



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA: IMPACTO ECONÓMICO EN LOS INTEGRANTES DE LA  
COMUNIDAD PATULOMA PARROQUIA SALASACA POR LA  
INFLUENCIA DEL TURISMO COMUNITARIO**

**AUTOR: GUERRERO REINOSO, DANIELA FERNANDA**

**DIRECTOR: ING.ROBERTO TACO**

**SANGOLQUÍ  
2015**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS –ESPE

INGENIERÍA COMERCIAL

**CERTIFICADO**

Ing. Roberto Taco

**CERTIFICA**

Que el presente proyecto titulado “Impacto económico en los integrantes de la Comunidad Patuloma Parroquia Salasaca por la influencia del turismo comunitario”, fue desarrollado en su totalidad por la Ing. Daniela Fernanda Guerrero Reinoso, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple con las normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

Sangolquí, 23 de Octubre del 2015



Ing. Roberto Taco

DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS –ESPE

INGENIERÍA COMERCIAL

### **AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

El proyecto de grado denominado “Impacto económico en los integrantes de la Comunidad Patuloma Parroquia Salasaca por la influencia del turismo comunitario” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el documento cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 23 de Octubre del 2015



---

Daniela Fernanda Guerrero Reinoso

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS –ESPE

INGENIERÍA COMERCIAL

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Daniela Fernanda Guerrero Reinoso

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE” la publicación, en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo “Impacto económico en los integrantes de la Comunidad Patuloma Parroquia Salasaca por la influencia del turismo comunitario”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 23 de octubre del 2015



---

Daniela Fernanda Guerrero Reinoso

## **DEDICATORIA**

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado en mi formación académica, depositando en mí su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora.

A mis hermanas y hermano, por su apoyo, cariño y comprensión durante todo este tiempo, por estar siempre conmigo.

A mis familiares y amigos, por su ayuda y consejos que me han permitido culminar con mis estudios.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios ser maravilloso que me dio fuerza y fe para creer en lo que me parecía imposible de terminar.

A mis padres, hermanas y hermano por siempre brindarme sus palabras de aliento, ser mi apoyo cuando creía ya no poder.

A mis amigas quienes en todo este proceso han estado conmigo y me han demostrado el verdadero significado de amistad.

A mi amigo incondicional, mi enamorado quien a lo largo de mi carrera profesional jamás ha soltado mi mano.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, por darme la oportunidad de formarme como profesional.

Finalmente pero no menos importante, quiero agradecer de manera especial a mis segundos padres mi tía Piedad y mi tío Héctor, quienes desde el principio de mi carrera universitaria depositaron su confianza en mí y me han brindado sus consejos como a una verdadera hija.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO .....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....	iii
AUTORIZACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Antecedentes del problema.....	2
1.2. Planteamiento del problema .....	4
1.3. Propósito del estudio .....	5
1.4 Justificación de objetivos .....	5
1.5. Objetivos .....	6
1.5.1. Objetivo general .....	6
1.5.2. Objetivos específicos .....	7
1.6. Preguntas de investigación .....	7
1.7. Hipótesis de la investigación .....	8
1.8. Marco teórico .....	8
1.8.1. Turismo Comunitario .....	8

1.8.2.	Impacto Económico .....	11
1.8.3.	Estructura Organizacional.....	12
1.9.	Marco conceptual .....	13
1.9.1.	Turismo Comunitario.....	13
1.9.2.	Impacto Económico .....	15
1.9.3.	Estructura Organizacional.....	16
CAPITULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA.....		17
2.1	Variable Independiente: Turismo Comunitario.....	18
2.2	Variable Dependiente: Impacto Económico.....	23
2.3	Variable Moderadora: Estructura Organizacional.....	25
2.4	Turismo Comunitario e Impacto Económico .....	28
2.5	Turismo Comunitario y Estructura Organizacional .....	32
2.6	Impacto Económico y Estructura Organizacional.....	37
2.7	Caracterización del área de estudio .....	39
CAPITULO III: METODOLOGÍA .....		40
3.1.	Diseño de la investigación.....	40
3.1.	Conveniencia del diseño.....	41
3.2.	Preguntas de investigación .....	41
3.3.	Población .....	42
3.4.	Consentimiento informado .....	42
3.5.	Marco muestral.....	42
3.6.	Confidencialidad .....	43
3.7.	Localización geográfica.....	43
3.8.	Instrumentación .....	43

3.9. Análisis de datos.....	44
3.10. Prueba de hipótesis .....	44
3.11. Validez y confiabilidad.....	44
<b>CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>45</b>
4.1. Coordinador Local.....	45
4.2. Turistas .....	53
4.3. Integrantes .....	75
4.4. Verificación de la hipótesis .....	109
4.4.1 Primera hipótesis.....	109
4.4.2 Segunda hipótesis.....	111
4.4.3 Tercera hipótesis .....	113
<b>CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>116</b>
5.1 Conclusiones .....	116
5.2 Recomendaciones .....	117
<b>CAPITULO VI: PROPUESTA.....</b>	<b>118</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>122</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Nombre del coordinador local.....	45
Tabla 2	Edad del coordinador local .....	45
Tabla 3	Género del coordinador local.....	45
Tabla 4	Nivel de educación.....	46
Tabla 5	Años de formar parte del turismo comunitario .....	46
Tabla 6	Número de años de funcionamiento del turismo comunitario .....	46
Tabla 7	Mecanismos que oferta el turismo comunitario de Patuloma.....	46
Tabla 8	Tipo de turista que usualmente visita la comunidad de Patuloma .....	47
Tabla 9	El paquete turístico estándar que oferta está en un valor de: .....	47
Tabla 10	Inversión en el turismo comunitario de Patuloma .....	47
Tabla 11	Porcentaje de incremento de visitantes .....	47
Tabla 12	Los ingresos por el turismo comunitario está en: .....	48
Tabla 13	Financiamiento para el desarrollo del turismo comunitario.....	48
Tabla 14	Mes de mayor afluencia de turistas por el turismo comunitario .....	48
Tabla 15	Empleos directos que genera el turismo comunitario .....	48
Tabla 16	Empleos indirectos que genera el turismo comunitario .....	49
Tabla 17	Situación económica de la comunidad por el turismo comunitario .....	49
Tabla 18	Adecuada estructura organizacional .....	49
Tabla 19	Departamentos en la estructura organizacional del turismo comunitario .....	49
Tabla 20	Capacitaciones en cuanto al turismo comunitario.....	50
Tabla 21	La atención al cliente que usted brinda a los turistas es: .....	50
Tabla 22	La relación entre los integrantes del turismo comunitario de Patuloma .....	50
Tabla 23	Edad del turista.....	53
Tabla 24	Género del turista.....	54
Tabla 25	Nacionalidad .....	55
Tabla 26	Ocupación .....	56
Tabla 27	Veces de participación en el turismo comunitario de Patuloma .....	57
Tabla 28	Días que se quedó en la comunidad de Patuloma .....	58

Tabla 29	Normalmente con quien acude al turismo comunitario .....	59
Tabla 30	Medio que se enteran del turismo comunitario de Patuloma .....	60
Tabla 31	Elemento que le impacto de manera positiva.....	61
Tabla 32	Atención que le brindan en el turismo comunitario de Patuloma .....	63
Tabla 33	Nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad.....	64
Tabla 34	El costo del paquete turístico .....	65
Tabla 35	Regresaría por el turismo comunitario de la comunidad de Patuloma .....	66
Tabla 36	Recomendaría visitar el turismo comunitario de Patuloma .....	67
Tabla 37	Nivel de satisfacción al visitar la comunidad * Nacionalidad .....	69
Tabla 38	El costo del paquete turístico le pareció: * Nacionalidad .....	71
Tabla 39	Nivel de satisfacción de la visita a la comunidad * El costo del paquete turístico.....	73
Tabla 40	Edad de los integrantes .....	75
Tabla 41	Género de los integrantes.....	76
Tabla 42	Nivel de educación.....	77
Tabla 43	Participa activamente en el turismo comunitario.....	78
Tabla 44	Áreas del turismo comunitario de Patuloma .....	79
Tabla 45	Se dedica a otras actividades.....	80
Tabla 46	¿Cuál actividad realiza? .....	81
Tabla 47	A cuanto ascendieron sus ingresos totales .....	82
Tabla 48	Ingresos totales referente al turismo comunitario .....	83
Tabla 49	Personas de su familia que dependen de sus ingresos .....	85
Tabla 50	Distribución de los ingresos por turismo comunitario es justa .....	86
Tabla 51	Inversiones para desarrollar su actividad en el turismo comunitario.....	87
Tabla 52	¿De cuánto ha sido la inversión?.....	88
Tabla 53	La situación económica de la comunidad ha mejorado .....	90
Tabla 54	Personas que se han beneficiado con el turismo comunitario.....	91
Tabla 55	Cambios en las condiciones de vida .....	92
Tabla 56	Adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario.....	94

Tabla 57	Una estructura organizacional permitirá desempeñar con mayor eficiencia el turismo comunitario .....	95
Tabla 58	Con una estructura organizacional mejorara la economía de la comunidad...	97
Tabla 59	Aspectos de la estructura organizacional .....	98
Tabla 60	Quejas por parte de los turistas .....	99
Tabla 61	Curso de capacitación en cuanto a la gestión del turismo comunitario .....	100
Tabla 62	Capacitación.....	101
Tabla 63	Comunicación .....	102
Tabla 64	Mejora de servicio.....	103
Tabla 65	Mejora en la estructura organizacional .....	104
Tabla 66	Programas de publicidad.....	105
Tabla 67	Área del turismo comunitario * ¿Cuál actividad realiza? .....	106
Tabla 68	Ingresos totales * Ingresos totales referente al turismo comunitario .....	108
Tabla 69	Ingresos totales referente al turismo comunitario * Género .....	110
Tabla 70	Pruebas de chi-cuadrado .....	110
Tabla 71	La estructura organizacional permitirá desempeñar con mayor eficiencia En que medida considera usted que es importante adoptar la estructura organizacional dentro del turismo comunitario.....	112
Tabla 72	Pruebas de chi-cuadrado .....	113
Tabla 73	Una estructura organizacional va a permitir mejorar la economía de la comunidad Adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario .....	114
Tabla 74	Pruebas de chi-cuadrado .....	115

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Variables .....	17
Figura 2	Edad de los turistas .....	53
Figura 3	Género del turista.....	54
Figura 4	Nacionalidad.....	55
Figura 5	Ocupación del turista .....	56
Figura 6	Veces de participación en el turismo comunitario de Patuloma.....	57
Figura 7	Días que se quedó en la comunidad de Patuloma.....	58
Figura 8	Normalmente con quien acude al turismo comunitario.....	59
Figura 9	Medio que se enteran del turismo comunitario de Patuloma.....	60
Figura 10	Elemento que le impacto de manera positiva .....	62
Figura 11	Atención que le brindan en el turismo comunitario de Patuloma.....	63
Figura 12	Nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad .....	64
Figura 13	El costo del paquete turístico.....	66
Figura 14	Regresaría por el turismo comunitario de la comunidad de Patuloma .....	67
Figura 15	Recomendaría visitar el turismo comunitario de Patuloma.....	68
Figura 16	Nivel de satisfacción al visitar la comunidad * Nacionalidad.....	70
Figura 17	El costo del paquete turístico le pareció: * Nacionalidad.....	72
Figura 18	Nivel de satisfacción de la visita a la comunidad * el costo del paquete turístico.....	73
Figura 19	Edad de los integrantes .....	75
Figura 20	Género de los integrantes .....	76
Figura 21	Nivel de educación .....	77
Figura 22	Participa activamente en el turismo comunitario.....	78
Figura 23	Áreas del turismo comunitario de Patuloma.....	79
Figura 24	Se dedica a otras actividades .....	80
Figura 25	¿Cuál actividad realiza?.....	81
Figura 26	A cuanto ascendieron sus ingresos totales.....	82
Figura 27	Ingresos totales referente al turismo comunitario.....	84

Figura 28	Personas de su familia que dependen de sus ingresos .....	85
Figura 29	Distribución de los ingresos por turismo comunitario es justa.....	86
Figura 30	Inversiones para desarrollar su actividad en el turismo comunitario .....	88
Figura 31	¿De cuánto ha sido la inversión? .....	89
Figura 32	La situación económica de la comunidad ha mejorado .....	90
Figura 33	Personas que se han beneficiado con el turismo comunitario .....	91
Figura 34	Cambios en las condiciones de vida .....	93
Figura 35	Adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario .....	94
Figura 36	Una estructura organizacional bien definida va a permitir desempeñar con mayor eficiencia el turismo comunitario.....	96
Figura 37	Con una estructura organizacional mejorara la economía de la comunidad .	97
Figura 38	Aspectos de la estructura organizacional.....	98
Figura 39	Quejas por parte de los turistas.....	99
Figura 40	Curso de capacitación en cuanto a la gestión del turismo comunitario.....	100
Figura 41	Capacitación .....	101
Figura 42	Comunicación.....	102
Figura 43	Mejora de servicio .....	103
Figura 44	Mejora en la estructura organizacional.....	104
Figura 45	Programas de publicidad.....	105
Figura 46	Área del turismo comunitario * ¿Cuál actividad realiza?.....	107
Figura 47	Ingresos totales * Ingresos totales referente al turismo comunitario.....	108
Figura 48	Organigrama Turismo Comunitario de Patuloma .....	118

## RESUMEN

El documento describe los resultados de un estudio detallado para analizar el impacto económico en los integrantes de la comunidad Patuloma parroquia Salasaca por la influencia del turismo comunitario, adicional interviene una variable que se la considero como moderadora que es la estructura organizacional. La metodología de la investigación es cuantitativa, no experimental y con diseño transversal, adicional en este estudio no se tiene una muestra puesto que la población es pequeña por tal motivo se procede a realizar un censo. Se presentan los resultados del impacto económico utilizando información relacionada a los ingresos como también inversiones económicos de los integrantes, a las fuentes de empleo que se han creado por la influencia del turismo comunitario, a su vez mediante encuestas a los turistas se analiza si una adecuada estructura organizacional está ligada al desarrollo económico del turismo comunitario. Los resultados de la investigación revelaron que en si el turismo comunitario ha beneficiado con 1 empleo directo y 35 indirectos, además provoca un ingreso económico adicional a las actividades que realizan los integrantes de la comunidad ,sin embargo dicho ingreso no es en un porcentaje alto, por lo mismo se considera que todavía existen aspectos que hacen falta en el turismo comunitario he ahí la importancia de adoptar una estructura organizacional que definiendo departamentos va aportar de manera significativa al desarrollo económico de cada uno de los integrantes.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **COMUNIDAD**
- **TURISMO COMUNITARIO**
- **IMPACTO ECONÓMICO**
- **DESARROLLO ECONÓMICO**
- **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

## **ABSTRACT**

The paper describes the results of a detailed study to analyze the economic impact of Patuloma community members Salasaca parish by the influence of the community tourism, additional intervenes a variable that I consider it like a moderator it's the organizational structure. The methodology of research is quantitative, it isn't experimental and cross-sectional design. In this study there is not a sample due to the population is small that is why we proceed to conduct a census. The results of the economic impact are presented using information related to revenues as also investment economics from members, sources of employment that it has created by the influence of community tourism, in turn through surveys to tourists discussed if a proper organizational structure is linked to the economic development of the community tourism. The research results revealed that community – based tourism has benefited as one direct employment and thirty five indirect, in addition it causes an incommode to add to the activities that made members of the community, however, such income is not such a high percentage, therefore it is considered that yet there are aspects there are necessary in community tourism so there it's the importance of adopting an organizational structure that defining departments it contribute significantly to the economic development each of the members.

### **KEYWORDS:**

- **COMMUNITY**
- **COMMUNITY TOURISM**
- **ECONOMIC IMPACT**
- **ECONOMIC DEVELOPMENT**
- **ORGANIZATIONAL STRUCTURE**

## CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial es una de las ramas económicas más eficientes que compiten con éxito con las otras ramas de la granja como lo es la de producción y comercio.

En los últimos años se observa cambios en las alternativas que existe para realizar turismo en nuestro país , nuevas modalidades aparecen como es el caso del turismo comunitario y que son acogidas por los turistas extranjeros que buscan conocer lugares en donde puedan explorar y aprender sobre una cultura, gastronomía, flora, fauna que es diferente.

En el Ecuador, la primera definición relacionada al turismo comunitario fue atribuida por la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo en 1993, demostrando los primeros indicios de Turismo Comunitario como una actividad turística independiente y con nuevos y diferentes productos ofertados al mercado. Pero no es sino hasta el año 2002 cuando se crea la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, que se establece una organización reguladora de esta actividad. (FEPTCE, 2015)

En la provincia de Tungurahua el Turismo Comunitario presenta su primera iniciativa en la comunidad de Patuloma en el año 2008 comunidad que pertenece a la Parroquia Salasaca del Cantón Pelileo.

Varios estudiosos han identificado al Turismo Comunitario como un modelo de desarrollo adecuado para maximizar los beneficios económicos del turismo y minimizar los impactos ambientales negativos (G.Moscardo, 2008). Los defensores han argumentado que una red colaborativa y un enfoque de turismo comunitario ofrece

mejores perspectivas para el desarrollo del turismo sostenible (Tourism Working Group and STCRC, 2010)

En Ecuador, comunidad es un término con una acusada dimensión histórica, jurídica, socio-organizativa, de gestión de recursos y de reivindicación política indígena-campesina que encardina la vida cotidiana de muchos ecuatorianos (Esteban Ruiz Ballesteros, 2007)

El éxito del turismo en toda comunidad requiere el apoyo de los residentes de esa comunidad (Rutherford.D, 2004).El apoyo comunitario de las atracciones turísticas implica a menudo directamente ayudar a sus operaciones, sobre todo cuando las atracciones contribuyen significativamente a la vitalidad económica, el patrimonio cultural, y / o identidad de marca de la zona (Page, 1994)

Por todo lo mencionado resulta interesante para la comunidad de Patuloma conocer si todo el esfuerzo y dedicación que asignan a esta actividad está reflejando beneficios. Por tal motivo este estudio de investigación plantea determinar cuál está siendo el impacto económico en los integrantes de la comunidad por la influencia del turismo comunitario.

### 1.1.Antecedentes del problema

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, en Ecuador por turismo receptor se registraron 1.364.057 llegadas de extranjeros, observándose una tasa de crecimiento del 7,3% en relación al año anterior .En el turismo emisor en el año 2013 se registraron 1.137.875 salidas de ecuatorianos al exterior, evidenciándose un incremento del 11,3% en relación al año 2012. (MINTUR, 2015)

El ingreso por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos asciende a 1.251.3 millones de dólares durante el año 2013, valor que comparado con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el cuarto rubro de aporte en ingresos, según estadísticas brindadas por el Ministerio de Turismo. (MINTUR, 2015)

El 77,8% de llegadas de extranjeros al Ecuador están motivadas por turismo, siendo el 55,5% de llegadas realizadas por personas económicamente activas, de las cuales el 34,7% corresponde a personal de apoyo administrativo y el 23,4% a profesionales, científicos e intelectuales, entre otros. El 29,4% de las llegadas de extranjeros se catalogó a personas no activas y el restante 15,1% fueron personas que no declararon su categoría de actividad y ocupación. (MINTUR, 2015)

Con respecto a la entrada de extranjeros por grupos de edad y género, se puede observar que el 42,1% de visitantes declararon edades entre 20 a 39 años y el 32,8% entre 40 y 59 años. En cuanto a la categoría de sexo, se puede indicar que el 56,7% del total de llegadas fueron realizadas por hombres y el 43,3 % por mujeres. (MINTUR, 2015)

En el año 2013, el porcentaje de consumo turístico receptor en el PIB se ubicó en el 1.3% mayor al registrado en el 2012(1.2%), con lo cual se observa un aumento en el ingreso de divisas por turismo en este año, como resultado de la implementación de estrategias promocionales orientadas a incrementar tanto las llegadas de visitantes no residentes, como del gasto de consumo turístico receptor. (MINTUR, 2015).

Cabe señalar que en Ecuador el turismo comunitario se ha constituido como uno de los rubros de generación de ingresos más significativas, al punto que ha llegado a

considerarse como un sector estratégico para el desarrollo del país .En el año 2011 los extranjeros no residentes que llegaron al país motivados por el turismo comunitario fue del 2.07% que representa 98.003 turistas (MINTUR, 2015).Por otra parte el turismo comunitario a escala mundial representa un mercado aproximad entre 7 y 10 millones de turistas anuales, es decir, el 1 % del total de turistas del mundo (Torre, 2015)

Entonces se puede decir que si por un lado se ha desarrollado el sector tradicional de turismo el mismo que embarca aspectos como servicios hoteleros, restaurantes, pues por otro lado se está desarrollando turismo comunitario en sectores rurales y comunidades indígenas.

## 1.2.Planteamiento del problema

La Comunidad de Patuloma por la escasa existencia de empleo e ingresos económicos tiene un acelerado proceso de migración como también de pobreza en dicho lugar, por estas razones hoy en día se han integrado familias de la comunidad para incursionar en la actividad turística, tomando esto como base para un desarrollo económico sustentable, de esta manera se lograra mejorar la calidad de vida. Sin embargo hasta la actualidad los miembros de la comunidad no saben a ciencia cierta si en realidad todo el esfuerzo que ellos dedican al turismo está reflejando aspectos positivos en la economía de la comunidad.

En Ecuador ha sido claro el malestar que se despertó en la década de los 90, la inequidad y la falta de beneficios directos entre las comunidades receptoras del turismo ya que operadoras externos eran quienes mayormente lucraban del servicio y lastimosamente poco quedaba en aquellos que solamente veían llegar a los turistas, disfrutar de sus recursos, su cultura, sus artesanías. Esta situación impulso un proceso

de cambio en las comunidades indígenas, es así que en Ecuador aparece una nueva propuesta de oferta turística, en este caso el turismo comunitario.

Sin duda, la impotencia para reducir la desigualdad económica y el acceso a servicios básicos de una gran parte de la población ha convertido al turismo en una estrategia emergente para el desarrollo. Pero a su vez, la creciente preocupación por un turismo sostenible ha animado a buscar modalidades y productos turísticos que encajen en las culturas y el ambiente. (Esteban Ruiz Ballesteros, 2007)

### 1.3. Propósito del estudio

Con este estudio lo que se busca es establecer cuál es el impacto económico en cada una de las familias que conforman parte del turismo comunitario de la comunidad de Patuloma y de igual manera corroborar la importancia de una estructura organizacional dentro del turismo comunitario.

La investigación va a determinar la relación existente entre el turismo comunitario que en este caso es la variable independiente, y por otro lado el impacto económico que es la variable dependiente, adicional se presenta una variable que servirá como moderadora la misma que es la estructura organizacional.

### 1.4 Justificación de objetivos

Esta investigación nace ante el interés de analizar la dinámica que se ha generado en torno al turismo en Ecuador en este caso poniendo mayor atención en la relación existente entre el turismo comunitario y el impacto económico que esta provoca, de igual manera se desea situar el trabajo dentro de un marco teórico que comprenda las dos principales variables.

El turismo comunitario aporta importantes beneficios en las áreas rurales del país, ya que como punto primordial tiene un impacto directo en las familias de la población local, en el desarrollo socioeconómico de la región y en el estilo de vida (MANYARA, 2007)

Nuestra propuesta de investigación se centra en la región sierra, específicamente donde existe la iniciativa de turismo comunitario como lo es la Comunidad de Patuloma, adicional los resultados encontrados en esta investigación serán de gran beneficio para el desarrollo de dicha comunidad ya que se llegara a determinar si el turismo comunitario que ellos realizan está provocando una situación económica adecuada y rentable.

De igual manera con la mencionada investigación se lograra aportar a varios de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir que poseen aspectos referentes al turismo comunitario, para este caso se menciona un solo objetivo que es el Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. En el numeral 8.9: Profundizar las relaciones del estado con el sector popular y solidario, señala k: Fomentar el turismo comunitario y el turismo social (Plan Nacional del Buen Vivir , 2015)

## 1.5.Objetivos

### 1.5.1. Objetivo general

Analizar el impacto económico percibido en los integrantes de la Comunidad Patuloma por la influencia del turismo comunitario.

### 1.5.2. Objetivos específicos

Diagnosticar la situación económica de los integrantes de la comunidad por la influencia del turismo comunitario.

Determinar la relación existente entre la estructura organizacional y el turismo comunitario.

Conocer la relación existente entre la estructura organizacional y el impacto económico.

### 1.6.Preguntas de investigación

Para el desarrollo del estudio, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

¿Favorece el turismo comunitario al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad?

¿Existente una relación significativa entre la estructura organizacional y el turismo comunitario?

¿Hay una relación significativa entre una apropiada estructura organizacional y el impacto económico?

## 1.7.Hipótesis de la investigación

**H1:** El turismo comunitario en la comunidad de Patuloma favorece al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad.

**H2:** La estructura organizacional está relacionada de manera positiva con el turismo comunitario.

**H3:** Una adecuada estructura organizacional está relacionada positivamente con el impacto económico.

## 1.8.Marco teórico

En el presente proyecto de investigación el tema fundamental es el turismo comunitario y el impacto económico; en la actualidad el turismo comunitario se ha convertido en un eje principal para las comunidades indígenas puesto que gracias a este tipo de turismo se ha generado más ingresos económicos sin tener que apartarse de sus raíces y tradiciones. El estudio es de enfoque cuantitativo, donde la variable independiente es el turismo comunitario, la variable dependiente es el impacto económico y como variable moderadora tenemos a la estructura organizacional.

### 1.8.1. Turismo Comunitario

Según (FEPTCE, 2015) el turismo comunitario es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados,

con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

El Reglamento de Centros de Turismo Comunitario expedido por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2010), manifiesta las condiciones para el desarrollo de turismo comunitario;1: Existencia de actividades agropecuarias, pecuarias, agrícolas, cultivos tradicionales, agroecología forestal, agroforestal, manejo de fauna, comunidades, recursos naturales y culturales capaces de generar un interés en el visitante y/o especialista.2:Debe visualizarse como una fuente de ingresos complementaria a las actividades tradicionales del ámbito geográfico rural; pudiendo convertirse en una actividad principal.3: Que exista participación activa y protagónica de manera directa e indirecta de la población local en la actividad y su comercialización.4: Presencia de liderazgo en la comunidad a través de Consejos Comunales u otros organismos comunitarios.5: La Comunidad debe ser consciente de los cambios potenciales que el turismo trae consigo y debe tener un marcado interés por desarrollar actividades turísticas.6:La no existencia de peligros evidentes contra el patrimonio natural, cultural y humano de las comunidades.7:Existencia de conectividad e infraestructura básica mínima adecuada al servicio turístico; es decir, garantizar los servicios básicos para una adecuada disposición del servicio.8:Servicios de alojamiento, alimentación, instalaciones complementarias, actividades de esparcimiento y recreación potenciales o actuales, adecuados al contexto local natural y cultural.9:Los productos que se elaboren deben basarse en los conocimientos, valores y destrezas tradicionales de las comunidades campesinas.10:Que las características del emprendimiento cubran las necesidades reales o potenciales del destino turístico.11:Que se propicie la generación de Redes Productivas, diversificando la actividad del sector basado en un conjunto de cadenas productivas que interactúen para agregar valor y complementarse en la generación de sus productos.

## Turismo comunitario a nivel mundial

Según datos de la Organización Mundial de Turismo, solo en Europa hay unos 6,4 millones de viajeros al año interesados en turismo comunitario, en concordancia con la irrupción en el mundo de un nuevo tipo de turista, que busca experimentar de forma más auténtica las culturas locales y de contribuir al desarrollo sostenible, desde una perspectiva económica, social y medioambiental. En los últimos años han aparecido emprendimientos y redes de turismo comunitario en los cinco continentes. América Latina es una región de particular dinamismo en esta materia, con países como Bolivia, Ecuador, Costa Rica y Argentina, que muestran un importante desarrollo y nivel de organización de oferta. (OMT, 2015). La literatura científica documenta proyectos basados en el Turismo Comunitario en Asia (Nyaupane, Morais, & Dowler, 2006) (Okazaki, 2008), Oceanía (Dyer, Aberdeen, & Schuler, 2003), África (Lepp, 2007) (Manyara & Jones, 2007) (Kibichot, 2008) y Latinoamérica. Concretamente, en Latinoamérica existen diferentes proyectos documentados en Brasil (Guerreiro, 2007), Ecuador (Ruiz et al., 2008), El Salvador (López, Millán, & Sancho, 2006), México (Juárez & Ramírez, 2007) o Perú (Zorn & Farthing, 2007).

## Turismo comunitario en Ecuador

En cuanto al turismo comunitario en Ecuador la consolidación de las comunidades, a través de su estatus político-administrativo como comunas, es, en gran parte, una superposición de disposiciones legales con estructuras políticas ancestrales, donde la democracia participativa se solapa con formas tradicionales en la toma de decisión (Korovkin, T., 2001). El turismo en el Ecuador empezó a desarrollarse en la década de los 80s y ha tenido un crecimiento relativamente constante hasta constituirse en una de las actividades económicas más importantes del país. En sus inicios, la mayor parte del turismo podía calificarse como “convencional” en el sentido de que sus programas y

actividades eran diseñados, operados y promocionados por empresas privadas de turismo. Sin embargo, las operaciones de turismo comunitario en Ecuador surgieron de forma espontánea desde los años 80 estrechamente vinculadas al ecoturismo, y sólo desde al año 2000 se plantea la necesidad de reconocerlas oficialmente (legalizarlas), tanto para su regulación como para acallar las voces críticas que las denunciaban como competencia desleal (Estrella, 2007). Dentro de Ecuador existen ciertas comunidades que se centran en el turismo comunitario en esta ocasión centraremos nuestro interés en el turismo comunitario de la comunidad de Patuloma, la misma que se ha desarrollado desde hace unos 9 años, teniendo un avance significativo en ámbitos de infraestructura, además de un ligero posicionamiento en el mercado. La oferta de esta tipología de turismo se basa en la convivencia entre la comunidad y sus visitantes con una perspectiva intercultural, que garantice el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios culturales y territoriales, y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades basándose en una economía social y solidaria. (GAD, 2015)

### 1.8.2. Impacto Económico

Los estudios de impacto económico tienden a adoptar una metodología común aunque existen algunas diferencias entre unas y otras aplicaciones en función de los flujos y de los agentes analizados. De esta manera se distinguen, generalmente, tres tipos de impactos o efectos que pueden medirse (SEAMAN, 2003): a) Los efectos directos, que se corresponden a los gastos realizados por la actividad o institución cultural analizada en diferentes conceptos (salarios, compras, alquileres, ejecución de programas, etc.) en el área geográfica de referencia y en un periodo de tiempo determinado; b) Los efectos indirectos, definidos como los gastos que realizan los espectadores como consecuencia del consumo del producto cultural en cuestión (alojamiento, restauración, transporte, compras, entradas, etc.); y c) Los efectos inducidos, que son todas aquellas repercusiones no contabilizadas en las categorías anteriores y que se difunden o amplían por el resto del sistema económico, dentro o fuera del espacio de referencia.

### 1.8.3. Estructura Organizacional

Una estructura organizativa es un conjunto de roles organizativos cuya función es servir al emprendedor a conseguir la misión y las metas propuestas. Cada puesto de trabajo se compone de una serie de responsabilidades predefinidas de las que el empleado se tiene que encargar. (Barbero, 2006)

(Vainrub, 2000) Señala que la estructura formal en una organización se puede considerar compuesta por dos términos: El primero es el modelo de relaciones y responsabilidades, el cual generalmente se representa a través de organigramas y el segundo que son las normas y procedimientos adoptados por la gerencia para guiar el comportamiento de las personas, de acuerdo con la estructura de la organización.

Elementos de la estructura organizacional

Estrategias

(Robbins, 2002) Menciona que se necesita establecer estrategias para todos los niveles de la organización. La gerencia debe elaborar y evaluar diversas estrategias, y de ahí, elegir un conjunto que sea compatible para cada nivel y que permita a la organización capitalizar debidamente los recursos y oportunidades que existen en el entorno.

## Estilo de liderazgo

Según (Robbins, 2002) existen tres tipos de Estilo de líderes: Autocrático, Democrático y Liberal. Estilo Autocrático: Corresponde al líder que suele centralizar la autoridad, dictar los métodos de trabajo, tomar decisiones unilateralmente y limitar la participación de los empleados. Estilo Democrático: Normalmente involucra los empleados en la toma de decisiones, delega autoridad, propicia la participación para decidir las metas, los métodos de trabajo y aprovecha la retroalimentación. Estilo de Laissez-Faire o líder liberal: por lo general deja a los empleados en total libertad para la toma de decisiones y poder hacer su trabajo como lo considere conveniente es decidir el líder solo proporcionara las herramientas y materiales necesarios para desempeñar sus funciones.

### 1.9. Marco conceptual

#### 1.9.1. Turismo Comunitario

Turismo: Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos (Ley de Turismo del Ecuador, 2008)

Turismo Comunitario: Esta forma de turismo permite que el turista pueda experimentar cómo se vive dentro de una comunidad indígena; que conozca y que comparta las costumbres de culturas centenarias desde adentro; por supuesto, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, el patrimonio y los derechos naturales y territoriales de las nacionalidades y los pueblos. (Chiriboga, 2015)

Turismo doméstico: Residentes que visitan su propio país (Crosby, 1996)

Turismo receptor: El de los no residentes que viajan al país (Bigné, 2000)

Turismo emisor: El de los residentes del país dado que viajan a otro país (Ruibal, 2009).

Demanda turística: Es la cantidad de bienes y servicios que están disponibles para los turistas o el número de turistas que están consumiendo estos bienes (Gómez, 2002)

La oferta turística: Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios (Novás, 2006)

Atractivos turísticos: Son recursos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos. (PLANDETUR, 2015)

Comunidad: Se puede ver como el conjunto de personas que tienen similares necesidades y comparten área geográfica, tradiciones y costumbres, cultura, creencias e intereses; existe entre ellas un sentimiento de colectividad donde se dan las interrelaciones y fundamentalmente la comunicación (Correa, 2004).

Paquete turístico: Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje .Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. (López H. , 2015)

### 1.9.2. Impacto Económico

Análisis económico: El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST, y el ‘impacto económico’ del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad. (OMT, 2015)

Ingreso: Entrada de dinero que tienen como contrapartida una entrega de bienes o prestación de servicios. (Economía, 2015)

Egreso: Se denomina egreso a la salida de dinero de una empresa. (Orozco, 2015)

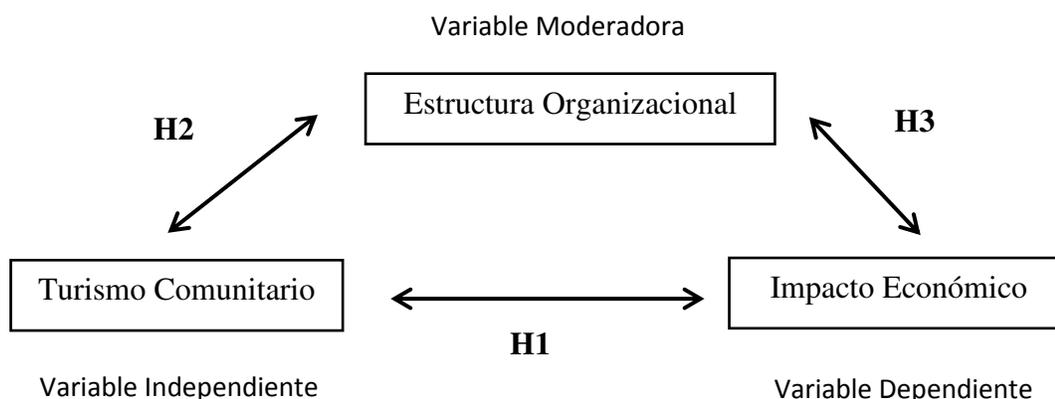
Desarrollo sostenible: El desarrollo sostenible consiste en lograr el equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales. Según los resultados de las reuniones preparatorias de la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible (CMDS), el objetivo global en el ámbito social es la erradicación de la pobreza, para lo cual se pretende reducir a la mitad el porcentaje de personas con rentas inferiores a un dólar diario. El objetivo global en el campo económico es cambiar los patrones no sostenibles de consumo y de producción, mientras que en la esfera ambiental, la meta consiste en gestionar de manera sostenible los recursos naturales para el desarrollo. (OMT, 2015)

### 1.9.3. Estructura Organizacional

Estructura organizacional: Estructura es la forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo condiciones particulares de tiempo y lugar. Se dice que existe una estructura cuando una serie de elementos se integran en una totalidad que presenta propiedades específicas como un conjunto, y cuando además las propiedades de los elementos dependen en una medida variable de los atributos específicos de la totalidad. (Vértice, 2008)

## CAPITULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA

La revisión de la literatura de las investigaciones ya realizadas en cuanto a temas referentes al problema de nuestra investigación, tendrá como objetivo analizar con mayor profundidad cada una de las variables, como también la relación que se da entre las mismas. A continuación se realiza en detalle, una revisión de la literatura sobre la variable independiente Turismo Comunitario, la variable dependiente Impacto Económico y la variable moderadora Estructura Organizacional.



**Figura 1 Variables**

### Documentación

La revisión de la literatura va a centralizarse en investigaciones ya desarrolladas las mismas que son escritas tanto en inglés como en español, se tomaran en cuenta jornales que pertenecen a centros de documentación como lo es Science Direct, Emerald, otros sitios donde se ubican tesis de doctorado como lo es la Biblioteca Eumed y por ultimo lo que es Google Académico. Como añadidura a la revisión se consultara algunas investigaciones encontradas en Internet. En la búsqueda se va a poner énfasis en las

variables que son el Turismo Comunitario, el Impacto Económico y la Estructura Organizacional.

### 2.1 Variable Independiente: Turismo Comunitario

El turismo comunitario (en inglés, Community Based-Tourism –CBT-) se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio de la participación comunitaria. Este tipo de turismo ha emergido como una posible solución a los efectos negativos del turismo de masas en los Países en Vías de Desarrollo, permitiendo, al mismo tiempo, ser una estrategia para la organización de la propia comunidad. El Turismo Comunitario tiene como eje principal el integrar vivencias, servicios de alojamiento y de restauración, oferta complementaria y gestión turística, pero añadiendo como características fundamentales el ser también un subsistema interconectado con otros subsistemas (como la educación, la salud o el medio ambiente), el presentar un proyecto de desarrollo sostenible creado en la propia comunidad y el de servir de interrelación entre la comunidad local y los visitantes (Cioce, Bona, & Ribeiro, 2007)

#### Evolución del turismo comunitario

##### Los inicios: 1980-2000

Los años 80 estuvieron internacionalmente marcados por la creciente sensibilización y debate sobre la conservación de los recursos naturales y el manejo ambiental, así como el cuestionamiento de prácticas nocivas con los mismos. En el caso de Ecuador, a partir del posicionamiento del producto Galápagos, que se inició en 1968 como resultado de un estudio de factibilidad técnico-económica para cruceros turísticos en el archipiélago esta nueva fuerte demanda propició la llegada de visitantes a otras zonas continentales de gran diversidad ecológica donde se ubican la mayoría de las comunidades.

Este nuevo mercado comienza a ser conocido como “Ecoturismo” y se convierte así en un potencial inestimable para las comunidades inicialmente amazónicas en su lucha por la supervivencia cultural, social y económica. Se inauguran así dos décadas en las que las comunidades transitarán desde su posición como parte de la oferta de ecoturismo a gestores de su propia propuesta de turismo comunitario. En 1998 el “Foro Nacional sobre la participación Comunitaria en Ecoturismo” organizado por la ASEC, ilustrará justamente el enfoque de los actores eco turísticos que, sin embargo, será superado por la búsqueda de un camino propio por parte de las comunidades. (Ballesteros, 2007)

El reconocimiento institucional, del sector privado y del mercado (2000-2003)

Para el año 2000, el mercado internacional de ecoturismo era suficientemente amplio y creciente y había integrado paulatinamente la demanda no solo de turismo de naturaleza, sino de turismo comunitario, ofertado por las comunidades indígenas. Recordemos que las Naciones Unidas proclamaron al año 2002 como Año Internacional del Ecoturismo. En el Ecuador, para el año 2000, se habían puesto las bases para una gestión turística planificada y desde una perspectiva de política de Estado, lo cual se expresó sobre todo en la formulación de la nueva Ley de Turismo, debatida el año 2002 y aprobada en diciembre, así como la implementación de políticas nacionales relevantes (la descentralización turística a gobiernos locales), la creación de estadísticas turísticas (CST), el estudio sistemático de los mercados y el impulso del turismo comunitario y su organización (FEPTCE). (Ballesteros, 2007)

Etapa de estancamiento en políticas públicas y reorganización de la FEPTCE (2004-2005)

En función de la secuencia histórica, hay una corta etapa de estancamiento debido a la rotación de 3 Ministros de Turismo en apenas dos años. En este periodo, la FEPTCE va a reorganizarse, buscando su consolidación interna y elaborando su plan quinquenal. El soporte de actores externos, como la cooperación internacional y los organismos de defensa de los pueblos indígenas, será su apoyo principal. (Ballesteros, 2007)

La lucha de comunidades y sus organizaciones por tener voz propia (2005 en adelante)

Por fin, la existencia de 62 operaciones de turismo comunitario (OTC), la consolidación de una Federación Nacional (FEPTCE), el reconocimiento específico en la nueva Ley de Turismo y la formulación de incipientes políticas a nivel del Estado, expresan un punto que rubrica con claridad la presencia con voz propia del turismo comunitario en el contexto nacional. Su consolidación como forma alternativa de gestión turística depende, en estos años, de diversos factores: la maduración de sus operaciones, la solidez organizativa de la FEPTCE como gremio de turismo comunitario, la búsqueda de acceso directo al mercado nacional e internacional, la presión por la participación en la toma de decisiones, y la interlocución más horizontal con la empresa privada, el Estado y el Mercado. (Ballesteros, 2007)

El Turismo Comunitario está hoy amparado y potenciado por diferentes organizaciones internacionales, como la Organización Mundial del Turismo, y presenta varios objetivos, entre los cuales destacamos los siguientes: empleo y propiedad para la propia comunidad, conservación de los recursos naturales y culturales, desarrollo económico y social, y calidad en la experiencia del visitante (Hiwasaki, 2006).El

Turismo Comunitario se alinea con la visión de que el desarrollo del turismo debe ir acompañada por la cooperación, participación de las partes interesadas de la comunidad (Murphy, 2004). Los críticos han señalado que el término "comunidad" está idealizada con frecuencia. Se utiliza generalmente en referencia a localidades geográficas que gozan de una autonomía sustancial y a grupos que exhiben un compartido interés, necesidad y un sentido de identidad común. (Sin, H. L., & Minca, C. , 2014)

El fenómeno del turismo comunitario, en particular, ha sido criticado por la búsqueda de la dispersión de turismo para aumentar la rentabilidad de la industria en lugar de empoderar anfitrión comunidades, mejorar sus medios de vida y / o preservar los ambientes. (Blackstock, K., 2005)

Referente a la estructura del turismo comunitario (Guzmán, 2009) menciona que la cadena del turismo comunitario está compuesta por tres bloques diferentes. El primer bloque está integrado por los stakeholder que son los actores encargados de la planificación turística, como pequeñas oficinas de turismo que, en algunos casos, también funcionan como guías turísticos, y cuyo protagonismo en la cadena aún no es muy importante debido a la falta de una estrategia, en la mayoría de las áreas geográficas, en la llegada de flujos de turistas. Un segundo bloque está formado por las empresas de servicios directos, en el que sobresalen dos grupos, los de alojamiento y los de restauración. Finalmente, el tercer bloque incluye a las empresas de apoyo a la actividad turística, entre las que sobresalen las empresas de transporte, la empresas de turismo activo y, asimismo y cada vez con mayor importancia, las tiendas de venta de productos típicos, sobre todo de artesanía.

De acuerdo con (Maldonado, 2006) existen principios del Turismo Comunitario con referencia al ámbito económico que son: generar ingresos a las comunidades por la venta de servicios turísticos, generar alternativas frente a la actividad turística, promover

fuentes de trabajo y aplicar la economía social y solidaria para con los beneficios económicos ejecutar proyectos de educación, salud, servicios básicos.

El desarrollo de esta tipología de turismo alternativo se puede encontrar con diferentes limitaciones, debido, sobre todo, a la importancia que se le da a la comunidad local. Así, cierto autor señala que las principales limitaciones serían las siguientes: la comunidad local puede no disponer de los necesarios recursos financieros, know-how o infraestructuras; la comunidad local puede tener limitaciones de carácter cultural; y pueden existir conflictos entre las diferentes administraciones públicas. Por otra parte, entre los principales beneficios del turismo comunitario encontraríamos el impacto económico directo en las familias de la propia comunidad, el desarrollo socioeconómico de la zona geográfica y la diversificación sostenible del estilo de vida (MANYARA, 2007)

Para finalizar en cuanto a la variable independiente concuerdo con el concepto de turismo comunitario que mencionan los autores Cioce, Bona y Ribeiro, ya que en si este tipo de turismo tiene como base la unión de una comunidad que como respuesta a los bajos ingresos que perciben se reúnen y se direccionan a este tipo de turismo, adicional mediante este, los integrantes de la comunidad manifiestan su identidad, su cultura, su flora y fauna, a los distintos turistas que llegan a visitarlos. En cuanto al desarrollo del turismo comunitario en Ecuador considero que hasta la actualidad este no es un fuerte potencial de ingresos al país, a diferencia de otros países como Europa, lo mismo que puede darse por distintas limitaciones que tienen las comunidades como se menciona anteriormente en lo que refiere a lo financiero, y en el caso de la comunidad en estudio los integrantes del turismo comunitario no tienen el apoyo financiero de ninguna organización.

## 2.2 Variable Dependiente: Impacto Económico

A pesar de que el desarrollo es una cuestión clave para las ciencias sociales y el desarrollo económico en una preocupación fundamental de los economistas, sólo en las últimas tres décadas tienen estudios sistemáticos aparecieron en el desarrollo económico, una de las nuevas ramas de la economía, lo que plantea los retos para la mayoría de los investigadores en los campos de la economía y la economía política. (Venancio , 1996)

Este desafío es aún mayor en el caso del sector servicios, debido a su insuficiente integración en la teoría del desarrollo económico debido a la falta de modelos teóricos adecuados. Según la UNCTAD (Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo), en la estrategia de desarrollo mundial de los años sesenta y setenta se centró esencialmente en los centros productivos de bienes materiales (agricultura y la manufactura, fundamentalmente) y no se prestó suficiente atención al sector de servicios. Cualquier estudio de la literatura económica disponible nos permite concluir que, a los campos de la teoría económica y economía aplicada al sector de servicios ha sido una de las zonas menos estudiadas de la economía (Cuadrado & Rio, 1990)

Los servicios en general y el turismo en particular, no se han incorporado a las principales teorías del desarrollo económico: la teoría de las etapas de crecimiento económico (Rostow), la teoría del cambio estructural (Lewis y Chenery) o la teoría de la internacional dependencia economistas latinoamericanos. La teoría del desarrollo turístico no existe, aunque la investigación importante se ha completado que estudia sus efectos económicos. (Venancio , 1996)

Los estudios de impacto económico, también conocidos como método de los efectos, tratan de estimar la importancia económica de las artes y analizar los flujos de

actividades e ingresos vinculados a la existencia de una determinada manifestación cultural (Herrero , 2004). Aunque su definición puede variar de unos casos a otros, el objetivo fundamental de estos estudios es medir los efectos derivados de la presencia o de la existencia de una actividad u organización cultural sobre una determinada área geográfica y en un determinado periodo de tiempo. Se trata, en definitiva, de hacer aparecer los grandes flujos generados por la actividad cultural en el ámbito de la economía local y/o regional. El enfoque habitual de este tipo de estudios es estimar el tamaño de los flujos de gasto que origina el sector cultural y medir su impacto conjunto. Sin embargo, no siempre se limitan al volumen de ingresos, sino que se complementan muchas veces con el análisis del empleo creado o de las repercusiones fiscales generadas.

Dado que los estudios de impacto económico utilizan procedimientos complejos y producen resultados cuantificables, a menudo existe una presunción en la mente de "línea de fondo" audiencias orientadas que no están familiarizados con la técnica que los análisis son "científica" y, por lo tanto, las salidas son objetivas e inequívocas. Esto es una falacia. El análisis del impacto económico es un proceso inexacto, y los números de salida deben ser considerados como una "mejor estimación" en lugar de como inviolablemente exacta (Crompton, Seokho, & Shuste, 2001)

La medición de los cambios atribuidos a un programa o a una política específica, es un proceso que puede realizarse antes (ex ante) o después (ex post) de la ejecución del proyecto de intervención. La evaluación ex ante se ubica entre las etapas de formulación en el ciclo del proyecto (definición de objetivos y diseño de productos) y el análisis de costos y beneficios, lo que permite realizar ajustes al diseño del proyecto en función de los objetivos formulados, y hacia adelante complementa el análisis de costos y beneficios mediante la construcción de indicadores de costo por unidad de impacto suministrando así información adicional en la decisión de inversión (Cervantes, 2007). Por su parte, la evaluación de impacto ex post se ubica al final de la operación del

proyecto, determinando si hubo cambios en la población objetivo, su magnitud y qué segmento de la población se benefició, entre otros. (Valdés, 1998)

Desde mi punto de vista concuerdo con los criterios de los autores Crompton, Seokho y Shuste puesto que existe cierta dificultad en realizar un análisis del impacto económico, ya que no existen parámetros determinados que nos indiquen en sí que incluye un impacto económico. En este caso de investigación la actividad turística constituye una actividad económica, por lo mismo los impactos económicos del turismo pienso que han sido muy estudiados, aunque no deja de tener una gran complejidad por la amplia variedad de subsectores que intervienen o que se relacionan directa o indirectamente con la actividad turística, adicional considero que pueden existir inconvenientes a la hora de obtener estadísticas adecuadas del impacto económico enfocado en este caso al turismo comunitario.

### 2.3 Variable Moderadora: Estructura Organizacional

La organización como unidad de análisis es definida en su momento por (Lawrence, 1967) como el sistema interrelacionado de comportamientos de personas para cumplir con una tarea, la cual ha sido dividida en varios subsistemas en donde cada uno responde con una parte de dicha tarea y, al mismo tiempo, suma esfuerzos para el desempeño eficaz del sistema.

La estructura de una organización debe facilitar el logro de los objetivos. Como objetivos reciben la influencia de la estructura deben estar estrechamente vinculadas. Si los gerentes cambian significativamente la estrategia de la organización, deben modificar la estructura para adaptarse y apoyar el cambio (Stephen, 2005). Para los autores (Ríos, Sánchez, & Muñoz, 2001), las relaciones estrategia-estructura se han

venido considerando desde dos perspectivas. Una toma en consideración el contenido de la estrategia, otra se fija en el proceso que tiene lugar para desarrollar el contenido estratégico. La primera es a la que más atención se le ha prestado en la literatura a raíz, principalmente, del trabajo de Chandler (1962), quien encontró que las compañías de su estudio, que crecieron como consecuencia de la ampliación a nuevos productos y/o nuevos mercados, desarrollaban diferentes estructuras para hacer frente a cambios estratégicos. Así, el crecimiento y la diversificación originó la necesidad de estructuras más divisionalizadas, más descentralizadas y con mayor complejidad. En consecuencia, Chandler propuso que la estructura sigue a la estrategia.

La estructura organizacional significa la distribución a lo largo de varias líneas, de personas entre posiciones sociales que influyen en las relaciones de los papeles entre esta gente. Esta definición sencilla requiere de ampliación. Una consecuencia de la definición es la división del trabajo; a la gente se le dan diferentes tareas o puestos dentro de las organizaciones. Otra consecuencia es que las organizaciones tienen rangos o una jerarquía; las posiciones que ocupa la gente tienen reglas y reglamentos que especifican, en diferentes grados, cómo deben comportarse los que ocupan estas posiciones (Hall, 2000). El análisis de la estructura organizacional se enmarca dentro de la Teoría de la Contingencia Estructural, la cual surge para mostrar, a partir de diferentes investigaciones, que no existe una única forma de estructuración, pues la división del trabajo y su coordinación, dependerán de diversos factores y de las condiciones situacionales en las cuales la organización opera (Idárraga, 2012). La estructuración de las organizaciones puede asumirse como un patrón de variables creadas para coordinar el trabajo de los agentes organizacionales, resultante de los procesos de división del mismo, que generan rutinas formalizadas, diferenciadas y estandarizadas, intentando controlar y hasta predecir su comportamiento (Ackoff, 2000). Existen ciertos aspectos adicionales que tienen relación con la estructura organizacional en este caso la cultura organizacional y el liderazgo, en cuanto a la cultura organizacional según (Marchant, 2006) señala que el clima organizacional suele estar relacionado al comportamiento del

personal, el que tiene su origen y significado en el contexto de las estructuras jerárquicas e interacciones laborales. Las interacciones entre una persona y los miembros de su grupo de trabajo que están reguladas por las políticas y normas institucionales, constituyen los factores responsables de gran parte de los problemas del clima organizacional y del éxito o fracaso de la empresa. Si bien los problemas laborales necesariamente constituyen un reflejo de las estructuras organizacionales jerárquicas y no de trabajadores problemáticos, la mayor parte de las veces se acude a la intervención organizacional para modificar la conducta laboral de las personas problemáticas, en tanto que lo verdaderamente relevante es generar el clima laboral que posibilita formar equipos de trabajo comprometidos con la organización.

A cerca del liderazgo (Lee-Ross & Lashley, 2009) adoptan una definición contemporánea de liderazgo en la cual señalan que el liderazgo es una relación de influencia entre los líderes y los seguidores que pretenden cambios reales y resultados que reflejan su propósito compartido, que denota un enfoque más constructivo y compartido. Este enfoque es multi-nivel colectivo y también es propuesto por (Pedler et al., 2010), que sugieren que se necesita el liderazgo en todos los niveles y que la mayoría de las organizaciones y comunidades son cortos en este tipo de liderazgo ampliamente distribuido. (Northouse, 2010) Reconoce que hay una gran cantidad de definiciones de liderazgo, pero sostiene que hay cuatro elementos que son fundamentales para el liderazgo: es un proceso; que implica influencia; se produce en un ambiente de grupo; se trata de objetivos comunes.

Una vez finalizado con los aspectos relevantes de la variable mediadora estructura organizacional concuerdo con cada criterio de los autores ya que prácticamente todos llegan a un mismo fin , el mantener una adecuada estructura organizacional no solamente en empresas sino como en este caso la área de turismo es de suma trascendencia puesto que así los integrantes de la comunidad pueden crecer y en el

futuro el trabajo que desempeñan pueda ser rentable ,todo esto se lo puede llegar a cumplir cuando existe una persona en la comunidad que tome decisiones acertadas mirando el beneficio para todo su grupo, determinando responsabilidades claramente definidas, manteniendo un clima laboral que brinde confianza a cada uno de los participantes.

#### 2.4 Turismo Comunitario e Impacto Económico

La viabilidad económica es un elemento esencial de una industria turística sostenible. Ubicaciones con interés específico, como el patrimonio, las montañas y otra belleza natural, clima agradable y el aire limpio, sirven como recursos gratuitos de valor económico para el desarrollo del turismo (Frederick , 1993)

Por lo tanto, (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2002) argumentan que las eficiencias económicas resultan en un menor uso de los recursos, aumentando así el potencial de impactos sociales y ambientales menos adversas. Por otro lado, desde una perspectiva económica perspectiva, muchos investigadores concluyen que el turismo genera diversos económica beneficios como ingresos de divisas (Mathieson & Wall , 1982) , oportunidades de empleo (Mason & Cheyne , 2000),aumento de la renta personal (Martin , 1995), la mejora de la estructura económica, y más alto nivel de vida (Teye , Sirakaya , & Sonmeza, 2002).El turismo sirve para ayudar a estimular la economía local y para proporcionar importantes efectos multiplicadores económicos.

La mayoría de las definiciones aceptadas caracterizan al Turismo Comunitario como parte de la economía social (Johnson, P. A. , 2010). Este último describe en el sector público sin fines de lucro, organizaciones sociales basadas en el mercado, y las

organizaciones de la sociedad civil, incluidas las cooperativas y asociaciones de trabajadores (Johnson, P. A. , 2010). La economía social a veces se ha descrito tan centrado en las personas y como el fortalecimiento de la cohesión social, la promoción de la participación ciudadana, la creación de empleo y oportunidades financieras y la promoción del cambio social más amplio para los oprimidos, desafiando así el enfoque que prevalece en las relaciones industriales (Azzellini, D, 2009)

### Economía Solidaria en el Turismo Comunitario

La economía social y solidaria designa a una parte de la realidad social diferenciada tanto del ámbito de la economía estatal del sector público como de la economía privada de naturaleza capitalista; es decir, la economía solidaria crea innovadoras organizaciones como respuesta a los nuevos problemas sociales que la sociedad capitalista genera, estas iniciativas conducen a la reinserción socioeconómica de organizaciones especialmente vulnerables y marginados e impulsadas explícitamente por los ideales de justicia, solidaridad y sostenibilidad. (Solís, 2007). Es por esto que las comunidades deben: dinamizar e integrar la economía local, fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución colectiva de los beneficios, desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables y aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.

El turismo puede traer cambios y el desarrollo de una área. (Saarinen , 2006) Sostiene que las comunidades locales están orientadas a garantizar un alto grado de control sobre las actividades de turismo y recibir una parte significativa de beneficios económicos en forma de ingresos, el empleo, la infraestructura mejorada y la vivienda. Al jugar un papel clave en el desarrollo del turismo, las comunidades locales son fundamental en la prestación de un buen estado medioambiental para turistas, sobre todo por la restauración y el suministro de alojamiento, información, transporte, instalaciones,

y otros servicios (Godfrey & Clarke, 2000).El desarrollo no sólo trae beneficios económicos sino que también mejora la calidad de vida de los miembros de las comunidades locales (Godfrey K. , 1998)

La evaluación del impacto del turismo es un área de conocimiento nueva y sobre la cual no existen criterios ni indicadores consensuados. Evaluar el impacto del turismo de naturaleza es una tarea compleja, en gran parte debido a que este segmento es un tipo de desarrollo turístico que está muy influido por el paradigma de la sustentabilidad, que a su vez implica la consideración de intervenciones derivadas de múltiples dimensiones (económicas, sociales, ambientales y turísticas), además del gran número de efectos directos o indirectos de estas intervenciones. (Valdés, 1998).La información que suministra la evaluación de impacto no permite determinar directamente el logro de la intervención: si el programa está marchando bien o no. Existen cuatro aspectos que se deben involucraren el análisis de los resultados de las evaluaciones de impacto, para determinar el éxito o fracaso de una intervención: 1) La medida de comparación sobre la cual se contrastan los impactos estimados; 2) El tiempo en que producen los impactos; 3) El número de objetivos e indicadores de impacto utilizados en la evaluación; y, 4) La distribución de los impactos entre los beneficiarios. (Levin , 1983)

Un análisis de impacto económico consiste en señalar los flujos de gasto asociados con la actividad turística en una región para identificar cambios en ventas, impuestos, ingresos, y empleos ocasionados por la actividad turística (Wolfgang, 1998).Ahora, otro importante autor (Vanhove, 2011) señaló que los principales aspectos de un impacto económico pueden clasificarse en cinco grandes grupos: Generación de ingresos y egresos, la generación de empleo, contribución del turismo al producto interno bruto, mejora de la estructura económica de una región y el fomento de la actividad empresarial.

Es de importancia resaltar estudios del impacto económico en el turismo uno de ellos es el realizado en Singapur dicho trabajo utilizo la metodología input-output para analizar el impacto económico de la industria turística de Singapur y para evaluar sus perspectivas de desarrollo. El impacto general ha sido favorable y los planes actuales para la promoción del turismo están en la dirección correcta. El crecimiento del turismo se ve limitada por la mano de obra y la capacidad como habitaciones de hotel, otras instalaciones, y la disponibilidad de asientos de avión. Dado que el turismo es personalizado y orientado al servicio, Singapur tiene que seguir su desarrollo de recursos humanos. (Low & Heng, 1990). Otro estudio también es el impacto económico del turismo en los SIDS esta investigación compara el impacto económico del turismo a siete SIDS. La investigación cuenta con el análisis de entrada y salida, análisis de ligamiento y un modelo CGE para evaluar los impactos macroeconómicos y sectoriales de aumento del turismo en estas islas. Los resultados muestran que el sector del transporte sigue siendo un sector clave, los multiplicadores de ingresos del turismo muestran que el turismo genera una gran cantidad de actividad económica, pero los ingresos que se mantienen en los destinos a menudo es muy pequeña, el aprovechamiento de economías de escala tal vez son una manera de maximizar los beneficios del turismo (Pratt, 2015)

Cabe señalar que los estudios anteriormente señalados hacen un análisis del impacto económico del turismo pero a nivel de un país, es así que se encontró otro estudio en el cual se realiza el estudio a nivel local, cierto autor menciona (Kottke , 1988) que un análisis económico tradicional sería estimar impactos utilizando técnicas macroeconómicas tales como el análisis de insumo-producto. Pero tales técnicas a gran escala no son apropiadas para las investigaciones a nivel local donde los datos significativos son a menudo no disponibles. Siendo así se investigó sobre un estudio del impacto económico local de turismo del dragón en Indonesia, este estudio utilizó métodos a pequeña escala ,no se enfocan a un estudio de impacto económico regional, sino más bien los impactos locales, incluido el empleo, los efectos distributivos y los

cambios inducidos por el turismo en pequeñas comunidades. Las principales áreas de investigación son la magnitud del turismo en las comunidades locales; cómo el turismo está afectando los patrones de desarrollo en las comunidades locales; el tipo y la magnitud del empleo local generado por el turismo; la magnitud de los ingresos locales generados por el turismo; distribución de los ingresos dentro de la economía local; y el nivel de fuga de la economía local. Los resultados sugieren que las desigualdades distributivas favorecen operadores externos y residentes de pasarela urbana en lugar de los pobladores rurales. (Matthew & Harold , 2000)

Como comentario se puede acotar que el turismo comunitario se ha consolidado para muchos territorios como la estrategia de desarrollo económico a la cual le dedican importantes esfuerzos, es así, que el turismo comunitario trae consigo ciertos tipos de impactos como son impactos socioculturales, impactos medioambientales y el impacto económico que en este estudio se hace énfasis, para realizar un análisis del impacto económico del turismo comunitario se han encontrado varios estudios en los cuales utilizan un método de input-output pero esto se enfoca a un análisis macro es decir a un país, por lo mismo considero que para estudio que es a nivel local se debe enfocar a lo que menciona el autor Kottke es decir fijarnos en aspectos como la generación de empleo, los ingresos, los gastos .

**H1:** El turismo comunitario en la comunidad de Patuloma favorece al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad.

## 2.5 Turismo Comunitario y Estructura Organizacional

La organización se refiere a la comunidad que es una estructura de funcionamiento que implica una organización y un marco de liderazgos y relaciones de poder, amén de una fuerte adscripción territorial. Por tanto debe aprehenderse como un contexto

simbólico-organizativo inextricable (Solís, 2007). Hace referencia a: consolidar una estructura organizativa fuerte, tomar decisiones consensuadas con visión de grupo, resolver conflictos internos con autonomía e independencia, revitalizar las expresiones culturales como la música, la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas y cambiar la forma de pensar, de hacer y de ser.

La importancia de la cultura organizacional en el contexto actual para la gestión de empresas turísticas es de suma importancia, actualmente se está observando un gran cambio en nuestra sociedad. El mundo globalizado disminuye límites y fronteras, además de facilitar a muchas personas el acceso a la información y al conocimiento. Como menciona la autora (Martín, 2001) al hablar de los cambios actuales y de la llamada aldea global, nos referimos a la existencia de un sistema social mundial que se configura sobre relaciones sociales, económicas, políticas y culturales a escala internacional. Se cree que la cultura organizacional puede ser una gran ventaja competitiva cuando es percibida por los clientes como un factor que la diferencie de las demás empresas y que su gestión adecuada es de extrema importancia para garantizar los patrones de calidad necesarios actualmente. (Martín, 2001)

La planificación del turismo en todos sus niveles es esencial para el desarrollo y gestión exitosa del turismo. Algunos argumentos que sustentan la razón de la planificación se centran en que los beneficios socioeconómicos del turismo son poderosos pero su existencia puede ir acompañada de consecuencias negativas. La carencia de procedimientos de planificación puede guiar a la generación de impactos sociales, culturales, económicos y ecológicos de carácter irreversible del turismo (Monterrubio, 2009). La experiencia de muchas áreas turísticas en el mundo ha demostrado que a largo plazo la planificación en el turismo puede traer beneficios sin problemas significativos, y al mismo tiempo mantener mercados turísticos satisfechos (WTO, 1994). Dicha planificación resulta evidentemente crucial en aquellos países cuyas esperanzas de desarrollo están puestas en el turismo. En estos casos, el turismo

requiere ser planificado a nivel nacional y regional, pero también a nivel local. En los primeros casos –niveles nacional y regional, la planificación se concentra más en la creación de políticas de desarrollo, planes de estructura e infraestructura así como factores institucionales necesarios para guiar el desarrollo y gestión del turismo (WTO, 1994). La planificación a nivel local, cuyos alcances permiten mayores oportunidades para el desarrollo exitoso del turismo, busca garantizar mejores condiciones de vida en las áreas social, cultural, económica y ecológica de la comunidad receptora. Es precisamente en este nivel donde la incorporación de la comunidad local juega un papel importante en la planificación y gestión exitosa del desarrollo turístico.

En los últimos años la calidad y la satisfacción de los usuarios se han considerado aspectos críticos para las organizaciones de servicios. En distintas ocasiones se ha señalado la relación entre la calidad y la satisfacción de los consumidores y las mejoras de productividad, reducción de costes y ventajas competitivas (Garvín, 1983) (Armistead, 1989) (Patterson, 1993), así como con los comportamientos de post-compra y post-uso (Oliver, 1980). El concepto de servicio hace referencia a productos en los que el componente de actividad y las características asociadas son muy elevadas (Oberoi & Hales, 1990). Las empresas turísticas pueden ser consideradas como un sector empresarial que recoge en grado muy alto las características de lo que se ha venido denominando empresas de prestación de servicios. Además, el sector turístico presenta unas características socioeconómicas suficientemente específicas como para establecer diferencias con otro tipo de servicios y que hacen necesaria una investigación centrada en esta área. El estudio de la calidad del servicio turístico, en relación con la formación de los gerentes, debe tener en cuenta tres aspectos: las dimensiones más relevantes de la calidad, la utilización de medidas objetivas junto a medidas subjetivas (la satisfacción de los usuarios), y el análisis de la calidad según diferentes puntos de vista (usuarios, gerentes, proveedores del servicio). (Luque, Ramos, & Tordera, 1995). Los estudios realizados hasta el momento señalan la importancia de distinguir entre el proceso y los resultados de la prestación del servicio. Los componentes del servicio se han dividido a

menudo en tres, con diferentes denominaciones según los autores: 1) Los elementos técnicos, la calidad física o los aspectos tangibles, que incluyen los aspectos físicos del servicio; 2) Los aspectos funcionales, calidad interactiva o la fiabilidad, rapidez de respuesta, empatía y seguridad en la respuesta, que hacen referencia a aspectos de relación entre clientes y proveedores; y 3) La imagen o calidad corporativa, que sería el resultado a largo plazo de los anteriores componentes (Gronross, 1982) (Lehtinen & Lehtinen, 1991) (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1985) . Otro aspecto relevante para la formación en gestión turística radica en las medidas empleadas para evaluar la calidad del servicio. Diversos autores identifican la calidad del servicio con la satisfacción de los usuarios, poniendo mayor énfasis en este segundo aspecto (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1985).Otros autores, a pesar de dar gran importancia a la satisfacción, destacan otros determinantes de la calidad que van más allá de la opinión de los usuarios, quienes no pueden evaluar ciertos componentes técnicos del servicio (Rosander, 1992)

Así pues, la calidad de servicio reside para unos en la percepción de quien lo usa, mientras que para otros depende de la naturaleza intrínseca del servicio (Oberoi & Hales, 1990).Gran parte de los estudios se basan en la percepción de los usuarios (Parasuraman, Zeithalm, & Berry, 1985) comparan las expectativas previas de los usuarios con el servicio que realmente han recibido (Gronross, 1982). Otros estudios han pretendido establecer criterios de calidad de servicio independientes de la percepción de los usuarios, casi siempre de tipo general (confianza en la comunicación, servicio consistente a lo largo del tiempo, etc.), intentando marcar pautas a las organizaciones para ofrecer una alta calidad de servicio. Por último, cabe destacar que el compromiso de los niveles directivos con la calidad de servicio es un requisito imprescindible para aumentar su nivel. Es necesario enfatizar la calidad de las personas que trabajan en la organización y de su actuación. Una provisión satisfactoria del servicio empieza con la habilidad de los directivos para evaluar correctamente lo que espera el cliente. Las expectativas que los usuarios tienen del servicio y sus percepciones sobre el servicio

recibido no siempre coinciden con la idea que los directivos de las empresas tienen de las expectativas y percepciones de los usuarios.

El fenómeno turístico supone la interacción de sujetos de diferentes países o zonas, por lo que resulta esencial que las personas que nos visitan tengan una opinión favorable de la cultura que les acoge. El modelo establecido por (Fisher & Price, 1991) señala las principales variables que determinan un cambio positivo en las actitudes hacia la cultura o zona anfitriona. Hay importantes determinantes de ese cambio de carácter motivacional. Sin embargo, un determinante relevante era el grado de interacción entre los visitantes y los anfitriones. Así, cuanto mayor es el grado de contacto entre las personas que visitan un país y las personas autóctonas, mayor era el cambio actitudinal. Esto último tiene especial relevancia para los responsables de políticas turísticas a la hora de establecer mecanismos para conseguir un buen nivel de interacción. (Fisher & Price, 1991)

(Davies, 2011) Sostiene que en las comunidades rurales, el liderazgo local es la clave para la efectividad organizacional y endógena éxito a las actividades de desarrollo, lo que sugiere que el liderazgo local puede ser transaccional o transformacional. Liderazgo transaccional se refiere a la relación entre líderes y seguidores en la búsqueda de un objetivo común, los cambios transformacionales de liderazgo y transforma la gente. El liderazgo transformacional implica una forma excepcional de influencia en los seguidores para que puedan lograr más de lo que normalmente se espera de ellos (Northouse, 2010) explica que los líderes transformacionales participan y crean una conexión, aumentando niveles de motivación entre los seguidores, así como el líder.

Para concluir con estas variables, considero la importancia que tiene la planificación en cualquier ámbito y mucho más en este caso del turismo, además de la planificación también existen factores que tienen la misma importancia de la anteriormente mencionada como lo es la estructura organizacional, la cultura organizacional y el

liderazgo, sin duda alguna si una comunidad que desde el principio se enfoca a formar turismo comunitario debe hacerlo con unos excelentes cimientos que a la larga les den resultados positivos, he ahí la relevancia de formar una estructura estable con integrantes que estén dispuestos a luchar por un objetivo en común.

**H2:** La estructura organizacional está relacionada de manera positiva con el turismo comunitario.

## 2.6 Impacto Económico y Estructura Organizacional

(Pedler et al., 2010) sugieren que el liderazgo se refiere a la búsqueda de sentido y propósito en la cara de los desafíos críticos .Como tal, el liderazgo en el medio rural debe ser ubicado dentro de un marco de responsabilidad que demuestra que todos los intereses de los actores están representados. De hecho, (Wilson et al., 2001) identificó la cooperación entre los operadores turísticos y el liderazgo local como factor de éxito en el desarrollo económico del turismo. (Dwyer & Edwards, 2010) Afirman que dentro de una estructura organizacional es necesario un liderazgo comprometido, eficaz y fuerte en localidades en todos los niveles gobierno, las empresas, las comunidades y que estos actores deben tomar un papel proactivo. Este enfoque multi-nivel de liderazgo se refleja en el término, lugar de liderazgo utilizado por (Richards & Palmer, 2010) a considerar político, económico, sociocultural, cuestiones ambientales educativo, empresarial.

El liderazgo debe incluir la planificación estratégica a largo plazo, por lo que el destino de este puede alcanzar su potencial de desarrollo. (Burns, 2001) Sugiere que los líderes deben ser capaces de establecer una visión y generar ideas para que los seguidores entienden los desafíos, valores y plazos involucrados (Vugt, Hogan, & Kaiser, 2008) .Afirmar que la investigación sobre el liderazgo no puede separarse hacia

fuera de seguidores-ambos líderes y seguidores son esenciales para el proceso de liderazgo. Estos argumentos pueden sin duda exportarse a destinos de turismo comunitario, donde hay una gran cantidad de pequeñas empresas y organizaciones de apoyo, todos los cuales son fundamentales para el desarrollo económico de un destino de turismo comunitario coherente.

La cultura establece un contexto organizacional para la interacción social y crea normas respecto a lo que es correcto y malo (Ajmal & Koskinen, 2008). Por lo tanto, puede influir en cómo la gente se comunica y como llega a compartir conocimientos. Por otra parte, la evidencia sugiere que la estructura organizacional adecuada llega a tener un impacto interesante en la comunidad.

Por último, se concluye que la estructura organizacional, cultura organizacional, liderazgo juegan un papel trascendental puesto que estos aspectos utilizados en distintas áreas van a proporcionar beneficios económicos, el crear un ambiente acogedor, con parámetros establecidos, hace que los integrantes de la comunidad trabajen con mayor energía logrando así brindar un servicio como también productos de calidad, por lo cual van a satisfacer las necesidades de los turistas provocando un regreso de los mismos hacia su comunidad, generando así mayor ingresos.

**H3:** Una adecuada estructura organizacional está relacionada positivamente con el impacto económico.

## 2.7 Caracterización del área de estudio

### Salasaca, Comunidad de Patuloma

La Comunidad de Patuloma es una de las 18 comunidades que forman parte de la parroquia y pueblo Salasaca. Su nombre proviene del quechua *Patu* = Patos y *Loma* = Loma, que significa Loma de Patos ya que tiempo atrás se encontraba una población considerable de estas aves, las mismas que en la actualidad ya no existen en gran número. El origen de los Salasacas, de acuerdo a algunas fuentes etnohistóricas, son descendientes de un antiguo grupo de Mitimaes Kichwa Aymara traído de Bolivia en el tiempo del Imperio Inca. Esto tal vez explique el por qué se les considera una etnia artesana y rebelde. Se cuenta también que desde que llegaron optaron por no mezclarse con la población nativa, y que vivían con la ilusión de romper el dominio incaico y regresar, de ahí el relegamiento y el autoaislamiento que siempre los ha caracterizado. Actualmente son un pueblo con líderes capacitados y profesionales que desempeñan funciones a nivel local, provincial y nacional. (GAD Municipal de Pelileo, 2015)

Los turistas aprecian el alto grado de originalidad de los diseños y la finura de elaboración de los tejidos de los Salasacas los cuales son elaborados especialmente por las mujeres. En cada vivienda existe por lo menos un telar, en el cual tejen la lana de ovejas que ellos mismos lavan y tinturan con colores vegetales donde cada uno de los diseños, evoca a antiguos dioses como es el cerro sagrado de Teligote donde año tras año a finales del mes de agosto realizan peregrinaciones, en la cual los jóvenes Salasacas recolectan plantas para elaborar las tinturas con las cuales colorean sus vestidos, como también esencias y medicinas. (Viajes, 2015)

## CAPITULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Diseño de la investigación

Una vez establecidas las preguntas y las hipótesis en el capítulo II, se busca evaluar la influencia del turismo comunitario en el impacto económico de la comunidad de Patuloma, medida por la estructura organizacional.

En el presente estudio se va a utilizar una combinación de diseño no experimental con enfoque transversal, ya que al principio se carece de información suficiente como también de conocimientos previos que nos permiten formular de una manera adecuada el problema, es así que gracias a dicho diseño, podremos obtener nuevos datos a analizar y como resultado encontrar con mayor precisión las preguntas de investigación planteadas. Adicional la metodología será de tipo cuantitativo ya que se observarán las variables y se determinará su relación, es decir el método a utilizar será deductivo porque intenta validar las hipótesis planteadas, adicional busca confirmar o no las predicciones. Por lo tanto el estudio es una investigación cuantitativa, no experimental y con diseño transversal.

Para lo que son las fuentes de recolección de información se va a utilizar tanto fuentes primarias como también secundarias. Dentro de las fuentes primarias tendremos lo que son encuestas la misma que va hacer preparada con anticipación. Ahora para las fuentes secundarias se hará énfasis en lo que son Journals poniendo atención en que estas sean de bases de datos confiables, de igual manera se verificara información en distintos libros.

### 3.1. Conveniencia del diseño

El utilizar un método cuantitativo en este tipo de investigaciones es beneficioso puesto que es ideal para medir el objetivo del estudio, adicional en la actualidad se puede encontrar investigaciones referentes al impacto económico que se da por la influencia del turismo comunitario pero para el caso de nuestro país los estudios son escasos. Es por esa razón que se considera que el presente diseño de investigación podría servir como guía para futuras investigaciones.

### 3.2. Preguntas de investigación

En el presente estudio, se plantean las siguientes preguntas:

¿Favorece el turismo comunitario al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad?

¿Existente una relación significativa entre la estructura organizacional y el turismo comunitario. ?

¿Hay una relación significativa entre una apropiada estructura organizacional y el impacto económico?

### 3.3. Población

Al haber identificado que en la comunidad indígena de Patuloma de la parroquia Salasaca existe turismo comunitario, pues la población del presente estudio está compuesta por los integrantes de la menciona comunidad, coordinador local y turistas, quienes son las personas que están ligadas directamente en la problemática del estudio y serán a quienes se les aplique las encuestas para posteriormente conocer los resultados.

### 3.4. Consentimiento informado

Las personas que formaran parte de las encuestas estarán informadas en cuanto a los objetivos de la investigación y su participación será voluntaria puesto que no serán forzados en ningún momento.

### 3.5. Marco muestral

El Cantón Pelileo tiene una población de 56.573 habitantes, la edad promedio de los habitantes es de 31 años, además la Parroquia Salasaca cuenta con una población aproximada de 12.000 habitantes, la comunidad de Patuloma cuenta con 300 habitantes (INEC, 2015)

Para el presente estudio no se va a calcular la muestra, puesto que el tamaño del universo es pequeño, en este caso pasa a ser un censo, es así que las encuestas se procedan a realizar al número total de participantes, es decir a 35 personas que forman parte de los integrantes del turismo comunitario de Patuloma, a 50 personas que son los

turistas que acuden a dicho lugar y a 1 persona que cumple la función de coordinador local dentro del turismo comunitario.

### 3.6. Confidencialidad

Las encuestas se las aplicara de manera anónima es decir no constara el nombre de los encuestados. En la encuesta se dará a conocer que toda información que proporcionen tendrá total confidencial y por último cabe recalcar que los resultados serán codificados de tal manera que los encuestados podrán tener la confianza absoluta que su identidad está protegida.

### 3.7. Localización geográfica

La aplicación de la muestra se llevara a cabo a los integrantes y autoridades que forman parte del turismo comunitario, como también a los turistas que atraídos por el turismo llegan a la comunidad. La mencionada comunidad de Patuloma se encuentra en la parroquia Salasaca, cantón Pelileo, en la provincia de Tungurahua .Esta localizada al oeste del cantón Pelileo, a 5 Km de la cabecera cantonal y a 13 Km de distancia de la ciudad de Ambato. (GAD Municipio de Pelileo, 2015)

### 3.8. Instrumentación

Para este estudio de investigación se utilizara como instrumentación básicamente lo que es la encuesta misma que será aplicada a cada uno de los integrantes de nuestra unidad de estudio.

La encuesta fue elaborada tomando como base la revisión de la literatura, poniendo mayor atención en los aspectos relevantes que influyen en las variables a tratar en el estudio.

### 3.9. Análisis de datos

Para la organización de la información existen varios programas y aplicaciones que brindan su ayuda para un análisis estadístico, para efectos de esta investigación se utilizara técnicas estadísticas como es el caso del Statistical Package for Scoail Sciences (SPSS), que trabaja con grandes bases de datos y un sencillo interface para la mayoría de análisis, cabe señalar que la presentación de dichos resultados se realizara en tablas y representaciones gráficos los mismos que logren facilitar una mejor comprensión.

### 3.10. Prueba de hipótesis

La prueba de hipótesis asevera si una hipótesis es razonable y no debe rechazarse, o si es irrazonable y debe ser rechazada, una vez definidas cada una de las características de las variables, el siguiente escalón es contrastar la hipótesis, para lo cual se procede a emplear el análisis no paramétrico mediante la prueba de Chi-cuadrado, con un nivel de significancia de 0,05.

### 3.11. Validez y confiabilidad

Se realizara la comprobación de validez mediante la validez de contenido, misma que se aplicara mediante la revisión de la literatura como también las opiniones, juicios de expertos con el tema a tratar en el estudio.

## CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 4.1. Coordinador Local

La encuesta de coordinador local fue dirigida hacia el señor Masaquiza quien es el que dirige el sistema de turismo comunitario de Patuloma.

**Tabla 1**

**Nombre del coordinador local**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francisco Masaquiza	1	100	100	100

**Tabla 2**

**Edad del coordinador local**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	48	1	100	100	100

**Tabla 3**

**Género del coordinador local**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	1	100	100	100

**Tabla 4****Nivel de educación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	1	100	100	100

**Tabla 5****Años de formar parte del turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	7 años o más	1	100	100	100

**Tabla 6****Número de años de funcionamiento del turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	7 años o más	1	100	100	100

**Tabla 7****Mecanismos que oferta el turismo comunitario de Patuloma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Universidades	1	100	100	100

**Tabla 8****Tipo de turista que usualmente visita la comunidad de Patuloma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Jubilados	1	100	100	100

**Tabla 9****El paquete turístico estándar que oferta está en un valor de:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$0-\$200	1	100	100	100

**Tabla 10****Inversión en el turismo comunitario de Patuloma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$8001-\$10000	1	100	100	100

**Tabla 11****Porcentaje de incremento de visitantes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	%46-%50	1	100	100	100

**Tabla 12****Los ingresos por el turismo comunitario está en:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Incremento	1	100	100	100

**Tabla 13****Financiamiento para el desarrollo del turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Capital personal	1	100	100	100

**Tabla 14****Mes de mayor afluencia de turistas por el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Julio	1	100	100	100

**Tabla 15****Empleos directos que genera el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	01-may	1	100	100	100

**Tabla 16****Empleos indirectos que genera el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	31-40	1	100	100	100

**Tabla 17****Situación económica de la comunidad por el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena	1	100	100	100

**Tabla 18****Adecuada estructura organizacional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	1	100	100	100

**Tabla 19****Departamentos en la estructura organizacional del turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dep.Gerencia	1	100	100	100

**Tabla 20****Capacitaciones en cuanto al turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	100	100	100

**Tabla 21****La atención al cliente que usted brinda a los turistas es:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena	1	100	100	100

**Tabla 22****La relación entre los integrantes del turismo comunitario de Patuloma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Regular	1	100	100	100

Mediante la encuesta realizada al coordinador local del turismo comunitario de Patuloma se obtuvo la siguiente información : el señor que prácticamente está como líder dentro del turismo es el señor Francisco Masaquiza con 48 años de edad, forma parte del turismo comunitario desde el año 2008 es decir 7 años, de igual manera el número de años de funcionamiento del turismo comunitario es desde 7 años .El manifiesta que oferta los servicios del turismo mediante lo que es un acuerdo con la Universidad de San Francisco de la ciudad de Quito, dicha universidad comunica al señor coordinador el día,hora y el número de turistas que van acudir a la comunidad de Patuloma. El tipo de turista que usualmente visita la comunidad son la mayoría de veces

personas jubiladas. En cuanto al precio del paquete turístico señala que esta en un valor entre \$0-\$200, el mismo que depende según el tipo de turista y los días que se queden en la comunidad.

En los inicios del turismo comunitario el señor Masaquiza como único fundador invirtió \$10.000 dicho dinero le sirvió para implementar el lugar de alojamiento posterior a esto con los años ha ido invirtiendo más dinero para que el alojamiento cumpla con los requerimientos de los turistas, él considera que desde los inicios del turismo comunitario hasta la actualidad se ha incrementado la visita de los turistas en un 50% puesto que realmente al principio no recibía ningún tipo de turista, y hoy en día recibe hasta 50 turistas, por otro lado el mes que más turistas ha visitado la comunidad ha sido el mes de Julio, por el hecho que en este mes son las fiestas de Pelileo y existe mayor afluencia de turistas.

Dentro del tema de ingresos el señor Masaquiza dice que en consideración al año anterior los ingresos si están en incremento no en un porcentaje como el desearía pero si recibe un rédito económico adicional tanto para él como para los integrantes de la comunidad. Para el desarrollo del turismo él no ha recibido ningún tipo de financiamiento o ayuda por parte de instituciones, todo lo que han logrado hasta el día de hoy para el turismo ha sido con capital propio. En la comunidad de Patuloma por la influencia del turismo comunitario se ha generado un empleo directo que es este caso es el de él, y como empleos indirectos ha generado 35 que es el número de los integrantes que con su servicio ayuda a desarrollar el turismo en la comunidad. Desde el punto de vista del señor considera que la situación económica de la comunidad desde que se introdujo el turismo comunitario es buena, a pesar que los ingresos no son altos pues si reciben dinero adicional que de una u otra forma si les benefician.

Además el señor indica que el turismo comunitario que él dirige no cuenta con una adecuada estructura organizacional, lo mismo que puede ser un factor por el cual no se desarrolla con total éxito el turismo en su comunidad, dentro del turismo comunitario el

considera que como departamento solo existe el departamento de gerencia, mismo que está a cargo de él que con ayuda de un hijo que vive en otra ciudad se encarga del aspecto administrativo y de logística. El señor recibe a menudo capacitaciones con lo que tiene que ver lo que es atención al cliente, estas capacitaciones son brindadas por Consejo Provincial de Tungurahua, adicional señala que con los conocimientos adquiridos de las capacitaciones el transmite los mismos a cada uno de los integrantes que participan con él en el turismo comunitario, por lo mismo gracias a estas capacitaciones él dice que presta una atención al cliente buena. Para finalizar señala que la relación que existe entre los integrantes que conforman el turismo comunitario es regular ya que entre ellos existe envidia además no tienen una actitud y aptitud positiva e integradora para poder trabajar en equipo, haciendo uso de sus habilidades que garanticen un desenvolvimiento eficiente y eficaz en cada una de las áreas que pertenecen.

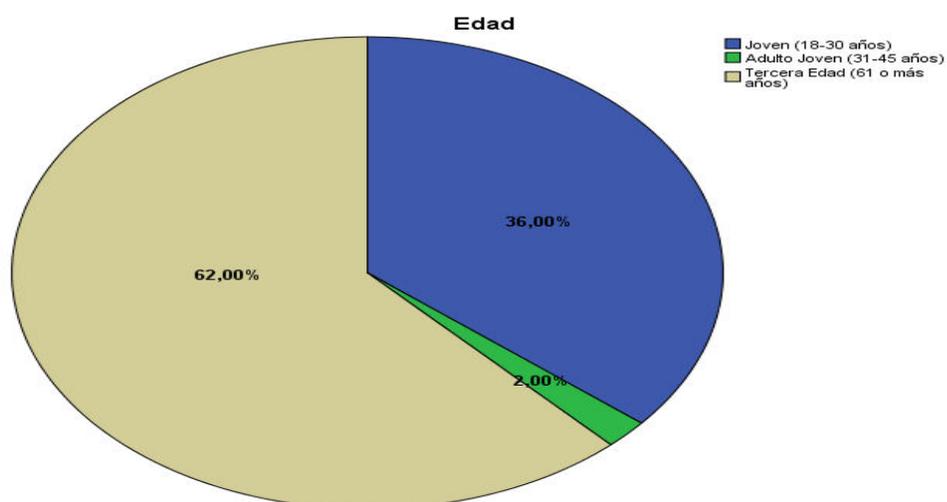
## 4.2. Turistas

Las encuestas fueron enfocadas a los turistas tanto nacionales como extranjeros que acuden a la comunidad de Patuloma por lo que es el turismo comunitario, en este caso se encuestó a 50 turistas.

**Tabla 23**

### Edad del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Joven (18-30 años)	18	36,0	36,0	36,0
Adulto Joven (31-45 años)	1	2,0	2,0	38,0
Tercera Edad (61 o más años)	31	62,0	62,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	



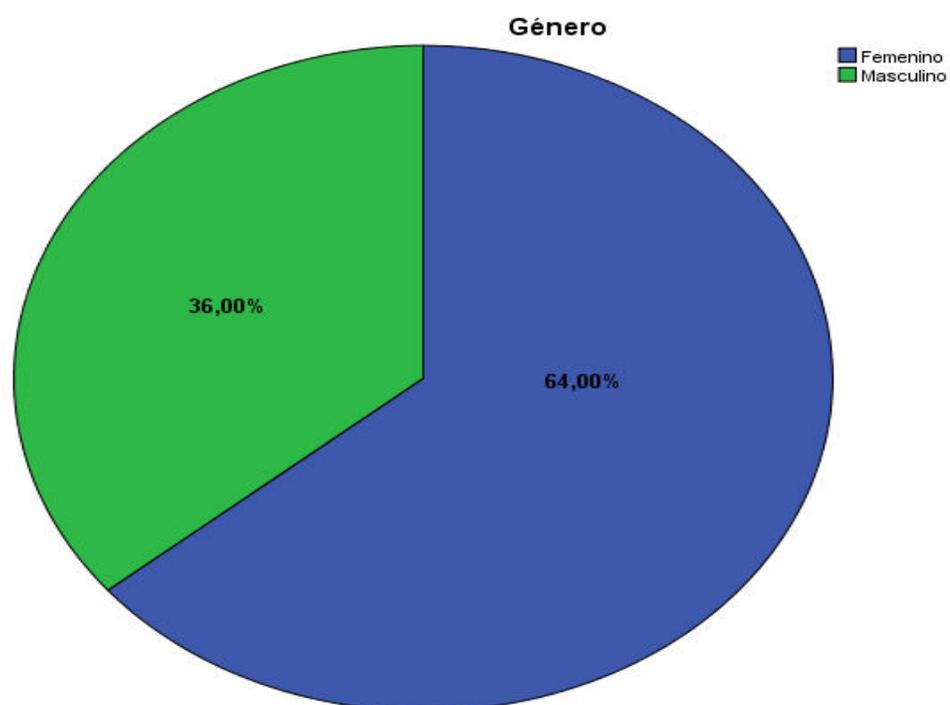
**Figura 2 Edad de los turistas**

Del total de turistas encuestados el 62% pertenecen a lo que son la tercera edad, es decir su edad comprende entre los 61 años en adelante, el 36% corresponde a personas jóvenes que su edad esta entre 18 hasta 30 años, y en un porcentaje menor que es el 2% se sitúan los adultos jóvenes.

**Tabla 24**

**Género del turista**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	32	64	64	64
	Masculino	18	36	36	100
	Total	50	100	100	



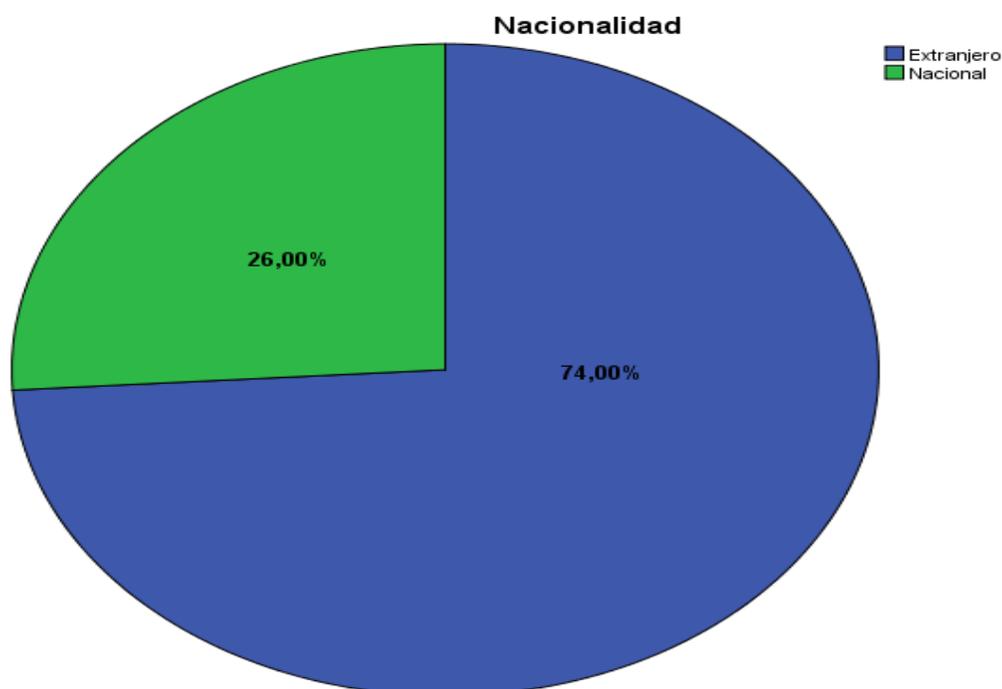
**Figura 3 Género del turista**

De los turistas encuestados aproximadamente 32 personas son de género femenino lo cual representa un 64%, a diferencia del género masculino que son tan solo 18 personas con un porcentaje del 36%, mediante la tabla y el gráfico se nota claramente que los turistas que tienen mayor inclinación hacia el turismo comunitario son de género femenino.

**Tabla 25**

**Nacionalidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extranjero	37	74	74	74
	Nacional	13	26	26	100
	Total	50	100	100	



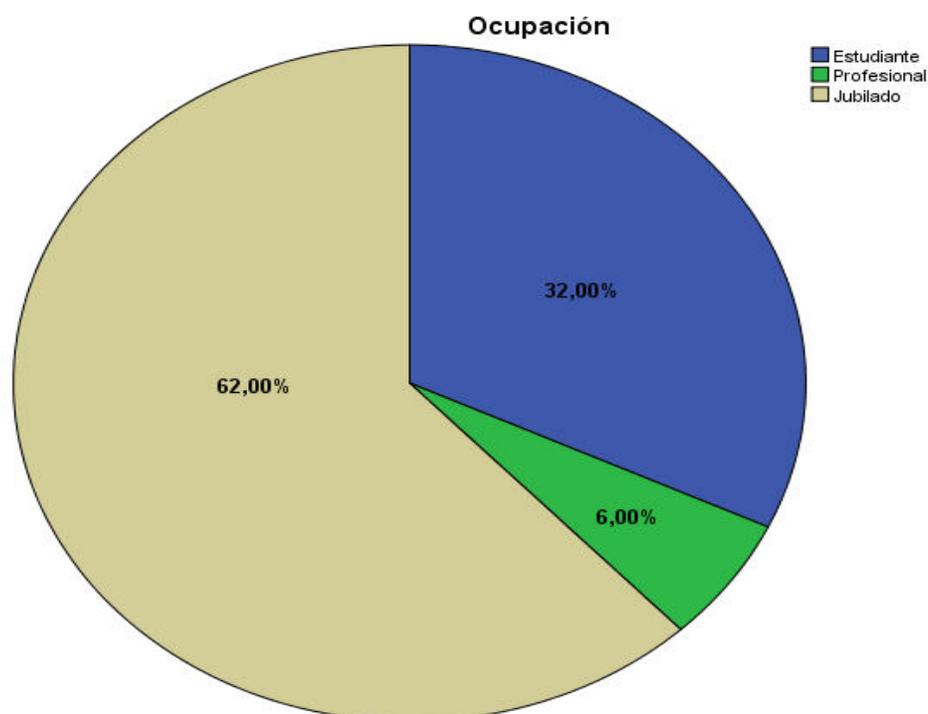
**Figura 4 Nacionalidad**

La presente encuesta se la realizo a los turistas que se encontraron en la Comunidad de Patuloma, los mismos que fueron partícipes del turismo comunitario y como resultado tenemos que el 74% de turistas son de nacionalidad extranjera y el 26% son de nacionalidad ecuatoriana. Por años los turistas que prefieren este tipo de turismo son sin duda alguna las personas del extranjero.

**Tabla 26**

**Ocupación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estudiante	16	32	32
	Profesional	3	6	38
	Jubilado	31	62	100
	Total	50	100	100



**Figura 5 Ocupación del turista**

Dentro de lo que es la ocupación se les presentaron a los encuestados tres opciones, las mismas que arrojaron como resultado que el 62% pertenece a personas que ya no ejercen profesión alguna puesto que ya son jubilados, el 32% de encuestados son estudiantes, y para finalizar tan solo el 3% son profesionales. El turismo comunitario lo prefieren personas del extranjero y a su vez los mismos son jubilados que buscan una experiencia fuera de lo común, sin embargo también existen cierto número de estudiantes que visitan a la comunidad acompañados por sus profesores y lo hacen por motivos académicos.

**Tabla 27**

**Veces de participación en el turismo comunitario de Patuloma**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 vez	49	98	98
	2 veces	1	2	100
	Total	50	100	100



**Figura 6** Veces de participación en el turismo comunitario de Patuloma

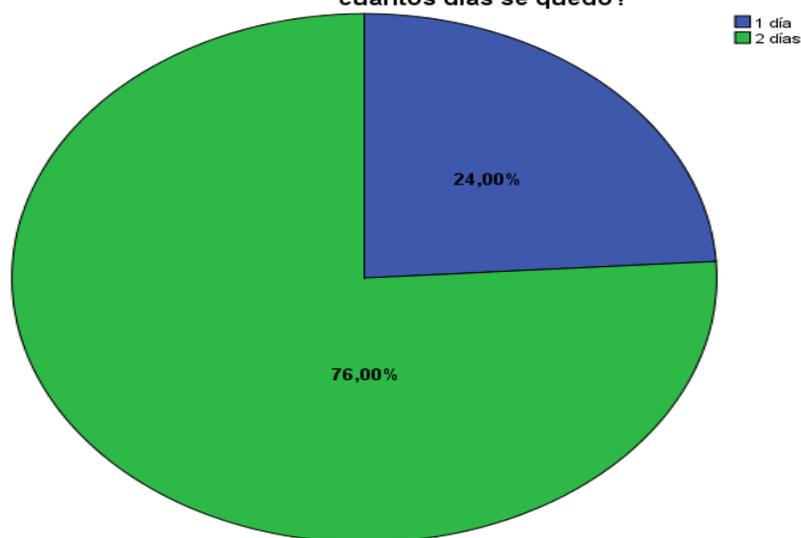
De los turistas encuestados el 98% que son 49 personas aseveran que participan del turismo comunitario de Patuloma por primera vez, y tan solo el 2% que representa a 1 persona manifiesta que es la segunda vez que participa del turismo comunitario. Es de importancia señalar que la persona que acude a la comunidad por segunda vez es un Licenciado el cual con anterioridad ya ha visitado ese lugar con otro grupo de estudiantes.

**Tabla 28**

**Días que se quedó en la comunidad de Patuloma**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 día	12	24	24
	2 días	38	76	100
	Total	50	100	100

¿ La última vez que visito la comunidad de Patuloma por el turismo comunitario, cuantos días se quedo?



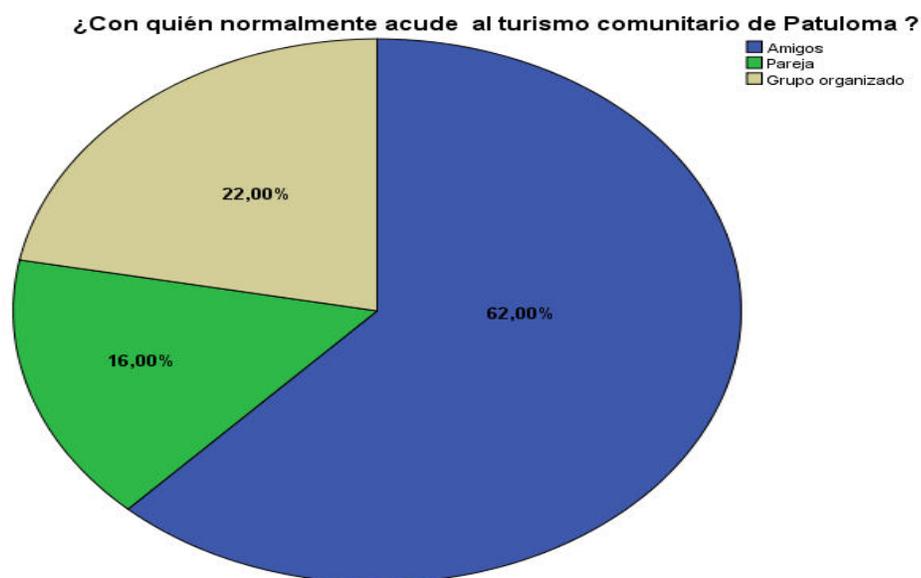
**Figura 7 Días que se quedó en la comunidad de Patuloma**

El 24% de los turistas encuestados indican que al visitar la comunidad de Patuloma por el turismo comunitario se quedan 1 día, y el 76% se quedan 2 días. Los turistas que deciden quedarse 1 día son específicamente estudiantes nacionales que más acuden por aspectos académicos que por disfrutar del turismo comunitario, los que si se quedan 2 días son específicamente los extranjeros que les interesa pasar la noche en una choza en medio de la naturaleza.

**Tabla 29**

**Normalmente con quien acude al turismo comunitario**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Amigos	31	62	62
	Pareja	8	16	78
	Grupo organizado	11	22	100
	Total	50	100	100



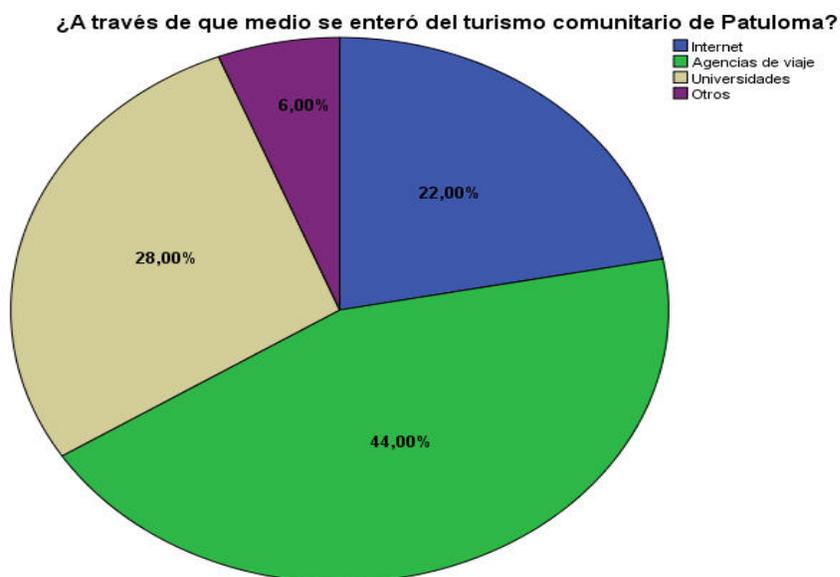
**Figura 8 Normalmente con quien acude al turismo comunitario**

El 62% de los turistas encuestados nos informaron que acuden al turismo comunitario de Patuloma acompañados por amigos, otro 22% acude con un grupo organizado y por último un 16% acude con su pareja. Los estudiantes tanto nacionales como extranjeros son los que acuden con amigos y grupo organizado la mayoría pertenecientes a universidades, varios jubilados también asisten acompañados por los mencionados anteriormente y otros jubilados acuden con su pareja.

**Tabla 30**

**Medio que se enteran del turismo comunitario de Patuloma**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Internet	11	22	22	22
Agencias de viaje	22	44	44	66
Válidos Universidades	14	28	28	94
Otros	3	6	6	100
Total	50	100	100	



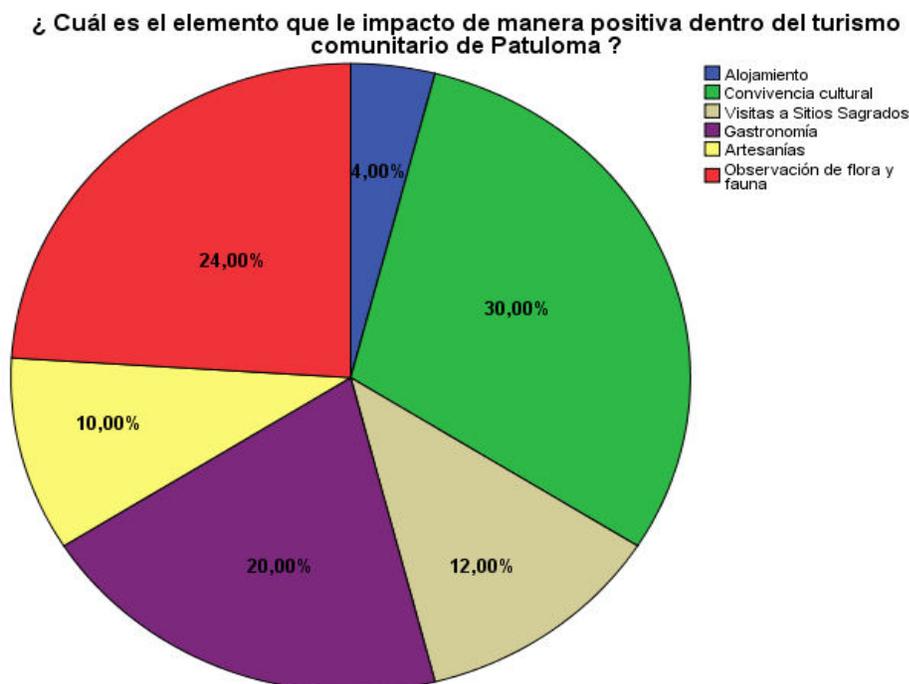
**Figura 9 Medio que se enteran del turismo comunitario de Patuloma**

En cuanto al medio por el cual los turistas se enteran del turismo comunitario de Patuloma los resultados son que el 44% de turistas ubican a la comunidad por medio de agencias de viaje, el 28% mediante las Universidades, el 22% por el internet y un 6% en otros. La mayoría de los turistas ubican este tipo de turismo mediante lo que son agencias de viaje y dichas agencias tienen contacto específicamente con la Universidad de San Francisco de Quito, de ahí la universidad se comunica con el coordinador local de la comunidad para informarle que van a tener la visita de turistas. Ahora otros turistas en especial estudiantes ubican este tipo de turismo mediante las Universidades en las que estudian, ya que los licenciados ya conocen el mencionado lugar. Otro porcentaje de turistas ubican el turismo comunitario de Patuloma buscándolo en el internet y después manteniendo contacto con distintas agencias. Finalmente pocos turistas dicen ubicarse en la opción otros y hacen referencia que escogen esta opción porque ellos se enteran del turismo comunitario por sugerencias de amistades o familia.

**Tabla 31**

**Elemento que le impacto de manera positiva**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alojamiento	2	4	4	4
Convivencia cultural	15	30	30	34
Visitas a Sitios Sagrados	6	12	12	46
Válidos Gastronomía	10	20	20	66
Artesanías	5	10	10	76
Observación de flora y fauna	12	24	24	100
Total	50	100	100	

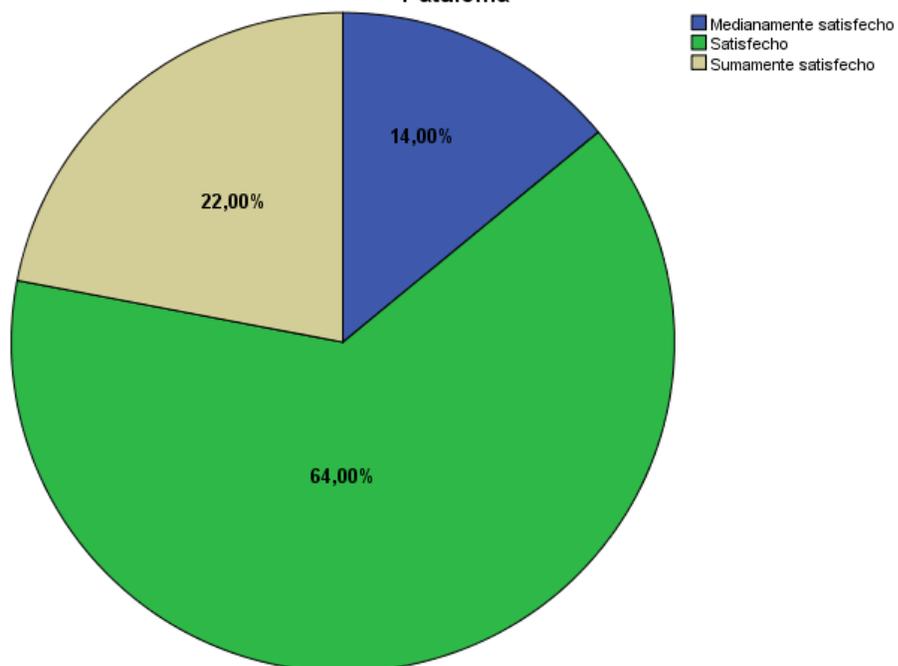


**Figura 10 Elemento que le impacto de manera positiva**

De los 50 turistas encuestados el 30% señala que el elemento que le impacto de manera positiva dentro del turismo comunitario es la convivencia cultural puesto que conocer la cultura Salasaca es algo novedoso y en el caso de turistas extranjeros este tipo de convivencia no se lo puede apreciar en su país ,seguido a este la observación de flora y fauna les impacto a los turistas en un 24%,realmente la comunidad de Patuloma se caracteriza por su hermosa vista al volcán Tungurahua como también posee cerros con gran variedad de flora lo cual cautiva a cualquier turista, el 20 % de los encuestados se enfocan en la gastronomía ya que la comunidad presenta el plato típico que es el cuy, el 12% les impacto las visitas a sitios sagrados como lo es el Galope donde existe un vertiente de agua que se caracteriza por poseer propiedades curativas, el 10% de los turistas les impacto las artesanías y en un porcentaje menor con el 4% les impacto el alojamiento, estos dos últimos considerados que no tienen un valor agregado alto por lo mismo no impacta de manera directa a los turistas.

**Tabla 32****Atención que le brindan en el turismo comunitario de Patuloma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Medianamente satisfecho	7	14	14	14
Válidos	Satisfecho	32	64	64	78
	Sumamente satisfecho	11	22	22	100
	Total	50	100	100	

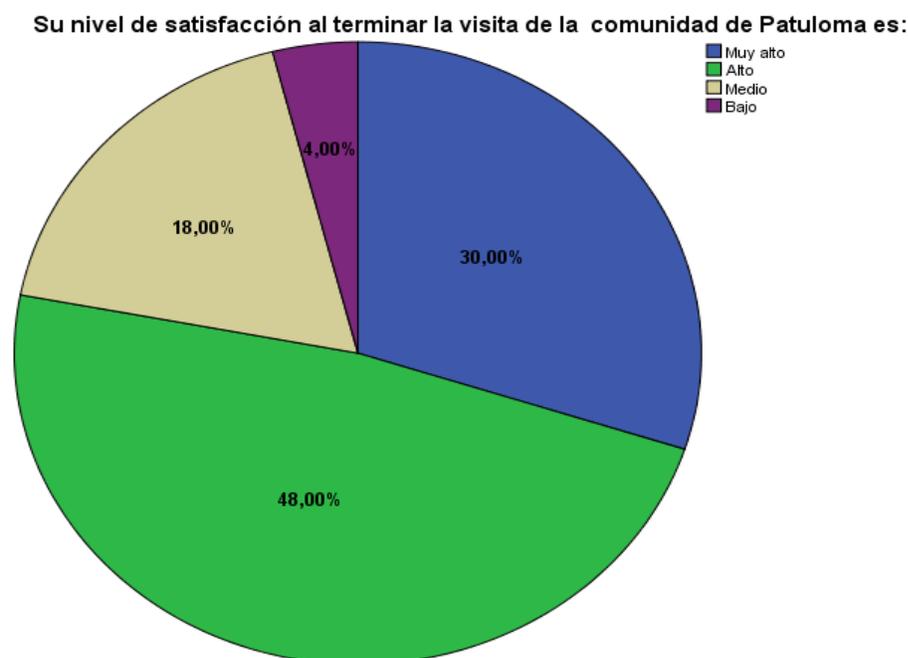
**En que escala califica la atención que le brindan en el turismo comunitario de Patuloma****Figura 11 Atención que le brindan en el turismo comunitario de Patuloma**

El 64% se consideran satisfechos ante la atención que se les brinda en el turismo comunitario de Patuloma, el 22% nos indicaron que están sumamente satisfechos y un 14% medianamente satisfechos. Con esta pregunta nos damos cuenta que en si la atención que se les brinda a los turistas es muy buena, ya que no se han presentado irregularidades en este aspecto.

**Tabla 33**

**Nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy alto	15	30	30	30
	Alto	24	48	48	78
	Medio	9	18	18	96
	Bajo	2	4	4	100
	Total	50	100	100	



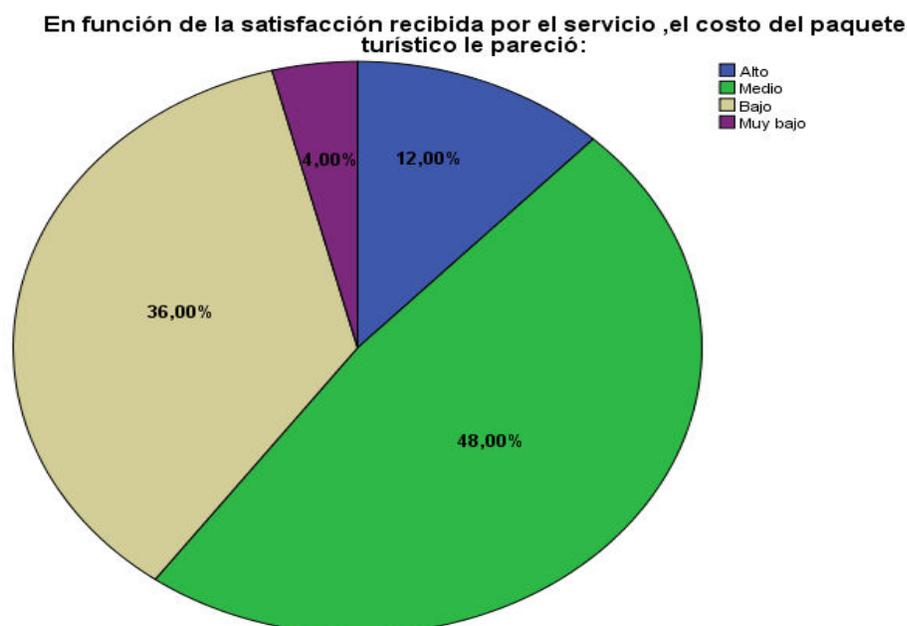
**Figura 12 Nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad**

El 48% de los encuestados manifestaron que su nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad de Patuloma es alto, un 30% consideran que fue muy alto, el 18% que la satisfacción está en un nivel medio y un 4% tienen una satisfacción baja. Mediante esta pregunta se considera que los servicios que la comunidad ofrece a los turistas si satisface las expectativas de los mismos, pero a pesar de ello a la comunidad le hace falta mejorar ciertos aspectos puesto que de 50 encuestados 2 dicen que su satisfacción al culminar su participación en el turismo comunitario es baja.

**Tabla 34**

**El costo del paquete turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	6	12	12
	Medio	24	48	60
	Bajo	18	36	96
	Muy bajo	2	4	100
	Total	50	100	100



**Figura 13 El costo del paquete turístico**

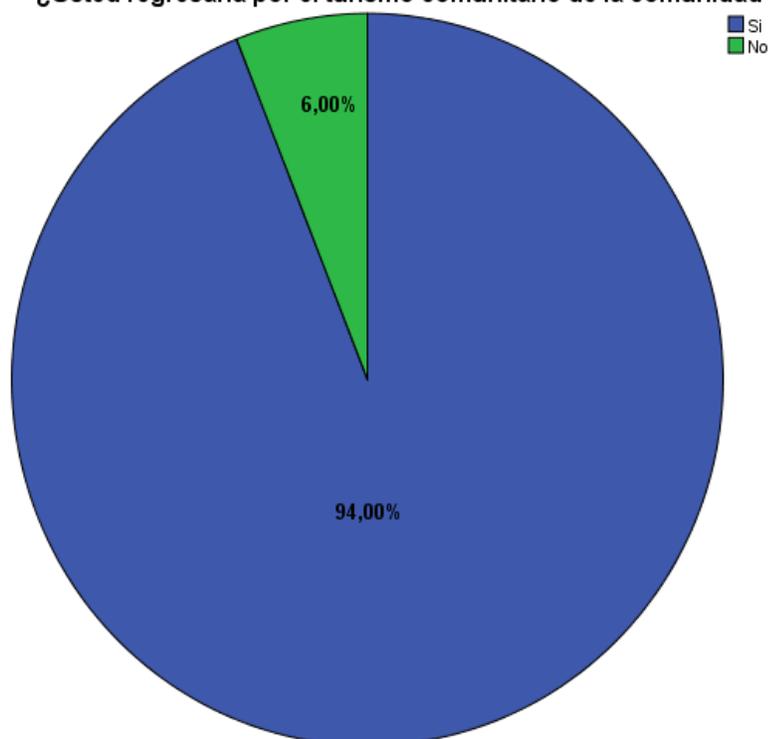
El 48% de los turistas encuestados consideran que en función de la satisfacción recibida por el servicio el costo del paquete turístico les pareció medio es decir ni alto ni bajo, ahora el 36% indicaron que el costo es bajo en representación al servicio, el 12% de turistas dicen que el costo es alto y el 4% que el costo es muy bajo.

**Tabla 35**

**Regresaría por el turismo comunitario de la comunidad de Patuloma**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	47	94	94
	No	3	6	100
	Total	50	100	100

¿Usted regresaría por el turismo comunitario de la comunidad de Patuloma?



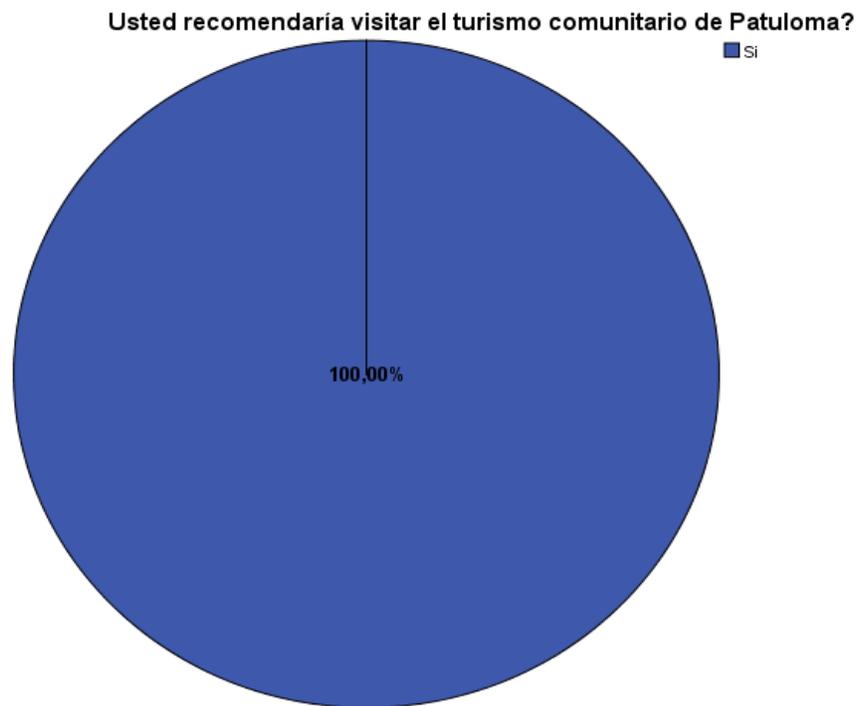
**Figura 14 Regresaría por el turismo comunitario de la comunidad de Patuloma**

El 94% de los turistas encuestados dicen que si regresarían por el turismo comunitario, mientras que el 6% dice que no regresaría. Con el análisis estadístico de esta pregunta sin duda alguna se nota que al ser alta la satisfacción del turista al visitar Patuloma, pues el deseo de regresar a la misma también es alta.

**Tabla 36**

**Recomendaría visitar el turismo comunitario de Patuloma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	50	100	100	100



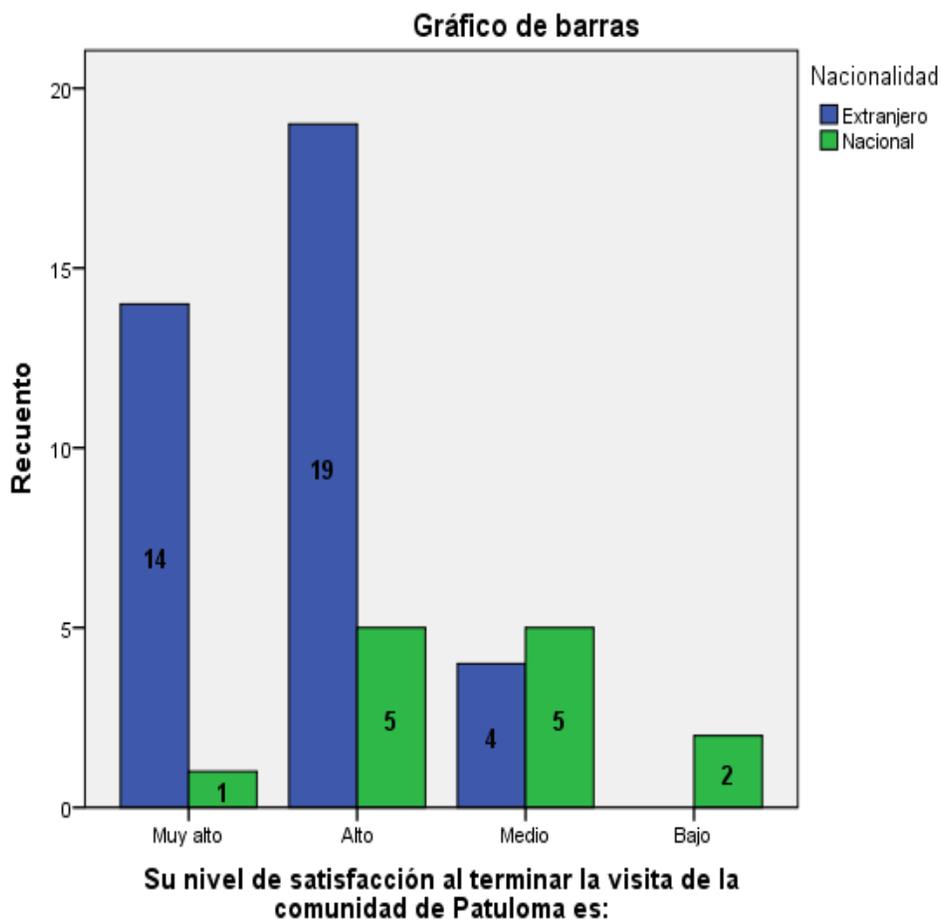
**Figura 15** Recomendaría visitar el turismo comunitario de Patuloma

De los 50 turistas encuestados pues el total de ellos dicen recomendar visitar el turismo comunitario de Patuloma, considero que la respuesta positiva a esta pregunta es porque en si cada uno de las actividades que ofrece la comunidad son inigualables, y los turistas desean que familiares o amigos también sean partícipes de esa experiencia.

Análisis bivariado

**Tabla 37****Nivel de satisfacción al visitar la comunidad \* Nacionalidad**

		Nacionalidad		Total	
		Extranjero	Nacional		
Su nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad de Patuloma es:	Muy alto	Recuento	14	1	15
		% dentro de Nacionalidad	37,80%	7,70%	30,00%
	Alto	Recuento	19	5	24
		% dentro de Nacionalidad	51,40%	38,50%	48,00%
	Medio	Recuento	4	5	9
		% dentro de Nacionalidad	10,80%	38,50%	18,00%
	Bajo	Recuento	0	2	2
		% dentro de Nacionalidad	0,00%	15,40%	4,00%
	Total	Recuento	37	13	50
		% dentro de Nacionalidad	100,00%	100,00%	100,00%

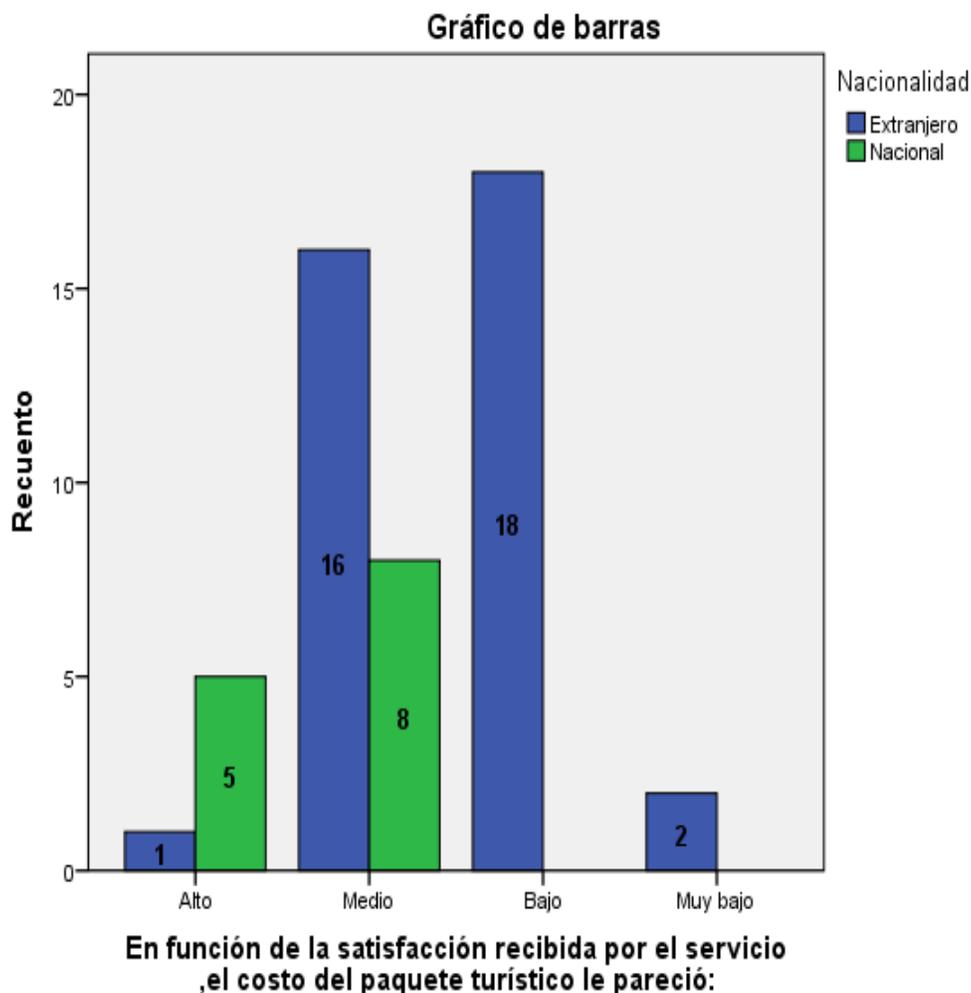


**Figura 16 Nivel de satisfacción al visitar la comunidad \* Nacionalidad**

El nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad de Patuloma por el turismo comunitario va en una escala de alto y muy alto en los turistas extranjeros, y en los turistas nacionales la satisfacción va desde alto-medio-bajo. Mediante los análisis hechos anteriormente se nota que el servicio en si es bueno, pero a los turistas nacionales todavía no les convence realizar este tipo de turismo.

**Tabla 38****El costo del paquete turístico le pareció: \* Nacionalidad**

		Nacionalidad		Total	
		Extranjero	Nacional		
		Recuento	1	5	6
	Alto	% dentro de Nacionalidad	2,70%	38,50%	12,00%
En función de la satisfacción recibida por el servicio ,el costo del paquete turístico le pareció:		Recuento	16	8	24
	Medio	% dentro de Nacionalidad	43,20%	61,50%	48,00%
		Recuento	18	0	18
	Bajo	% dentro de Nacionalidad	48,60%	0,00%	36,00%
		Recuento	2	0	2
	Muy bajo	% dentro de Nacionalidad	5,40%	0,00%	4,00%
		Recuento	37	13	50
Total		% dentro de Nacionalidad	100,00%	100,00%	100,00%



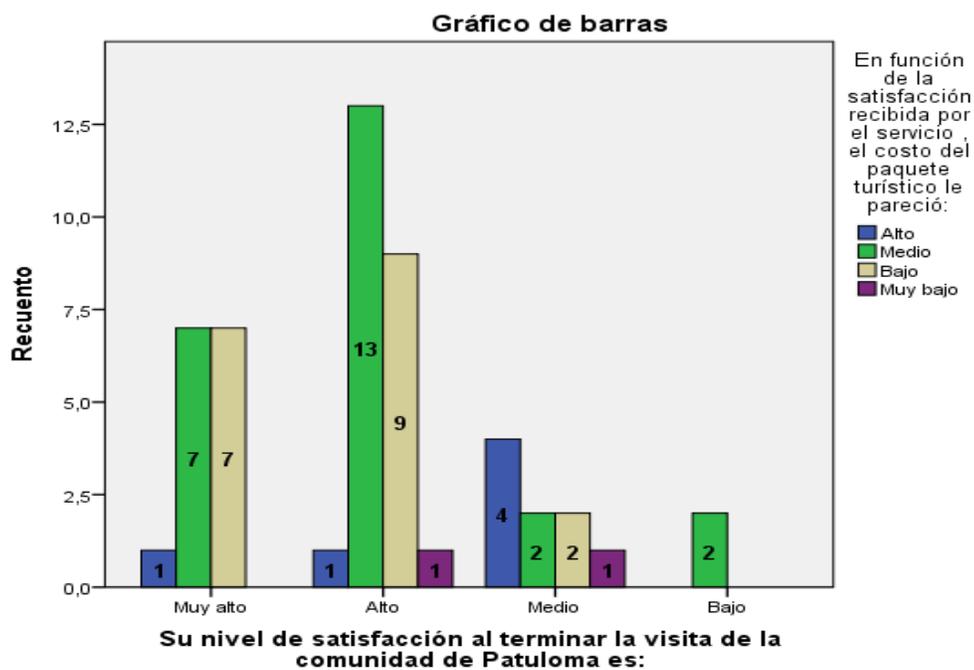
**Figura 17 El costo del paquete turístico le pareció: \* Nacionalidad**

La mayoría de turistas extranjeros específicamente jubilados consideran que el costo es bajo puesto que en realidad el servicio brindado hacia ellos fue muy bueno, ya que al ser turistas de la tercera edad requieren mayor atención y cuidado. En cuanto a los turistas que dicen que el costo del paquete es medio-alto, lamentablemente son turistas nacionales que aún no valoran lo nuestro y se inclinan por paquetes turísticos de bajo costo.

Tabla 39

**Nivel de satisfacción de la visita a la comunidad \* El costo del paquete turístico**

		En función de la satisfacción recibida por el servicio ,el costo del paquete turístico le pareció:				
		Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	Total
Su nivel de satisfacción al terminar la visita de la comunidad de Patuloma es:	Muy alto	1	7	7	0	15
	Alto	1	13	9	1	24
	Medio	4	2	2	1	9
	Bajo	0	2	0	0	2
Total		6	24	18	2	50



**Figura 18 Nivel de satisfacción de la visita a la comunidad \* El costo del paquete turístico**

Mediante este cruce de variables, se nota que los turistas que consideran su nivel de satisfacción muy alto al terminar la visita de la comunidad de Patuloma, piensan que el costo del paquete turístico está en una escala de medio y bajo. Los que tienen una satisfacción alta al haber visitado la comunidad, consideran que el precio del paquete es medio. Los turistas que tuvieron una satisfacción medio dicen que el costo del paquete es realmente alto y por último los que tienen una satisfacción baja al visitar el turismo de la comunidad Patuloma dicen que el costo del paquete es medio. En conclusión los turistas que dicen terminar la visita con una expectativa y satisfacción alta piensan que el costo del paquete en si es bajo.

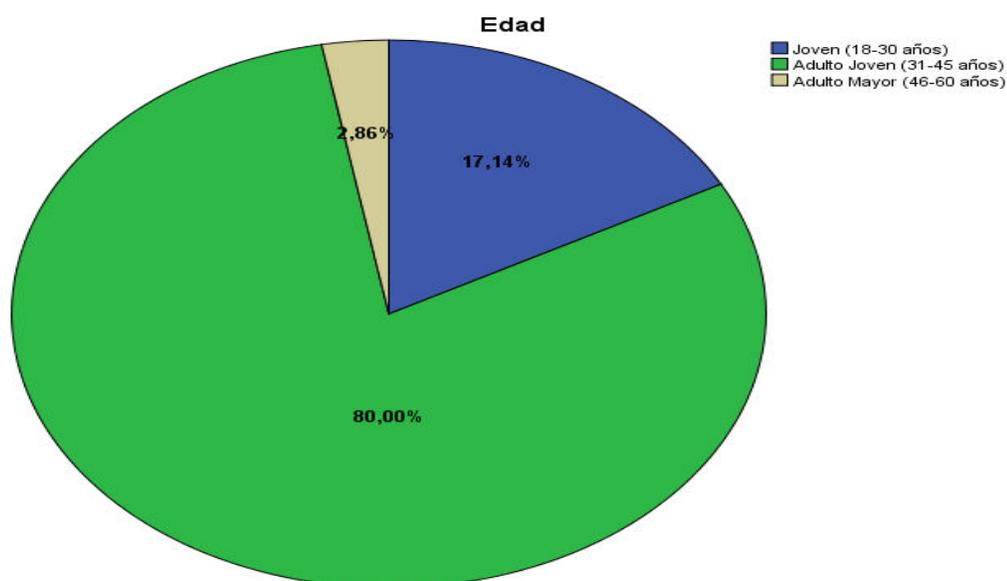
### 4.3. Integrantes

Se realizó la encuesta a cada una de las personas que participan activamente del turismo comunitario de Patuloma, mismo que en total son 35 integrantes que participan en distintas áreas.

**Tabla 40**

**Edad de los integrantes**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Joven(18-30 años)	6	17,1	17,1	17,1
Adulto Joven(31-45 años)	28	80	80	97,1
Adulto Mayor(46-60 años)	1	2,9	2,9	100
Total	35	100	100	



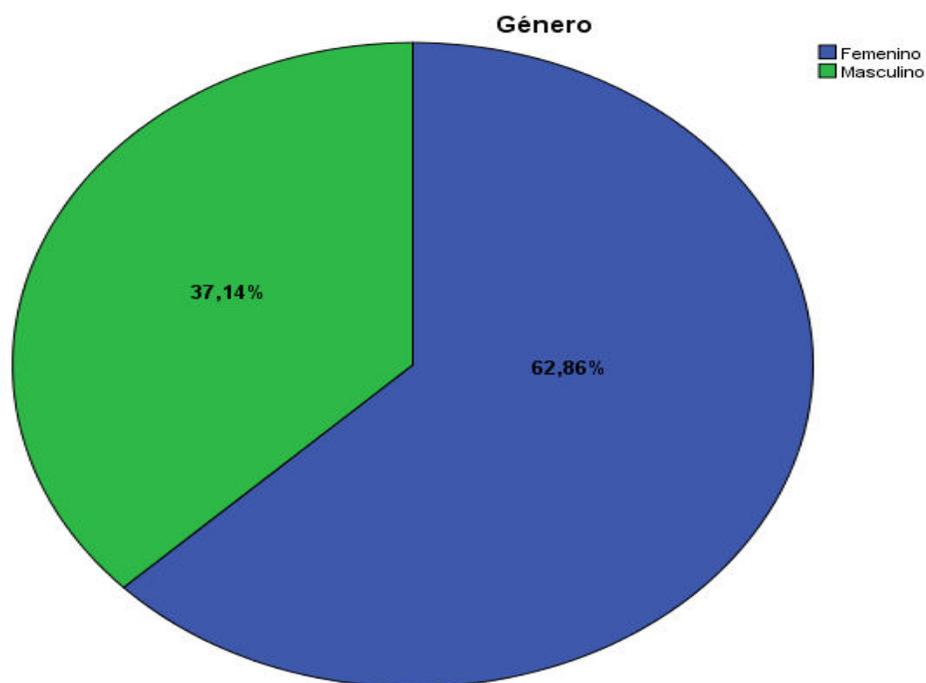
**Figura 19 Edad de los integrantes**

El nivel de edad de los encuestados en este caso los integrantes que conforman el turismo comunitario de Patuloma, lo conforman de la siguiente manera: el 80% pertenece a una edad de adulto joven, es decir están entre 31-45 años, un 17,14% pertenecen a los jóvenes que su edad esta entre 18-30 años, y por último tan solo un 2,86% pertenece a un adulto mayor que su edad esta entre 46-60 años.

**Tabla 41**

**Género de los integrantes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	22	62,9	62,9	62,9
	Masculino	13	37,1	37,1	100
	Total	35	100	100	



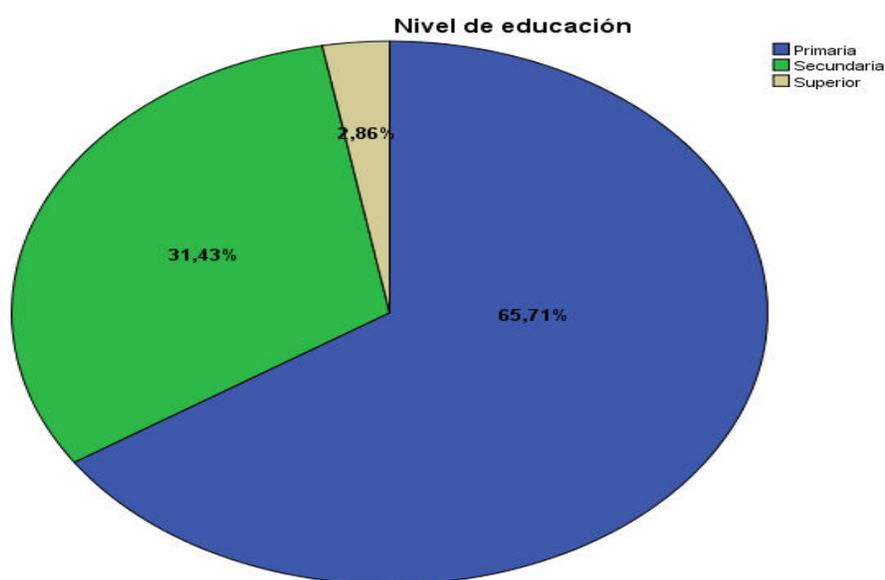
**Figura 20 Género de los integrantes**

Del total de integrantes del turismo comunitario 62.9% son de género femenino y el 37.1% son de género masculino, es decir que la mayoría de integrantes que participan en este tipo de turismo son mujeres, ya que varias de las actividades que oferta la comunidad necesitan la participación específicamente de ellas.

**Tabla 42**

**Nivel de educación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	23	65,7	65,7	65,7
	Secundaria	11	31,4	31,4	97,1
	Superior	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	



**Figura 21 Nivel de educación**

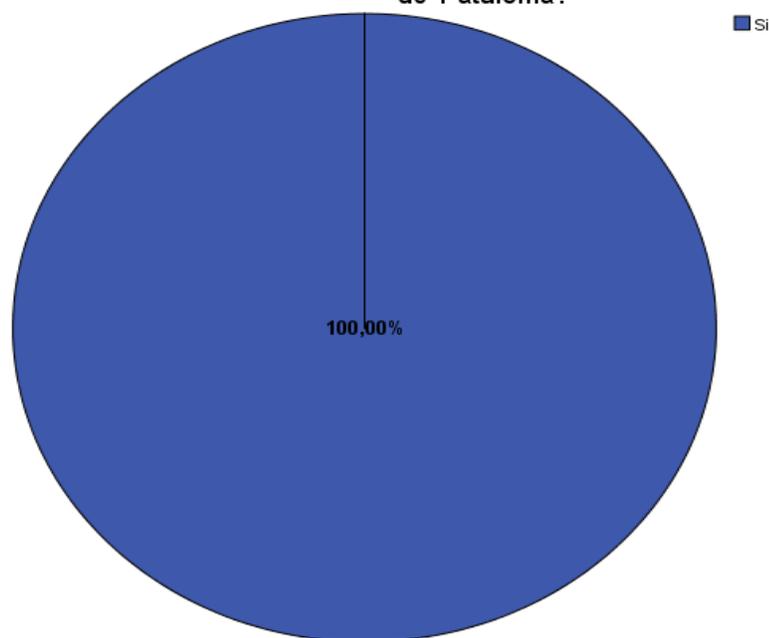
De todos los integrantes tan solo 1 persona tiene un nivel de educación superior y es en este caso un chico que hace de guía nativo el mismo es Licenciado en Hotelería y Turismo ,11 personas han llegado a un nivel de educación superior pero cabe señalar que muchos de ellos no culminaron con este nivel. Y por último 23 personas llegaron solo a la primaria.

**Tabla 43**

**Participa activamente en el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	35	100	100	100

¿Usted participa activamente en el turismo comunitario que oferta la comunidad de Patuloma?



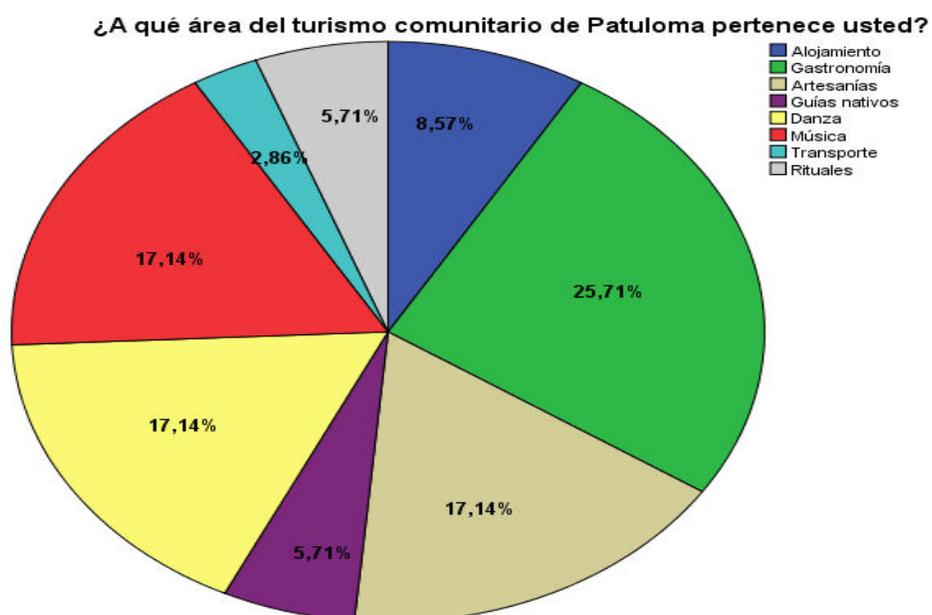
**Figura 22 Participa activamente en el turismo comunitario**

Todas las personas encuestadas consideran que participan activamente en el turismo comunitario que oferta la comunidad de Patuloma.

**Tabla 44**

**Áreas del turismo comunitario de Patuloma**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alojamiento	3	8,6	8,6	8,6
Gastronomía	9	25,7	25,7	34,3
Artesanías	6	17,1	17,1	51,4
Guías nativos	2	5,7	5,7	57,1
Danza	6	17,1	17,1	74,3
Música	6	17,1	17,1	91,4
Transporte	1	2,9	2,9	94,3
Rituales	2	5,7	5,7	100
Total	35	100	100	



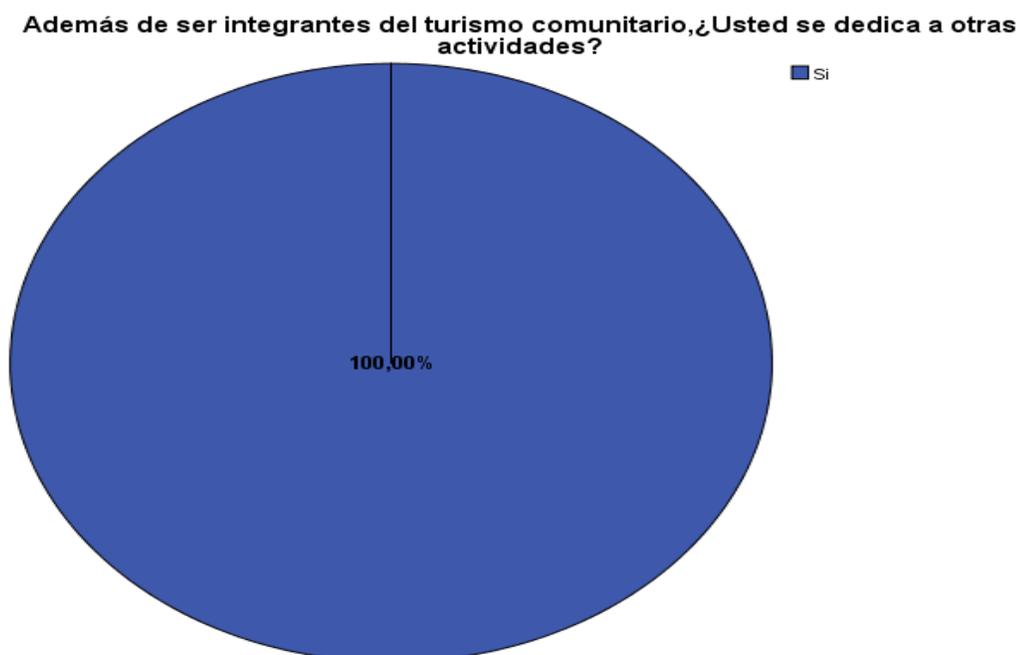
**Figura 23** Áreas del turismo comunitario de Patuloma

De los 35 integrantes que participan activamente del turismo comunitario 3 personas son del área de alojamiento ellos se dedican a la limpieza de cada una de las habitaciones como también dan mantenimiento a las instalaciones,9 personas se dedican a la área de gastronomía mismos que se encargan de comprar los productos, preparar el desayuno ,almuerzo y merienda, otras personas hacen de meseros,6 personas se dedican a la área de artesanías algunos dan demostraciones de como hilar mientras que otros venden los productos elaborados por ellos como ponchos, sombreros ,etc..2 personas son guías nativos,6 personas pertenecen a danza,6 personas integran lo que es la música,1 persona ofrece el servicio de transporte y 2 personas realizan lo que son rituales.

**Tabla 45**

**Se dedica a otras actividades**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	35	100	100	100



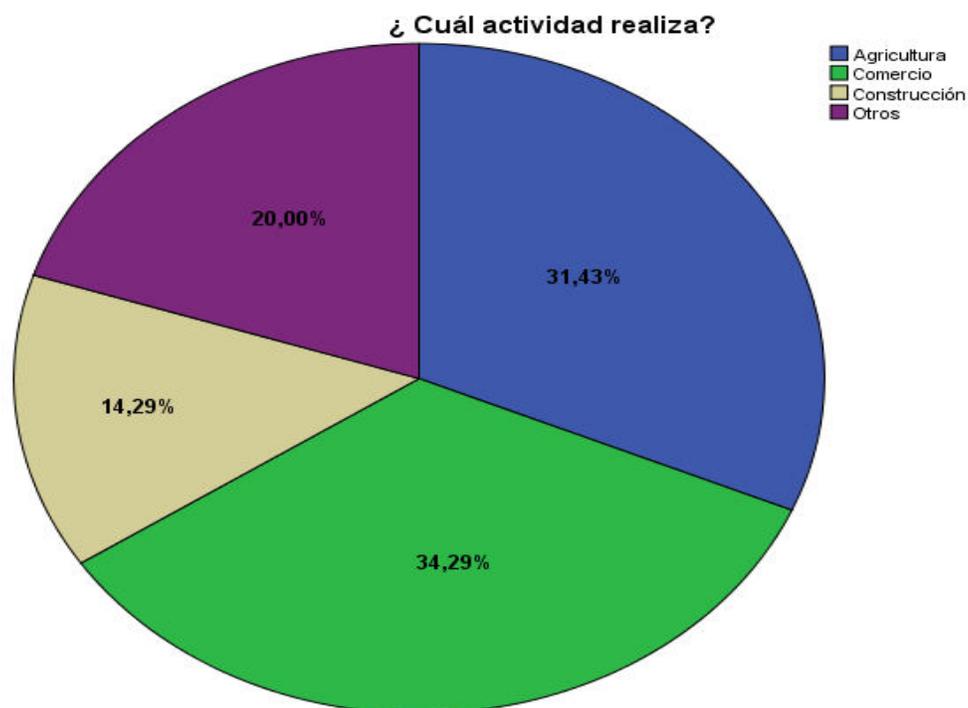
**Figura 24 Se dedica a otras actividades**

El 100% de los encuestados dicen que aparte de ser integrantes del turismo comunitario si se dedican a otras actividades.

**Tabla 46**

**¿Cuál actividad realiza?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Agricultura	11	31,4	31,4	31,4
Comercio	12	34,3	34,3	65,7
Válidos				
Construcción	5	14,3	14,3	80
Otros	7	20	20	100
Total	35	100	100	



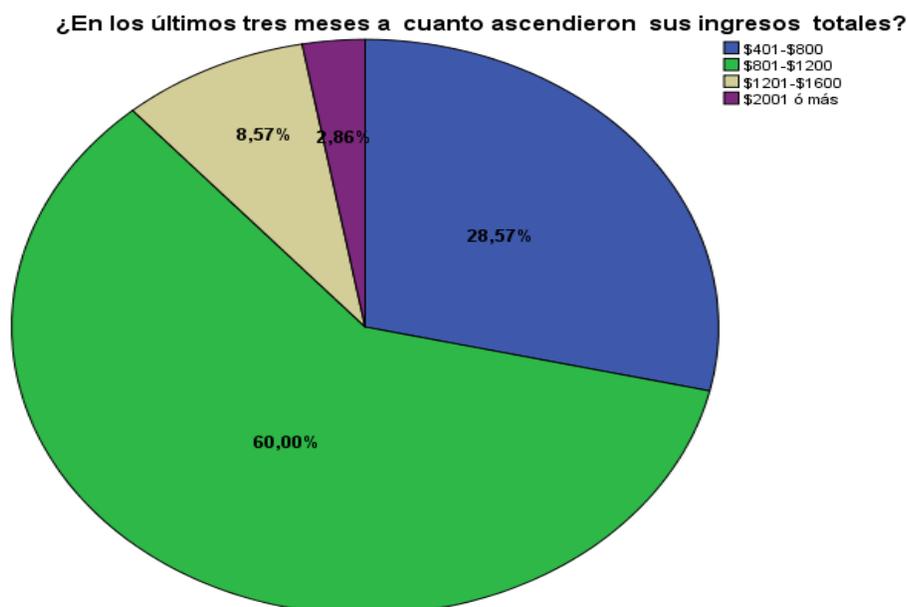
**Figura 25 ¿Cuál actividad realiza?**

El 34% de los integrantes encuestados se dedican también a ser comerciantes de ropa, artesanías, frutas, hortalizas, animales. El 31.4% se dedican netamente a actividades que tienen que ver con la agricultura, el 14,3% se dedican a la construcción y el 20% a otras actividades en las que intervienen carpintería, empleadas domésticas y costureras.

**Tabla 47**

**A cuánto ascendieron sus ingresos totales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Total				



**Figura 26 A cuánto ascendieron sus ingresos totales**

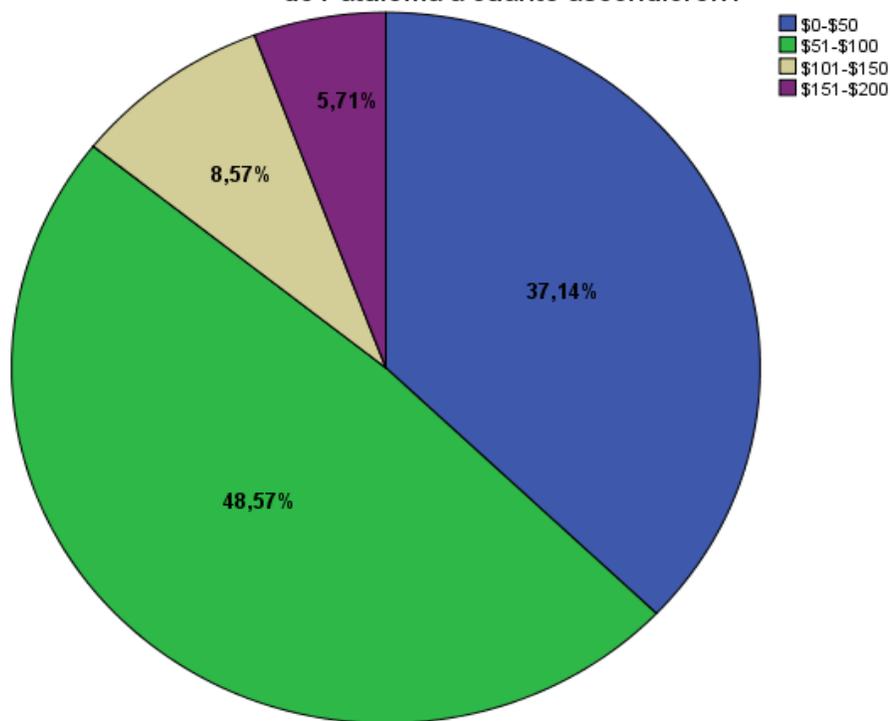
El 60% de los integrantes del turismo comunitario dicen que en los tres últimos meses sus ingresos promedio va entre un rango de \$801-\$1200, el 28.6% recibe de ingresos \$401-\$800, el 8.6% tienen de ingresos \$1201-\$1600 y 2,9% sus ingresos son de \$2001 o más. Mediante estas cifras se analiza que en sí la economía de la comunidad aún no se desarrolla en su totalidad ya que son pocas las personas que ganan más de \$2001 en tres meses es decir que al mes aproximadamente tienen ingresos de 667, caso contrario sucede con la mayoría de integrantes que sus ingresos al mes estarían en \$400 e incluso a veces en un valor menor.

**Tabla 48**

**Ingresos totales referentes al turismo comunitario**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	\$0-\$50	13	37,1	37,1
	\$51-\$100	17	48,6	85,7
Válidos	\$101-\$150	3	8,6	94,3
	\$151-\$200	2	5,7	100
	Total	35	100	100

¿En los últimos tres meses sus ingresos totales referente al turismo comunitario de Patuloma a cuánto ascendieron?

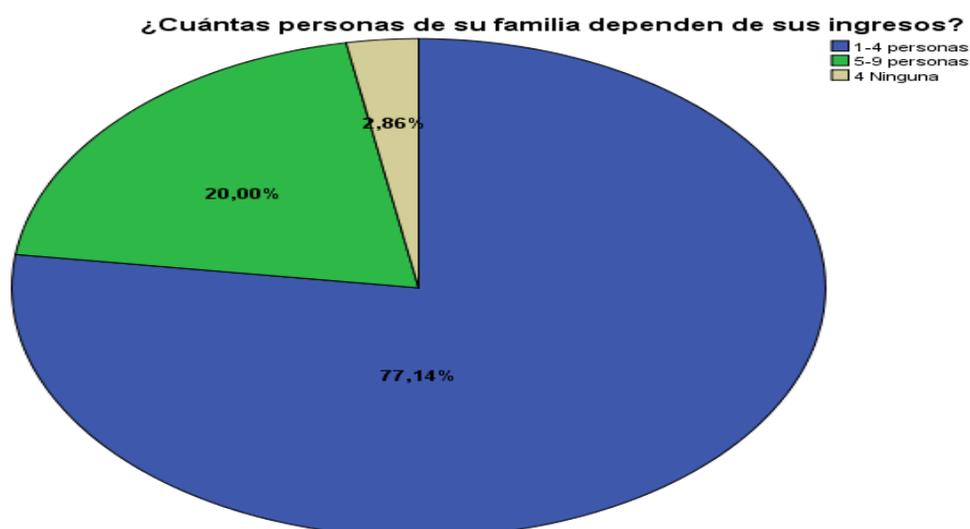


**Figura 27 Ingresos totales referente al turismo comunitario**

En cuanto a los ingresos promedio totales por mes que exclusivamente son por turismo comunitario, el 48,6% de los integrantes encuestados señalan que sus ingresos están entre un rango de \$51-\$100, un 37,1% se ubica entre \$0-\$50, un 8,6% está entre \$101-\$150 y por último el 5,7% recibe de ingresos \$151-\$200. Realmente los ingresos percibidos por parte de los integrantes en los últimos tres meses no han generado un ingreso alto, ya que en promedio al mes los participantes reciben unos \$ 33, y en otros casos reciben has \$16 al mes, son pocos los casos en los que los integrantes reciben \$50 o \$66 al mes por turismo comunitario.

**Tabla 49****Personas de su familia que dependen de sus ingresos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1-4 personas	27	77,1	77,1	77,1
	5-9 personas	7	20,0	20,0	97,1
	4 Ninguna	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

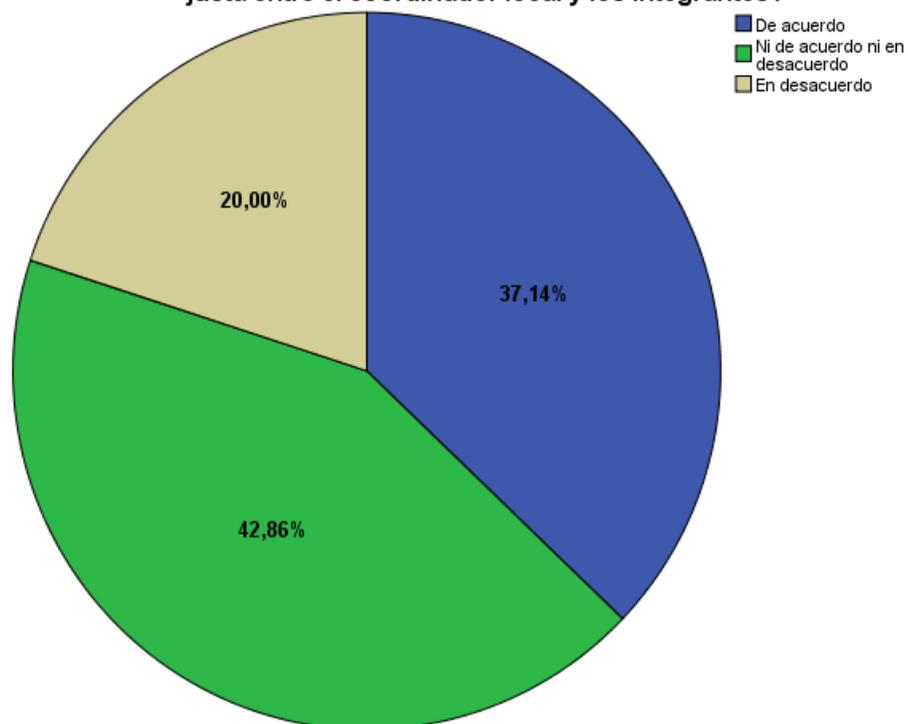
**Figura 28** Personas de su familia que dependen de sus ingresos

Del total de los encuestados el 77,14% dicen que entre 1-4 personas dependen de sus ingresos, el 20% dicen que de 5-9 personas dependen de sus ingresos, y un 2,86% no tiene a quien ayudar con sus ingresos. La mayoría de los integrantes del turismo comunitario de Patuloma tiene que trabajar para poder brindar una vida digna a lo que son 3,4, hasta 5 personas, y en una escala menor ciertos integrantes tienen hasta 6 personas que dependen de sus ingresos. Adicional cabe informar que en ciertos casos las parejas o hijos de los integrantes también aportan a su hogar con otros ingresos.

**Tabla 50****Distribución de los ingresos por turismo comunitario es justa**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
De acuerdo	13	37,1	37,1	37,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	42,9	42,9	80
En desacuerdo	7	20	20	100
Total	35	100	100	

**¿Considera usted que la distribución de los ingresos por turismo comunitario es justa entre el coordinador local y los integrantes?**

**Figura 29** Distribución de los ingresos por turismo comunitario es justa

El 42,9% se consideran ni de acuerdo ni en desacuerdo con la distribución de los ingresos por turismo comunitario entre el coordinador local y los integrantes, mientras que un 37,1% que es un porcentaje que casi va a la par con el anterior consideran que están en acuerdo con la distribución de los ingresos y un porcentaje de 20% de los encuestados manifiestan su desacuerdo en la distribución de ingresos.

A pesar que el porcentaje mayor esta ni de acuerdo ni en desacuerdo, un porcentaje alto señala que están de acuerdo con la distribución de ingresos ya que ellos reciben el dinero por el servicio que en si ellos prestan no reciben ni más ni menos de dinero, caso contrario sucede con otras personas que consideran que la persona que mayor beneficio tiene es el coordinador local.

**Tabla 51**

**Inversiones para desarrollar su actividad en el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	6	17,1	17,1	17,1
	No	29	82,9	82,9	100
	Total	35	100	100	



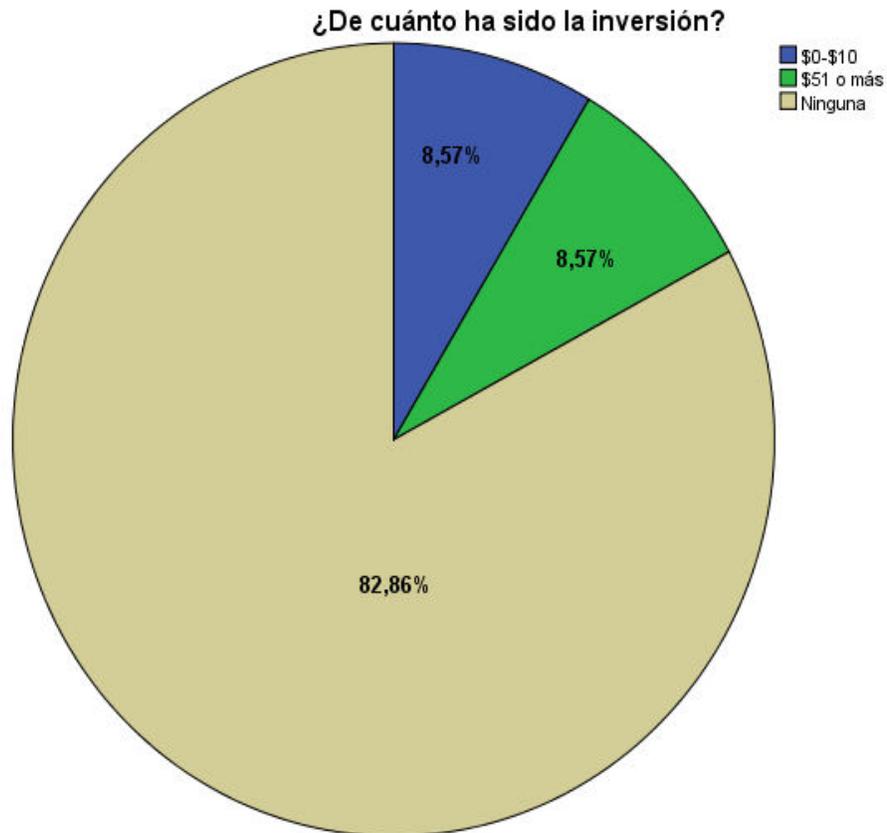
**Figura 30 Inversiones para desarrollar su actividad en el turismo comunitario**

El 82,9% de los encuestados dicen que no han realizado ningún tipo de inversión para desarrollar su actividad dentro del turismo comunitario, mientras que el 17,1% dicen que si han realizado ciertas inversiones en lo que es la indumentaria de trabajo.

**Tabla 52**

**¿De cuánto ha sido la inversión?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$0-\$10	3	8,6	8,6
	\$51 o más	3	8,6	17,1
	Ninguna	29	82,9	100
	Total	35	100	100



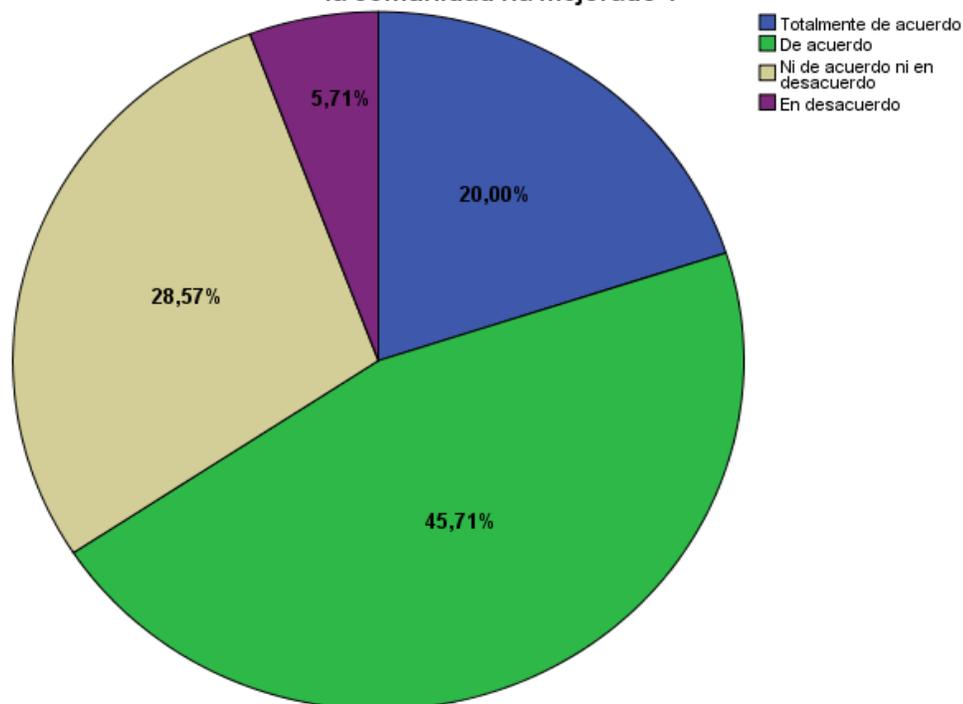
**Figura 31 ¿De cuánto ha sido la inversión?**

De los encuestados que señalaron en la pregunta anterior que si han invertido dinero para desarrollar su actividad en el turismo comunitario, el 8,6% manifiestan haber invertido un valor que esta entre un rango de \$0-\$10 y otro 8,6% dicen haber invertido \$51 o más y por último el 82,9% son las personas que manifestaron no haber tenido ninguna inversión.

**Tabla 53****La situación económica de la comunidad ha mejorado**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	7	20	20	20
	De acuerdo	16	45,7	45,7	65,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	28,6	28,6	94,3
	En desacuerdo	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

Gracias al turismo comunitario, ¿Usted considera que la situación económica de la comunidad ha mejorado ?

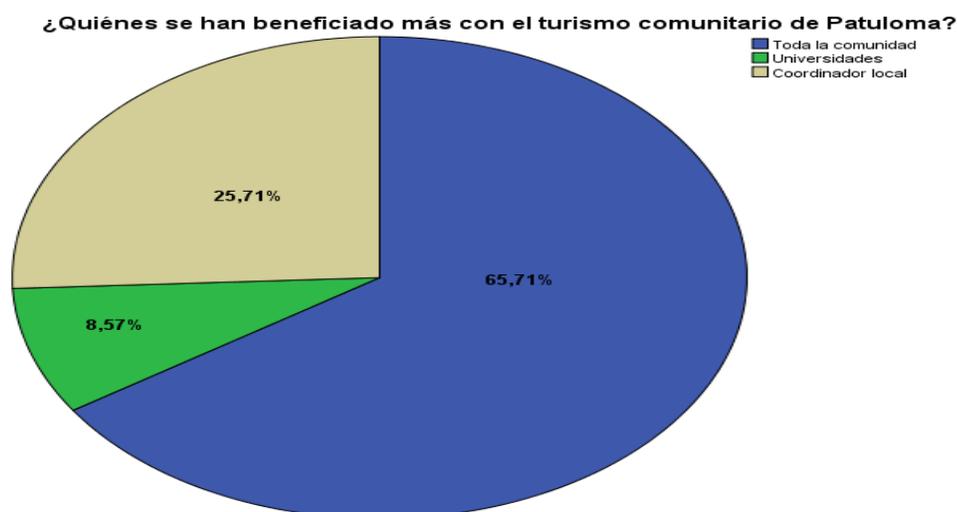
**Figura 32 La situación económica de la comunidad ha mejorado**

El 45,7% de los integrantes encuestados dicen estar de acuerdo que la situación económica de la comunidad ha mejorado gracias al turismo comunitario ya que mediante esto ellos reciben dinero adicional que a pesar que no es una cantidad alto si los ayuda, un 28,6% dicen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 20% están totalmente de acuerdo y un 5,7% están en desacuerdo. La mayoría de integrantes están en sí de acuerdo que el turismo comunitario ha beneficiado a la situación económica.

**Tabla 54**

**Personas que se han beneficiado con el turismo comunitario**

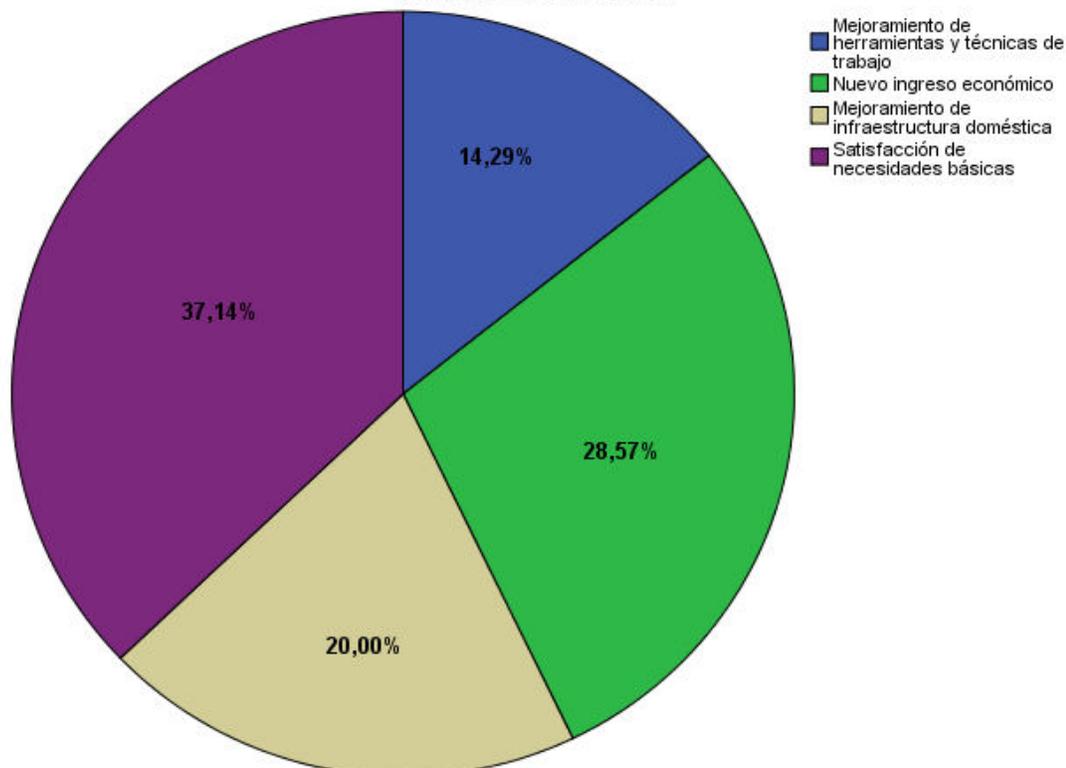
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Toda la comunidad	23	65,7	65,7	65,7
	Universidades	3	8,6	8,6	74,3
	Coordinador local	9	25,7	25,7	100
	Total	35	100	100	



**Figura 33** Personas que se han beneficiado con el turismo comunitario



¿Qué cambios ha aportado el trabajo del turismo comunitario en sus condiciones de vida?



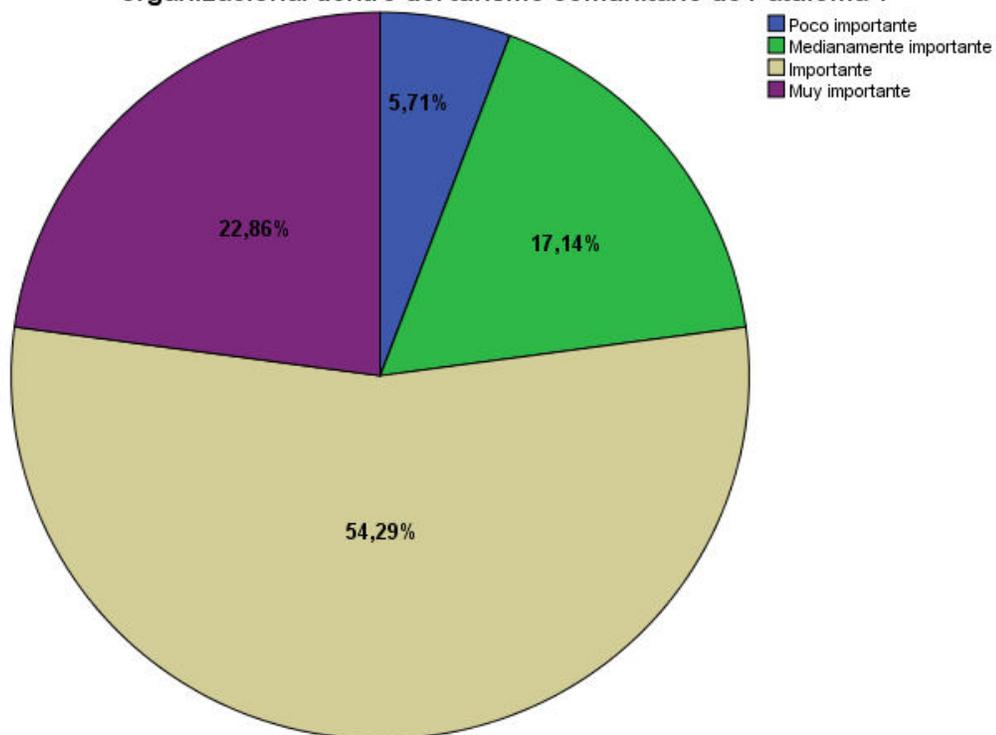
**Figura 34 Cambios en las condiciones de vida**

El 37,1% de los encuestados dicen que el turismo comunitario les ha aportado en sus condiciones de vida con lo que son satisfacción de necesidades básicas, seguido a este porcentaje un 28,6% mencionan tener un nuevo ingreso económico gracias al turismo comunitario, un 20% dice que el turismo les ha permitido mejorar la infraestructura doméstica y por ultimo un 14,3% señalan que el turismo les aportado a un mejoramiento de herramientas y técnicas de trabajo. Con esta pregunta se aclara que los ingresos recibidos por el turismo comunitario en cierta forma si ayuda a los integrantes de la comunidad.

**Tabla 56****Adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Poco importante	2	5,7	5,7	5,7
	Medianamente importante	6	17,1	17,1	22,9
	Importante	19	54,3	54,3	77,1
	Muy importante	8	22,9	22,9	100
	Total	35	100	100	

¿En qué medida considera usted que es importante adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario de Patuloma ?

**Figura 35 Adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario**

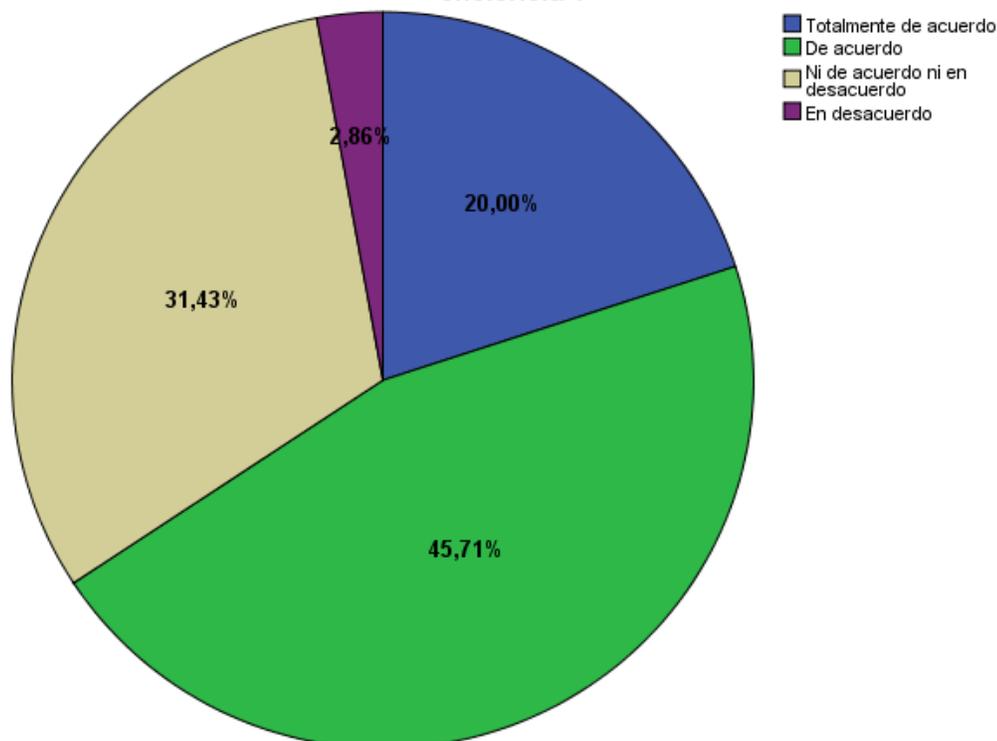
Del total de encuestados el 54,3% dicen que el adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario de Patuloma es importante, un 22,9% dicen es muy importante, un 17,1% consideran que es medianamente importante y un 5,7% de los encuestados dicen que realmente es poco importante implementar una estructura organizacional puesto que existen aspectos con mayor relevancia que hacen falta al turismo comunitario.

**Tabla 57**

**Una estructura organizacional permitirá desempeñar con mayor eficiencia el turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Totalmente de acuerdo	7	20	20	20
	De acuerdo	16	45,7	45,7	65,7
Válidos	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	31,4	31,4	97,1
	En desacuerdo	1	2,9	2,9	100
	Total	35	100	100	

**¿Considera usted que con una estructura organizacional claramente definida, las actividades del turismo comunitario se van a desempeñar con mayor eficiencia ?**



**Figura 36 Una estructura organizacional bien definida va a permitir desempeñar con mayor eficiencia el turismo comunitario**

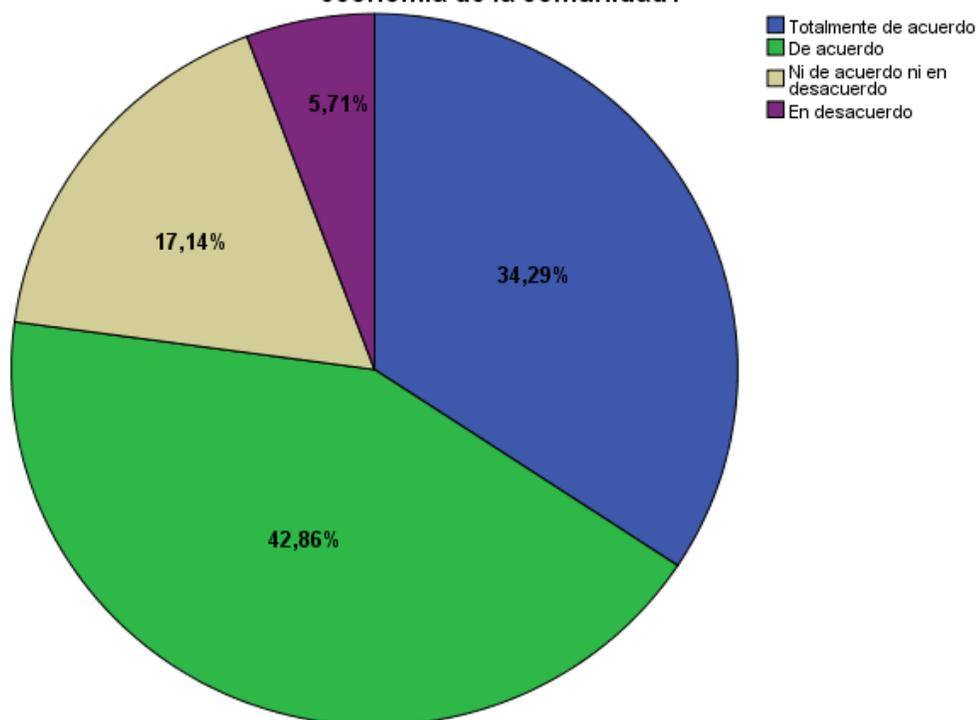
El 45,7% de los integrantes encuestados dicen que están de acuerdo que con una estructura organizacional claramente definida las actividades del turismo comunitario se van a desempeñar con mayor eficiencia puesto que el tener los roles bien definidos hace que los integrantes brinden un servicio de calidad, un 31,4% se mantienen en un punto medio es decir están ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 20% de los integrantes consideran que están totalmente de acuerdo en que una estructura organizacional va hacer que las actividades se desarrollen con exactitud y un porcentaje mínimo de 2,9% están en desacuerdo con la pregunta.

Tabla 58

**Con una estructura organizacional mejorara la economía de la comunidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	12	34,3	34,3	34,3
	De acuerdo	15	42,9	42,9	77,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	17,1	17,1	94,3
	En desacuerdo	2	5,7	5,7	100
	Total	35	100	100	

¿Los servicios del turismo comunitario que presta la comunidad de Patuloma, al contar con una estructura organizacional bien definida permitirá mejorar la economía de la comunidad?



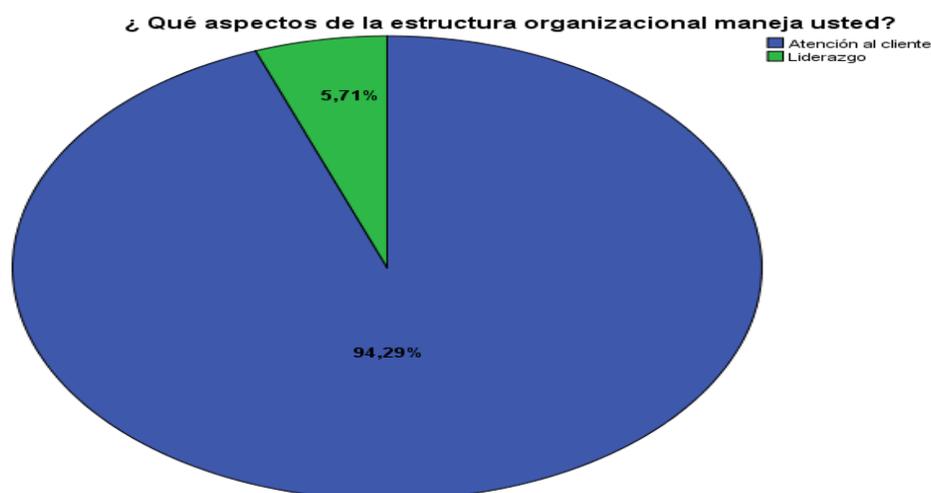
**Figura 37 Con una estructura organizacional mejorara la economía de la comunidad**

El 42,9% de los encuestados señalan que están de acuerdo que al contar con una estructura organizacional bien definida en los servicios que presta la comunidad de Patuloma va a permitir mejorar la economía de la comunidad, un 34,3% que igual que el anterior es un porcentaje alto dicen que están totalmente de acuerdo que el implemento de una estructura organizacional va a mejorar la economía de los integrantes puesto que al tener una jerarquización de acuerdo al turismo comunitario va a permitir que cada uno de los integrantes se sientan identificados, exista mayor integración entre ellos ,estén capacitados de manera constante y presten un servicio de excelencia que como resultado va a generar mayor afluencia de turistas .Un 17,2% consideran estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta y por ultimo un 5.7% de los encuestados dicen estar en desacuerdo.

**Tabla 59**

**Aspectos de la estructura organizacional**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
	Atención al cliente	33	94,3	94,3
	Liderazgo	2	5,7	100
	Total	35	100	100



**Figura 38 Aspectos de la estructura organizacional**

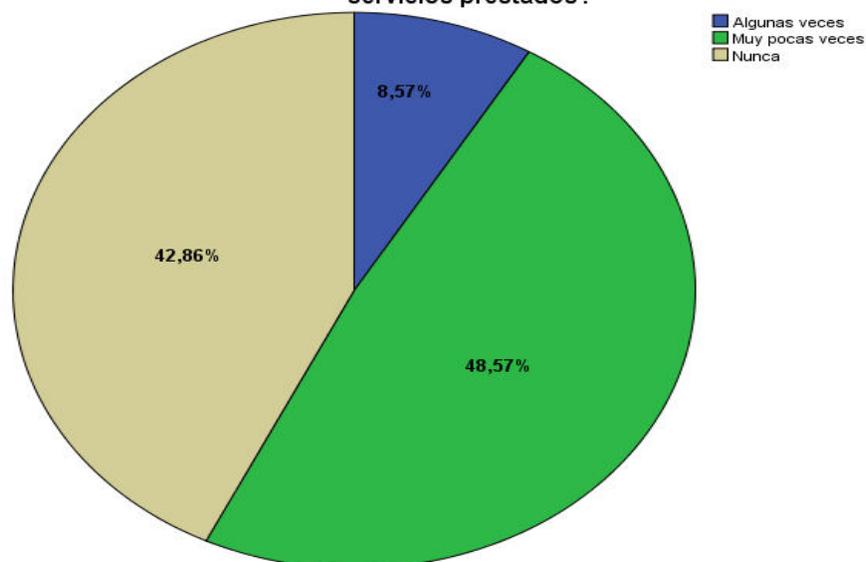
El 94,3% de los integrantes encuestados que a su vez son la mayoría consideran que manejan lo que es la atención al cliente dentro de esto saben lo básico ya que el coordinador local antes de iniciar las labores del turismo comunitario les explica y les enseña a cómo tratar a los turistas, un 5,7% que es un porcentaje menor señalan que manejan liderazgo puesto que algunos de ellos son los que dirigen a su grupo de trabajo.

**Tabla 60**

**Quejas por parte de los turistas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algunas veces	3	8,6	8,6	8,6
	Muy pocas veces	17	48,6	48,6	57,1
	Nunca	15	42,9	42,9	100
	Total	35	100	100	

¿ Con qué frecuencia ha recibido quejas por parte de los turistas en cuanto a los servicios prestados?



**Figura 39** Quejas por parte de los turistas

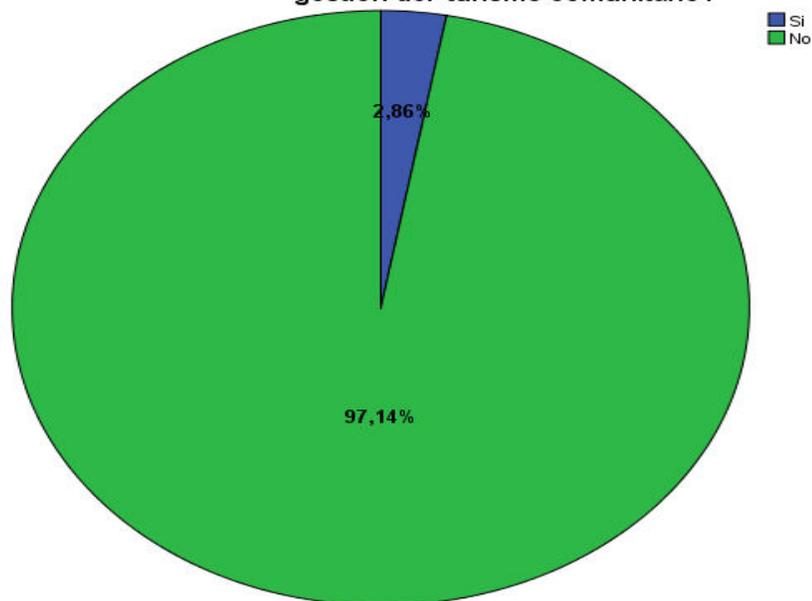
Con respecto a la pregunta el 48,6% de los integrantes encuestados dicen que muy pocas veces son las que reciben quejas por parte de los turistas, un 42,9% señala que nunca han recibido ningún tipo de quejas y por último un 8,6% de encuestados dicen que alguna vez han recibido quejas. Además la mayoría de quejas son de turistas nacionales que por mínima situación ya les reclaman.

**Tabla 61**

**Curso de capacitación en cuanto a la gestión del turismo comunitario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1	2,9	2,9	2,9
	No	34	97,1	97,1	100
	Total	35	100	100	

¿En los últimos meses ha recibido algún curso de capacitación en cuanto a la gestión del turismo comunitario?



**Figura 40** Curso de capacitación en cuanto a la gestión del turismo comunitario

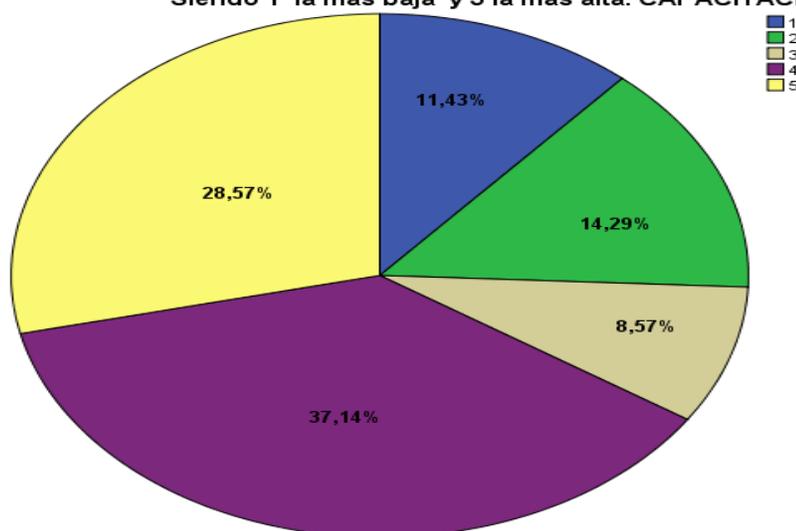
El 97,1% de los encuestados que corresponde a 34 personas dicen que en los últimos meses no han recibido cursos de capacitación en cuanto a la gestión de turismo comunitario, mientras que un 2,9% que corresponde a una persona señala que si ha recibido capacitaciones, cabe señalar que esta persona es uno de los guías nativos que es Licenciado en Hotelería y Turismo.

**Tabla 62**

**Capacitación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	4	11,4	11,4
	2	5	14,3	25,7
	3	3	8,6	34,3
	4	13	37,1	71,4
	5	10	28,6	100
Total	35	100	100	

Califique del 1 al 5 el factor que más requiere el turismo comunitario de Patuloma. Siendo 1 la más baja y 5 la más alta. CAPACITACIÓN



**Figura 41 Capacitación**

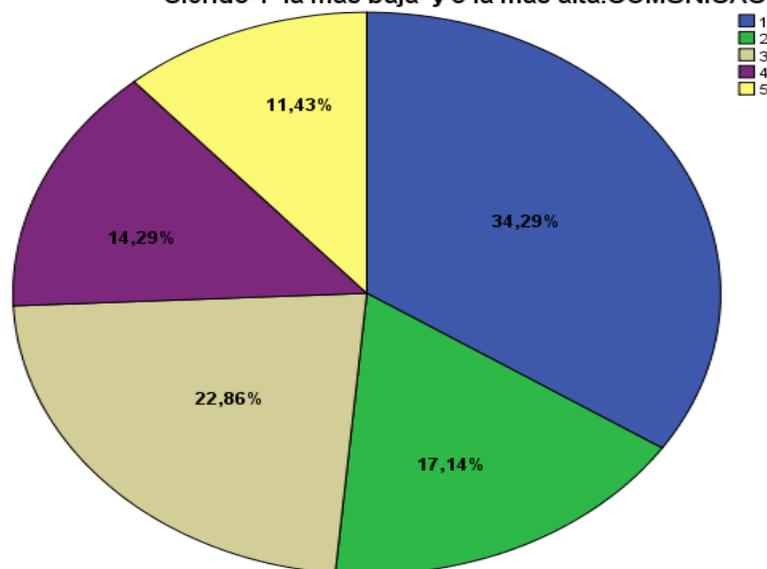
En cuanto a las calificaciones al factor capacitación, el 37,1% de los encuestados le da una calificación de 4 lo cual es bastante significativa he importante, un 28,6% dicen darle una calificación de 5,el 14,3% le da una calificación de 2,el 11,4% una calificación de 1 y para finalizar un 8,6% le da una calificación de 3.

**Tabla 63**

**Comunicación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	12	34,3	34,3
	2	6	17,1	51,4
	3	8	22,9	74,3
	4	5	14,3	88,6
	5	4	11,4	100
Total	35	100	100	

Califique del 1 al 5 el factor que más requiere el turismo comunitario de Patuloma. Siendo 1 la más baja y 5 la más alta.COMUNICACIÓN



**Figura 42 Comunicación**

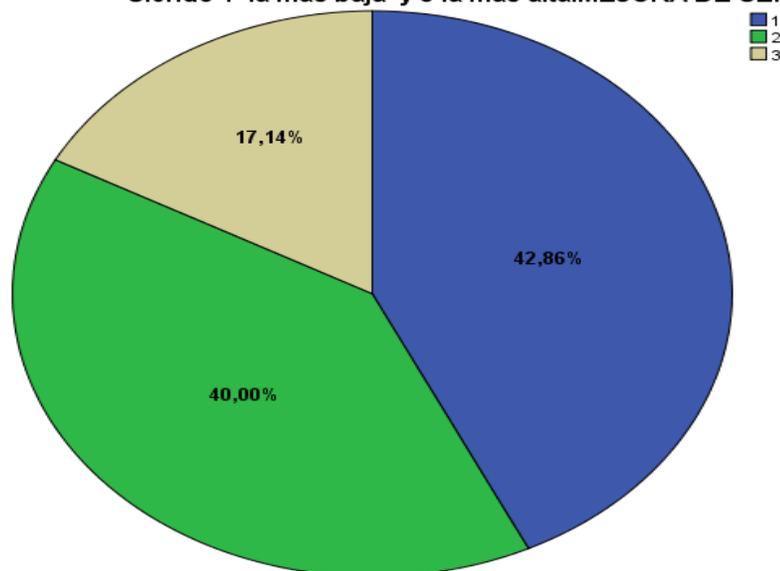
El 34,3% de los encuestados consideran que la comunicación no es uno de los factores que requiere el turismo comunitario por eso le dan una calificación de 1,el 22,9% una calificación de 3,el 17,1% le da una calificación de 2,un 14,3% una calificación de 4 y un 11,4% una calificación de 5.

**Tabla 64**

**Mejora de servicio**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	15	42,9	42,9	42,9
	2	14	40	40	82,9
	3	6	17,1	17,1	100
Total		35	100	100	

Califique del 1 al 5 el factor que más requiere el turismo comunitario de Patuloma.  
Siendo 1 la más baja y 5 la más alta.MEJORA DE SERVICIO



**Figura 43 Mejora de servicio**

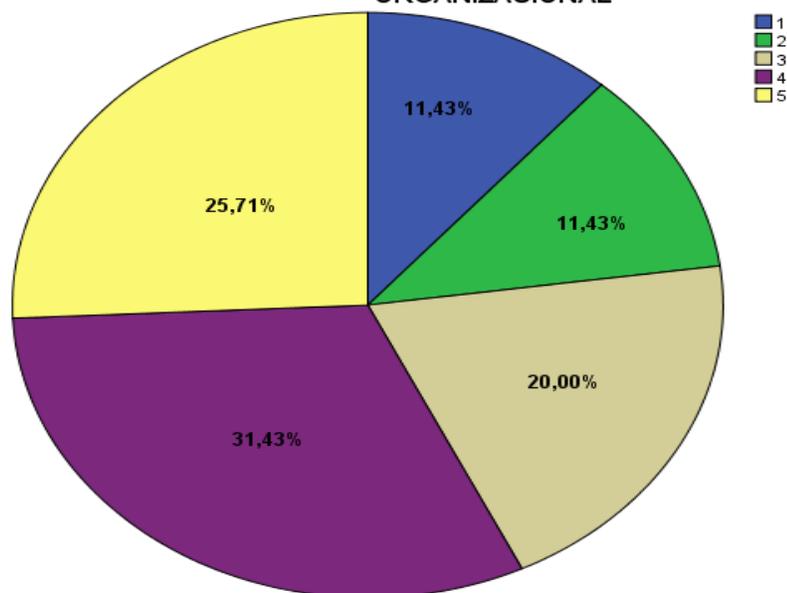
El factor mejora de servicio es el que más ha recibido calificaciones relativamente bajas, ya que el 42,9% de los encuestados le dan una calificación de 1, un 40% le da una calificación de 2 y un 17,1% le da una calificación de 3.

**Tabla 65**

**Mejora en la estructura organizacional**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	4	11,4	11,4
	2	4	11,4	22,9
	3	7	20	42,9
	4	11	31,4	74,3
	5	9	25,7	100
Total	35	100	100	

Califique del 1 al 5 el factor que más requiere el turismo comunitario de Patuloma.  
Siendo 1 la más baja y 5 la más alta. MEJORA EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



**Figura 44 Mejora en la estructura organizacional**

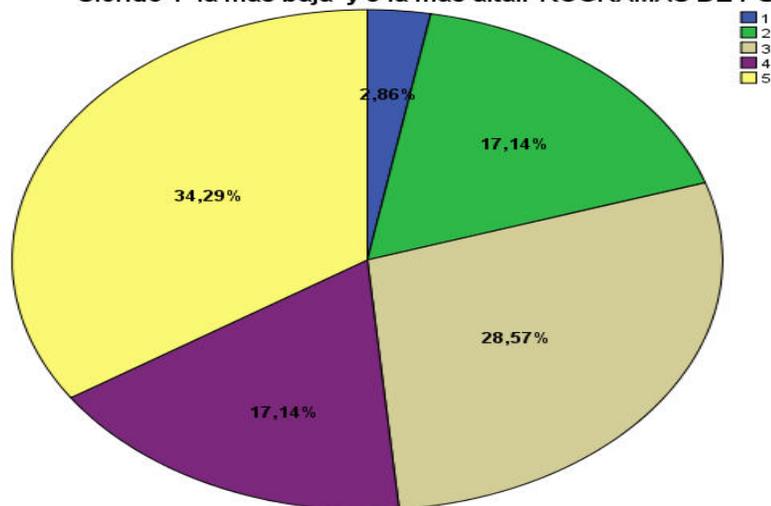
El factor que ocupa el segundo lugar es sin duda la mejora en la estructura organizacional, puesto que el 31,4% que es un porcentaje alto le dan una calificación de 4 es decir varias personas consideran que si requieren de este factor, un 25,7% de los encuestados le dan una calificación de 5, un 20% le dan una calificación de 3, y un 11,4% le dan una calificación de 1 y 2 respectivamente.

**Tabla 66**

**Programas de publicidad**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	1	2,9	2,9
	2	6	17,1	20
	3	10	28,6	48,6
	4	6	17,1	65,7
	5	12	34,3	100
Total	35	100	100	

Califique del 1 al 5 el factor que más requiere el turismo comunitario de Patuloma. Siendo 1 la más baja y 5 la más alta. PROGRAMAS DE PUBLICIDAD



**Figura 45 Programas de publicidad**

El factor que está en primer lugar y es considerado por la mayoría de encuestados que se requiere en el turismo comunitario son programas de publicidad, el 34,3% le dan una calificación de 5, un 28,6% le dan una calificación de 3, un 17,1% le dan una calificación de 2 y 4 respectivamente, por ultimo un 2,9% le dan una calificación de 1.

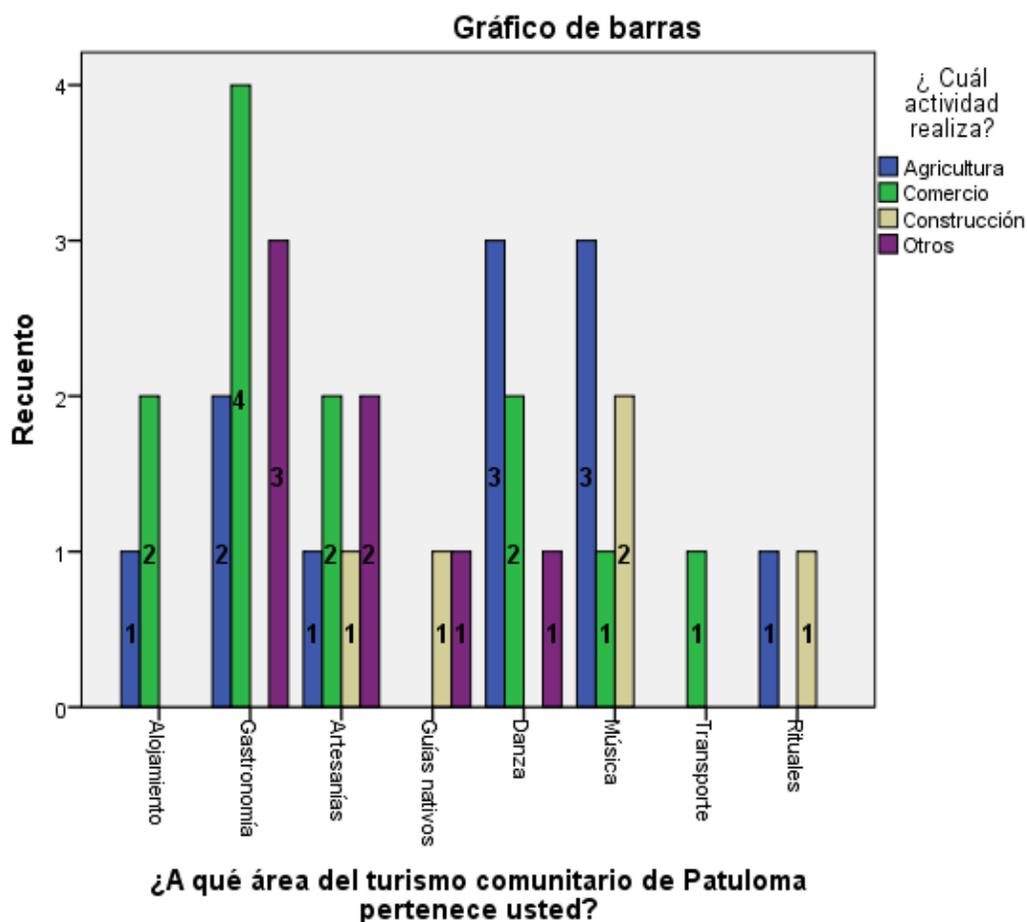
Al finalizar con la última pregunta y al haber analizado de manera desglosada la misma. Se encuentra que el factor que más requiere el turismo comunitario de Patuloma son los programas de publicidad ya que un 34,3% le dan una calificación de importancia de 5 lo cual es la más alta, seguido a esta va la mejora en la estructura organizacional que el 31,4% le dan una calificación de 4 la misma calificación le dan al factor capacitación el 37,1% de los encuestados. Los factores que son considerados que no se requieren son la mejora de servicio que el 42,9% de los encuestados le dan la calificación de 1 a igual que el factor comunicación que el 34,3% de los integrantes también le dan una calificación de 1.

#### Análisis bivariado

**Tabla 67**

**Área del turismo comunitario \* ¿Cuál actividad realiza?**

		¿Cuál actividad realiza?				Total
		Agricultura	Comercio	Construcción	Otros	
¿A qué área del turismo comunitario de Patuloma pertenece usted?	Alojamiento	1	2	0	0	3
	Gastronomía	2	4	0	3	9
	Artesanías	1	2	1	2	6
	Guías nativos	0	0	1	1	2
	Danza	3	2	0	1	6
	Música	3	1	2	0	6
	Transporte	0	1	0	0	1
	Rituales	1	0	1	0	2
<b>Total</b>		11	12	5	7	35



**Figura 46** Área del turismo comunitario \* ¿Cuál actividad realiza?

Los integrantes del turismo comunitario de Patuloma que pertenecen a la área de alojamiento, gastronomía pues la mayoría también se dedican a lo que es el comercio, los integrantes de artesanías pues fuera del turismo comunitario también se dedican al comercio de sus propias mercancías pero ya en mayor volumen, los guías nativos se dedican a la construcción y el otro a la docencia, los que integran la danza como también música se dedican a lo que es la agricultura, la persona del área de transporte indica que también se dedica al comercio de los productos que el cosecha ,los integrantes de las actividades culturales se dedican a lo que es agricultura y construcción.

Tabla 68

## Ingresos totales \* Ingresos totales referente al turismo comunitario

		¿En los últimos tres meses sus ingresos totales referente al turismo comunitario de Patuloma a cuánto ascendieron?				Total
		\$0-\$50	\$51-\$100	\$101-\$150	\$151-\$200	
¿En los últimos tres meses a cuánto ascendieron sus ingresos totales?	\$401-\$800	5	4	0	1	10
	\$801-\$1200	8	11	1	1	21
	\$1201-\$1600	0	2	1	0	3
	\$2001 ó más	0	0	1	0	1
Total		13	17	3	2	35

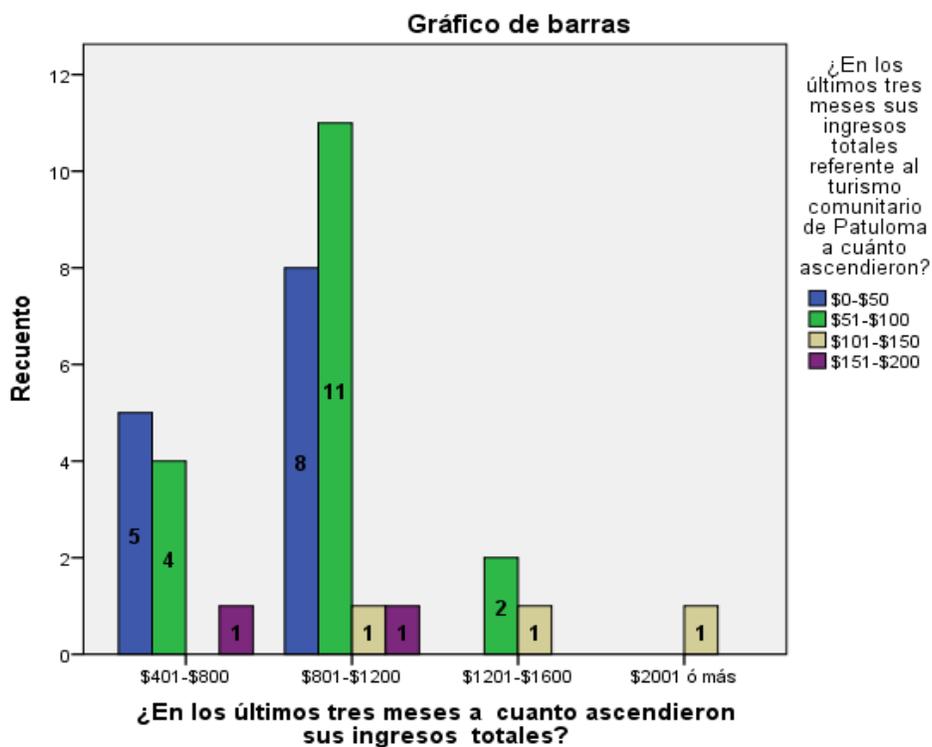


Figura 47 Ingresos totales \* Ingresos totales referente al turismo comunitario

Los integrantes que en los últimos tres meses han tenido ingresos en general que esta entre un valor de \$401-\$800, adicional tienen ingresos pero específicamente por el turismo comunitario en un valor entre \$0-\$50, los que tienen de ingresos \$801-\$1200 reciben del turismo un valor entre \$51-\$100, los integrantes que generan de ingresos entre un valor de \$1201-\$1600 también reciben por el turismo un valor entre \$51-\$100, para finalizar los que tienen ingresos de \$2001 ó más reciben por el turismo comunitario un valor de \$101-\$150.

#### 4.4. Verificación de la hipótesis

##### 4.4.1 Primera hipótesis

###### 4.4.1.1 Planteamiento de la hipótesis

**H<sub>0</sub>:** El turismo comunitario en la comunidad de Patuloma no favorece al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad.

**H<sub>1</sub>:** El turismo comunitario en la comunidad de Patuloma favorece al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad.

###### 4.4.1.2 Selección del nivel de significancia

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de  $\alpha = 0.05$  es decir 5%

## 4.4.1.3 Prueba de chi-cuadrado

**Tabla 69****Ingresos totales referente al turismo comunitario \* Género**

		Género		Total
		Femenino	Masculino	
¿En los últimos tres meses sus ingresos totales referente al turismo comunitario de Patuloma a cuánto ascendieron?	\$0-\$50	12	1	13
	\$51-\$100	7	10	17
	\$101-\$150	1	2	3
	\$151-\$200	2	0	2
<b>Total</b>		<b>22</b>	<b>13</b>	<b>35</b>

**Tabla 70****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,554 <sup>a</sup>	3	0,014
Razón de verosimilitudes	12,275	3	0,006
Asociación lineal por lineal	1,888	1	0,169
N de casos válidos	35		

a. 5 casillas (62,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,74.

#### 4.4.1.4 Decisión

En cuanto a la primera hipótesis, para 3 grados de libertad a un nivel de significancia de 5%, con una probabilidad de error de 1,4%, se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: **H1**: El turismo comunitario en la comunidad de Patuloma favorece al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad.

#### 4.4.2 Segunda hipótesis

##### 4.4.2.1 Planteamiento de la hipótesis

**H0**: La estructura organizacional no está relacionada de manera positiva con el turismo comunitario.

**H1**: La estructura organizacional está relacionada de manera positiva con el turismo comunitario.

##### 4.4.2.2 Selección del nivel de significancia

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de  $\alpha = 0.05$  es decir 5%.

## 4.4.2.3 Prueba de chi-cuadrado

**Tabla 71**

**Una estructura organizacional permitirá desempeñar con mayor eficiencia \* ¿En qué medida considera usted que es importante adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario de Patuloma?**

---

		¿En qué medida considera usted que es importante adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario de Patuloma?				
		Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante	Total
¿Considera usted que con una estructura organizacional claramente definida, las actividades del turismo comunitario se van a desempeñar con mayor eficiencia ?	Totalmente de acuerdo	0	0	1	6	7
	De acuerdo	0	2	12	2	16
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	4	5	0	11
	En desacuerdo	0	0	1	0	1
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>35</b>

---

**Tabla 72****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,771 <sup>a</sup>	9	0,001
Razón de verosimilitudes	27,363	9	0,001
Asociación lineal por lineal	13,817	1	0
N de casos válidos	35		

a. 14 casillas (87,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,06.

## 4.4.2.4 Decisión

En cuanto a la segunda hipótesis, para 9 grados de libertad a un nivel de significancia de 5% con una probabilidad de error de 1%, se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: **H1**: La estructura organizacional está relacionada de manera positiva con el turismo comunitario.

## 4.4.3 Tercera hipótesis

## 4.4.3.1 Planteamiento de la hipótesis

**H0:** Una adecuada estructura organizacional no está relacionada positivamente con el impacto económico.

**H1:** Una adecuada estructura organizacional está relacionada positivamente con el impacto económico.

#### 4.4.3.2 Selección del nivel de significancia

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de  $\alpha = 0.05$  es decir 5%

#### 4.4.3.3 Prueba de chi-cuadrado

**Tabla 73**

**Una estructura organizacional permitirá mejorar la economía de la comunidad \*  
Adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario**

		¿En qué medida considera usted que es importante adoptar una estructura organizacional dentro del turismo comunitario de Patuloma ?				
		Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante	Total
¿Los servicios del turismo comunitario que presta la comunidad de Patuloma, al contar con una estructura organizacional bien definida permitirá mejorar la economía de la comunidad?	Totalmente de acuerdo	1	1	5	5	12
	De acuerdo	1	0	11	3	15
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	4	2	0	6
	En desacuerdo	0	1	1	0	2
	Total	2	6	19	8	35

**Tabla 74****Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	19,169 <sup>a</sup>	9	,024
Razón de verosimilitudes	19,685	9	,020
Asociación lineal por lineal	3,951	1	,047
N de casos válidos	35		

a. 14 casillas (87,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,11.

## 4.4.3.4 Decisión

En cuanto a la tercera hipótesis, para 9 grados de libertad a un nivel de significancia de 5%, con una probabilidad de error de 2,4%, se rechaza la hipótesis nula por lo que se acepta la hipótesis alternativa que dice: **H1**: Una adecuada estructura organizacional está relacionada positivamente con el impacto económico.

## CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

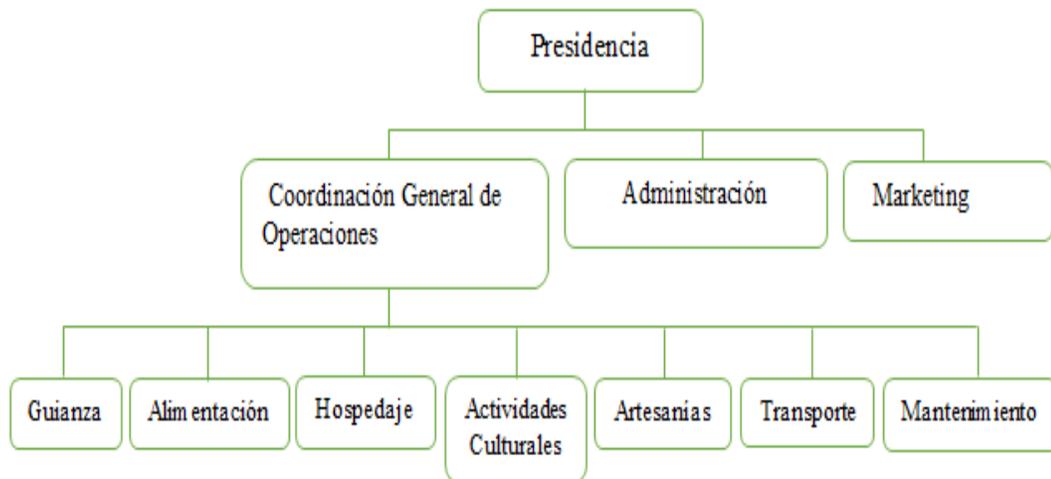
- Una vez finalizado el proyecto de investigación se determina que el turismo comunitario si aporta al desarrollo económico de los integrantes de la comunidad de Patuloma, mismos ingresos ayudan a la satisfacción de servicios básicos.
- La mayoría de integrantes consideran que dentro del turismo comunitario se requiere mayores programas de publicidad puesto que su comunidad no es totalmente conocida por el turismo comunitario que hechos ofertan, otro factor que consideran necesario es una mejora en la estructura organizacional ya que en la actualidad no existe una estructura organizacional adecuada y es claro que a la falta de este factor ellos no cuentan con capacitaciones constantes en cuanto a la gestión turística.
- La comunidad de Patuloma al pertenecer al pueblo de Salasaca se considera como un atractivo cultural, ya que cuenta con costumbres, tradiciones, gastronomía, artesanías y recursos naturales que lo hacen distinto, mismos que deben ser aprovechados en su totalidad para mejorar la gestión turística de la zona.
- El turismo comunitario de Patuloma, hasta la actualidad no cuenta con la participación de toda la comunidad lo cual ha sido provocada por una falta de credibilidad, los integrantes consideran que no tienen ningún tipo de apoyo económico por parte de alguna institución, por lo cual el desarrollo del turismo debe ser con el capital de ellos y tienen temor a no recibir ganancias.
- Los integrantes de la comunidad de Patuloma que participan en el turismo comunitario la mayoría de ellos están entre una edad de entre 31-45 años, adicional todos se dedican a otras actividades puesto que el turismo comunitario aun no produce un ingreso alto.

## 5.2 Recomendaciones

- Se recomienda que las autoridades de la Provincia de Tungurahua apoyen de manera activa mediante financiamientos a los proyectos comunitarios para que el nivel de vida de los integrantes de la comunidad mejore.
- Se considera importante que los integrantes del turismo comunitario conformen una organización y posteriormente la implementación de un organigrama con departamentos claramente definidos, logrando así mayor fluidez del turismo comunitario y aportando al desarrollo económico de la comunidad.
- Al contar la comunidad de Patuloma con una cultura y recursos naturales que los hace atractivos ante los turistas sería ideal que a su paquete turístico que ofertan añadan otras actividades o tal vez dar un valor adicional a las actividades que ya ofertan como por ejemplo prestar la vestimenta a los turistas para que se consideren en si parte de la comunidad y también hacerlos partícipes de cultivos y cosechas de varios productos que se dan en la zona.
- El coordinador local como también autoridades de la Provincia de Tungurahua debe mantener contacto con cada uno de los integrantes de la comunidad y brindarles confianza a los mismos para que se comprometan a trabajar en este tipo de turismo y llegar a formar una asociación, tomando en cuenta que gracias a esta actividad ellos van a recibir un rédito económico adicional y a su vez van a mantener sus costumbres y tradiciones.
- Las personas que conforman el turismo comunitario son en la mayoría personas adultas, ante esto se considera relevante hacer partícipes en estas actividades también a los jóvenes y niños, al integrar personas de otras edades se va a fomentar primeramente en mantener la cultura, las costumbres y la vestimenta que hoy en día en la juventud Salasaca se está perdiendo, y en segundo lugar los turistas ya no serían solo jubilados sino también podrían ser niños o jóvenes extranjeros que podrán interactuar con los niños y jóvenes de la comunidad.

## CAPITULO VI: PROPUESTA

Una vez realizado las conclusiones y recomendaciones, se procede a establecer una propuesta, en primer lugar lo ideal es crear una organización legal del turismo comunitario de Patuloma y en segundo implementar el diseño de la estructura organizacional propuesta, en el que se va a identificar departamentos claves dentro del turismo comunitario, con el objetivo que una adecuada estructura organizacional aporte en el desarrollo económico de los integrantes del turismo comunitario de Patuloma.



**Figura 48 Organigrama Turismo Comunitario de Patuloma**

A cada integrante se le asignara funciones específicas, a continuación se detallan algunas de las actividades:

### Presidencia

- Hacer cumplir los objetivos propuestos.
- Velar por el desarrollo del turismo comunitario.
- Motivar a los integrantes de la comunidad para un mejor desempeño.
- Buscar apoyo de instituciones.

- Elabora cotizaciones del paquete turístico.
- Proporciona información sobre la oferta turística.
- Organiza y gestiona reuniones periódicas con los integrantes del turismo comunitario.
- Evalúa mensualmente los comentarios de los turistas.
- Mantiene contacto con las universidades o agencias para la visita de los turistas.

### Coordinación General de Operaciones

Dentro del mencionado departamento va a existir ciertas áreas, que se detallan a continuación:

#### Guianza

- Hablar el idioma de la comunidad como también idiomas extranjeros.
- Conduce a los turistas a los diferentes atractivos de su comunidad.
- Vela por la protección y respeto al medio ambiente.
- Interpretar a los turistas, sobre plantas medicinales, sitios sagrados, flora, fauna.
- Velar por el bienestar de los turistas.

#### Alimentación

- Compra los ingredientes necesarios para la comida.
- Tener lista la comida para que sea servida en el menor tiempo posible.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.

### Hospedaje

- Conducirá a los turistas y sus respectivos equipajes a las habitaciones y vigilara que tengan lo necesario.
- Entregar a los turistas las llaves de las habitaciones.
- Se encargara de proveer de los suministros necesarios para los baños de las habitaciones.
- Lavado y planchado de la lencería de las habitaciones.

### Actividades culturales

- Hacer partícipes a los turistas de la música y danza de la comunidad.
- En caso de los rituales, tener los implementos listos.

### Artesanías

- Brindar artesanías de calidad.
- Presentar una demostración de la elaboración de las artesanías.

### Transporte

- Ser puntual al encuentro de los turistas.
- Mantener el vehículo limpio y en perfectas condiciones.

### Mantenimiento

- Se encargara de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños.
- En caso de presentarse desperfectos en las instalaciones, los integrantes de esta área lo solucionarán de manera inmediata.
- Realizara las decoraciones de bienvenida y despedida para los turistas.

### Administración

- Lleva un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones del turismo comunitario de Patuloma.
- Lleva en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago.
- Lleva el proceso contable.
- Presenta al coordinador local, informes mensuales sobre la actividad financiera.
- Revisa y analiza presupuestos de actividades.
- Maneja transacciones de dinero en efectivo o cheques.
- Llena formularios y declara impuestos.
- Realiza pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones.

### Marketing

- Organiza y gestiona capacitaciones mensuales con los integrantes del turismo comunitario.
- Recopila material fotográfico, bibliográfico, para la elaboración y actualización de medios de difusión turística.
- Formula políticas de promoción.

## REFERENCIAS

- Ackoff, R. (2000). *Recreación de las corporaciones:s: un diseño organizacional para el siglo XXI. México DF: Oxford University.*
- Ajmal, M., & Koskinen, K. (2008). Knowledge Transfer in Project-Based Organizations:An Organizational Culture Perspective. *Project Management Journal*, 39(1),7-15.
- Armistead, C. (1989). Customer Service and Operations Management in Service Businesses. *The service industries journal*, 9(2),247-260.
- Azzellini, D. (2009). Venezuela's solidarity economy: collective ownership, expropriation, and workers self-management. *Working USA 12(2)*, 171-191.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor,the Spanish case. *Applied Economics*, Vol.34,Nº 7,pp.877- 884.
- Ballesteros, R. (2007). El Turismo Comunitario en Ecuador. Evolución, legislación y mercado . En *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social* (págs. 32-36). Quito: ABYA-YALA.
- Barbero, J. (2006). *Factores de crecimiento de las pymes españolas*. España: Fundacion EOI.
- Bigné, J. (2000). Bases del turismo. En *Marketing de destinos turísticos:análisis y estrategias de desarrollo* (pág. 204). Madrid: ESIC Editorial.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal 40(1)*, 39-49.
- Burns, P. (2001). *Entrepreneurship and small business. . Basingstoke: Palgrave.*
- Cervantes, B. (2007). Eleentos para evaluar el impacto económico,social. *CESTUR*, (3),34-73.
- Chiriboga, B. (01 de 07 de 2015). *CBM Ambiental*. Obtenido de <http://cbmambiental.com/turismo-comunitario/>
- Cioce, C., Bona, M., & Ribeiro, F. (2007). Community tourism: montanha beija-flor dourado pilot project(microbasin of the sagrado tiver,Morretes,Paraná). *Turismo-Visao e Acao*, 9(2),249-266.

- Correa, T. (2004). Comunidad. En *Fundamentos teóricos y metodológicos para el trabajo comunitario* (pág. 73). Colombia: Universidad de Caldas.
- Crompton, L., Seokho, L., & Shuste, J. (2001). A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *Journal of Travel Research*, Vol.40,79-87.
- Crosby, A. (1996). Conceptos básicos. En *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales* (pág. 14). Madrid: CEFAT.
- Cuadrado, J., & Rio, C. (1990). Los economistas y los servicios. *Revista Papeles de Economía*, N° 50, pp 2-19.
- Davies, A. (2011). Local leadership and rural renewal through festival fun: The case of Snow Fest. *Bristol: Channel View Publications*, pp.61-73.
- Dwyer, L., & Edwards, D. (2010). Sustainable tourism planning. . *Oxford: Goodfellow Publishers Limited*, pp.19-44.
- Dyer, P., Aberdeen, L., & Schuler, S. (2003). . Tourism impacts on an Australian indigenous community: a Djabugay case study. *Tourism Management*, 24,83-95.
- Economía, E. d. (30 de 06 de 2015). *Economía*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/ingreso/ingreso.htm>
- Esteban Ruiz Ballesteros, D. S. (2007). Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social. En D. S. Esteban Ruiz Ballesteros. Quito: ABYA-YALA.
- Estrella, D. (2007). *La incidencia jurídica en el turismo comunitario en Ecuador*. In E. Ruiz & D. Solís *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala.
- FEPTCE. (04 de 05 de 2015). *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Obtenido de <http://es.idealists.org/view/org/3HSdM85DBncp/>
- Fisher, R., & Price, L. (1991). International pleasure travel motivations and postvacation cultural attitude change . *International Journal of leisure research* , 23(3),193-208.
- Frederick, M. (1993). Rural tourism and economic development. *Economic Development Quarterly*., Vol.7,N° 2,pp.215-224.

- G.Moscardo. (2008). Community capacity building: an emerging challenge for tourism development. *Oxford: CABI*, 1-15.
- GAD Municipal de Pelileo. (2015). *Informacion de los habitantes*. Pelileo.
- GAD Municipio de Pelileo. (04 de 05 de 2015). *Ubicacion geografica de Salasaca*.
- GAD, M. (2015). *Turismo Comunitario*. Pelileo.
- Garvín, D. (1983). Quality on the Line. *Harvard Business Review*, 61,65-73.
- Godfrey , K., & Clarke, J. (2000). *Tgourism Development Handbook:A Practicalapproach to Planning and Marketing*. London : Continuum.
- Godfrey, K. (1998). Attitudes towards sustainable tourism in the UK :a view from local goverment. *Tourism Management*, Vol 19,Nº 3,pp.213-224.
- Gómez, B. (2002). Demanda del turismo en España. En *Regionalización turística del mundo* (pág. 15). España: Universidad de Barcelona.
- Gronross, C. (1982). Strategic Management and Marketing in the Service Sector. *Swedish School of Economics and Business administration*, 178-180.
- Guerreiro , M. (2007). O turismo como agente de desenvolvimento social e a comuidade Guarani nas "Ruínas Jesuítas de Sao Miguel das Missoes". *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5(3),343-352.
- Guzmán, L. G. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vía de desarrollo.Un estudio de caso en el Salvador. *REVESCO.Revista de Estudios Cooperativos*, 89-90.
- Hall, R. (2000). Organizaciones, estructuras, procesos y resultados. *Elsiever*.
- Herrero , P. (2004). Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados. *Boletin Gestión Cultural*, p.7.
- Hiwasaki, L. (2006). Community-based tourism: A pathway to sustainable for Japan's protected areas. *Society and Natural Resources*, 19(8),407-418.
- Idárraga, M. (2012). Estructura organizacional y sus parámetros de diseño. *ELSEVIER*, Vol. 28, N0. 123, pp. 43-64;.
- INEC. (2015). *Poblacion y Demografía*. Recuperado el 2015-05-01, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Johnson, P. A. . (2010). Realizing rural Community-Based Tourism development:prospect for social economy enterprises. *Journal of Rural and Community Development*, 150-162.
- Juárez, J., & Ramírez, B. (2007). El turismo rural como complemento al desarrollo teriitorial rural en zonas indígenas de México.Scripta Nova. *Revista Electrónica de Geográfica y Ciencias Sociales* , XI (236).
- Kibichot, W. (2008). Community-base tourism: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2),211-231.
- Korovkin, T. (2001). Reinventing the communal tradition: civil society and democratization in rural Ecuador in Latin America. *Research Review* , 36.
- Kottke , M. (1988). Estimating Economic Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15:122-133.
- Lawrence, P. (1967). Differentiation and integration in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 12(1) 1-47.
- Lee-Ross, D., & Lashley, C. (2009). Entrepreneurship & small business management in the hospitality industry. *Oxford:Butterworth-Heinemann*.
- Lehtinen, & Lehtinen. (1991). Two approaches to service quality dimensions. *The service industries journal*, 11,287-303.
- Lepp, A. (2007). Residents´ attitudes towards tourism in Bigodi village,Uganda. *Tourism Management*, 28,876-885.
- Levin , H. (1983). Cost-Effectiveness:A Primer. *Sage Beverly Hills*.
- Ley de Turimo del Ecuador. (2008). *Ministerio de Turismo*. Quito.
- López, G. T., Millán, G., & Sancho, E. (2006). Nuevas herramientas de cooperación al desarrollo.El turismo comunitario. *Boletín Económico de ICE*, 2893,31-41.
- López, H. (01 de 07 de 2015). *Boletín turístico*. Obtenido de <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/P/PAQUETE-TUR%C3%8DSTICO-864/>
- Low, L., & Heng, M. (1990). Economic impact of tourism un Singapore . *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, pp. 246-269.

- Luque, O., Ramos, N., & Tordera, N. (1995). Aportaciones a la formación en gestión turística. *Estudios Turísticos*, 128,177-191.
- Maldonado, B. (2006). *La Constitución Multicultural*. Bogotá: Siglo del Hombre.
- MANYARA, G. Y. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction". *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 15, págs. 628-644.
- Manyara, G., & Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya:An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6),628-644.
- Marchant, L. (2006). Desarrollo Organizacional. En *Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional* (pág. 26). Chile: El Mercurio de Valparaíso.
- Martin , S. (1995). Montanans attitudes and behavioral intentions toward tourism:implications for sustainability. *Intermountain Research Sattion* , pp 69-76.
- Martín, I. (2001). Cooperación empresarial y asociacionismo como estrategia de desarrollo der los países desfavorecidos en un entiorno globalizado. *ICE*, 19-30.
- Mason, P., & Cheyne , J. (2000). Residents attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, Vol.27,Nº 2,pp.391-441.
- Mathieson, A., & Wall , G. (1982). *Tourism:Economic Physical and Social Impacts*. London: Editorial Unesco.
- Matthew, J., & Harold , J. (2000). Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia. *Elsevier*, Vol.24,No 3,pp 559-576.
- MINTUR. (2010). *Reglamento para los Centros Turísticos*, 2.
- MINTUR. (18 de Junio de 2015). Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- Monterrubio, C. (2009). Comunidad receptora:Elemento esencial en la gestion . *Gestión turística*.
- Murphy, P. E. (2004). Strategic management for tourism communities:Brindging the gaps. *Clevedon:Chanel View Books*.

- Nacional, C. (06 de 05 de 2008). *Ley de Turismo Ecuatoriano*. Recuperado el 04 de 05 de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Northouse, P. (2010). *Leadership: Theory and Practice* (5th ed.). *Thousand Oaks: Sage.*, pp.171-172.
- Novás, N. (2006). El turismo. En *Promoción y venta de servicios turísticos* (pág. 9). España: Editorial Vigo.
- Nyaupane, G., Morais, D., & Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts:A controlled comparison of Annapurna,Nepal and Northwest Yunnan,China. *Tourism Management*, 27,1373-1385.
- Oberoi, U., & Hales, C. (1990). Assessing the Quality of the Conference Hotel Service Product: Towards an empirically based model. *The Service Industries Journal*, 10(4),700-721.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism* , 16(5),511-529.
- Oliver, R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisión. *Journal of Marketing Research*, 17(11),460-469.
- OMT, O. M. (04 de 05 de 2015). *Entender el turismo:Glosario basico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Orozco, D. (30 de 06 de 2015). *Concepto-Definición*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/egreso/>
- Page, L. (1994). Partnerships for parks: ‘To form a more perfect union’ e A handbook for building and guiding park partnerships. *National Association of State Park Directors*.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4),41-50.

- Patterson, P. (1993). Expectations and Product Performance as Determinants of Satisfaction for a High-Involvement Purchase. *Psychology & Marketing*, 10(5),449-465.
- Pedler, M., Burgoyne, J., & Boydell, T. (2010). A manager's guide to leadership: An action learning approach . *Berkshire:McGraw-Hill Publishing Company*, pp.3.
- Plan Nacional del Buen Vivir . (2015). Objetivos Nacionales para el Buen Vivir. 193-347. Recuperado el 2015-05-01, de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- PLANDETUR. (2015). Inventario de Atractivos. *Tourism & Leisure*, 45.
- Pratt, S. (2015). The economic impact of tourism in SIDS. *Annals of Tourism Research* , 52,148-160.
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation. *Oxford:Butterworth-Heinemann*.
- Ríos, F., Sánchez, C., & Muñoz, R. (2001). Procesos estratégicos y estructura organizacional:. *REUNIDO*, Vol. 13, nº 1, pp. 29-39.
- Robbins, S. (2002). *Fundamentos de administracion:conceptos esenciales y aplicaciones*. México: Pearson Educación.
- Rosander, A. (1992). *La búsqueda de la calidad en los servicios turísticos*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ruibal, A. (2009). Turismo emisor. En *Periodismo turístico:Análisis del Turismo a través de las portadas* (pág. 25). Barcelona: Editorial UOC.
- Rutherford,D, G. &. (2004). Host attitudes toward tourism: an improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31.
- Saarinen , J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, Vol 33,Nº 4,pp.1121-1140.
- SEAMAN, B. (2003). Economic impact of the arts. *A Handbook of Cultural Economics*, 27, págs. 224-231.
- SEPS, S. (2011). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. 8.
- Sin, H. L., & Minca, C. . (2014). Touring responsibility: the trouble with 'going local' in community-based tourism in Thailand. *Geoforum*, 96-106.

- Solís, D. (2007). De la resistencia a la sostenibilidad. En *El proceso histórico del Turismo Comunitario en Ecuador y sus retos actuales* (pág. 40). Quito: Abya-Yala.
- Stephen, P. (2005). *Administración: Estrategia y estructura*. México: Pearson Educación.
- Teye, V., Sirakaya, E., & Sonmeza, S. (2002). Residents attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, Vol 29, N°3, pp. 668-688.
- Torre, S. (06 de 08 de 2015). *Turismo comunitario, ¿otro sueño inalcanzable?* Obtenido de Torre, S. D. la. (2010, Noviembre). Turismo comunitario, ¿otro sueño inalcanzable? [http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika005/polemika005\\_006\\_articulo003.pdf?Mobile=1](http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika005/polemika005_006_articulo003.pdf?Mobile=1)
- Tourism Working Group and STCRC, A. (2010). *Effective Community Based Tourism. Gold Coast: STCRC*.
- Vainrub, R. (2000). Estructura Organizacional. En *Nacimiento de una Empresa* (pág. 78). Venezuela: Edutorial Texto.
- Valdés, M. (1998). La evaluación de proyectos sociales. *Tipologías de evaluación de proyectos sociales*, 8-9.
- Vanhove, N. (2011). The Economics of Tourism Destinations. *ELSIEVER*, (2), 82-102.
- Venancio, B. (1996). Research in Spain on tourism and economic development. *The Tourist Review*, Vol. 51, N° 1, pp. 5 - 11.
- Vértice. (2008). Estructura organizativa, funciones y procesos. En Vértice, *Estructuras organizativas* (pág. 3). España: VÉRTICE.
- Viajes. (30 de 07 de 2015). *Turismo Comunitario y Solidario en Ecuador*. Obtenido de <http://www.turismocomunitario.info/index.php/quienes-somos>
- Vugt, M., Hogan, R., & Kaiser, R. (2008). Leadership, followership and evolution: Some lessons from the past. *American Psychologist*, 63(3), 182-196.
- Wilson, S., Fesenmaier, D., & Fesenmaier, J. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132-138.
- Wolfgang, G. (1998). Tourism and economic growth in the caribbean. *Kingston Mona School of Business, University of West Indies*, vol 2, 72.

- WTO. (1994). National and regional tourism planning: Methodologies and case. *London, International Thomson Business Press.*
- Zorn, E., & Farthing, L. (2007). Communitarian tourism. Hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research*, 34 (3), 673-689.