular con las instituciones públicas encargadas del desarrollo turístico una política público-privada para fomentar la asociatividad turística en la Provincia del Carchi.

	calificación en la escala de Likert es de 3,25 es decir regular		E15. Generar capacidades y competencias que habiliten y sostengan el desarrollo de modelos asociativos. E16. Instalar un sistema de atención al cliente en el que interactúen y mencionen sus quejas o sugerencias para detectar problemas y mejorar el servicio. E17. Realizar capacitaciones de atención al cliente y estándares de calidad en los servicios turísticos E18. Establecimiento de alianzas con la academia universitaria para la formación en competencias técnicas y adaptativas que mejoren el desarrollo turístico asociativo. En la Provincia del Carchi. E19. Desarrollar programas de desarrollo turístico y fomento asociativo a través de los diferentes medios de comunicación
Situación pública	Se concluye que, en los 18 ítems	OE4. Potenciar convenios interinstitucionales para el adecuado	E20. Revisión permanentemente de las necesidades y oportunidades que la

	planteados para la Dimensión situación Publica de las asociaciones turísticas en la Provincia del Carchi, la data calificación en la escala de Likert es de 1,55 es decir que no cuentan con apoyo público, es una dimensión critica.	desarrollo turístico en la Provincia del Carchi	asociatividad representa para el sector turístico en la Provincia del Carchi E21. Optimizar la oferta y coordinación de instrumentos para el fomento de la asociatividad E22. Actualización periódica del catastro de asociaciones turísticas, visibilizándolas y facilitando el acceso de información de los servicios prestados por ellas. Promover la inversión pública, privada y comunitaria para la construcción y mantenimiento de infraestructura turística. E.23 Incentivar la creación de planes enfocados al desarrollo turístico asociativo, a través de alianzas público privadas. E24. Aplicar políticas públicas equitativas, que permitan desarrollar los aspectos generales del turismo en la Provincia del Carchi

	E25. Actualizar el Catastro de Prestadores Turísticos, en forma directa a través de las plataformas correspondientes de la autoridad nacional de turismo E26. Desarrollar planes y programas que permitan posesionar adecuadamente la imagen de la Provincia del Carchi como destino turístico acogedor, seguro, hospitalario. E27. Establecer un mecanismo de coordinación interinstitucional publica permanente que permita la toma de acuerdos para la generación de planes, programas, ordenanzas y políticas públicas, para fomentar el desarrollo de la asociatividad turística en la Provincia del Carchi. E28. Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura

	asociativa sobre la importancia del desarrollo turístico. E29. Realizar la instalación de sitios de información turística, a través de la creación de puntos de información en lugares estratégicos a nivel provincial. E30. Impulsar acciones a favor del desarrollo turístico en la Provincia, a través de la coordinación con entidades públicas y privadas. E.31 Impulsar la aplicación y el cumplimento de las normas legales, reglamentarias, ordenanzas y demás disposiciones relativas al turismo y la asociatividad turística E32. Gestionar, ejecutar y evaluar convenios, planes o proyectos en el ámbito turístico con entidades e instituciones del sector público y privado, nacionales e internacionales, procurando la asistencia de

	recursos financieros suficientes para estos fines E33. Instalar en la provincia del Carchi una adecuada señalética turística. E34. Construir o mejorar infraestructura turística e implementar procedimientos de atención al cliente.

Tabla 19. *Cronograma de ejecución*

Estrategias	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
E1. Generación de buenas prácticas y estableciendo proyectos donde los socios sean actores principales para el desarrollo socioeconómico y mejorar su calidad de vida.	12000,00U					
E2. Aprovechar las atribuciones legales para optimización del recurso económico y brindar al asociado una estabilidad económica y social.						
E3. Garantizar los derechos básicos de los asociados. (Agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, etc.).						
E4. Fortalecer la seguridad policial en la provincia del Carchi						
E5. Propiciar una cultura asociativa basada en la confianza y la colaboración de sus participantes	10000,00 USD					
E6. Promover prácticas que generen capital social al interior de las asociaciones.	7000,00 USD					
E.7 Generar oportunidad laboral a través del desarrollo turístico en la Provincia del Carchi.						
E. Asegurar una gestión turística inclusiva, social y accesible para los actores en situación de vulnerabilidad.	9000,00 USD					
E8. Planear y crear proyectos de inversión que incentiven la producción y diversificación de actividades económicas en el sector turístico de la Provincia del Carchi.	18000,00 USD					
E9. Crear un plan de promoción turística para atraer a turistas nacionales y extranjeros a la Provincia del Carchi	2000,00 USD					
E10. Fomentar la oportunidad de crecimiento económico de los asociados, para mejorar la rentabilidad de las asociaciones turísticas.						
E11. Monitorear a las asociaciones turísticas para mantener costos de operación estables.	2800,00 USD					

E12. Coordinar con entidades financieras públicas, créditos que impulsen la reactivación económica	
E13. Otorgar asistencia técnica y capacitación a las asociaciones Turísticas de la provincia del Carchi.	17000,00 USD
E.14. Articular con las instituciones públicas encargadas del desarrollo turístico una política público-privada para fomentar la asociatividad turística en la Provincia del Carchi.	
E15. Generar capacidades y competencias que habiliten y sostengan el desarrollo de modelos asociativos.	
E16. Instalar un sistema de atención al cliente en el que interactúen y mencionen sus quejas o sugerencias para detectar problemas y mejorar el servicio.	11000,00 USD
E17. Realizar capacitaciones de atención al cliente y estándares de calidad en los servicios turísticos	
E18. Establecimiento de alianzas con la academia universitaria para la formación en competencias técnicas y adaptativas que mejoren el desarrollo turístico asociativo. En la Provincia del Carchi.	
E19. Desarrollar programas de desarrollo turístico y fomento asociativo a través de los diferentes medios de comunicación	8000,00 USD
E20. Revisión permanentemente de las necesidades y oportunidades que la asociatividad representa para el sector turístico en la Provincia del Carchi	
E21. Optimizar la oferta y coordinación de instrumentos para el fomento de la asociatividad	23000,00 USD
E22. Actualización periódica del catastro de asociaciones turísticas, visibilizándolas y facilitando el acceso de información de los servicios prestados por ellas.	10000,00 USD
Promover la inversión pública, privada y comunitaria para la construcción y mantenimiento de infraestructura turística.	15000.000,00

E.23 Incentivar la creación de planes enfocados al desarrollo turístico asociativo, a través de alianzas público privadas.	12000,00 USD
E24. Aplicar políticas públicas equitativas, que permitan desarrollar los aspectos generales del turismo en la Provincia del Carchi	
E25. Actualizar el Catastro de Prestadores Turísticos, en forma directa a través de las plataformas correspondientes de la autoridad nacional de turismo	
E26. Desarrollar planes y programas que permitan posesionar adecuadamente la imagen de la Provincia del Carchi como destino turístico acogedor, seguro, hospitalario.	
E27. Establecer un mecanismo de coordinación interinstitucional publica permanente que permita la toma de acuerdos para la generación de planes, programas, ordenanzas y políticas públicas, para fomentar el desarrollo de la asociatividad turística en la Provincia del Carchi.	20000,00 USD
E28. Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura asociativa sobre la importancia del desarrollo turístico.	12000,00 USD
E29. Realizar la instalación de sitios de información turística, a través de la creación de puntos de información en lugares estratégicos a nivel provincial.	15000,00 USD
E30. Impulsar acciones a favor del desarrollo turístico en la Provincia, a través de la coordinación con entidades públicas y privadas.	10000,00 USD
E.31 Impulsar la aplicación y el cumplimento de las normas legales, reglamentarias, ordenanzas y demás disposiciones relativas al turismo y la asociatividad turística	
E32. Gestionar, ejecutar y evaluar convenios y proyectos en el ámbito turístico con entidades e instituciones del sector público y privado, nacionales e internacionales, procurando la asistencia de recursos financieros suficientes para estos fines	

E33. Instalar en la provincia del Carchi una adecuada señalética turística.	20000,00 USD
E34. Construir o mejorar infraestructura turística e implementar procedimientos de atención al cliente.	
TOTAL	233800,00 USD

Nota: El presupuesto fue tomando del techo presupuestario establecido por el Ministerio de Economía y Finanzas en el Sistema de Administración Financiera (e-sigef). Para implementar el presupuesto referencial de las estrategias se tomó en cuenta el presupuesto de los montos de inversión de los años 2023, 2024 y 2025 de los montos contenidos en los diferentes proyectos para la reactivación económica del sector Turístico. Obtenido de: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Plan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

De los resultados obtenidos gracias a la investigación bibliográfica y la aplicación de la encuesta se pudo determinar que efectivamente es necesario que se incentive la creación de una política pública encaminada a fortalecer la asociatividad del sector turístico de la provincia del Carchi

Las principales actividades turísticas que se desarrollan en la provincia se destacan el servicio de alimentación y alojamiento en los diferentes destinos turísticos, pero se destaca que es necesario incentivar la innovación y la adaptación de tecnología que permita fortalecer los servicios prestados, y mejore el nivel de ingresos de los ofertantes turísticos

La situación socioeconómica de las asociaciones se encuentra en un nivel medio, con respecto a su satisfacción al momento de acceder a servicios básicos, educativos, y de salud, pero a nivel de financiamiento y recursos para mejorar su actividad turística se presenta disconformidad debido a la falta de proyectos de cooperación para el fortalecimiento de este sector.

Las acciones implementadas por parte de las asociaciones turísticas se deben al interés directo de los mismos socios, ya que tienen la necesidad de generar más ingresos, por ende, estos mejoran el servicio prestado a la sociedad, de la misma manera se adaptan a las normas que establece el MINITUR referente al turismo asociativo.

La situación Pública, es realmente crítica, pues se logró evidenciar por medio de las encuestas, la falta de apoyo por parte de las instituciones públicas encargadas del desarrollo turístico en la Provincia del Carchi. Además, se verificó la inexistencia de una base de datos estadísticos que comprueben el desarrollo del turismo y el crecimiento económico del mismo.

Los socios tienen desconocimiento y bajo interés en el ámbito de la gestión pública, es decir no participa en la toma de decisiones al momento de realizar programas o proyectos turísticos, debería realizarse la deliberación en espacios públicos en donde las asociaciones puedan opinar o generar ideas para el desarrollo socioeconómico de las mismas.

Para el diseño de las estrategias que se adapten a la realidad del sector turístico de la provincia del Carchi, fue necesario conocer la realidad en la cual está actividad se desarrolla, por esta razón las estrategias van encaminadas a atender los puntos débiles que deben ser atendidos con el fin de mejorar las condiciones socioeconómicas del sector turístico.

5.2. Recomendaciones

Se deben aplicar las estrategias planteadas de forma inmediata para lograr resultados esperados a corto plazo, los responsables de esto son los presidentes de las asociaciones, quienes tienen que aplicar las estrategias y socializarlas entre los socios.

Para el incentivo de la innovación y la adaptación de tecnología para la mejora en la prestación de servicios se debe llegar a un consenso por parte de las asociaciones para que todas las mejoras que se implementen vayan conectadas con el fin de mejorar los ingresos económicos de las asociaciones a corto plazo

Con el fin de mejorar las condiciones socioeconómicas de las asociaciones y sus miembros se plantearon las estrategias como un plan de mejora enfocado en atender y mejorar los puntos débiles que se identificaron por medio de la aplicación de la encuesta, solucionar los problemas que afecta a la asociatividad es progresivo y no solo es responsabilidad de los líderes de las asociaciones, sino también de los socios que deben aplicar las estrategias en sus actividades.

Las estrategias se plantearon confirme a las necesidades de las asociaciones en la provincia del Carchi, y pueden servir como base para el desarrollo de futuras investigaciones para mejorar las condiciones socioeconómicas de diferentes asociaciones a nivel nacional.

Entre las estrategias más importantes que ayudarían a fortalecer la asociatividad turística en la Provincia del Carchi están las siguientes:

- E1. Generación de buenas prácticas y estableciendo proyectos donde los socios sean actores principales para el desarrollo socioeconómico y mejorar su calidad de vida.
- E5. Propiciar una cultura asociativa basada en la confianza y la colaboración de sus participantes
- E7. Asegurar una gestión turística inclusiva, social y accesible para los actores en situación de vulnerabilidad.
- E9. Crear un plan de promoción turística para atraer a turistas nacionales y extranjeros a la Provincia del Carchi.
- E11. Monitorear a las asociaciones turísticas para mantener costos de operación estables.
- E12. Coordinar con entidades financieras públicas, créditos que impulsen la reactivación económica.
- E13. Otorgar asistencia técnica y capacitación a las asociaciones Turísticas de la provincia del Carchi.
- E.14. Articular con las instituciones públicas encargadas del desarrollo turístico una política público-privada para fomentar la asociatividad turística en la Provincia del Carchi.
- E16. Instalar un sistema de atención al cliente en el que interactúen y mencionen sus quejas o sugerencias para detectar problemas y mejorar el servicio.
- E22. Actualización periódica del catastro de asociaciones turísticas, visibilizándolas y facilitando el acceso de información de los servicios prestados por ellas
- Promover la inversión pública, privada y comunitaria para la construcción y mantenimiento de infraestructura turística.

- E27. Establecer un mecanismo de coordinación interinstitucional publica permanente que permita la toma de acuerdos para la generación de planes, programas, ordenanzas y políticas públicas, para fomentar el desarrollo de la asociatividad turística en la Provincia del Carchi.
- E32. Gestionar, ejecutar y evaluar convenios, planes o proyectos en el ámbito turístico con entidades e instituciones del sector público y privado, nacionales e internacionales, procurando la asistencia de recursos financieros suficientes para estos fines.

De igual manera se recomienda que el Ministerio de Turismo debe manejar datos estadísticos de la efectividad de los programas, proyectos realizados en beneficio del sector turístico con sus respectivos avances de desarrollo.

REFERENCIAS

Cabrera, E. (junio de 2009). *El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización.* Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf

Campodónico & Chalar. (2010). Asociativismo como herramienta del desarrollo turístico local. Semintur. 89, 15,30.

Constitución de la República del Ecuador (2008). Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (2023). Informes de rendición de cuentas. Recuperado de https://informe.cpccs.gob.ec/ReportesConsejo/Pages/ReportViewer.aspx?%2fReportesRendicionProduccion%2fReporteInformeGad&Codigo=14285&anio=2023

Departamento de Sociología. (2017). *Técnicas de Investigación Social.* Obtenido de https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-4-las-tecnicas-estructurales-entrevista-grupo-de-discusion-observacion-y-biografia/diseno-de-la-investigacion-cualitativa/tipos-de-muestreo-cualitativo

Departamento de Sociología. (2017). *Técnicas de Investigación Social.* Obtenido de https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-4-las-tecnicas-estructurales-entrevista-grupo-de-discusion-observacion-y-biografia/diseno-de-la-investigacion-cualitativa/tipos-de-muestreo-cualitativo

Domínguez, Á. (2018). *Estadística aplicada. Prácticas con Spss.* Obtenido de https://www.ugr.es/~metcuant/asignaturas/docencia/estadistica%20aplicada/SPSS/SPSS_T1.pdf

Fonteneau. (2010). *Economía social y solidaria.* Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_546400.pdf

Fueltala & Pazmiño. (2020). Eficiencia de las políticas públicas para el fomento del turismo aplicadas por el municipio de Tulcán. UPEC. Tulcán. Ecuador.

Fernández & Narváez. (2011). Asociatividad empresarial, como estrategia para la competitividad en las pymes del sector turístico. Visión Gerencial, 220,308.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Montúfar (2022). Ordenanza que regula la planificación, regulación, control y gestión de las facultades para el desarrollo de actividades turísticas. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://gadmontufar.gob.ec/documents/OR4F74_1.PDF

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Bolívar (2021). Ordenanza que regula la planificación, regulación, control y gestión para el desarrollo de actividades turísticas. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://municipiobolivar.gob.ec/images/PDF/ordenanzas/ORDENANZA_ACT-TURIST-LUAF.pdf

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mira (2022). Ordenanza que regula la planificación, control y gestión de las facultades para el desarrollo de actividades turísticas. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.mira.gob.ec/ORDENANZAS/O-CM-GADCM-002-2022.pdf

Graglia, J. (2014). Modelo relacional de políticas públicas. Difusión de políticas públicas. Recuperado el 9 de agosto del 2021, de https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/23874/Capitulo2modelorelacional2020dulfarycalderon.pdf;jsessionid=0A899BF9A558550C92B92D4F573F2F8D?sequence=1

Grueso, et al. (2009). Procesos de asociatividad empresarial e impacto económico, social y organizacional. Universidad del Rosario. Colombia, 20,60.

Harvard Business Review, (2011). ¿Qué es la estrategia? : http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf

Jiménez, A. R. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Bogotá: Universidad EAN.

Mintzberg & Waters (1985). Of Strategies, Deliberate and Emergent. Strategic Management Journal, Vol. 6, 257-272.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). Plan Sectorial de Turismo 2021-2025. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/09/PLAN-SECTORIAL-DE-TURISMO-11-8-2022_compressed.pdf

Naclerino & Trucco. (2015). Construir el desarrollo con políticas públicas: asociatividad, tecnología e innovación productiva. FLACSO. Argentina.

Ley Orgánica de Desarrollo Fronterizo (2018). Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/07/ley-organica-de-desarrollo-fronterizo.pdf

Liendo & Martínez. (2001). Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía. https://www.fcecon.unr.edu.ar/web/sites/default/files/u16/Decimocuartas/Liendo,%20Martine z_asociatividad.pd. pd

López, P. (2016). Metodología de la investigación social cuantitativa. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf

Orozco, J. Arraut, L. (2012). El entorno competitivo para el emprendimiento en la región Caribe de Colombia: caso de Barranquilla, Cartagena, Santa Marta y Sincelejo. Revista Escuela de Administración y de negocios, (74), 86-105.

Organización Mundial del Turismo OMT. (2016). Obtenido de Organización Mundial del Turismo OMT: http://media.unwto.org/es/content/entender-elturismo-glosario-básico

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, (2013), Plan Nacional de Desarrollo/ Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, Senplades. Quito, Ecuador

Ramió, C. (2002). Teoría de la organización y administración pública. Madrid: Tecnos.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación.* México: McGraw-Hill.

Yánez, L. (2022). *UNNIN*. Obtenido de https://www.unniun.com/diferencias-entre-situacion-economica-y-financiera-leonardo-yanez-master-en-direccion-y-gestion-de-empresas-mde/

Secretaría Nacional de Planificación- Senplades. (2021). Plan de Creación de Oportunidades 2021- 2025. Quito: Registro Oficial

Szmulewicz, et al. (2012). Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile. Economía, Sociedad y Territorio (EST). Vol.20

Uribe & Messino. (2010). Construcción de un sistema de gestión y el desarrollo de un conjunto de estrategias para potenciar las ventajas del Caribe Colombiano como sector turístico. Cuadernos de Administración: Universidad del Valle, 45, 140-160.

Torres & Agulló. (2002). Calidad de vida laboral: hacia un enfoque integrador: Universidad de Oviedo, 43.

Villamarin, J. (2013). Análisis de las Políticas Públicas como factor de desarrollo en el Turismo Comunitario de Ecuador. Recuperado: http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10155

ANEXOS

Anexo A. Certificado del abstract por parte de idiomas

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autoras: Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán
Fecha de recepción del abstract: 21 de octubre de 2024
Fecha de entrega del informe: 21 de octubre de 2024

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9,5; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente

MA. Martha Viveros
Docente responsable del
CIDEN

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET

NAME: Jessica Fernanda Rodríguez Chalacán
DATE: 21 de octubre de 2024
Topic: : "Estrategias socioeconómicas para el fortalecimiento de la asociatividad como políticas públicas del sector turístico en la provincia del Carchi"

MARKS AWARDED **QUANTITATIVE AND QUALITATIVE**

VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ■	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 ■	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐

TOTAL/AVERAGE

9 - 10: EXCELLENT
7 - 8,9: GOOD
5 - 6,9: AVERAGE
0 - 4,9: LIMITED

TOTAL 9,5

Anexo B. Preguntas de encuestas aplicadas para Conocer la situación socioeconómica de los asociados del sector Turístico, en la provincia del Carchi.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI - CENTRO DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

ENCUESTA DIRIGIDA A SOCIOS DE LAS ASOCIACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

OBJETIVO: Conocer la situación socioeconómica de los asociados del sector Turístico, en la provincia del Carchi. Su participación es completamente voluntaria, la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Instrucciones:

- Lea determinadamente cada una de las preguntas
- Marque con una X la opción que considere adecuada
- Antes de entregar la encuesta, revise que todas las preguntas hayan sido contestadas
- Lugar y Fecha: _____

DATOS INFORMATIVOS

Genero:	Femenino		Masculino		LGBTI	

1. **¿Cuál es su nivel de educación?**

Educación Básica		Cuarto Nivel	
Bachillerato		Ninguno	
Tercer Nivel			

2. **¿Cuál es el Número de integrantes de su familia?**

2 Integrantes		5 Integrantes	
3 Integrantes		6 Integrantes	
4 Integrantes		Más de 6 integrantes	

3. **¿Cuál es su ingreso mensual familiar?**

Menos de $ 200	

200 a 450 dólares mensuales	
451 a 600 dólares mensuales	
601 a 850 dólares mensuales	
Más de $851	

4. ¿Cuál es el porcentaje de gasto mensual familiar en relación con sus ingresos?

Menos del 25%		75% de los ingresos	
25% de los ingresos		100% de los ingresos	
50% de los ingresos		Más del 100%	

5. ¿La casa que habitan actualmente es?

De un familiar		Prestada		Rentada		Propia	

6. ¿De qué material es su vivienda?

Madera		Adobe		Bloque		Ladrillo	

7. De los siguientes aspectos en cuanto a su situación familiar y personal, ¿en qué nivel de satisfacción se encuentra?, siendo (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Aceptable, 5-Completamente

Descripción	**ESCALA**				
	1	2	3	4	5
Satisfacción con el Servicio de salud					
Satisfacción con el Servicio educativo					
Satisfacción con el acceso al servicio de agua potable					
Satisfacción con el acceso al servicio de energía eléctrica					
Satisfacción con el acceso al servicio de alcantarillado					
Satisfacción con el acceso al servicio de Internet					
Satisfacción con el acceso al servicio de telefonía fija					
Satisfacción con el acceso al servicio de telefonía móvil					
Satisfacción con el Bienestar familiar					
Satisfacción con la Protección policial					
Satisfacción con la economía actual					
Satisfacción con las oportunidades de empleo					

Satisfacción con la cultura asociativa					
Satisfacción con los servicios de transporte de taxis					
Satisfacción con los servicios de transporte intercantonal					

8. ¿Cuál es la actividad turística a la que se dedica?

Alimentos y bebidas		alojamiento		transporte	
Artesanal		guianza - senderismo		organizadores de eventos	
Parques de atracción		agencia de servicio turísticos		otro	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo C. Preguntas de encuestas aplicadas para conocer la situación económica y actividades turísticas que realizan las asociaciones del sector Turístico, en la provincia del Carchi.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI - CENTRO DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

ENCUESTA DIRIGIDA A ASOCIACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI

OBJETIVO: Conocer la situación económica y actividades turísticas que realizan las asociaciones del sector Turístico, en la provincia del Carchi. Su participación es completamente voluntaria, la información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Instrucciones:

- Lea determinadamente cada una de las preguntas
- Marque con una X la opción que considere adecuada, siendo 1 el mínimo acuerdo y 5 el máximo acuerdo.
- Antes de entregar la encuesta, revise que todas las preguntas hayan sido contestadas
- Lugar y Fecha: _____

ACTIVIDAD TURISTICA	**ESCALA**				
	1	2	3	4	5
Recibe capacitación profesional					
Los servicios que presta su asociación son considerados por los clientes de buena calidad					
Su asociación cuenta con un sistema de queja y sugerencias que le permite detectar y corregir problemas					
Los servicios que oferta satisfacen las necesidades de los clientes					
Los precios son acordes con la calidad del servicio prestado					
Los precios de los servicios se mantienen fijos					
El ingreso de turistas a la asociación es frecuente					

SITUACIÓN ECONÓMICA	**ESCALA**				
	1	2	3	4	5
Los costos de operación que tiene la asociación se mantienen estables					
El desarrollo del turismo asociativo promueve mayores ingresos a los hogares					
El nivel de inversión es óptimo					
Los ingresos mensuales son equitativos					
Tiene acceso a préstamos bancarios por formar parte de una asociación					

ASPECTO PUBLICO	1	2	3	4	5
Las propuestas diseñadas por el gobierno, para la reactivación socioeconómica del sector turístico en la Provincia del Carchi han contribuido a este objetivo					
Las instituciones públicas aportan en la capacitación del personal que labora en el área de turismo					
Se cuenta con la suficiente información que detalla cada una de las funciones y responsabilidades del personal asociado.					
Se cuenta con un inventario turístico actualizado, dentro de la provincia del Carchi					
Las instituciones públicas programan eventos de promoción turística en festividades locales					
Los eventos programados por instituciones públicas cuentan con bastante afluencia turística.					
Se han socializado efectivamente las normas y regulaciones que deben cumplir los operadores turísticos de la provincia					
Existe suficiente promoción de destinos turísticos de la provincia					
Existe material informativo sobre la segmentación y el perfil de los turistas que visitan los destinos turísticos de la provincia.					
Las instituciones públicas aplican estrategias de incentivos para fomentar y atraer capitales e inversiones turísticas en la provincia					
La asociación maneja proyectos conjuntos con instituciones públicas, en busca de un mayor fomento turístico de la provincia.					
Se realizan convenios con instituciones públicas para obtener asistencia técnica en materia turística					
Se realizan convenios con instituciones privadas para obtener asistencia técnica en materia turística					
Se realizan encuestas para obtener datos de la demanda real de turistas que visitan la asociación					
Se realizan encuestas para obtener datos de los niveles de satisfacción de los turistas que visitan la asociación					
La asociación cuenta con créditos del sector público					
Existen políticas públicas de apoyo a la asociación en la Provincia del Carchi.					
Las políticas públicas en turismo dirigidas a la provincia del Carchi son oportunas para el desarrollo de la asociatividad turística.					