



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIEROS EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**AUTOR: GUTIÉRREZ AGUAYO, SILVIA MIREYA
UTRERAS VILLACÍS, PRISCILA BELÉN**

**TEMA: ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA
COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL
ECUADOR.**

**DIRECTOR: MSc. PALADINES, GUSTAVO
CODIRECTOR: MBA. AVILÉS, BYRON**

QUITO

2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO

DIRECTOR: MSc. Gustavo Paladines
CO – DIRECTOR: MBA. Byron Avilés

CERTIFICA:

Que el trabajo titulado “**ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR**”, realizado por las Señoritas estudiantes Silvia Mireya Gutiérrez Aguayo, Priscila Belén Utreras Villacís, ha sido guiado y revisado, periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Debido a que el trabajo de titulación muestra un tema de interés para la carrera y ha sido desarrollado con responsabilidad por parte de las estudiantes se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF). Autorizan a: Silvia Mireya Gutiérrez Aguayo, Priscila Belén Utreras Villacís, que lo entreguen a la Lic. Mariana Pavón, en su calidad de Directora de Carrera.

Quito, DM 29 Abril 2015



MSc. GUSTAVO PALADINES
DIRECTOR



MBA. BYRON AVILES
CO-DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Silvia Mireya Gutiérrez Aguayo

Priscila Belén Utreras Villacís


DECLARAMOS QUE:

El proyecto de grado denominado “**ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR**”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en la respectiva bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del proyecto de titulación.

Quito, DM 29 Abril 2015


Mireya Gutiérrez


Belén Utreras

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Silvia Mireya Gutiérrez Aguayo, Priscila Belén Utreras Villacís.

Autorizamos a la UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE, la publicación en el repositorio digital de la Institución del trabajo: **“ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR”**, cuyo contenido, ideas y criterio son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, DM 29 Abril 2015



Mireya Gutiérrez



Belén Utreras

DEDICATORIA

Sin duda alguna el éxito o el fracaso es el resultado de cada uno de nuestros actos, nada es un hecho todo es impredecible, nadie es dueño de nuestro destino nosotros lo determinamos.

El trabajo alcanzado tras varios intentos se lo dedico a Dios que para mí ha sido y es fuerza y motor de seguir adelante luchando contra mis miedos y angustias, abriéndome caminos y permitiéndome vivir nuevas experiencias, después de Dios solo mis padres que han formado y siguen formando parte de mi desarrollo personal y profesional, quienes con sus consejos, apoyo y anhelos para que su hija alcance sus metas han luchado día a día sin medir esfuerzos esperando únicamente su bienestar sin pedir más que su felicidad.

Mireya Gutiérrez

DEDICATORIA

“La posibilidad de realizar un sueño es lo que hace
Que la vida sea interesante.”

Paulo Coelho

Este espacio quiero dedicarlo a una persona que físicamente no se encuentra pero su ejemplo y sus palabras siempre estarán vivas en mi corazón, a ti mi Mamá Blanquita, tu siempre me recordaste que el estudio es lo primero y me enseñaste que en la vida uno tiene que seguir y no dejarse vencer fácilmente, sé que aunque no puedas compartir este logro conmigo, estas feliz y orgullosa como en cada paso que he dado desde que era una niña, tu siempre confiaste en mí y en lo que lograría.

A los mejores padres del mundo Diego y Sonia porque ustedes son mi luz, y quienes me recuerdan día a día que a la vida uno debe enfrentarla como un verdadero guerrero, aprender a caer y volver a levantarse con más fuerza; que el miedo se torna débil cuando la fe y confianza en uno mismo es más grande, gracias por sujetar mi mano y no soltarla cuando lo necesite.

Gracias por ayudarme a cumplir una meta más en mi vida!

Belén Utreras

AGRADECIMIENTO

No existe fórmula mágica, científica o matemática para alcanzar el éxito, existe el yo puedo el yo quiero, no para todos esta palabra tiene un mismo significado en lo personal el éxito se define en encontrarse bien con Dios, con uno mismo hacer lo que nos gusta nos apasiona, buscar la armonía en la familia sentirse útil y servicial, encontrar la felicidad en medio de los conflictos y vivir intensamente cada día.

Cada vez que mi mirada se eleva al cielo y veo alrededor el hermoso paisaje agradezco a Dios por permitirme despertar y seguir en busca del éxito, en esta oportunidad le doy gracias por decirme tu eres capaz si tú quieres tú lo puedes, les doy infinitas gracias a cada una de las personas que han confiado en mí y me han acompañado en este camino especialmente a mis padres Magdalena y Adolfo que se han exigido a sí mismos para que tenga todo lo necesario para cumplir mis metas, que en su conocimiento y desconocimiento han hecho lo posible por poner su granito de arena para que pueda cumplir esta etapa, a mi hermana mayor Cristina quien a pesar de todo me ha apoyado incondicionalmente moralmente y en el desarrollo de la investigación, a mis hermanas menores Moni y Kelly quienes han demostrado preocupación y han sabido mostrarse pacientes ante mi estrés, a la pequeña inspiración de mi vida quien ha logrado sacarme un sonrisa en los momentos más difíciles con sus ocurrencias Cristian Fernando, a mis ingenieros ESP. Gustavo Paladines, MBA. Byron Avilés a quienes guardo un profundo respeto y agradecimiento por ser guías para el cumplimiento de la meta, pese a sus obligaciones y responsabilidades han demostrado interés por ayudarnos y han dedicado su valioso tiempo en las revisiones del presente trabajo, a mi compañera, amiga con quien hemos compartido buenos y malos momentos Belén quien ha demostrado su amistad incondicional y su buena predisposición para alcanzar el objetivo, un especial y profundo agradecimiento a la Federación Plurinacional de Turismo comunitario en el Ecuador, al Sr. Eugenio Saquicela por tan valiosa ayuda prestada para el cumplimiento de la presente investigación, a mis compañeras y jefas que me han brindado su apoyo, en fin a todas y cada una de las personas que ha demostrado interés y han puesto su granito de arena para que esto se pueda cumplir.

Mireya Gutiérrez

AGRADECIMIENTO

"Cuando la gratitud es tan absoluta las palabras sobran".

Álvaro Mutis

El presente proyecto es el resultado de gran esfuerzo y perseverancia; que están reflejados en cada una de sus páginas. Este logro debo agradecerlo en primera instancia a Dios por darme fuerza y sabiduría para culminar exitosamente una etapa más en mi vida estudiantil y permitirme realizar uno de mis más grandes sueños.

A mis padres Diego y Sonia por su infinito cariño y apoyo, por ser mi ejemplo de vida, mis grandes maestros, al final me queda decir que su esfuerzo y sacrificio valió la pena porque este sueño que hoy lo realizo se los debo ustedes! Gracias por estar siempre ahí, ustedes han sido y serán mi motivación más grande para continuar y seguir alcanzando mis metas y objetivos.

A mis hermanos Cris, Gaby y a mi Abuelita Esperancita que me brindaron su cariño, paciencia y apoyo durante este largo camino que hoy culmina, gracias por compartir junto a mí momentos especiales como éstos. Y como olvidarme de una personita muy importante y valiosa para mí, la persona que me inspira a levantarme y continuar, quien a pesar de todo siempre tuvo las palabras precisas para robarme un millón de sonrisas, y alentarme a seguir! A ti Jhoncito! A mi querida compañera y amiga Mireya gracias por tu valiosa amistad sé que esto no fue sencillo pero lo logramos! una etapa más que se termina; y que la compartimos juntas.

A mis profesores Ing. Paladines Gustavo e Ing. Avilés Byron por el tiempo dedicado para el desarrollo de ésta investigación, por su valiosa colaboración, y por el apoyo recibido a lo largo de este trabajo. A la Ing. Cristina Pillajo gracias por su predisposición, paciencia y guía, fueron un valioso aporte para ejecutar ésta investigación.

Y finalmente un agradecimiento especial a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario quienes nos abrieron sus puertas y ofrecieron su apoyo para la elaboración del presente proyecto.

Belén Utreras

ÍNDICE DE PRELIMINARES

PORTADA	
CERTIFICADO, DIRECTOR, CODIRECTOR.....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	ii
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT.....	xx
JUSTIFICACIÓN	xxi
DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	xxiv
Principales Problemas Identificados	xxv
OBJETIVOS	xxvii
Objetivo General	xxvii
Objetivos Específicos.....	xxvii

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES.....	2

1.3. METODOLOGÍA	4
1.4. IDEA A DEFENDER.....	5
1.5. MARCO TEÓRICO	5
1.5.1. Evolución del Turismo Comunitario.....	5
1.5.1.1. Conceptualización del Turismo Comunitario	5
1.5.1.2. Inicios del Turismo Comunitario	7
1.5.1.3. Ejes Principales del Turismo Comunitario acorde a la FEPTCE	8
1.5.1.4. Características del sistema turístico comunitario.....	10
1.5.1.5. Formas de Gestión Turística Comunitaria	13
1.5.2. Orígenes de la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario...	16
1.5.2.1. Logros y obstáculos del proceso organizativos del turismo comunitario	17
1.5.2.2. Actuales Acuerdos Interinstitucionales.....	20
1.5.3. Planificación Estratégica En Turismo.....	20
1.6. MARCO CONCEPTUAL	22

CAPÍTULO II

2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	24
2.1. ANÁLISIS EXTERNO	24
2.1.1. Macro Ambiente.....	24
2.1.1.1. Entorno Económico	24
2.1.1.1.1. Tasa de desempleo	24
2.1.1.1.2. Tasa de inflación	34
2.1.1.1.3. Tasa de Interés.....	36
2.1.1.1.4. Análisis del PIB.....	38
2.1.1.1.5. Balanza Turística.....	39

2.1.1.2. Entorno Sociocultural	42
2.1.1.2.1. Factores Demográficos.....	42
2.1.1.2.1.1. Tamaño de la población y distribución a nivel nacional.....	42
2.1.1.2.1.2. Niveles de formación	44
2.1.1.2.1.3. Grupos Étnicos	47
2.1.1.3. Entorno Geográfico.....	50
2.1.1.3.1. Ubicación geográfica del Ecuador	50
2.1.1.3.2. Hidrografía	51
2.1.1.3.3. Orografía	52
2.1.1.3.4. Clima.....	52
2.1.1.3.5. Infraestructura vial	53
2.1.1.3.6. Servicios básicos	54
2.1.1.4. Entorno Tecnológico.....	55
2.1.1.4.1. Conectividad.....	55
2.1.1.4.2. Nuevas tendencias tecnológicas	56
2.1.1.5. Entorno Político	58
2.1.1.5.1. Forma de gobierno y Estabilidad política	58
2.1.1.5.2. Planes y programas Gubernamentales.....	58
2.1.1.6. Entorno Legal.....	62
2.1.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador	62
2.1.1.6.2. Leyes y reglamentos.....	62
2.1.1.6.3. Permisos de operación y funcionamiento.....	64
2.1.2. Microambiente	68
2.1.2.1. Atractivos Turísticos.....	68
2.1.2.2. Clientes, Turistas y/o visitantes	68

2.1.2.3. Competencia	69
2.1.2.4. Sustitutos.....	69
2.1.2.5. Proveedores.....	71
2.1.2.5.1. Ubicación de los emprendimientos consolidados	73
2.1.2.6. Organismos Reguladores	75
2.1.2.7. Matriz Competitiva De Porter.....	78
2.2. Análisis Interno	81
2.2.1. Constitución legal.....	81
2.2.2. Recursos y capacidades.....	81
2.2.2.1. Tangibles.....	82
2.2.2.1.1. Económicos y Financieros	82
2.2.2.1.2. Físicos.....	84
2.2.2.1.3. Tecnológicos	85
2.2.2.1.4. Estructura Organizacional	85
2.2.2.2. Intangibles.....	86
2.2.2.2.1. Humanos.....	86
2.2.2.2.2. Prestigio y reconocimiento.....	86
2.3. Análisis FODA FEPTCE	86
2.4. CADENA DE VALOR	89

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO	90
3.1. Estudio de la Oferta.....	90
3.1.1. Análisis cualitativo del turismo comunitario en Ecuador	90
3.1.2. Población de estudio de la Oferta.....	92
3.1.3. Aplicación de Censo.....	92

3.1.4. Instrumento de recolección de información	92
3.1.5. Tabulación e interpretación de resultados	93
3.2. Perfil del cliente de turismo receptivo.....	111
3.3. Estudio de la Demanda.....	114
3.3.1. Análisis de la demanda receptivo	114
3.4. Análisis de Precios	115
3.5. Análisis de Medios de Promoción.....	124
3.6. Análisis de Canales de Distribución.....	127
3.7. Análisis de Servicios que integran el Turismo Comunitario.....	129

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	130
4.1. Árbol de Problemas	131
4.2. Matriz de Marco Lógico.....	132
4.3. Matriz Estratégica	135
4.4. Desarrollo de Estrategias.....	137
4.4.1. Estrategia 1	137
4.4.2. Estrategia 2	151
4.4.3. Estrategia 3	158
4.4.4. Estrategia 4	169
4.4.5. Estrategia 5	178

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	186
5.1. Conclusiones	186
5.2. Recomendaciones.....	187
Bibliografía	188

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución del Mercado Laboral (Nacional)	25
Figura 2. Evolución de Indicadores Laborales, total rural	32
Figura 3. Evolución de Indicadores Laborales.....	34
Figura 4. Producto Interno Bruto	39
Figura 5. Ingresos por turismo y su ubicación en las exportaciones no petroleras	41
Figura 6. Mapa Político del Ecuador Fuente: Ecuador Fotos	51
Figura 7. Mapa Hidrográfico de Ecuador	52
Figura 8. Turismo Comunitario del Ecuador	71
Figura 9: Cinco Fuerzas Porter	79
Figura 10. Modelo Competitivo de Porter	80
Figura 11. Página Web de la FEPTCE.....	85
Figura 12. Estructura Organizacional de la FEPTCE	85
Figura 13. Cadena de Valor FEPTCE	89
Figura 14. Pregunta 1	93
Figura 15: Pregunta 2	94
Figura 16. Pregunta 3	95
Figura 17. Pregunta 4	96
Figura 18: Pregunta 5	97
Figura 19: Pregunta 6	98
Figura 20: Pregunta 7	99
Figura 21. Pregunta 8	100
Figura 22. Pregunta 9	101
Figura 23. Pregunta 10	102

Figura 24. Pregunta 11	103
Figura 25. Pregunta 12	104
Figura 26. Pregunta 12	105
Figura 27. Pregunta 12	106
Figura 28.Pregunta 13	107
Figura 29. Pregunta 14	108
Figura 30. Pregunta 15	109
Figura 31. Pregunta 16	110
Figura 32. Procedencia de Turistas Internacionales.....	112
Figura 33. Comunidad la Calera	113
Figura 34. Comunidad La Calera	113
Figura 35.Página Web de la FEPTCE.....	125
Figura 36. Redes Sociales FEPTCE.....	126
Figura 37.Página Web Red Runa Tupari	127
Figura 38.Página web CORDTUCH.....	128
Figura 39.Canal Indirecto.....	128
Figura 40. Árbol de problemas.....	131
Figura 41. Diseño de Plegable (Anverso)	161
Figura 42. Diseño Plegable (Reverso)	162
Figura 43. Diseño Plegable Inglés (Reverso).....	164
Figura 44. Diseño Brochure (Reverso)	165
Figura 45. Diseño Brochure (Anverso).....	166
Figura 46. Diseño Brochure Inglés (Anverso)	168
Figura 47. Diseño Brochure Inglés (Reverso).....	168
Figura 48. Pantalla de la FEPTCE	170

Figura 49. Prototipo De Pantalla.....	173
Figura 50. Página FEPTCE.....	173
Figura 51. Informe de pruebas.....	177
Figura 52. Modelo de Afiche.....	180

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Comunidades Consolidadas por la FEPTCE.....	xxiii
Tabla 2. Problemas Identificados en la Operación Turística Comunitaria ...	xxvi
Tabla 3. Detalle de la Metodología de Investigación.....	4
Tabla 4. Composición de la Población: Total Nacional.....	31
Tabla 5. Evolución de Indicadores Laborales.....	33
Tabla 6. Inflación Anual.....	35
Tabla 7. Tasa de Interés Activa.....	36
Tabla 8. Tasa de Interés Pasiva.....	37
Tabla 9. Balanza Turística por Trimestres.....	40
Tabla 10. Población a nivel Ecuador.....	42
Tabla 11. Distribución de la Población de las comunidades por provincia.....	43
Tabla 12. Distribución por edades.....	44
Tabla 13. Indicadores Educativos.....	44
Tabla 14. Nivel de Formación Académica a nivel de Comunidades.....	45
Tabla 15. Composición del Ingreso Corriente Mensual, según área geográfica.....	46
Tabla 16. Vías de acceso de las Comunidades por provincia según tipo.....	53
Tabla 17. Servicios Básicos que disponen las comunidades por provincias.....	54
Tabla 18. ONGS que brindan apoyo al sector turístico.....	61
Tabla 19. Comunidades consolidadas por la FEPTCE.....	72

Tabla 20. Proyectos Comunitarios de Ecuador	74
Tabla 21. Matriz Estratégica FODA FEPTCE	87
Tabla 22. Matriz Estratégica FODA Comunidades consolidadas por la FEPTCE.	88
Tabla 23. Pregunta 1	93
Tabla 24. Pregunta 2	94
Tabla 25. Pregunta 3	95
Tabla 26. Pregunta 4	96
Tabla 27. Pregunta 5	97
Tabla 28. Pregunta 6	98
Tabla 29. Pregunta 7	99
Tabla 30. Pregunta 8	100
Tabla 31. Pregunta 9	101
Tabla 32. Pregunta 10	102
Tabla 33. Pregunta 11	103
Tabla 34. Pregunta 12	104
Tabla 35. Pregunta 12	105
Tabla 36. Pregunta 12	106
Tabla 37. Pregunta 13	107
Tabla 38. Pregunta 14	108
Tabla 39. Pregunta 15	109
Tabla 40. Pregunta 16	110
Tabla 41. Ingreso de Turistas a las Comunidades.....	115
Tabla 42. Análisis de precios entre productos turísticos comunitarios.....	116
Tabla 43. Paquete N° 1	117

Tabla 44. Paquete N° 2.....	119
Tabla 45. Paquete turístico N°3.....	122
Tabla 46. Matriz Marco Lógico	132
Tabla 47. Presupuesto por estrategia.....	134
Tabla 48. Matriz Estratégica	135
Tabla 49. Presupuesto estrategia 1 actividad 1	139
Tabla 50. Ficha para el registro del visitante	140
Tabla 51. Ficha para el registro del visitante (extranjero)	141
Tabla 52. Ficha Identificación de actores de la comunidad.....	142
Tabla 53. Presupuesto estrategia 1 actividad 2	143
Tabla 54. Encuesta de Satisfacción al cliente	144
Tabla 55. Ficha Calificación de servicios Turistas Extranjeros.....	145
Tabla 56. Presupuesto estrategia 1 actividad 3	146
Tabla 57. Páginas de Redes Comunitarias	151
Tabla 58. Presupuesto estrategia 2 actividad 1	154
Tabla 59. Presupuesto estrategia 2 actividad 4	157
Tabla 60. Presupuesto estrategia 3 actividad 3	160
Tabla 61. Directorio Telefónico.....	175
Tabla 62. Servicio requerido para la contratación	176
Tabla 63. Presupuesto estrategia 4 actividad 3	178
Tabla 64. Presupuesto estrategia 5 actividad 3	181
Tabla 65. Ficha planificación congreso	182
Tabla 66. Ficha planificación congreso estudiantes.....	183
Tabla 67. Itinerario actividades congreso	184

ANEXOS

Anexo A: Solicitud de Afiliación para ser miembro de la FEPTCE.....	199
Anexo B: Solicitud de Registro Comunitario Ministerio de Turismo	200
Anexo C: Inventario de Atractivos	202
Anexo D: Encuesta aplicada a las agencias tour operadoras (OPTUR).....	235
Anexo E: Proformas.....	239
GLOSARIO DE ABREVIATURAS.....	243

RESUMEN

En la actualidad y no desde hace mucho tiempo, se conoce que las comunidades se están organizando a fin de realizar actividades que les permita obtener utilidades y lograr un desarrollo social, es por ello que la presente investigación tiene como finalidad promover de manera adecuada alternativas para mejorar la calidad de vida, fomentando un desarrollo turístico comunitario, incentivando a la preservación de costumbres, tradiciones y evitando la migración a las grandes ciudades en busca de fuentes de empleo. Las alternativas propuestas en el presente proyecto servirán como aporte en el desarrollo de la comercialización del turismo comunitario en el país, el objetivo sugiere incrementar la afluencia de turistas a las comunidades a través de estrategias promocionales, mejoramiento de procesos logístico- organizacionales y alternativas para revitalizar expresiones culturales y ancestrales, la investigación está enfocada específicamente a los treinta y tres emprendimientos turísticos consolidados por la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario en el Ecuador), los cuales se encuentran distribuidos en las diferentes regiones de la siguiente manera: seis en la Costa, veinte en la Sierra, siete en la Amazonía, es importante mencionar que cada uno de ellos cuenta con un alto potencial turístico, en el cual la FEPTCE ha tenido su enfoque para generar diferentes proyectos que colaboren con el mejoramiento del turismo comunitario, cabe resaltar que previo a la propuesta se realizó un estudio de mercado, el mismo que tuvo como objetivo recabar información que sea de utilidad para la elaboración de las diferentes estrategias presentadas en el presente proyecto.

PALABRAS CLAVES: FEPTCE, TURISMO COMUNITARIO, COMERCIALIZACIÓN, ESTRATEGIAS, MEJORAMIENTO.

ABSTRACT

Today, not long ago known that communities are organizing to carry out activities that allow them to profit and achieve social development, which is why this research is to promote alternatives to adequately improve the quality of life, fostering a community tourism development, encouraging the preservation of customs, traditions and preventing migration to big cities in search of jobs. The alternatives proposed in this project will serve as input in the development of community tourism marketing in the country, the goal suggests increasing the influx of tourists to communities through promotional strategies, improving organizational processes and alternatives logístico- to revitalize and ancestral cultural expressions, research is focused specifically on the thirty-three tourism ventures consolidated by the FEPTCE (Plurinational Federation of Community Tourism in Ecuador), which are distributed in different regions as follows: six in the Costa twenty in the Sierra, seven in the Amazon, it is important to mention that each of them has a high tourism potential, in which the FEPTCE has had its approach to generate different projects to help with the improvement of community tourism, it is worth noting that prior to the proposed market research was conducted, the same that aimed to collect information that is useful for the development of different strategies presented in this project.

KEYWORDS: FEPTCE, COMMUNITY TOURISM, MARKETING, STRATEGIES, IMPROVEMENT.

TEMA: “ALTERNATIVAS PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR, AVALADO POR LA FEPTCE”

JUSTIFICACIÓN

Tomando referencia el último Censo realizado por el INEC en el año 2010, señala que Ecuador cuenta con una población superior a los 14 millones de habitantes con una tasa de crecimiento poblacional total anual del 1.52%. La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (CODENPE) señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afro ecuatorianos.

El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afroecuatorianas. (Ministerio de Turismo, 2007)

Tomando en cuenta que el turismo comunitario es un eje importante dentro del desarrollo turístico nacional, el uso adecuado de este es indispensable para diversificar la oferta turística existente y con ello ganar nuevos nichos de mercado, incrementando de esta manera el número de turistas que ingresan al país.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), como organización representativa del sector turístico comunitario, viene generando propuestas estratégicas encaminadas a mejorar de manera decisiva el nivel de participación de las poblaciones indígenas, campesinas, montubias y negras del

Ecuador en el desarrollo del turismo, para lo cual requiere de la suma de esfuerzos más sistemáticos y simultáneos en diversos ámbitos y niveles de actuación, así como una cooperación interinstitucional entre los sectores público, privado y comunitario. (Revista Transport, 2009)

Así pues en el Ámbito Técnico se desarrolla en las siguientes áreas:

- Orientación y motivación a las comunidades que están interesadas en desarrollar propuestas de turismo comunitario autogestionarias.
- Procesos de capacitación en todas las áreas de manejo turístico (Organización, Comercialización, técnica, legal, entre otros).
- Elaboración, manejo e implementación de proyectos de desarrollo en turismo, en manejo ambiental, en revitalización cultural, en procesos organizativos, aspectos legales, entre otros.
- Asesoría y apoyo técnico en diseños y construcciones alternativas. (Federación Plurinacional del Turismo Comunitario en el Ecuador, 2009)

En los siguientes años se fueron creando organizaciones regionales y algunas provinciales. En la actualidad la FEPTCE cuenta con cinco redes regionales: Sierra Norte, Sierra Centro, Austro, Amazonía y Costa o Litoral. Y cuatro provinciales: Chimborazo, Imbabura, Cañar y Sucumbíos.

En todo el territorio ecuatoriano existen aproximadamente 120 emprendimientos de Turismo comunitario, de los cuales aproximadamente 33 se encuentran consolidados, el resto están en proceso de desarrollo a diferentes niveles, en la tabla descrita en la parte inferior se detallan los 33 emprendimientos consolidados por la FEPTCE y los cuales constituyen el universo o población para el desarrollo del presente:

Tabla 1.**Comunidades Consolidadas por la FEPTCE**

PROVINCIA	COMUNIDAD	RED
Esmeraldas	Muisne	Red de Turismo de Muisne
Manabí	Agua Blanca Isla Corazón, Las Tunas, Salango,	Forman parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentran asociadas a una red turística
Azuay	Carmen de Jadán (Aguarongo)	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Cañar	Sisid Añejo, Caguanapamba, Charón Ventanas,	SUMAK PACHA (Red)
Loja	Lagunas Ñamarin	SARAGURO RICUY (Red)
Imbabura	Nangulví, Manduriacos - Chontal, Junin, Magdalena Morochos Calera Palo Amarillo Santa Bárbara Tunibamba Pijal.	RUNA TUPARI (Red) RED ECOTURÍSTICA INTAG
Pichincha	Yunguilla,	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Chimborazo	Pulingui (Casa Cóndor). Palacio Real	CORTUCH (Red)
Bolívar	Salinas de Guaranda	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Orellana	Añangu,	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Pastaza	Curaray Liquiino, Wapuno CTC Chuntapacha,	Red Arajuno (Red)
Sucumbíos	Shayari-Atari, Limoncocha,	CORTUS (Red)
Napo	Capirona y Río Blanco	RICANCIE (Red)

Fuente: FEPTCE**Elaborado por:** Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

En este sentido, la FEPTCE, requiere de estudios y estadísticas a detalle para conocer el comportamiento de la demanda y las características específicas de cada una de las 33 iniciativas de turismo comunitario que la organización lo han identificado previamente. En base a esta información, los líderes comunitarios en conjunto con sus técnicos puedan definir con claridad las mejores alternativas de promoción y comercialización.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Al ser Ecuador un país pluriétnico, pluricultural y biodiverso ha captado la atención de un gran número de visitantes quienes practican un turismo tradicional; sin embargo, existen otro tipo de tendencias turísticas, una de ellas compete al turismo comunitario el cual se ha venido desarrollando de a poco puesto que el interés por promover su desarrollo ha sido mínimo por parte de anteriores gobiernos a pesar de poseer gran riqueza cultural y natural. Acorde a una encuesta piloto aplicada a los agentes operadores de la ciudad de Quito se aduce que una de las causas puede ser el desconocimiento o confusión que ha existido a lo largo del tiempo desde su definición hasta el desarrollo de actividades que pueden realizarse dentro de esta tendencia turística. En estos últimos años gracias al apoyo de ciertos programas gubernamentales el turismo comunitario ha ido incrementando de forma paulatina en diferentes lugares del Ecuador sin embargo aún no se encuentra consolidado completamente para generar un desarrollo sostenible y sustentable a las comunidades.

Desde el año 2002 la FEPTCE ha venido trabajando en pro del turismo comunitario, pero aún el nivel promocional hacia esta tendencia es insuficiente en relación con un turismo tradicional a nivel nacional.

Alrededor de 10 experiencias de turismo comunitario han colapsado, y muchas otras se encuentran estancadas o desmotivadas, porque pese a que cuentan con cantidad y diversidad de atractivos, equipamientos e instalaciones turísticas en buenas condiciones, es poca o casi nula la afluencia de visitantes a sus localidades. Son escasos los emprendimientos que han tenido un éxito relativo. El principal problema

es el poco conocimiento que tienen del mercado turístico (escasa información especializada sobre este tema), consecuentemente tiene debilidades al momento de configurar un producto turístico interesante que satisfaga las expectativas de la demanda nacional e internacional, porque no se sabe los requerimientos específicos de la demanda y la dinámica del mercado, los mensajes promocionales y publicitarios son muy generales y pierden eficacia a momento de captar el interés o la motivación del potencial cliente o consumidor. En este mismo orden, no se está aprovechando las nuevas tecnologías de información como herramienta clave para la difusión, promoción y comercialización.

De continuar con esta tendencia, la organización nacional, así como las regionales y las provinciales estarían en graves problemas de sobrevivencia, porque los procesos no están siendo sostenibles económicamente. Por lo que esta novedosa e interesante forma de gestión solidaria de turismo podría ser absorbida por la empresa privada que conoce perfectamente el funcionamiento del sistema turístico.

Existe una gran oferta de productos por parte de los emprendimientos turísticos sin embargo aún no satisface en un cien por ciento a la demanda es por ello que acorde a un análisis de estos dos importantes factores permitirá diseñar estrategias capaces de influir en el mejoramiento de dichas localidades tratando de incrementar su promoción en consecuencia la comercialización y colaborar en un desarrollo económico.

Principales Problemas Identificados

A nivel del sector turístico al momento de llevar a cabo la ejecución de un paquete se suscitan ciertos inconvenientes que ocasionan que el producto no cumpla en su totalidad el nivel de satisfacción del cliente.

A continuación se detallan los inconvenientes con mayor relevancia dentro del sector turístico:

Tabla 2.
Problemas Identificados en la Operación Turística Comunitaria

SERVICIOS Y ACTIVIDADES	PROBLEMAS IDENTIFICADOS
ALIMENTACIÓN	La alimentación no se identifica como un problema relevante, gracias a la gran variedad de productos que existen en las diferentes regiones del país se puede ofrecer al turista una amplio menú gastronómico
TRANSPORTE E INFRAESTRUCTURA VIAL	La infraestructura vial en Ecuador, ha mejorado de manera ideal para la promoción de sitios turísticos; sin embargo, dentro de este mejoramiento se encuentran las carreteras principales,mas no las vías de acceso al sector rural ya que en algunos casos estas aún se encuentran en condiciones deficientes y un tanto complicadas para que turista pueda acceder y realizar actividades turísticas comunitarias. El transporte terrestre (público) es económico sin embargo en ciertas ocasiones es un tanto limitado para acceder a una comunidad
GUIANZA	Es importante mencionar que dentro de las comunidades existen guías locales sin embargo sería importante que se encuentren en constante capacitación para que tengan conocimientos actualizados y puedan socializar de mejor manera con el turista. Otro aspecto relevante dentro del campo de guianza es el idioma, si bien es cierto el idioma es parte de la riqueza cultural de cada comunidad sin embargo existe mayor demanda de turistas extranjeros que llegan a las mismas es por ello que sería importante que el equipo de guías domine o tenga conocimientos básicos del idioma inglés

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

OBJETIVOS

Objetivo General

- Diseñar alternativas a través de estrategias de comercialización y promoción para mejorar el turismo comunitario en Ecuador.

Objetivos Específicos

- Fundamentar la situación actual en la que se encuentra el turismo comunitario en base a documentación y estadísticas desarrolladas a nivel nacional.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del turismo comunitario en el Ecuador.
- Proponer estrategias para promover un desarrollo de los productos turísticos comunitarios asociados a la FEPTCE a través de la promoción y publicidad.

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. INTRODUCCIÓN

Acorde a un artículo publicado en el Diario “El Telégrafo menciona:

Actualmente el Gobierno se ha tomado muy en serio la necesidad de fomentar el turismo, y lo ha incluido como parte de los sectores que posibilitarán el cambio de la matriz productiva del país. Esta transformación implica una economía menos dependiente de “bienes finitos” como el petróleo y las materias primas, y que desarrolle conocimiento, productos con alto valor agregado y servicios en los que la innovación y el talento humano sean claves. (El Telegrafo, 2014)

La riqueza paisajística del Ecuador se caracteriza por su extraordinaria diversidad en flora, fauna, complementada, a su vez con una variedad en pisos climáticos que encierra cada una de sus regiones .La población que habita dentro de ellas ha desarrollado un exuberante conjunto de culturas , lenguas ;y tradiciones, es por ello que la nación ecuatoriana resulta de una combinación dada por varios componentes, lo cual constituye una oportunidad para compartir talentos, destrezas y formas de vida.Dentro del campo turístico se destacan varias tendencias, una de ellas es el Turismo Comunitario mismo que acorde a la FEPTCE (organismo sin fines de lucro) y cuyo objetivo es aportar para generar un desarrollo sostenible y sustentable manifiesta que turismo comunitario es:

La relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo 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. (FEPTCE, 2013)

Es importante mencionar que la presente investigación engloba un análisis acerca de los diversos factores que afectan o favorecen el desarrollo de esta tendencia turística, es por ello que se elaboró un estudio de mercado mediante el cual permitirá conocer la situación actual en la que se encuentra este tipo de turismo, cabe resaltar que la información obtenida servirá como fuente principal para el desarrollo de las diferentes estrategias, las cuales constituyen un aporte dentro del mejoramiento de la comercialización de productos turísticos comunitarios.

1.2. ANTECEDENTES

Con base en escritos de “información a usuarios” facilitado por el Ministerio de turismo, el auge de la actividad turística empieza desde el año 1930, con la promulgación de la primera ley en materia turística, “Ley de fomento Turístico” (eliminación de impuestos para el turista), después de seis años esta ley fue modificada y su interés se enfocó por la promoción e incentivos para quienes desarrollen empresa en el ámbito del turismo. La primera manifestación de promoción oficial de turismo se dio durante el Gobierno del Presidente Galo Plaza Lasso (1948-1952), quien creó la primera oficina de turismo adscrita a la Presidencia de la República. A cargo de esta oficina estuvo la realización de la primera “caravana” por Estados Unidos, llevando folletería y artesanías típicas del país.

En el año de 1961 Galápagos por ser un sitio de gran valor natural y científico fue declarado una Estación biológica; y en el año de 1964 se faculta la Estación ligada Charles Darwin como “zona de Reserva o Monumentos Naturales”, a esto se suma la creación de normas que permitieron la regulación de la actividad turística así como: permisos de funcionamiento y sus respectivas sanciones. Se registra como primera institución ligada al Ministerio de Fomento “La Corporación ecuatoriana de turismo” (CETURIS) en 1964 entre otras se menciona: año 1970 Dirección Nacional de Turismo; año 1992 Ministerio de Información y turismo; años 1995-1998 Ministerio de Turismo; año 1999 Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización Pesca y turismo; año 2000 Ministerio de turismo y ambiente.

A partir de la década de los 80 surge las primeras iniciativas de turismo comunitario dentro del país, sin embargo es sancionado por las autoridades competentes en dicha década, argumentando que ésta tendencia no se reconoce como modalidad turística, puesto que no se encontraba respaldada dentro de la ley y reglamento turístico.

Para el año 2000, se establecieron bases para llevar a cabo la gestión turística planificada de acuerdo a una nueva perspectiva política del estado, la misma que se expresó en la ley de turismo del año 2000, siendo una de las principales implementaciones, la descentralización turística en los gobiernos locales, la creación de estadísticas turísticas, el estudio de mercados y sobre todo el impulso del turismo comunitario junto con la organización FEPTCE, que da inicio así a la participación comunitaria del país, el Ministerio de Turismo reconoció a esta organización como el protagonista en la regulación y definición del turismo comunitario como una actividad turística. (FEPTCE, 2009)

Sin embargo durante los años 2004 y 2005 se produce un estancamiento en el desarrollo turístico comunitario a nivel nacional debido a la rotación de tres ministros de turismo en el lapso de dos años, tiempo en el cual la FEPTCE aprovecha para reorganizarse y consolidarse internamente, elaborando el plan quinquenal bajo el soporte de diferentes entidades externas y organismos internacionales en defensa de los pueblos indígenas. Gracias a éste valioso aporte desde el año 2005 en adelante el turismo comunitario, es reconocido en la nueva ley de turismo, y se consolida la Federación Nacional de Turismo Comunitario (FEPTCE) cuyo objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los pueblos y revitalizar la cultura.

El sector turístico ha permitido que los residentes de las diversas comunidades optimicen y valoren sus activos patrimoniales: recursos culturales, naturales, físicos y humanos generando consigo, un desarrollo de competencias técnicas y empresariales, mismas que se encuentran respaldadas por entidades como FEPTCE, MINTUR entre otras.

1.3. METODOLOGÍA

Se utilizará el método inductivo que es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular y desarrollar los temas y subtemas de la investigación de tesis. El método inductivo: es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

Tabla 3.

Detalle de la Metodología de Investigación.

ETAPAS	MÉTODOS	TÉCNICAS	RESULTADOS
Fundamentación Teórica	Histórico Lógico Inductivo- Deductivo	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de textos, revistas, páginas web y documentos afines que tengan relación con el tema a tratar. Observación 	Permite recopilar información de manera cronológica para conocer ciertos antecedentes y evolución histórica que ha tenido el turismo comunitario de tal forma que este tipo de información sea el punto de partida para el diseño de estrategias.
Diagnóstico	Estadístico Analítico- Sintético	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta 	<p>Tabulación de resultados obtenidos a través de graficas estadísticas</p> <p>Interpretación de graficas estadísticas para recabar información que colabore con la investigación.</p> <p>Obtener datos importantes acerca de la situación actual del turismo comunitario en Ecuador.</p>
Propuesta	Analítico- Sintético	<ul style="list-style-type: none"> Observación 	En conjunto con los resultados obtenidos por la encuesta y la observación servirán como complemento para el desarrollo de las diferentes estrategias que aporten al turismo comunitario

Fuente: (Hernández, 2006)

Autor: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

1.4. IDEA A DEFENDER

En la actualidad y no desde hace mucho tiempo, se conoce que las comunidades se están organizando a fin de realizar actividades que les permita obtener utilidades y lograr un desarrollo social, es por ello que la presente investigación tiene como finalidad promover de manera adecuada una alternativa para mejorar la calidad de vida, fomentando un desarrollo turístico comunitario, incentivando a la preservación de costumbres, tradiciones y evitando la migración a las grandes ciudades en busca de fuentes de empleo.

La presente investigación tiene como finalidad elaborar diversas estrategias que brinden un aporte positivo al desarrollo sostenible y sustentable de las comunidades que se encuentran asociadas a la FEPTCE.

1.5. MARCO TEÓRICO

1.5.1. Evolución del Turismo Comunitario

1.5.1.1. Conceptualización del Turismo Comunitario

El Ecuador por ser un potencial destino turístico con una alta demanda en el mercado, tanto nacional como internacional, ha posibilitado la existencia de diferentes alternativas de desarrollo turístico, siendo una de las particularidades el turismo comunitario que busca el involucramiento de las personas en su diario vivir, el mismo que se desarrolla en su entorno natural y cultural de gran riqueza.

El turismo comunitario se describe como la unión de varias familias que promueven un aprovechamiento consciente de los recursos naturales, culturales, patrimoniales de una localidad específica como alternativa económica, a fin de generar ingresos equitativos para todos los miembros de la comunidad, a través de la creación de varios emprendimientos cuyos servicios satisfagan las necesidades del turista. (Benson, 2010).

Con esta definición se aduce que el turismo comunitario es más que una tendencia o motivación de viaje, es una gestión innovadora y de vocación socialmente responsable que crece y se esparce ampliamente por todo el mundo y que al pasar los años se ha convertido en una alternativa vigorosa para incrementar el turismo en Ecuador; por otra parte, se establece como una lucha constante que persigue una realidad más justa y equitativa para los que menos tienen, aquí es donde se manifiestan enfáticamente las bondades de esta actividad y así lo confirma un alto porcentaje de empleo generado a nivel de las comunidades; es por ello que se convierte en razón suficiente para sustentar los beneficios descentralizados que ofrece el turismo comunitario al país.

El texto Hacia el Objetivo del Milenio de reducir la pobreza en América Latina y el Caribe menciona:

Ecuador, Bolivia y Perú se enfrentan a elevados niveles de pobreza y desigualdad. El turismo hacia estos países tiene un enorme potencial para ayudar a mejorar las condiciones de vida de comunidades indígenas y fomentar el turismo comunitario. Para países en desarrollo, el turismo comunitario tiene un enorme potencial puesto que ayuda a mejorar las condiciones de vida de comunidades más vulnerables, convirtiéndose en uno de los principales motores para generar ingresos permitiendo así el progreso y crecimiento de dichas comunidades. Las Agencias Internacionales de Desarrollo consideran este turismo con suficiente potencial para ayudar en: la reducción de la pobreza, protección del ambiente y en las relaciones interculturales, a fin de crear sociedades más tolerantes. (NU. CEPAL, 2009)

De acuerdo a la definición citada menciona al turismo comunitario como una confluencia en la búsqueda de alternativas económicas y sociales complementarias a sus actividades tradicionales en la generación de ingresos, empleo, pero también constituye una estrategia de conservación, acceso y control de recursos naturales y revalorización de su patrimonio cultural.

1.5.1.2. Inicios del Turismo Comunitario

De acuerdo al texto Turismo Comunitario en Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social menciona que:

Dentro de América Latina, se suele señalar al Ecuador como el país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en Ecuador en una actividad estratégica para muchas comunidades, ya que actúa como catalizador de diferentes procesos. A pesar de que tiene una extensión pequeña, es considerado como uno de los países más diversos en especies y ecosistemas a nivel mundial. El turismo comunitario en Ecuador ha despuntado en varias instancias internacionales como una nueva alternativa para los viajeros. (Ruiz Ballesteros & Solis Carrion, 2007)

El turismo en el país inicia en los años 50 y a partir del siglo XX se han obtenido los siguientes logros:

1. En 1968 a partir del posicionamiento de las Islas Galápagos, declarada como patrimonio natural mundial por la UNESCO (1975), se propicia la llegada de turistas, donde este mercado es conocido como “Ecoturismo”, convirtiéndose en un potencial para las comunidades.
2. Durante las tres últimas tres décadas del siglo XX se incorpora el concepto de turismo comunitario.
3. La incorporación de este concepto beneficia a 3.000 familias del sector rural ecuatoriano. Gracias a la posición geográfica, la cordillera de los Andes; y, a que existe una gran variedad de zonas climáticas que pueden ser aprovechados por la población ecuatoriana.
4. En agosto de 1992 se crea el Ministerio de Turismo. (MINTUR)

5. En 1993, The Ecotourism Society señala a Ecuador como líder mundial en ecoturismo comunitario. (MINTUR, 2012)
6. En 1998 el “Foro Nacional sobre la participación Comunitaria en Ecoturismo” organizado por la ASEC, ilustra una investigación de un apropiamiento del turismo por parte de las comunidades.
7. En el año 2000 el sector privado y del mercado integra el turismo de la naturaleza y turismo comunitario ofertado por las comunidades indígenas.
8. “En el año 2002 se crea la FEPTCE, (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), mediante Acuerdo No. 059 expedido por el Ministerio de Turismo, con el fin de incentivar el turismo comunitario”. (FEPTCE, 2011)
9. En el año 2002 la Organización de Naciones Unidas declaró “Año Internacional de Ecoturismo”, donde se llevaron a cabo iniciativas y prácticas relativas al turismo en regiones de poblaciones pobres. En este mismo sentido la declaración de Quebec visibiliza las formas de turismo que aporta al desarrollo sostenible contribuyendo a las comunidades indígenas y poblaciones en condiciones de pobreza. (Ballesteros & Solis, 2007)

1.5.1.3. Ejes Principales del Turismo Comunitario acorde a la FEPTCE

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE) manifiesta que para un desarrollo turístico comunitario sostenible es importante tomar en cuenta los siguientes cuatro pilares:

Fortalecimiento Organizativo.

- “Consolidar una estructura organizativa fuerte
- Tomar decisiones consensuadas con visión de grupo.
- Resolver conflictos internos con autonomía e independencia”

“Tejemos nuestra estructura organizativa local, regional y nacional como parte fundamental para la reivindicación de nuestros derechos” (FEPTCE, 2009)

Revitalización Cultural

- Revalorar los principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad y con la Pachamama.
- Retomar nuestros símbolos.
- Recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina, agricultura
- Revitalizar las expresiones culturales como la música la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas.
- De-colonizar nuestra forma de pensar, de hacer y de ser.

“Retomamos la espiritualidad y la vida en total armonía con la naturaleza, es decir asumimos nuestra auténtica cosmovivencia”. (FEPTCE, 2009)

Gestión Del Territorio

- Generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: tolas, pucaras, tambos, caminos, terrazas, pircas.
- Defender el territorio de las actividades extractivitas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y cultural.
- Delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades.
- Garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades.
- Exigir el cumplimiento de los derechos colectivos, de la naturaleza y humanos consagrados en la constitución.
- Recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.

“Defendemos y planteamos alternativas de manejo de los territorios de vida de los pueblos y nacionalidades desde el turismo comunitario, frente a otras actividades que desequilibran nuestra Pachamama.” (FEPTCE, 2009)

Economía Solidaria

- “Dinamizar e integrar la economía local
- Fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios.
- Desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables.
- Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario”.

“Generamos beneficios económicos para la comunidad, heredera del patrimonio cultural y natural, a través del turismo comunitario.” (FEPTCE, 2009)

1.5.1.4. Características del sistema turístico comunitario

De acuerdo al manual “Planificación turística” elaborado por la FEPTCE manifiesta que las características del turismo comunitario competen a los siguientes puntos:

a) Principales Atractivos del Turismo Comunitario

- Vestimenta típica
- Música y danza
- Artesanías
- Museos Etnográficos
- Arquitectura tradicional
- Mitos y leyendas
- Fiestas Populares
- Rituales
- Medicina Tradicional
- Gastronomía Local
- Vestigios Arqueológicos

b) Principales Instalaciones del Turismo Comunitario

- Centros de interpretación cultural
- Talleres artesanales acondicionados
- Bibliotecas de cuentos, mitos y leyendas
- Guías nativos
- Centros de alquileres de transporte ecuestre
- Escenarios para rituales
- Señalización Turística
- Escenarios acondicionados para la realización de eventos gastronómicos
- Escenarios acondicionados para la realización de eventos de música y danza
- Tiendas de alquiler de equipos de montaña
- Miradores
- Huertos demostrativos de agricultura orgánica

c) Principales Equipamientos de Turismo Comunitario:

- Alojamientos en viviendas indígenas o campesinas
- Hosterías Comunitarias
- Refugios Comunitarios
- Restaurantes de comidas Típicas
- Aulas Didácticas
- Centrales de información y reservas
- Locales Comerciales
- Centros de Internet
- Cabinas telefónicas

d) Principales Servicios de Infraestructura para el Turismo Comunitario

- Vías lastradas
- Sistema de energía alternativos
- Sistema de pozos sépticos

- Sistemas de recolección de basura
- Centros de primeros Auxilios
- Centros de acopio o reciclaje de basura

e) Principales Instituciones que forman parte de la Superestructura Turística

- MINTUR
- FEPTCE
- Redes regionales, cantonales de turismo comunitario
- Universidades
- Cabildos
- Asociación de Artesanos
- Fundaciones de Apoyo al turismo Comunitario
- Asociación de productores agroecológicos
- Gobiernos Locales
- Concejos Provinciales

f) Principales Actividades a desarrollarse en un centro de Turismo Comunitario:

- Visita a centros de interpretación cultural
- Participación en cursos de idiomas, gastronomía típica, artesanías, música, danzas, en fiestas y manifestaciones religiosas y culturales.
- Visita a vestigios arqueológicos
- Compra de artesanías
- Asistencia a espectáculos de carácter cultural
- Participación en recreaciones históricas
- Aprendizaje y descubrimiento de tradiciones
- Participación en rituales

g) Demanda del turismo comunitario

La tipología de turismo comunitario siempre tendrán dentro de su demanda, a turistas generales y turistas puros, la diferencia entre ellos radica en el aspecto motivacional que determinó su desplazamiento hasta el sitio de producción de servicios.

Si el motivo de viaje fue compartir las costumbres, tradiciones y hábitos de las comunidades, se trata de turistas comunitarios puros, pero si la visita a una comunidad lo realizó como complemento de su viaje, se trata de un turista comunitario general.

h) Enfoque sociocultural del turismo comunitario

Tomando en cuenta un enfoque social el producto debe ser administrado en forma participativa las decisiones serán tomadas en consenso y cuyos beneficios que genere el turismo sean reinvertidos en la organización o distribuidos en forma equitativa.

Desde la perspectiva cultural, el turismo comunitario fomenta el rescate del patrimonio cultural tangible e intangible y de su comunidad, para ponerlo en valor de sus integrantes y particularmente frente al mercado turístico, orientando la concienciación y capacitación de un verdadero reencuentro con su pasado, que les permita fortalecer su identidad, como la mejor estrategia para evitar la transculturización que el fenómeno turístico trae consigo.

1.5.1.5. Formas de Gestión Turística Comunitaria

Es importante tomar en cuenta cuales son las formas de gestión turística comunitaria para lo cual se considerara lo más relevante de lo enunciado por el Dr. William Ochoa Parra, en su texto “Guía Básica de estudio de turismo comunitario y Solidario” en el cual señala que para entender de mejor manera cual es el modelo de gestión aplicar es necesario realizar las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo funciona la prestación de servicios turísticos en una comunidad?
- ¿Intervienen todas/os los miembros de una comunidad cuando les visita un turista?
- ¿Son solo grupos de familias o de personas las que prestan los servicios?”

En este mismo documento se manifiesta que existen tres formas aceptadas por la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) y por las asociaciones gremiales adscritas a ella (2009), para hacer turismo comunitario en Ecuador, las cuales se detallan:

a) Gestión directa de la Comunidad

“La propiedad y administración del emprendimiento turístico asume la Comunidad en forma directa”. (FEPTCE, 2010)

Es decir que ésta se encargará de adecuar espacios acorde a los recursos que disponen a nivel colectivo es por ello que destinaran lugares para: alojamiento, alimentos y bebidas, atractivos turísticos entre otros cabe recalcar que todos estos bienes son propiedad colectiva es decir de todos los habitantes de la comunidad, o a su vez porque la comunidad se reúne y designa quien o quienes de sus habitantes brindan servicios turísticos.

Dentro de este modelo de gestión la persona jurídica que representa a la comunidad (llámese Comuna, Asociación, Centro, Palenque, Recinto, entre otros), es la titular o propietaria jurídica de esos bienes, y es quien organiza el sistema de comercialización de su oferta turística. Este sistema es resuelto en asamblea general, y es el Cabildo o directorio el que ejecuta las acciones, a través de los socios o pobladores, de las familias que se han preparado y que pertenecen a la Comunidad, resolviendo también los detalles de los servicios. (Ochoa Parra, 2012)

b) Gestión de una Organización Comunitaria

Dentro de la mayor parte de comunidades que residen en las regiones naturales del país Costa, Sierra Oriente, los Cabildos y Dirigentes no han puesto interés en el uso adecuado de los recursos culturales y naturales para beneficio colectivo, y ante las iniciativas de las diferentes familias por recibir a turistas y visitantes con el apoyo de la comunidad, han sido contrarios o indiferentes. Cuando se verifica el apoyo de la comunidad hacia las familias dedicadas a la prestación de servicios turísticos, una parte de las ganancias o utilidades les son entregadas, o a su vez la situación social de la población de una Comunidad mejora con el ejercicio del turismo prestado por cierto grupo de familias organizadas y es ahí donde se aduce un desarrollo turístico comunitario. Por tanto, las actividades que realicen las familias, aisladas de la voluntad de la comunidad, simplemente se trata de turismo privado o asociativo; como tipología será turismo cultural, etnográfico, de pueblos, arqueológico, entre otras denominaciones.

Se ha constatado que cuando las iniciativas familiares demuestran efectividad, en algunas comunidades ha despertado el interés de participar al resto de familias a sus líderes y dirigentes, para incluirse paulatinamente como comunidad a ejercer la actividad turística. Para ello las familias que ofertan este tipo de servicios deben organizarse mediante entes asociativos tales como: Centros, Comités, Asociaciones, entre otros, mismos que son encargados de efectuar las funciones que conlleva el desarrollo de la oferta turística comunitaria.

Es legítimo, entonces, que las familias dedicadas a la prestación de servicios turísticos reciban de la comunidad la representación suya para gestión del turismo ante la sociedad y el Estado. Lo importante está, en que las diferentes familias que forman parte de la misma, requieren de un aval para para ejercer la actividad turística cabe resaltar que sin una previa autorización no hay turismo comunitario.

c) Gestión intercomunitaria

Es también turismo comunitario cuando dos o más comunidades de un mismo territorio o área geográfica, unen sus recursos para presentar socialmente un mismo producto turístico. Este tipo de gestión manifiesta que una cierta cantidad de familias de una comunidad ofrecen un servicio turístico y en conjunto con otra lo complementan por ejemplo: una ofrece alimentación, otra comunidad hospedaje, otra guianza dando como resultado una cadena productiva de valor turístico.

1.5.2. Orígenes de la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario

Un gran eje importante para el desarrollo del turismo comunitario es la resistencia de las comunidades indígenas que se opusieron a la presencia de industrias de madera, empresas de extracción del petróleo y otras actividades que afectaron el medio ambiente y por ende a la calidad de vida de los pueblos indígenas.

Una de las actividades extractivas fue la explotación petrolera, que en Ecuador inició en los años 70, en donde se utilizó mecanismos de extracción que no tomaron en cuenta al ambiente ni los derechos de los pueblos indígenas en donde tienen arraigados los valores ancestrales, culturales y patrimoniales.

Las empresas petroleras Texaco y Petroecuador que fueron las primeras en establecerse en el país, crearon una dependencia, experimentando y controlando a las comunidades indígenas quienes sufrieron prácticas de maltrato y explotación. Las estrategias de estas industrias fueron la entrega de productos y el empleo en las petroleras, lo que provocó la desintegración y conflicto entre las comunidades, puesto que afectó principalmente el tema de la agricultura.

En los años subsiguientes el Gobierno establece áreas naturales protegidas, lo que impide que las comunidades indígenas accedan de forma totalitaria al territorio. Con el pasar de los tiempos los creadores de estas reservas naturales integran a las comunidades para participar en los objetivos de conservación.

Luego de tres décadas la FEPTCE se considera como una institución que velará los intereses del turismo comunitario y los representará al más alto nivel. La misión de la FEPTCE menciona:

“Contribuir al posicionamiento del turismo comunitario como una alternativa económica y social para la generación de ingresos y empleo en las comunidades de nuestros Pueblos y Nacionalidades del Ecuador.” (FEPTCE, 2009)

1.5.2.1. Logros y obstáculos del proceso organizativos del turismo comunitario

Acorde a la información impartida por la FEPTCE menciona que:

Logros:

1. Tras la declaración del “Año Internacional de Ecoturismo” se fortalece las voces de las comunidades en incluirse en el rol de gestores y no solo de actores pasivos de los emprendimientos de desarrollo y de los beneficios que dicha actividad turística generada.
2. En el año 2000 se propone una gestión turística planificada, para que el turismo se incluya como una política de Estado con carácter desconcentrado, expuesta en la Ley de Turismo que se debatió en el año 2002, misma que fue aprobada en diciembre del año en mención, la creación de estadísticas turísticas (CST), el estudio de mercados y la organización del turismo comunitario. (FEPTCE, 2009).
3. Se realiza el Seminario Nacional de Puyo 2001 organizado por organizaciones públicas, privadas y comunitarias donde se posiciona la gestión turística. Según las palabras el texto Turismo comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad Social señala que:

El turismo que queremos desarrollar en el Ecuador es un turismo especializado y no masivo, un turismo responsable y sostenible, que respete el patrimonio tanto

natural como cultural. Este tipo de turismo requiere un país, una región, una localidad con identidad, si se la pierde ya no tenemos nada que mostrarnos a nosotros mismos, ni a los demás. Por lo tanto debemos incentivar el rescate, el fomento de las tradiciones y manifestaciones culturales locales. (...) el turismo en el Ecuador está cambiando, la apuesta es que el Ecuador cambie gracias al turismo. (*Ballesteros Ruiz & Solis Carrión, 2007*)

A partir de este seminario se desprenden varios eventos tales como: participación comunitaria en ferias internacionales, capacitación, entre otros.

4. Identificación clara del concepto de turismo comunitario incluida en políticas de turismo cuya concepción abre el debate con la empresa privada en cuanto a legislación y funcionamiento.
5. Se incorpora la participación de la comunidad en la nueva Ley de Turismo aprobada en el año 2002.
6. Identificación del mecanismo del turismo sostenible siendo los actores directos las comunidades indígenas y las relaciones con el sector privado.
7. En la etapa de reorganización la FEPTCE (2002-2004) tuvo apoyo de varias organizaciones eternas tales como la cooperación internacional y los organismos de defensa de los pueblos indígenas.
8. A partir del año 2005 se consolida el turismo comunitario en el contexto nacional, puesto que se concretiza en 62 operadoras de turismo comunitario (OTC).
9. En este período también se consolida la FEPTCE como organización nacional y gremio de turismo comunitario, así como también la búsqueda de la inserción directa en el mercado nacional e internacional, la participación de la comunidad para la toma de decisiones y las relaciones horizontales con el Estado y la empresa privada.

10. La presencia de organizaciones ambientalistas en Ecuador: Conservación Internacional (CI), WWF, The Nature Conservancy (TNC), USAID, Fundación Natura y otras ONG.
11. El componente principal fue la organización política, concientizando en el derecho de la tenencia de la tierra, la supervivencia de la cultura, la conservación del entorno natural y el ecoturismo de base comunitaria.
12. Uno de los objetivos fundamentales de la organización política fue la capacitación de las organizaciones que agrupaban a las comunidades indígenas. Las principales organizaciones fueron CONFENIAE y CONAIE.

Obstáculos:

1. Las empresas nacionales e internacionales de forma individualizada empezaron a ingresar paquetes turísticos en las zonas donde habitaban las comunidades indígenas, sin contribuirles ningún beneficio. “Incorporándolos como mano de obra barata de los grandes negocios (...) se han evidenciado fenómenos de folklorismo o la utilización y manipulación burda de valores, cosmovisiones, tradiciones y costumbres sagradas de los pueblos indígenas.(...) en contrapartida, existen las experiencias de desarrollo turístico gestionadas por comunidades indígenas”. (Chancoso, 2001)
2. Las comunidades indígenas eran aliadas del ecoturismo, pero no como gestoras protagónicas de las operaciones turísticas.
3. Retraso en la reorganización de la FEPTCE por motivo de rotación de los ministros de Turismo en los años de 2002 a 2004, cuyo objetivo de la reorganización fue la consolidación de la institución y la elaboración del plan quinquenal.

1.5.2.2. Actuales Acuerdos Interinstitucionales

Los principales convenios interinstitucionales son:

1. Según un estudio del Ministerio de Turismo, cuenta con el respaldo de la Organización de los Estados Americanos (OEA), para la ejecución de proyectos de turismo comunitario a cargo de las comunidades.
2. Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), que reconoce los derechos sociales, económicos, culturales de los indígenas.

Dicho convenio es un instrumento jurídico internacional vinculante que se encuentra abierto para su ratificación y que trata específicamente los derechos de los pueblos indígenas y tribales. Hasta la fecha ha sido ratificada por 20 países. Una vez que se ratifica el Convenio, el país que así lo hace, cuenta con un año para alinear la legislación, políticas y programas antes de que el mismo devenga jurídicamente vinculante. Los países que ratificaron el Convenio están sujetos a supervisión en cuanto a la implementación.

3. La OIT, programa que promueve el desarrollo y comercialización de productos de turismo comunitario (REDTURS).

1.5.3. Planificación Estratégica En Turismo

La planificación estratégica trata de adecuar las ofertas de productos turísticos a las exigencias dinámicas de la demanda. Se trata, por tanto, de un instrumento que posee un marcado componente del lado de la oferta, porque se preocupa de dotar de ventajas competitivas al territorio turístico.

El aspecto fundamental de la planificación estratégica en el campo turístico, es abordar el proceso y el manejo de la planificación desde una óptica de participación y consenso del mayor número posible de agentes sociales y económicos.

En escena, un plan estratégico es un ejercicio de participación y consenso de todas las fuerzas económicas y sociales con capacidad de decisión e inversión en la mejora del ciclo de vida y la competitividad del territorio turístico. Su éxito depende, por tanto, del logro de los compromisos alcanzados.

Se trata además de un documento abierto en la medida en que la coyuntura turística obliga a adaptar continuamente los medios a los objetivos estratégicos fijados por el plan utilizando las herramientas de ordenación y reforma de la oferta, sensibilización ciudadana, formación profesional, promoción y comercialización, y los compromisos de inversión de los sectores público, privado y comunitario que se consideren convenientes, dadas las circunstancias del entorno turístico ante las que se enfrenta. Respecto a la redacción y gestión de un plan estratégico para un territorio turístico básicamente hay que tener en cuenta cuatro cuestiones:

- Institucionalización del plan estratégico a través de un acuerdo a nivel de instancias públicas, privadas y comunitarias que promueven dicho plan.
- El proceso metodológico responde al esquema análisis-diagnostico-objetivos-estrategias-programas-actuaciones-mecanismos de seguimiento.
- El proceso de esta planificación es obtener un máximo consenso, fruto de la participación activa de todos los agentes económicos y sociales involucrados. No obstante. No basta solo con el consenso, hace falta un compromiso de dichos agentes en la puesta en marcha del plan.
- Es necesario configurar mecanismos de gestión, seguimientos sólidos y eficientes, sean tanto generadores activos de programas y actuaciones como grupos de presión que exijan de otras instancias la solución de los propios problemas del territorio turístico. En definitiva un plan estratégico es una suerte de acuerdo político-técnico donde la negociación entre intereses de grupos y sectores, prima sobre cualquier otro enfoque de análisis, casi en equilibrio con el propio diagnóstico científico. (FEPTCE, 2013)

1.6. MARCO CONCEPTUAL

- **Alternativa:** “Optar o de elegir entre dos cosas diferentes o dos posibilidades de acción”. (Diccionario Definición ABC, 2007)
- **Atractivo:** “Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista.” (Valencia, 2010)
- **Comercializar:** “Se refiere al conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal de comercializar es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor”. (Tu Mercadeo, 2010)
- **Cultura:** “Conjunto de símbolos (como valores, normas, actitudes, creencias, idiomas, costumbres, ritos, hábitos, capacidades, educación, moral, arte, etc.) y objetos (como vestimenta, vivienda, productos, obras de arte, herramientas, etc.) que son aprendidos, compartidos y transmitidos de una generación a otra”. (Thompson, Definición de Cultura, 2006)
- **Demanda:** “Es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseo”. (Thompson, Definición de Demanda, 2006)
- **Estrategia:** “Viene a ser el conjunto de acciones planificadas y coordinadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo, para lograr un determinado fin o misión”. (De Peru.com, 2012)
- **Identidad Cultural:** Grupo de rasgos y características que diferencia a un individuo, o grupo de individuos, del resto. (Concepto.de, 2007)

- **Inventario Turístico:** “Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos que sirven como base para elaborar productos en una región”. (Bogotá Turismo, 2015)
- **Oferta:** “La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, manejado por los operadores turísticos” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2004)
- **Promoción:** “Pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información”. (Kotler Philip, 2001)
- **Producto:** El producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2004)
- **Publicidad:** “Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido. La utilización de los medios pagados por un vendedor para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto u organización, es una poderosa herramienta de promoción”. (Universidad Nacional de Colombia, 2014)
- **Recurso:** “Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas”. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú, 2004)
- **Turismo:** “Conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año”. (Definición.de, 2008)

CAPÍTULO II

2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. ANÁLISIS EXTERNO

2.1.1. Macro Ambiente

“Son factores que no pueden controlarse por los directivos de las organizaciones. Está compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o presentan una amenaza para la empresa. Estas fuerzas incluyen: demográficas, económicas, geográficas, tecnológicas, políticas y culturales”. (Rosales, 2014)

2.1.1.1. Entorno Económico

“El ambiente económico representa un factor de gran importancia que incide en las actividades mercadológicas prácticamente de cualquier organización. Este factor cuenta el nivel de distribución de la renta, el tipo de interés, de inflación, tasas de interés, balanzas comerciales entre otros”. (Fundamento de Mercadotecnia, 2009)

2.1.1.1.1. Tasa de desempleo

La tasa de desempleo es el porcentaje de la mano de obra que no está empleada y que buscan actualmente una ocupación, como proporción de la fuerza de trabajo total.

La tasa de desempleo está relacionada con las fluctuaciones del ciclo económico, cuando el desempleo se encuentra en su tasa natural, se dice que la economía está funcionando en pleno empleo.

En la siguiente gráfica se detalla la evolución del mercado laboral hasta el período de Diciembre 2014

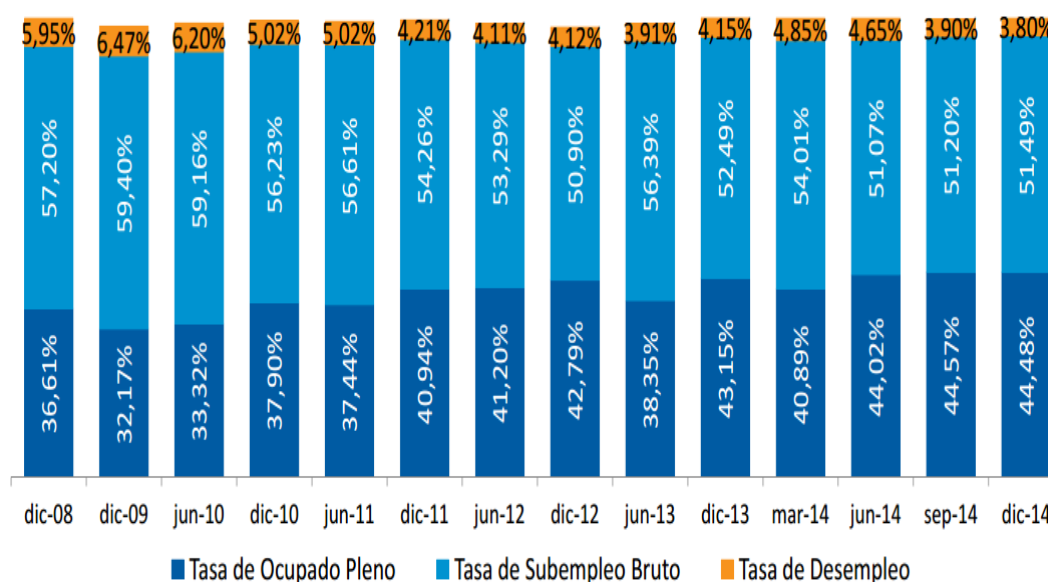


Figura 1. Evolución del Mercado Laboral (Nacional)

Fuente: Reporte Laboral, INEC, Diciembre 2014

Como se detalla en la gráfica durante Diciembre 2014, la tasa de ocupación plena a nivel nacional es de 44,48% y la tasa de desempleo es de 3,80%, en comparación con Diciembre 2013, mes en el cual la tasa de desempleo se ubicó en un 4.15%, por lo cual se aduce que a pesar de haber disminuido en un pequeño porcentaje, resulta favorable dentro del sector turístico ya que la población puede demandar más servicios relativos a dicho sector.

Se detalla también que la tasa de ocupación plena en el año 2013 fue de 43.15% y en Diciembre 2014 alcanzó un 44.48%, este incremento indica que cada vez la población se encuentra en plazas de trabajo fijas permitiendo estabilidad laboral y económica, facilitando la adquisición de productos turísticos comunitarios.

Con relación a la tasa de subempleo en Diciembre 2013 fue de 52.49% mientras que para Diciembre 2014 ésta se redujo en un punto porcentual 51.49%, las variaciones presentadas a nivel de dichas tasas no son estadísticamente significativas sin embargo de alguna manera aportan al sector turístico.

Tabla 4.
Composición de la Población: Total Nacional

	dic-08	dic-09	jun-10	dic-10	jun-11	dic-11	jun-12	dic-12	jun-13	dic-13	mar-14	jun-14	sep-14	dic-14
Población Total	13.878.704	14.081.060	14.180.534	14.279.685	14.378.837	14.478.129	14.578.732	14.682.556	14.787.691	15.872.755	15.935.761	16.027.466	16.061.963	16.148.648
Población menor a 15 años	4.229.707	4.048.344	4.033.148	3.988.185	3.902.852	3.945.126	3.905.374	3.818.409	3.794.152	4.672.384	4.697.080	4.790.673	4.791.894	4.989.393
Población en Edad de Trabajar de 15 años y más (PET)	9.648.996	10.032.716	10.147.386	10.291.500	10.475.984	10.533.003	10.673.358	10.864.147	10.993.539	11.200.371	11.238.681	11.236.793	11.270.069	11.159.255
Población Económicamente Activa (PEA)	6.385.421	6.548.937	6.582.460	6.436.257	6.553.789	6.581.621	6.870.842	6.701.263	6.999.745	6.952.986	7.048.410	6.967.747	7.145.197	7.194.521
Ocupados	6.005.395	6.125.135	6.174.141	6.113.230	6.224.584	6.304.834	6.588.271	6.425.089	6.725.795	6.664.241	6.706.314	6.643.458	6.866.776	6.921.107
Ocupados Plenos	2.337.409	2.106.470	2.193.233	2.439.463	2.453.517	2.694.207	2.830.530	2.867.143	2.684.278	3.000.003	2.881.802	3.067.548	3.184.863	3.200.250
Subempleados	3.652.505	3.890.067	3.893.950	3.619.373	3.710.000	3.571.176	3.661.472	3.411.146	3.946.982	3.649.775	3.806.754	3.558.587	3.658.621	3.704.436
Subempleados visibles	652.704	736.965	729.423	647.821	560.568	543.530	531.023	466.065	663.709	637.055	694.153	651.920	720.411	743.940
Subempleados otras formas	2.999.801	3.153.102	3.164.527	2.971.552	3.149.433	3.027.646	3.130.449	2.945.081	3.283.273	3.012.720	3.112.601	2.906.667	2.938.210	2.960.496
Ocupados no clasificados	15.481	128.598	86.959	54.395	61.066	39.451	96.269	146.800	94.535	14.463	17.758	17.324	23.291	16.421
Desocupados	380.026	423.802	408.318	323.027	329.205	276.787	282.571	276.174	273.951	288.745	342.096	324.289	278.421	273.414
Desempleados abiertos	252.924	294.590	295.709	224.553	250.069	196.178	224.048	210.173	218.894	205.127	268.520	260.100	224.996	216.941
Desempleados ocultos	127.102	129.212	112.610	98.474	79.136	80.609	58.523	66.001	55.057	83.618	73.576	64.189	53.425	56.472
Cesantes	225.489	277.080	253.325	216.213	218.409	171.376	194.431	166.212	185.092	168.649	247.754	200.508	195.086	191.622
Desocupados 1a vez	154.537	146.722	154.993	106.814	110.796	105.411	88.140	109.962	88.859	120.096	94.342	123.781	83.336	81.792
Población Económicamente Inactiva (PEI)	3.263.575	3.483.779	3.564.926	3.855.244	3.922.196	3.951.382	3.802.516	4.162.884	3.993.794	4.247.385	4.190.271	4.269.046	4.124.872	3.964.734

Fuente: Reporte Laboral, INEC, Diciembre 2014

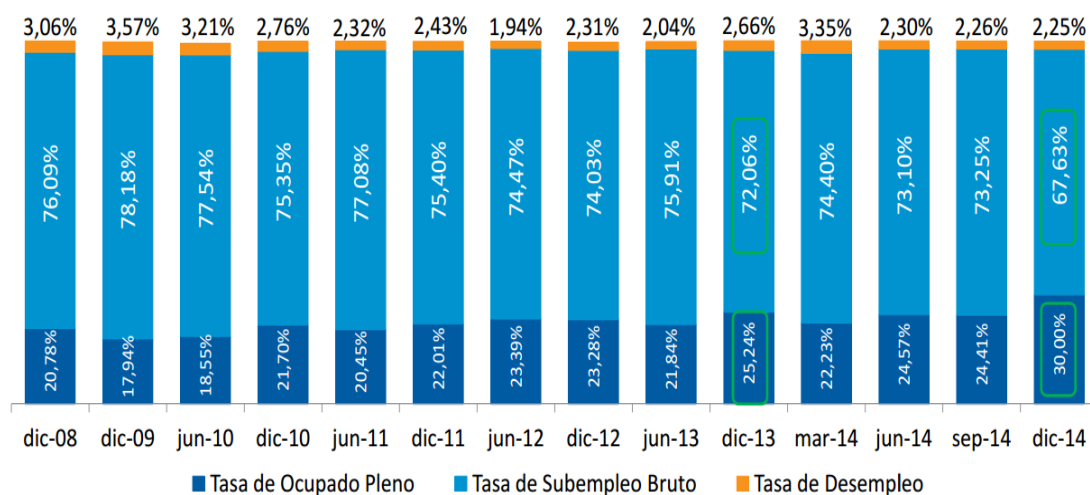


Figura 2. Evolución de Indicadores Laborales, total rural

Fuente: Reporte Laboral, Septiembre 2014

Según la Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo del mes de Diciembre 2013, el desempleo a nivel rural se ubicó en 2.66%, mientras que para Diciembre 2014 se redujo en un 0.41%, dicha variación no es estadísticamente significativa sin embargo se considera un aspecto positivo dentro del sector turístico comunitario ya que no impulsa a la población a buscar plazas de trabajo en áreas urbanas.

Acorde a la gráfica se destaca también la tasa de subempleo misma que para el período de Diciembre 2013 se ubicó en 72.06% mientras que para Diciembre 2014 disminuye en 4.44 puntos porcentuales.

Se observa además que en relación al mes de Diciembre 2013 el porcentaje por ocupación plena fue de 25.24%, valor que al compararlo con el período de Diciembre 2014 tuvo un incremento de 4.76% alcanzando un porcentaje de 30.00% lo que indica que cada vez la población rural se está preparando y ocupando plazas de trabajo fijas permitiendo así que los habitantes migren en busca de empleo.

De acuerdo a la gráfica presentada se puede evidenciar un avance positivo en lo que a ocupación plena se refiere, sin embargo no significa estabilidad, por lo que es necesario incentivar a las comunidades a mantener sus emprendimientos de tal manera que se conviertan en fuente de empleo para los habitantes de las mismas.

Tabla 5.
Evolución de Indicadores Laborales

	dic-08	dic-09	jun-10	dic-10	jun-11	dic-11	jun-12	dic-12	jun-13	dic-13	mar-14	jun-14	sep-14	dic-14
Población Total	4.676.355	4.724.375	4.774.472	4.804.340	4.834.209	4.867.591	4.899.633	4.936.638	4.972.303	5.151.139	5.159.512	5.190.654	5.176.010	5.195.778
Población menor a 15 años	1.596.257	1.500.293	1.527.367	1.489.773	1.469.088	1.438.772	1.433.344	1.395.041	1.372.216	1.668.492	1.678.835	1.713.117	1.718.387	1.760.593
Población en Edad de Trabajar de 15 años y más (PET)	3.080.098	3.224.082	3.247.105	3.314.567	3.365.121	3.428.819	3.466.289	3.541.598	3.600.087	3.482.647	3.480.677	3.477.537	3.457.623	3.435.185
Población Económicamente Activa (PEA)	2.056.113	2.151.690	2.168.390	2.117.320	2.173.078	2.144.756	2.292.423	2.196.907	2.392.250	2.242.838	2.281.113	2.163.152	2.279.895	2.325.820
Ocupados	1.993.097	2.074.956	2.098.724	2.058.880	2.122.609	2.092.646	2.247.922	2.146.071	2.343.405	2.183.111	2.204.809	2.113.480	2.228.466	2.273.525
Ocupados Plenos	427.184	385.974	402.143	459.426	444.371	472.093	536.142	511.530	522.375	566.069	507.165	531.479	556.411	697.809
Subempleados	1.564.422	1.682.279	1.681.426	1.595.490	1.674.918	1.617.227	1.707.190	1.626.329	1.815.994	1.616.137	1.697.164	1.581.368	1.670.038	1.573.055
Subempleados visibles	248.812	281.648	259.680	239.525	189.851	207.398	199.970	191.174	229.123	257.360	290.786	261.313	316.635	287.932
Subempleados otras formas	1.315.610	1.400.631	1.421.747	1.355.965	1.485.067	1.409.829	1.507.220	1.435.154	1.586.871	1.358.777	1.406.378	1.320.055	1.353.403	1.285.123
Ocupados no clasificados	1.491	6.703	15.155	3.963	3.320	3.326	4.591	8.212	5.036	905	479	633	2.017	2.661
Desocupados	63.015	76.734	69.666	58.440	50.469	52.109	44.501	50.835	48.845	59.727	76.304	49.672	51.429	52.295
Desempleados abiertos	25.942	29.576	36.872	28.754	23.629	23.830	24.721	29.489	30.250	31.411	45.379	34.357	33.548	36.552
Desempleados ocultos	37.074	47.158	32.794	29.686	26.840	28.280	19.780	21.346	18.595	28.317	30.925	15.316	17.881	15.743
Cesantes	28.847	35.825	37.578	31.982	23.684	25.370	21.579	24.358	29.147	26.342	53.177	22.093	27.311	31.954
Desocupados 1a vez	34.169	40.909	32.088	26.458	26.785	26.739	22.922	26.478	19.698	33.386	23.127	27.579	24.118	20.341
Población Económicamente Inactiva (PEI)	1.023.986	1.072.392	1.078.715	1.197.247	1.192.043	1.284.064	1.173.866	1.344.691	1.207.836	1.239.809	1.199.564	1.314.384	1.177.728	1.109.365

Fuente: Reporte Laboral, INEC, Diciembre 2014

2.1.1.1.2. Tasa de inflación

“Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.”. (Slide Serve, 2014)

A continuación se detalla el análisis de este indicador:

- **Inflación Anual:**

Este indicador mide las variaciones de los precios en el tiempo de un año, ya que compara los precios de un mes con el mismo mes del año anterior.

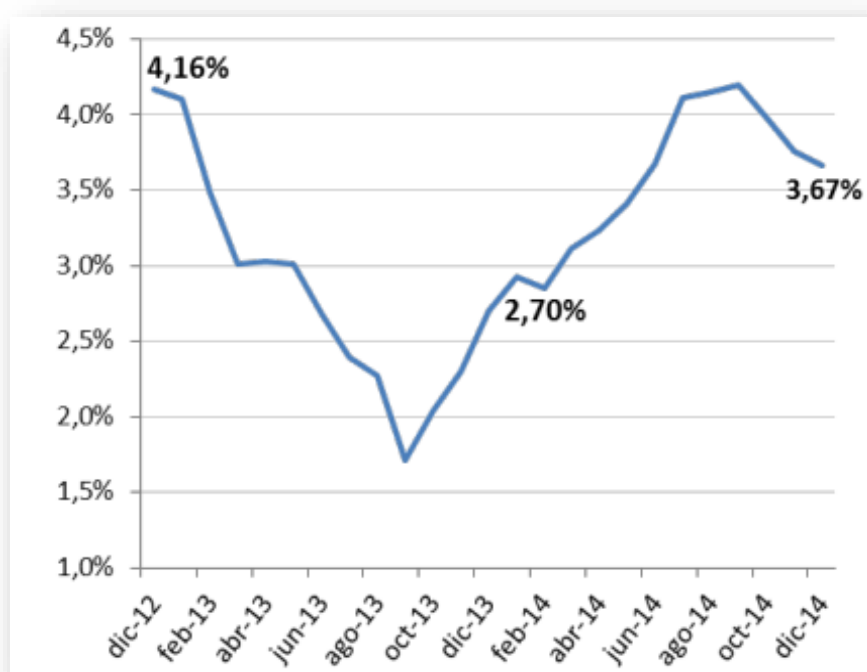


Figura 3. Evolución de Indicadores Laborales

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Tabla 6.
Inflación Anual

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Con relación a la tabla detallada en la parte superior se analiza que la variable Inflación Anual en el período de Diciembre 2013 fue de 2.70% mientras que para el período de Diciembre 2014 alcanzó un 3.67% como señala la tabla la inflación mantiene una tendencia regular sin embargo a pesar de dichas variaciones se encuentra por debajo del promedio regional perteneciente al 5.38% con lo cual se concluye que al mantener una inflación estable, la población puede demandar productos y servicios turísticos.

Se considera un indicador necesario en cuanto a materia prima se refiere, pues el comportamiento equilibrado del mismo se considera necesario para la elaboración de los productos turísticos y la comercialización de los mismos.

2.1.1.1.3. Tasa de Interés

“Precio que se paga por el uso del dinero. Suele expresarse en términos porcentuales y referirse a un período de un año”. (Banco Central de Reserva de Perú, 2011).

Se toman en cuenta dos tipos de tasas de interés: tasa pasiva o de captación y tasa activa o de colocación. Cabe señalar que la tasa pasiva será mayor a la tasa activa debido a que la diferencia le sirve a la institución financiera para cubrir sus gastos administrativos y generar una utilidad.

- **Tasa Activa**

“Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros por la colocación de dinero en créditos a los demandantes”. (GESTIOPOLIS, 2012)

Tabla 7.

Tasa de Interés Activa

FECHA	VALOR
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %
Septiembre-30-2013	8.17 %
Agosto-30-2013	8.17 %
Julio-31-2013	8.17 %
Junio-30-2013	8.17 %
Mayo-31-2013	8.17 %
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

La tasa activa para el mes de Enero del presente año es de 7.84% misma que ha variado en un porcentaje mínimo en comparación con Enero 2014, año en el cual la tasa activa correspondía a un 8.17%.

- **Tasa Pasiva**

La tasa activa es la tasa cobrada por los bancos al conceder préstamos a sus clientes. Esta tasa se determina en el momento de contratación dependiendo de varios factores: características del préstamo, garantía, plazo, entre otros. (Rankia Finanzas Argentina, 2013)

Tabla 8.

Tasa de Interés Pasiva

FECHA	VALOR
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %
Septiembre-30-2013	4.53 %
Agosto-30-2013	4.53 %
Julio-31-2013	4.53 %
Junio-30-2013	4.53 %
Mayo-31-2013	4.53 %
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

La tasa pasiva para el mes de Enero de 2015 es de 5.22% la misma que varía en un porcentaje mínimo con relación a Enero 2014, año en el cual la tasa se encontraba en un 4.53%.

Las tasas de interés activa y pasiva afectan directamente a las inversiones que realicen los distintos sectores productivos, por lo que su variación positiva o negativa afectan a los costos o rendimientos financieros que estos sectores obtengan.

Acorde a lo detallado anteriormente es importante resaltar que las tasas de interés se mantienen en constante cambio a partir de Abril del 2014 sin embargo la variación mensual que se destaca es mínima , dentro del campo turístico se puede decir que este indicador se considera una amenaza ya que si bien es cierto se requiere de un financiamiento externo para llevar a cabo diferentes proyectos turísticos comunitarios sin embargo existe un cierto nivel de inseguridad debido a que en los últimos meses se ha experimentado un reajuste de tasas generando incrementos inesperados.

2.1.1.1.4. Análisis del PIB

“El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado.

EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas”. (Slide Serve, 2014)

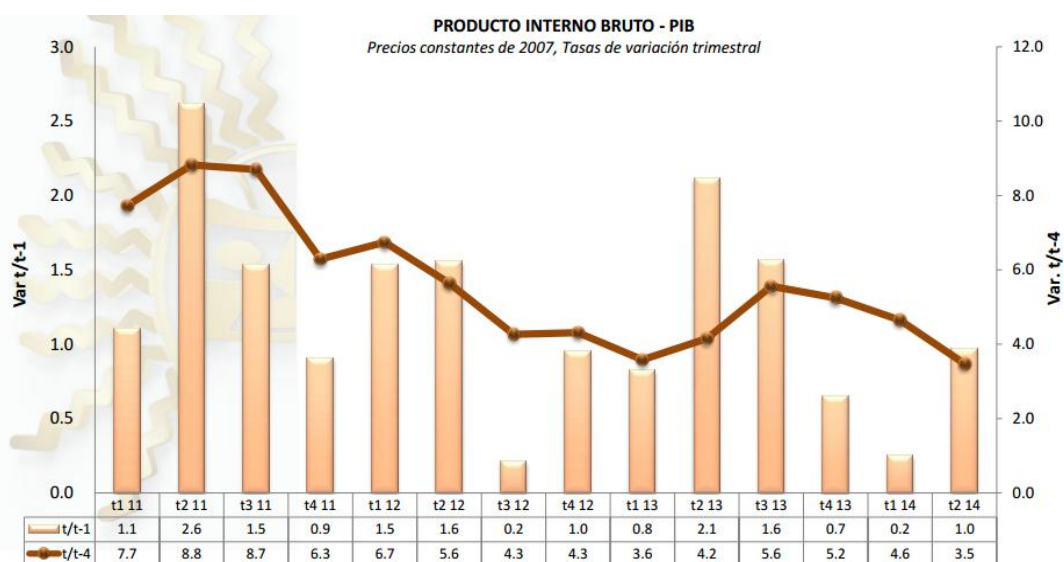


Figura 4. Producto Interno Bruto

Fuente: Estadísticas Macroeconómicas

En el segundo trimestre de 2014, Ecuador mantiene la tendencia de crecimiento económico, con un resultado positivo de 1.0% en relación al trimestre anterior (t/t-1), lo que ubicó al PIB (a precios constantes) en USD 17,278 millones; asimismo, presentó una variación inter-anual (t/t-4 %, respecto al segundo trimestre de 2013) positiva de 3.5%.

Se considera que a pesar de la crisis que atraviesan todos los países, el Ecuador mantiene un crecimiento estable y se encuentra dentro de los estándares necesarios a nivel de América. (El Telegrafo, 2014)

El crecimiento de este indicador requiere del apoyo de cada uno de los sectores productivos formado parte de los mismos el turismo comunitario que aporta con sus diversos productos y servicios.

2.1.1.1.5. Balanza Turística

“Es la parte de la balanza de pagos que contempla los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones).” (Beta Data Tur, 2014)

Como se puede visualizar en la siguiente tabla se aprecia que los ingresos en el primer trimestre del año 2014 son superiores a los egresos, lo que indica que el aporte económico que realiza el campo turístico es significativo e importante para el desarrollo nacional.

Tomando como referencia el segundo semestre del año 2013 el número de ingresos corresponde a USD 261,6 millones mientras que en el año 2014 se incrementa a USD 345,8 millones lo que indica que el turismo constituye un sector estratégico para la economía ecuatoriana.

Tabla 9.
Balanza Turística por Trimestres

Balanza turística (por trimestre)

Año 2013	Ingresos (a) millones USD			Egresos (b) millones USD			Saldo c = (a-b)
	Viajes	Transporte	Total	Viajes	Transporte	Total	
I trimestre	295,4	1,4	296,8	152,6	86,3	239,0	57,8
II trimestre	283,6	1,3	284,9	156,7	94,8	251,5	33,4
III trimestre	317,7	1,2	318,9	155,2	95,2	250,5	68,4
IV trimestre	349,4	1,2	350,6	156,8	89,3	246,1	104,5
Total	1.246,2	5,1	1.251,2	621,4	365,7	987,1	264,1

Fuente: Banco Central del Ecuador

Año 2014	Ingresos (a) millones USD			YoY%	Egresos (b) millones USD			YoY%	Saldo c = (a-b)
	Viajes	Transporte	Total		Viajes	Transporte	Total		
I trimestre	362,9	1,2	364,1		155,3	91,1	246,4		117,6
II trimestre	345,8	1,2	346,9	22,7	159,5	100,1	259,5	3,1	87,4
III trimestre	374,2	1,3	375,5	21,8	158,0	100,5	258,4	3,2	117,0
IV trimestre				17,7				3,2	
Total	1.082,8	3,7	1.086,5		472,8	291,6	764,4		322,1

Fuente: CAPTUR

De acuerdo al gráfico es posible comprobar, que el sector turístico está cumpliendo de manera eficaz y eficiente en el mercado, pues mes a mes el ingreso de visitantes va aumentando paulatinamente lo que significa mayor ingreso de divisas.

Al ser el turismo comunitario una tendencia novedosa atrae a visitantes extranjeros quienes sienten curiosidad por conocer diferentes culturas y costumbres



Figura 5. Ingresos por turismo y su ubicación en las exportaciones no petroleras
Fuente: CAPTUR

El petróleo constituye un recurso que se encuentra en primer lugar dentro de los productos que generan mayor número de ingresos a la economía nacional, por tanto es considerado importante a nivel de exportaciones.

Por otro lado, dentro del sector agrícola se destaca la producción de banano mismo que se incluye dentro de los productos con mayor demanda a nivel mundial y el cual aporta con 1.941.1 millones a la economía ecuatoriana, de igual forma se destaca la producción de camarón misma que aporta con 1.935,2 millones.

En tercer lugar se encuentra el turismo el cual aporta con 1.086,5 millones, en cuarto lugar se encuentran los productos marítimos con 1.000,00millón lo que indica que actualmente gracias al apoyo dado por el gobierno el campo turístico ha ido posicionándose de mejor manera aportando de manera favorable a la creación de fuentes de empleo. Por consiguiente se encuentran la producción de flores naturales cuya exportación aporta con 633.4 millones, y finalmente se encuentra el cacao mismo que contribuye con 377.7 millones al país.

2.1.1.2. Entorno Sociocultural

2.1.1.2.1. Factores Demográficos

2.1.1.2.1.1. Tamaño de la población y distribución a nivel nacional

“Ecuador cerró 2013 con una población de 15.737.878 personas, lo que supone un incremento de 245.614 habitantes respecto a 2012, en el que la población fue de 15.492.264 personas. La población femenina es mayoritaria, con 7.869.510 mujeres, lo que supone el 50.00% del total, frente a los 7.868.368 hombres que son el 49.99%. Datos Macro”. (Datos Macro, 2014)

Ecuador presenta una densidad de población moderada, con 61 habitantes por Km², está en el puesto 75 en cuanto a densidad se refiere.

Tabla 10.

Población a nivel Ecuador

Ecuador-Población				
Fecha	Población	Población (M)	Población (F)	Densidad de población
2013	15.737.878	7.868.368	7.869.510	61
2012	15.492.264	7.747.331	7.744.933	60
2011	15.001.072	7.626.224	7.620.257	59
2010	14.756.424	7.505.325	7.495.747	59
2009	14.512.402	7.384.825	7.371.599	58
2008	14.268.397	7.264.641	7.247.761	57
2007	14.268.397	7.144.446	7.123.951	56
2006	14.023.503	7.023.759	6.999.744	55
2005	13.777.131	6.902.260	6.874.871	54

Fuente: Datos Macro

Tabla 11.**Distribución de la Población de las comunidades por provincia**

PROVINCIA	TOTAL POBLACIÓN		TOTAL POBLACIÓN
	MASCULINO	FEMENINO	
Azuay	2281	3258	5539
Cañar	282	273	555
Carchi	35	41	76
Cotopaxi	419	447	866
Chimborazo	1913	2009	3922
El Oro	131	132	263
Esmeraldas	175	180	355
Imbabura	1526	1652	3178
Loja	317	339	656
Manabí	1800	2162	3962
Napo	872	963	1835
Pastaza	655	668	1323
Pichincha	2086	2111	4197
Sucumbíos	501	604	1105
Orellana	50	27	77
Santa Elena	2732	3048	5780
TOTAL	15775	17914	33689

Fuente: FEPTCE 2013

Distribución por edades

“Esta variable proporciona la distribución de la población según la edad. Se incluye información por género y grupo de edad (0-14 años, 15-64 años, 65 años y más). La estructura de edad de una población afecta los problemas socioeconómicos claves de una nación”. (Index Mundi, 2012)

Los países con poblaciones jóvenes (alto porcentaje menores de 15 años) tienen que invertir más en escuelas, mientras que los países con poblaciones de edad avanzada (alto porcentaje de 65 años de edad o más) tienen que invertir más en el sector de la salud. La estructura de edad también se puede utilizar para ayudar a predecir posibles problemas políticos. Por ejemplo, el rápido crecimiento de una población de adultos jóvenes que no pueden encontrar empleo puede dar lugar a disturbios. (Index Mundi, 2012)

Tabla 12.
Distribución por edades



Fuente: INEC, Censo de población 2001 y 2010

2.1.1.2.1.2. Niveles de formación

Tabla 13.
Indicadores Educativos

Indicadores	Nacional	Área	
		Urbana	Rural
Escolaridad promedio de personas de 24 años y más	9,3	10,6	6,5
Porcentaje de personas de 5 a 14 años que asisten a educación básica	94,2%	95,3%	92,4%
Porcentaje de personas de 15 a 17 años que asisten a educación media	58,8%	64,0%	49,1%

Fuente: Ministerio de Educación, año 2012

Los indicadores educativos investigados a partir de la encuesta, indican que la escolaridad promedio para las personas de 24 y más años de edad es de 9.3 años. Se observa una brecha entre el área urbana y rural de 4 años de diferencia, esto es, 10,6 años en el área urbana y 6.5 años en el área rural. En cuanto a la asistencia a establecimientos educativos, el porcentaje de personas entre los 5 y 14 años que asisten a la educación básica es del 95.3% en el área urbana y 92.4% en el área rural por otro lado, la asistencia a establecimientos de educación media presenta mayor diferencia en las edades de 15 a 17 años, entre el área urbana y rural, 54% y 49,1% respectivamente. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

El nivel de instrucción viene mejorando a medida que pasa el tiempo, cada vez el mundo exige personas mejor preparadas, el actual gobierno con sus diversos proyectos busca una mejor calidad en lo que a educación respecta.

Tabla 14.

Nivel de Formación Académica a nivel de Comunidades

NIVEL DE EDUCACIÓN	TIPO DE EDUCACIÓN	ESTUDIANTES		TOTAL ESTUDIANTES
		HOMBRES	MUJERES	
Básica (Escuela de 1ero- 7mo)	Unidocente	304	288	592
	Pluridocente	370	509	879
	Completa	138	130	268
	Pluridocente y Completa	44	60	104
	Total	856	987	1843
Básico (Colegio de 8vo -10mo)	Pluridocente	77	77	154
	Total	77	77	154
Básico (Escuela de 1ro-7mo y Colegio 8vo-10mo)	Unidocente	6	6	12
	Pluridocente	224	210	434
	Completa	542	645	1187
	Pluridocente y Completa	90	85	175
Total	862	946	1808	
Básica, Básico y Bachillerato	Pluridocente	6	9	15
	Completa	300	200	500
	Total	306	209	515
Básica (Escuela de 1ro-7mo) y Bachillerato	Pluridocente	35	70	105
	Total	35	70	105
TOTAL		2136	2289	4425

Fuente: FEPTCE 2013

Niveles de ingresos

Las estadísticas presentadas en la Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares urbanos y rurales indican que:

El ingreso corriente total del hogar comprende todas las entradas en efectivo o en especie percibidas con regularidad por los hogares, puede provenir de diversas fuentes, tales como: el trabajo, la renta de la propiedad y el capital, así como de transferencias entre las que incluyen: pensiones por jubilación, viudez, enfermedad, alimenticias, bono de desarrollo humano, envío de dinero dentro o fuera del país, entre otros”. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

Composición del Ingreso Corriente Mensual, según área geográfica

De acuerdo a estadísticas detalladas por el INEC en su boletín mencionan que:

El ingreso total (monetario y no monetario) mensual en el país tiene un promedio de 893,00 dólares por hogar a nivel nacional, siendo superior en el área urbana con 1046,00 dólares, mientras en el área rural el ingreso promedio es de 567,00 dólares. Por otro lado, el ingreso promedio mensual monetario, es de 709,00 dólares a nivel nacional, 841,00 dólares en el área urbana y 428,00 en el área rural, esto es, casi la mitad del ingreso promedio urbano. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012)

Tabla 15.

Composición del Ingreso Corriente Mensual, según área geográfica

Indicadores	Nacional	Área	
		Urbana	Rural
Ingreso promedio del hogar	893,00	1.046,00	567,00
Ingreso promedio monetario	709,00	841,00	428,00
Ingreso per cápita	230,00	274,00	141,00
Porcentaje del ingreso no monetario	20,7%	19,7%	24,6%
Coficiente de Gini	0,45	0,44	0,39

Fuente: (INEC, 2012)

1.1.1.1.1. Grupos Étnicos

La identidad cultural del Ecuador mantiene una base de conducta de muchos años atrás, caracterizadas principalmente por el compañerismo, solidaridad y trabajo en conjunto entre los suyos. Son estas prácticas las que han hecho que algunas poblaciones surjan del olvido y mantengan un estilo de vida conforme a la vida de las ciudades modernas.

Las características culturales en el Ecuador se las diferencia de acuerdo a la región en la cual habiten, y de éstas características se obtendrán patrones de conducta y de consumo, que determinan las preferencias y necesidades de acuerdo a su identidad cultural. La cultura siempre estará arraigada al pasado, por lo que la cultura del país se ha ido fortaleciendo durante todos estos años, formando así la identidad del pueblo, sus costumbres, sus creencias y determinando su manera de vivir en armonía.

En sus tres regiones continentales conviven 14 nacionalidades indígenas con tradiciones diversas y su propia cosmovisión. Las nacionalidades indígenas amazónicas: Huaorani, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo. Los Tagaeri, parientes de los Huaorani, conforman otro pueblo de la zona pero declarado como “intangible” por el Estado. En respeto a su voluntad de vivir alejados de la civilización. En la Sierra, en los Andes y en el Austro, están los Quichuas de la Sierra con pueblos como los: Otavalos, Salasacas, Cañaris y Saraguros. En la parte norte se encuentra la comunidad de los AWA. En la Costa están los Chachis, Cayapas, Tsachilas, Huancavilcas. En ciudades y pueblos viven principalmente mestizos, blancos y afro ecuatorianos. (Étnias Ecuatorianas, 2008).

- **Achuar:** “Viven de la caza, pesca y de la recolección en el bosque húmedo tropical. La comida y bebida más importante de los Achuar es el nijiamanch, conocida comúnmente como Chicha. Se obtiene de la fermentación de yuca previamente masticada. Las mujeres están a cargo de hacer y servir esta bebida a los visitantes. La pesca y la caza son esenciales para la provisión de proteínas”. (Viajando X, 2010)

- **Cofán:** “Son un pueblo amerindio que habita al noroccidente de la Amazonía en la frontera entre Colombia y Ecuador, entre el Guamués, afluente del río Putumayo y el Aguaricó, afluente del río Napo. En la provincia de Sucumbíos. Su territorio está distribuido a lo largo de ésta”. (Atiaja, 2014)
- **Chachis:** “Viven en la selva de Esmeraldas. Conservan su lengua chapalachi. El vestido femenino es una falda-anaco; el masculino camisa larga. Usan collares, aretes, cinturones. La canoa chachi tallada en un solo tronco, es cotizada en la Costa. Su atractiva cestería es obra de mujeres”. (Etnias Ecuatorianas, 2012)
- **Shuar:** “Son aproximadamente 45.000 personas en total que habitan en las cuencas del río Santiago, Morona y Pastaza. Ocupan el Este de la Provincia de Zamora y Morona Santiago y el Sur de la Provincia de Pastaza”. (Atiaja, 2014)
- **Huaorani:** “Su territorio ancestral está situado entre el río Curaray y el río Napo, cerca de 80 kilómetros al sur de Dureno, en un área de la Amazonia de aproximadamente 30 mil km², que por siglos los huaorani han defendido de enemigos indígenas y coloniales.”. (Scribd, 2010)
- **Tsáchilas Colorados:** “Habitan en la parte baja de la provincia de Pichincha. El tasfiqui, es su lengua. Ejercen la medicina natural y mágica. El atuendo es una faldilla a rayas horizontales. Pintan su cuerpo con tintes vegetales. Con achiote y aceite, los hombres forman con su cabello un casco rojo”. (Atiaja, 2014)
- **Siona-Secoya:** “Contemporáneamente en el sector central y alto del Aguarico, entre los ríos Eno y Shushufindi. Los Secoyas han ocupado el área meridional del río Cuyabeno, siendo su denominación aquella del río del río Secoya, tributario del Napo. Idioma: Paicoca”. (Grupos Etnicos del Ecuador, 2013)
- **Shiwiar:** “Se encuentra ubicado en Ecuador, en el sureste de la provincia de Pastaza, cantón Pastaza y parroquia Río Corrientes. Su vocablo shiwiar tiene más

de un significado dependiendo de su contexto siendo el significado básico 'hombre'". (Identidad de Pueblos Ecuatorianos, 2010)

- **Záparos:** “Se encuentran ubicados la provincia de Pastaza. Actualmente el territorio de la Nacionalidad Zápara está integrado por cuatro comunidades: Mazaramu, Llanhamacocha, Jandiyacu y Cuyacocha, con un total de 54.250 hectáreas”. (Diario La Hora, 2006)
- **Otavalos:** Se encuentran en la provincia de Imbabura, en los siguientes cantones: Cantón Otavalo, en las parroquias de: parroquia El Jordán, parroquia Eugenio Espejo (Calpaquí), parroquia San Juan de Ilumán, parroquia San Luis, parroquia San Rafael, parroquia Miguel Egas Cabezas (Peguche), parroquia González Suárez, parroquia San José de Quichinche, parroquia San Pablo; Cantón Cotacachi, parroquias: parroquia El Sagrario, parroquia Imantag, parroquia Quiroga, parroquia San Francisco; Cantón Ibarra, parroquias: parroquia Ibarra, parroquia Sagrario y parroquia Ambuquí, Cantón Antonio Ante, parroquias: parroquia Andrade Marín, parroquia San Francisco de Natabuela y parroquia San Roque. (CODENPE, 2002)
- **Salasaca:** “Se encuentran ubicados en la provincia de Tungurahua, cantón San Pedro de Pelileo, parroquias García Moreno y Salasaca”. (Enjoy Ecuador, 2010).
- **Cañaris:** “Los Cañaris son un grupo étnico de habla Quichua, que habita mayoritariamente en la provincia del Cañar y en menor porcentaje en el Azuay”. (Viajando X, 2010).
- **Saraguro:** “El pueblo Saraguro se encuentra asentado en un vasto territorio que en sentido horizontal se extiende desde la provincia de Loja, hasta la provincia de Zamora Chinchipe en la región Amazónica”. (CODENPE, 2002)

- **Cayapas:** “Los cayapas son un grupo étnico indígena que habita en la zona selvática del noroeste de Esmeraldas, en Ecuador”. (Grupos Etnicos del Ecuador, 2013)

Para el turismo comunitario, el entorno cultural es una oportunidad, pues le permite mostrar al turista nacional y al extranjero características propias de sus pueblos, dando así la pauta para el reconocimiento y respeto entre los demás componentes de la sociedad, creando vínculos de solidaridad y compañerismo entre los turistas y la comunidad.

1.1.1.2. Entorno Geográfico

1.1.1.2.1. Ubicación geográfica del Ecuador

Ecuador está ubicado sobre la línea ecuatorial, en América del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Está dividido en cuatro regiones, Litoral o Costa, Interandina o Sierra, Oriente o Amazonia y La Región Insular o Archipiélago de Galápagos en las que se distribuyen 24 provincias y 221 cantones. (Embajada del Ecuador, 2011)

Datos principales

Nombre Oficial: República del Ecuador

Capital: Quito

Idioma: Dentro del idioma

“El español es la lengua oficial y mayoritaria. Además el quechua y otras lenguas indígenas tienen gran presencia dada la importancia de dichos colectivos en el país” (Busco un Viaje.com, s.f.)

Límites:

Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. Al oeste limita con el Océano Pacífico. La extensión del país es de 256.370 kilómetros cuadrados.

Moneda:

En Ecuador es el dólar de Estados Unidos el mismo que en el año 2000 sustituyó al sucre.



Figura 6. Mapa Político del Ecuador

Fuente: Ecuador Fotos

1.1.1.2.2. Hidrografía

“El sistema hidrográfico representa un factor poderoso en la vida del ecuatoriano, a sus orillas se han levantado las más antiguas y valiosas civilizaciones. Los ríos son las arterias más importantes en la vida de sus pueblos”. (Eruditos, 2010)

Dada la abundancia de precipitaciones, el Ecuador dispone de una rica red hidrográfica, salvo en las zonas occidentales y meridionales áridas de la Costa. Casi todos los ríos se originan en los altos relieves andinos; éstos son cortados por profundas gargantas, y las corrientes se dirigen unas hacia la llanura amazónica y otras hacia el océano Pacífico. (Ecuador Aventura, 2010)

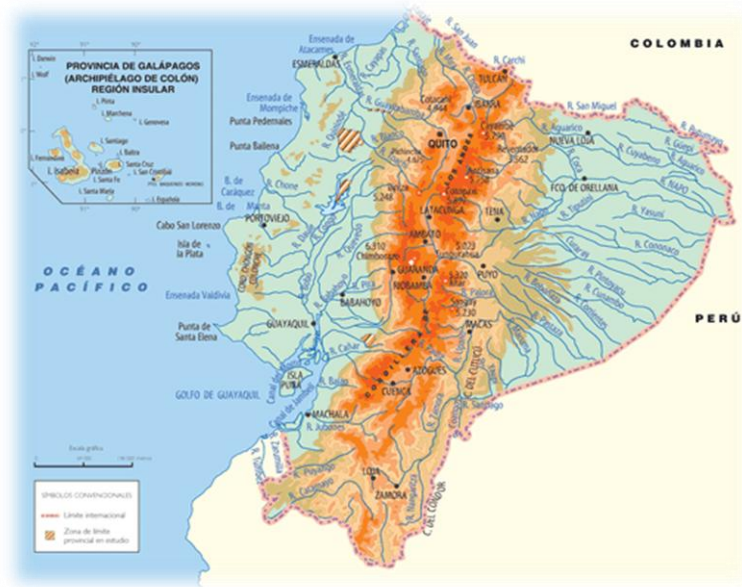


Figura 7. Mapa Hidrográfico de Ecuador

Fuente: Mapa hidrográfico

1.1.1.2.3. Orografía

El sistema montañoso del Ecuador se basa principalmente en la cordillera de los Andes, que atraviesa el país de norte a sur dividido en tres cordilleras claramente definidas (occidental, central y oriental) unidas entre sí por una serie de nudos transversales que dividen a la región interandina en diferentes hoyas.

1.1.1.2.4. Clima

Debido a la presencia de la cordillera de los Andes y según la influencia del mar, el Ecuador continental se halla climatológicamente fragmentado en diversos sectores.

Además, a causa de su ubicación tropical, cada zona climática presenta sólo dos estaciones definidas: húmeda y seca. Tanto en la Costa como en el Oriente la

temperatura oscila entre los 20°C y 33°C, mientras que en la sierra, ésta suele estar entre los 8°C y 23°C. Galápagos tiene un clima más bien templado y su temperatura oscila entre 22 y 32 grados centígrados, aproximadamente.

1.1.1.2.5. Infraestructura vial

El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Transporte y Obras Públicas menciona que:

Desde el 15 de enero de 2007 hasta la fecha invierte alrededor de 3450 millones de dólares, entre otras labores, en la construcción, reconstrucción, mejoramiento, ampliación, rectificación, rehabilitación, terminación, mantenimiento, remodelación, en alrededor de 5000 kilómetros de carreteras, puentes y aeropuertos ubicados en todo el país. (Ministerio de Obras Públicas, 2014)

Tabla 16.

Vías de acceso de las Comunidades por provincia según tipo

PUEBLO	Tipo de Vía Terrestre			Vía Fluvial		TOTAL
	Ninguna	1 Orden	2 Orden	3 Orden	Marítima Ríos	
Azuay		12	11			24
Cañar	1	3	4			8
Carchi		1	1			2
Cotopaxi		4	4	2		10
Chimborazo	1	10	4	4		19
El Oro		2	2		1	5
Esmeraldas		5	2	1	4	12
Imbabura	1	4	5	3		13
Loja		6	5	2		13
Manabí		4	2	2	1	9
Napo		4	11	3	1	21
Pastaza	2	2	1	3		8
Pichincha	1	9	8	1		19
Sucumbíos		1				1
Orellana	1					1
Santa Elena		3				3
TOTAL	7	70	60	21	7 3	168

Fuente: FEPTCE 2013

1.1.1.2.6. Servicios básicos

Los seres humanos no pueden vivir sin cubrir las necesidades básicas para la vida como son: el agua potable, la luz eléctrica, el sistema de alcantarillado y el servicio telefónico.

Es importante mencionar que en el sector urbano posee todos los servicios básicos; sin embargo, a nivel rural aún son deficientes lo que afecta de forma indirecta al sector turístico comunitario ya que éstos son necesarios para cualquier turista. A continuación se detallan los servicios que disponen las comunidades por provincias:

Tabla 17.

Servicios Básicos que disponen las comunidades por provincias

Provincias	Luz Eléctrica			Agua Potable				Alcantarillado			Telefonía			Internet						
	Pública	Generador/Panels Solares	Total	Pública	Entubada	Pública y Entubada	Total	En red	Pozos Ciegos	Tanques Sépticos	En red y Pozos Sépticos	Total	Fija	Celular	Fija y Celular	Total	Telefonía	Banda Ancha	Telefonía y Banda Ancha	Total
Esmeraldas	4	1	5	4		4	4	4			4	2	3	5	1					1
Manabí	4			4	4	4	4	2	2		4	2	2	4	1				1	2
Azuay	12		12	1	10	1	12	1	10	1	12	1	6	3	10	2				2
Cañar	5		5	2	3		5	1	4		5		4		4	1				1
Loja	5	1	6	1	4		5		4		4	2	3	5	1					1
Imbabura	5	1	6	1	4		5	2	3		5	2	3	5	1				1	2
Pichincha	9	1	10	3	5	1	9	2	5	1	8	6	2	8	1	3	1		1	5
Chimborazo	11		11	2	9		11	3	7	1	11	5	4	9	1	1				2
Bolívar	2		2	2			2	2			2		2	2	1	1				2
Orellana		1	1		1		1			1	1	1		1						
Pastaza	4	2	6		6		6	1	5	6		4	1	5	1					1
Sucumbios	1		1		1		1	1			1	1		1						
Napo	6	7	13	1	11		12		8		8	6		6					1	1
TOTAL	68	14	78	17	62	2	77	13	52	2	10	65	1	41	23	65	11	5	4	20

Fuente: FEPTCE 2013

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

1.1.1.3. Entorno Tecnológico

El entorno tecnológico es uno de los factores más importante en la actualidad para el desarrollo de los todos los sectores productivos, pues generan ventajas competitivas en las organizaciones que les permiten crecer y competir en un mercado proactivo como el actual. Al aprovechar oportuna y adecuadamente el factor tecnológico permitirá a las organizaciones optimizar todos sus procesos internos y externos, mejorando la calidad de sus productos y aportando mayor valor agregado y satisfacción a los consumidores.

En la actualidad, el país cuenta con una buena cantidad de recursos tecnológicos de calidad, y su acceso es ilimitado, por lo que la decisión de la utilización de este factor pasa únicamente por el deseo de mejorar y desarrollar competencias utilizando medios que optimicen recursos y añadan un plus especial a sus productos.

El país se encuentra en una etapa de desarrollo de tecnología y de aplicación de la misma, siendo principalmente los beneficiados los sectores productivos emprendedores, pues son los sectores estratégicos donde el Estado aplica sus políticas para el desarrollo.

Para el turismo comunitario del país, el entorno tecnológico es una oportunidad, pues le ofrece una gran gama de recursos tecnológicos que le permiten mejorar sus procesos, ser más atractivos al consumidor y promocionarse de mejor manera para ir ganando espacio en el mercado turístico nacional e internacional.

1.1.1.3.1. Conectividad

El plan nacional de desarrollo de telecomunicaciones propuesto por la SENATEL, manifiesta como objetivo primordial, integrar y concienciar a toda la sociedad ecuatoriana sobre la necesidad imperiosa de ser parte activa de una nueva sociedad de la información y del conocimiento; y, mediante el cual conseguirá el establecimiento de mecanismos idóneos para alcanzar las metas y objetivos a través de la

implementación de plataformas tecnológicas de gran conectividad y con efectivos medios informativos, para disponer de autopistas de información al alcance de todos los ecuatorianos. Uno de los objetivos del Plan será fomentar y fortalecer la conformación de una verdadera sociedad de la información y del conocimiento a través de un accionar centrado en el usuario, y en el medio en el que interactúa, de tal manera que permita disponer de las siguientes facilidades nacionales:

- Gobierno electrónico
- Internet Municipal
- Consejos Provinciales en línea
- Educación Básica y Bachillerato en línea
- Salud en línea
- Grandes sistemas de información y bases de datos en línea
- Bibliotecas digitales en línea
- Radiodifusión y televisión digital educativa en línea
- Capacitación digital en línea en centros de educación superior
- Comercio electrónico digital en línea
- Turismo digital en línea
- Sector de la producción en línea.

Se dará especial atención a través de convenios interinstitucionales al desarrollo de los contenidos para conformar una gran plataforma de contenidos, de manera especial para la educación y salud del pueblo ecuatoriano. (SENATEL, s.f.)

1.1.1.3.2. Nuevas tendencias tecnológicas

Tomando en cuenta que la cadena productiva del Turismo en Ecuador se encuentra en un nivel de crecimiento y que, con el uso adecuado y específico de software y tecnologías de información puede dar un salto exponencial, AESOFT, Ministerio de la Productividad y Ministerio de Turismo realizaron una alianza estratégica para desarrollar los tres sectores de forma paralela.

En respuesta a estas oportunidades AESOFT presenta la propuesta AESOFTMARKET para el sector de Turismo, pues al ser generador de servicios permite a la tecnología lograr desarrollos de rápida implementación y en especial de rápido retorno y beneficios.

AESOFTMARKET es un mercado digital de aplicaciones ecuatorianas creado para visibilizar las soluciones informáticas disponibles para transformar la capacidad de las industrias ecuatorianas, en este caso la cadena del turismo (AESOFT)

Existen varios tipos de software que se adaptan a los diferentes tipos de servicios turísticos, sin embargo en lo que a turismo comunitario respecta se puede aplicar el software descrito a continuación.

NOMBRE DE LA EMPRESA: Beyond Chacay

CONTACTO: David Lansdale Ph.D.

EMAIL: ecualansdale@gmail.com / david@chacay.com

PÁGINA WEB: <http://ecohelix.com/>

Nombre del Producto:

EcoHelix es una plataforma web que promociona el ecoturismo, creando puentes entre ecoturistas y comunidades.

Moviliza a los visitantes para que sean agentes de cambio a través de su inversión de tiempo, talento y tesoro en diferentes emprendimientos. Los ecoturistas pueden buscar y evaluar en la plataforma distintos servicios, tomando en cuenta la calidad del servicio y la sostenibilidad con el ambiente.

El concepto de Ecohelix se enfoca en el término Eco que representa la conservación del agua, energía, manejo de desechos y el uso de productos locales y la hélice que representa la colaboración entre el sector privado, público, cívico y la academia. En Ecohelix se está elaborando un modelo de desarrollo sostenible basado en el ecoturismo para crear valor compartido económico, cultural y ambiental.

1.1.1.4. Entorno Político

1.1.1.4.1. Forma de gobierno y Estabilidad política

Al referirse a la política del Ecuador, se debe señalar que durante muchos años fue la inestabilidad el factor común en la sociedad, confrontamientos y conflictos de poderes entre los actores de la política dieron lugar a que los mandatarios no pudieran cumplir sus períodos de gobierno, esto sumado al gran descontento manifestado por la ciudadanía.

A partir del año 2007, empieza un nuevo gobierno con el Ec. Rafael Correa Delgado a la cabeza, en donde se evidencia un cambio en la forma de gobierno, pues se trata de implementar una identidad propia para los ciudadanos y para el país, con políticas sociales que ponen al ser humano por delante del capital, buscando así disminuir la desigualdad en el Ecuador.

Es importante resaltar que durante el extenso periodo de este gobierno le ha permitido realizar grandes cambios que se ven reflejados no son en las grandes ciudades sino también en zonas recónditas del Ecuador.

1.1.1.4.2. Planes y programas Gubernamentales

Actualmente se cuenta con los siguientes planes que favorecen el sector turístico:

Diseño del Plan Estratégico De Desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”

Amparados en el “Programa de Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario Para El Turismo De Ecuador” elaborado con los insumos desarrollados por la FEPTCE, el mismo pretende aportar al fortalecimiento del turismo comunitario en el país.

En Ecuador están identificados y reconocidos por la ley de turismo y sus reglamentos, dos tipos de gestión turística los cuales corresponden a: gestión privada y la gestión comunitaria; cada una con su propia especificidad, lo cual se fundamenta en que el Ecuador es plurinacional y pluricultural.

Dentro del sector turístico comunitario, se debe mencionar que los emprendimientos económicos comunitarios realizados por las comunidades y organizaciones comunitarias de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación turística bajo la óptica de vivir una experiencia económica social comunitaria, generando alternativas económicas solidarias y productivas.

Un factor importante a considerar es que la operación turística comunitaria, está reconocida dentro del marco legal regulatorio del país, como “centro de turismo comunitario”.

Las implicaciones de la actividad turística con las comunidades de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador son amplias y alcanzan la vida comunitaria de modo completo. Significa de modo general la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, la revitalización de sus culturas, la dinamización de sus actividades productivas y la oportunidad de aportar, desde la práctica de la interculturalidad, a la construcción de una sociedad solidaria y responsable con las vidas.

Por esta razón, las comunidades han generado su propia perspectiva de análisis de la estructura del turismo vinculándola al desarrollo de la comunidad.

a.) Programa “Consolida Turismo Comunitario” (MINTUR)

“El programa pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo del Ministerio de Turismo a las comunidades que desarrollan actividades turísticas”. (MINTUR, 2014)

Componentes:

- Asistencia técnica especializada
- Capacitación
- Crédito para implementación de estándares de calidad
- Promoción en el marco de las acciones de marketing del Ministerio de Turismo.

Beneficios:





- Acceso a líneas de crédito con la banca pública.
- Formación a los miembros de la comunidad dentro del Programa Nacional de Capacitación Turística
- Generación de Planes de Negocios para las comunidades participantes del programa.
- Difusión y promoción de las iniciativas turísticas comunitarias.
- Dotación de camisetas y gorras a los miembros de la comunidad.

Requisitos:

- Ser una comunidad legalmente reconocida por la Secretaria de los Pueblos y Nacionalidades.
- Ser una comunidad en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

Tabla 18.

ONGS que brindan apoyo al sector turístico

Logo	Nombre	País de Origen	Provincias en las que trabaja	Ejes de Acción	Sectores de Intervención
	Conservation Internacional	Estados Unidos	Nivel nacional	Todos los campos	Ambiente , turismo organización
	Fundación de cooperación rural en África y América Latina	Italia	Cañar, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, El Oro, Esmeraldas, Guayas, Manabí, Santa Elena, Morona Santiago, Pastaza, Azuay	Promover las opiniones políticas de sus adherentes al respeto por las libertades fundamentales, los derechos y la independencia política y económico	Desarrollo social, turismo, agropecuario, saneamiento ambiental, apoyo productivo
	Care internacional en Ecuador	Estados Unidos	Carchi, Esmeraldas, Imbabura, Pichincha, Napo.	Participar con el estado y la sociedad para contribuir a la reducción de la pobreza e injusticia social, en beneficio de los grupos sociales marginados y excluidos, en función de los contextos internacionales nacionales y locales	Turismo, desarrollo social, administrativo, protección del medio ambiente y desastres naturales, ambiente, salud
	Comitato internazionale per lo sviluppo dei popoli	Italia	Tungurahua, Esmeraldas, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Manabí	Apoyar actividades para el desarrollo de los sectores más vulnerables del país, mediante la promoción de la ayuda mutua de los grupos desfavorecidos y marginados de la sociedad	Apoyo productivo, turismo, gestión de riesgos, ambiente, agropecuario

Fuente: Directorio ONGS

Elaborado por: Mireya Gutiérrez / Belén Utreras

1.1.1.5. Entorno Legal

1.1.1.5.1. Constitución de la República del Ecuador

De acuerdo a lo estipulado en la Constitución de la República aprobada en el año 2008, se destacan los siguientes artículos que son considerados relevantes en relación al tema de investigación:

Art. 56.- “Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afro ecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros. Dentro de este artículo se tomará en cuenta el siguiente literal:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

1.1.1.5.2. Leyes y reglamentos

Ley Orgánica De Turismo

De acuerdo a lo manifestado en el Capítulo II “Turismo Comunitario” de la Ley Orgánica de Turismo se citan los siguientes artículos:

Art.22 Fomento y promoción del turismo como actividad comunitaria: El Estado fomentará y promoverá que las comunidades que comparten relaciones históricas, culturales, sociales y con intereses afines, puedan organizarse para el desarrollo del turismo, fortaleciendo su identidad , su historia, sus tradiciones, su cultura, su entorno, su potencialidad turística y todos aquellas aspectos que por su atractivo, por su interés o por la oportunidad que brindan, permitan el desarrollo del turismo como actividad comunitaria.

Código de operaciones de la Federación Plurinacional De Turismo Comunitario Del Ecuador

Tomando como referencia lo mencionado en el Capítulo II “Turismo Comunitario” del Código de operaciones de la Federación Plurinacional De Turismo Comunitario Del Ecuador se toman en cuenta los siguientes literales:

7. Principio del turismo comunitario: Se reafirma que el turismo comunitario tiene como principio la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con 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. (FEPTCE, 2011)

8. Definición económica: “Turismo comunitario es el emprendimiento de economía social y solidaria de la comunidad, de autogestión de sus pobladores, cuyo atractivo principal es compartir las tradiciones, usos y costumbres propias, en base a su territorio, para beneficio colectivo”. (FEPTCE, 2011)

9. Definición de comunidad: “Recinto, comunidad, comuna, centro, palenque, u otra denominación cultural similar, de los pueblos montubios, campesinos, indígenas, ancestrales y negros o afro ecuatorianos, es toda población organizada que comparte una identidad cultural común en un territorio rural definido.” (FEPTCE, 2011)

11. Prohibición: “Se prohíbe expresamente a las comunidades y organizaciones afiliadas a la FEPTCE la folklorización, exotización y toda alteración de los recursos culturales de un pueblo o nacionalidad por el solo hecho de vender servicios turísticos. En consecuencia, la oferta turística comunitaria será original y auténtica”. (FEPTCE, 2011)

1.1.1.5.3. Permisos de operación y funcionamiento

Con relación a lo estipulado en el Código de operaciones de la FEPTCE menciona como requisitos para ser miembros activos los siguientes:

Pueden ser MIEMBROS ACTIVOS de la FEPTCE las COMUNIDADES u ORGANIZACIONES COMUNITARIAS, como comunas, comunidades, asociaciones, centros, comités, recintos, palenques, cooperativas (solo en Galápagos), entre otros que oferten algún tipo de servicio turístico, con excepción de las empresas societarias o unipersonales de capital; los organismos del Estado; y, las organizaciones religiosas. (FEPTCE, 2013)

Criterios para calificar como miembros activos:

- “El beneficio directo para la comunidad, de las actividades turísticas que realice.
- La participación consensuada de los miembros de la comunidad.
- La gestión propia.
- El manejo responsable de los Recursos naturales y culturales.
- La personalidad jurídica comunitaria”. (FEPTCE, 2011)

Requisitos formales: “Para ser miembro activo deberán presentar los siguientes documentos:

- “Solicitud de Afiliación, dirigida al Presidente de la organización provincial o regional filial de la FEPTCE, o al Presidente nacional, si no existiera organizaciones provinciales o regionales”. (FEPTCE, 2011)

- “Copia certificada del Acuerdo / Resolución Ministerial, o documentos similares, que demuestren la personalidad jurídica.
- Copia certificada del Estatuto aprobado en vigencia.
- Copia certificada del Registro de la Directiva o del Nombramiento.
- Acta de asamblea general, en la que conste:

La resolución de pertenecer a la FEPTCE.

Nombramiento de un Delegado/a Principal y un/a Suplente, con todas las atribuciones para tomar decisiones a nombre de la organización que los Delega.

- Lista de asistentes a la asamblea general, con sus números de cédula y las firmas autógrafas.
- Copias de la Cédula de los Delegados/as.
- Pago único de derecho de inscripción, por el valor de USD \$ 100,00.” (FEPTCE, 2011)

Formato: Ver Anexo A

Requisitos para registro centros de turismo comunitario

“El Ministerio de Turismo a través de su programa “Consolida Turismo Comunitario” pretende mejorar el producto turístico comunitario mediante el apoyo directo a las comunidades que desarrollan este tipo de actividades a continuación se detallan los requisitos que solicita para el registro de Centros Turísticos Comunitarios.” (MINTUR, 2014)

Requisitos:

- Ser una comunidad legalmente reconocida por la Secretaria de los Pueblos y Nacionalidades”.
- “Ser una comunidad en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR”

Formatos:**Ver en Anexo B****Procedimiento:**

- “Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

Costo: Valor de registro \$ 94,40 dólares”. (MINTUR, 2014)

Requisitos en la Secretaria de Pueblos:

Con relación a lo mencionado en la Secretaria de Pueblos destaca los siguientes requisitos para el registro de una comunidad:

- Solicitud escrita por el representante legal de la organización. La SPMSPC (Secretaria de los Pueblos Movimientos Sociales y Participación Ciudadana) provee de un formato a fin de simplificar el requerimiento.
- Copia Notariada o certificada por el Secretario de la Organización del nombramiento del representante legal. El registro de la Directiva ante la autoridad competente es el documento que justifica este requisito.
- Copia a color de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del representante legal de la comunidad u organización
- Acuerdo Ministerial o Resolución de la entidad competente sobre el otorgamiento de la personalidad jurídica de la organización
- Acta de la Asamblea General de la Comunidad en la que aprueba la realización de la actividad que se va a emprender. Para el ejercicio del turismo, el acta se refiere a la autorización de los pobladores para que se realicen los trámites ante la SPMSPC y ante el ministerio de turismo ya que vamos a necesitar en ambas instituciones esta acta.
- Copia del proyecto de la iniciativa comunitaria. Si no contamos con un proyecto específico de turismo, debemos justificar con documentos que estamos incursionando en esta actividad, como afiches, trípticos, documentos promocionales etc.
- Las Organizaciones comunitarias que no contengan entre sus objetivos, en sus estatutos el de promover acciones lícitas para conservar desarrollar y fortalecer sus propias formas de convivencia y organización social en beneficio de su comuna, comunidad , pueblo y nacionalidad del indígena, pueblo afro ecuatoriano, montubio o de la sociedad civil en general deberán presentar adicionalmente el acta de la Asamblea General debidamente certificada por el secretario en la que se hubiere aprobado este particular.
- Copia del RUC

- Certificado actualizado del RUOSC (Registro Único de Organizaciones Sociales) este es un documento que se obtiene luego de haberse registrado en la página.

1.1.2. Microambiente

De acuerdo a la definición dada por Rosales menciona que el microambiente:

Afecta a una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, puede influir en ellos. Son fuerzas que una empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas se encuentran: proveedores, la empresa en sí, intermediarios, clientes, sustitutos. A partir del análisis del Micro-ambiente nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa. (Rosales, 2014)

1.1.2.1. Atractivos Turísticos

Ver Anexo C

1.1.2.2. Clientes, Turistas y/o visitantes

El arribo de turistas extranjeros ha mantenido un crecimiento sostenible a nivel general, dicho crecimiento ha impulsado a cada una de las provincias a del Ecuador a emprender diferentes actividades enfocadas al turismo, siendo las comunidades protagonistas de emprendimientos culturales y tradicionales que atraen a propios y extranjeros.

Esta tendencia turística preocupada por generar un turismo responsable procura educar al turista a mantener un ambiente armonioso, pues su hábitat, costumbres y tradiciones son la esencia de su ser.

Visitante, turistas, clientes buscan, conocer nuevas culturas, costumbres (prácticas ancestrales, modos de vida), disfrutar de fiestas, rituales, gastronomía en su paso o estadía por las comunidades.

1.1.2.3.Competencia

El turismo comunitario en el Ecuador es una actividad que se ha venido desarrollando a lo largo de muchos años, empezando de manera informal y sin un apoyo representativo de las autoridades, hasta ahora que se lo realiza de una manera más organizada y con un apoyo total al emprendimiento por parte del Estado. Esto ha dado lugar que el país tenga una ventaja competitiva con relación a otros en el ámbito de turismo comunitario, debido a que este tipo de turismo no se ha consolidado completamente en otros países. Al referirse a competencia del turismo comunitario, principalmente se debe tratar de actividades turísticas similares que se realizan en otros países, que pueden ser tanto en la misma región como en lugares distantes al Ecuador. Se puede señalar que actualmente algunos países de África, Asia y Suramérica han empezado a sobresalir en la rama de turismo, ya sea por su entorno natural fácil de observar o por su cultura milenaria. Es en estos lugares donde se sabe existen algunos proyectos de ecoturismo comunitario. (Secretaría de Relaciones Exteriores, 2011).

1.1.2.4.Sustitutos

Para el turismo comunitario, los servicios sustitutos están compuestos por las diferentes formas de realizar turismo dentro del país, cada una presentando sus características propias, pero con el objetivo común de ofrecer esparcimiento y recreación en ambientes agradables a los turistas. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Peru, 2010).

Entre los sustitutos principales que tiene el turismo comunitario se destacan:

Turismo de Aventura

Comprende la recreación de las personas al mezclar el entorno de la naturaleza con los deportes de aventura que tienen cierto grado de riesgo, para lo cual se utilizan la experticia de guías adecuados para cada actividad. Las actividades que más se practican son:

- Rafting
- Montañismo
- Excursionismo y Senderismo
- Parapentismo y Alas Delta
- Buceo

Ecoturismo

“El ecoturismo o turismo ecológico es una opción distinta a las formas tradicionales de hacer turismo, que privilegia la sustentabilidad, preservación y apreciación del medio ambiente, brindando beneficios económicos a las personas locales, pero priorizando la conservación entre las actividades de ecoturismo se tiene:

- Observación de aves
- Observación de ballenas
- Vida silvestre
- Observación de orquídeas y flora en general.” (International Ecotourism Society, 2007)

Turismo Cultural

“Se entiende por turismo cultural al turismo que tiene por objeto la comprensión de la cultura, su historia, su patrimonio material e inmaterial, su arte, filosofía, religión, folklore, entre otros; y busca fortalecer la identidad de un país, ciudad o población. (Secretaría de Cultura, 2011)

1.1.2.5. Proveedores



Figura 8. Turismo Comunitario del Ecuador

Fuente: FEPTCE

Para el turismo comunitario en el Ecuador, los proveedores de los servicios son las comunidades que poseen los proyectos turísticos y que realizan sus actividades de una manera organizada y regulada por las instituciones pertinentes. Entre éstas se destacan:

Tabla 19.

Comunidades consolidadas por la FEPTCE

PROVINCIA	COMUNIDAD	RED
Esmeraldas	Bellavista Florida	Red de Turismo de Muisne
Manabí	Agua Blanca Isla Corazón, Las Tunas, Salango,	Forman parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentran asociadas a una red turística
Azuay	Carmen de Jadán (Aguarongo)	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Cañar	Sisid Añejo, Caguanapamba, Charón Ventanas,	SUMAK PACHA (Red)
Loja	Lagunas Ñamarin	SARAGURO RICUY (Red)
Imbabura	Nangulví, Manduriacos - Chontal, Junin, Magdalena Morochos Calera Palo Amarillo Santa Bárbara Tunibamba Pijal.	RUNA TUPARI (Red) RED ECOTURÍSTICA INTAG
Pichincha	Yunguilla,	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Chimborazo	Pulingui (Casa Cóndor). Palacio Real	CORTUCH (Red)
Bolívar	Salinas de Guaranda	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Orellana	Añangu,	Forma parte de los emprendimientos consolidados pero no se encuentra asociada a una red turística.
Pastaza	Curaray Liquiino, Wapuno CTC Chuntapacha,	Red Arajuno (Red)
Sucumbíos	Shayari-Atari, Limoncocha,	CORTUS (Red)
Napo	Capirona y Río Blanco	RICANCIE (Red)

Fuente: FEPTCE

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Cabe destacar que existen más comunidades que están siguiendo la línea del turismo comunitario, pero aún no constan como proveedores, pues su estructura administrativa no está bien organizada, pero se espera que en un futuro la cantidad de comunidades que posean proyectos de turismo sea mucho mayor a la actual, dando al país un impulso turístico en comunidades antes olvidadas.

1.1.2.5.1. Ubicación de los emprendimientos consolidados

La riqueza paisajística del Ecuador se caracteriza por su extraordinaria diversidad en flora, fauna, complementada, a su vez con una variedad en pisos climáticos que encierra cada una de sus regiones. La población que habita dentro de ellas ha desarrollado un exuberante conjunto de culturas, lenguas y tradiciones, es por ello que la nación ecuatoriana resulta de una combinación dada por varios componentes, lo cual constituye una oportunidad para compartir talentos, destrezas y formas de vida.

Algunas comunidades indígenas se han dado cuenta a través del turismo, pueden generar mayores recursos y han abierto sus puertas para mostrar los atractivos de sus pueblos y de sus regiones desde una perspectiva única. Esta forma de turismo permite mayor contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida, de culturas diferentes a las del viajero que los visita.

Son las propias comunidades las que han llegado a convertirse en guías, y los ingresos generados o invertidos en proyectos para beneficio de la comunidad.

El Ecuador es un país pluricultural y pluriétnico, motivo por el cual el desarrollo de nuevas tendencias turísticas que incluyan ambas cualidades constituye una excelente opción para que el viajero disfrute de la riqueza cultural y natural que el país les oferta.

En la siguiente tabla se encuentran los principales proyectos de turismo comunitario que se desarrollan en el Ecuador.

Tabla 20.

Proyectos Comunitarios de Ecuador

EMPRESARIADO COMUNITARIO	COMUNIDAD	PROVINCIA	CANTÓN
Bellavista	Bellavista	Esmeraldas	Muisne
Asociación de Concheros “ El Progreso”	Florida	Esmeraldas	Muisne
Agua Blanca	Agua Blanca	Manabí	Puerto López
Isla Corazón	Portovelo	Manabí	San Vicente
Club Ecológico Nueva Amanecer “CENA	Las Tunas	Manabí	Puerto López
Salango	Salango	Manabí	Puerto López
Centro de Gestión Ambiental Agro artesanal y T.C Aguarango	El Carmen de Jadán	Azuay	Gualaceo
Centro de Turismo comunitario Kuyallacta	Sisid	Cañar	Cañar
Cuyallacta CTC	Caguanapamba	Cañar	Tambo
Centro Comunitario Charon Ventanas	Charón Ventanas	Cañar	Biblían
Las Lagunas	Las Lagunas	Loja	Saraguro
Ñamarin	Ñamarin	Loja	Saraguro
Nangulví	Nangulví	Imbabura	Cotacachi
Comité de Ecoturismo Manduriacus	Chontal	Imbabura	Cotacachi
Reserva Comunitaria Junín	Junin,	Imbabura	Cotacachi
Talleres del Gran Valle	Magdalena	Imbabura	Cotacachi
Runa Tupari	Morochos	Imbabura	Cotacachi
Runa Tupari	La Calera	Imbabura	Cotacachi
Rinconcito Ecológico Palo Amarillo	Palo Amarillo	Imbabura	Otavalo
Alberguistas de RUNATUPARI	Santa Bárbara de la Esperanza	Imbabura	Cotacachi

CONTINÚA 

Tunibamba	Tunibamba	Imbabura	Cotacachi
Sumak pacha	Pijal Bajo	Pichincha	Cayambe
Coorporacion Yunguilla	Yunguilla,	Pichincha	Quito
Asoc. Turismo casa Cóndor	Pulingui San Pablo	Chimborazo	Riobamba
Sumak Kausai	Palacio Real	Chimborazo	Riobamba
Grupo juvenil de Salinas	Salinas de Guaranda	Bolívar	Guaranda
Napo Wildlife Center	Añangu,	Orellana	Orellana
IshcayYacu	Atacapi/ Curaray Liquino	Pastaza	Arajuno
Kunda Pakcha	San José de Wuapuno	Pastaza	Arajuno
Centro de Turismo Comunitario Shayari	Shayari	Sucumbios	Cascal
Atari	Atari	Sucumbios	Cascal
Limoncocha	Limoncocha,	Sucumbíos	Shushufindi
Capirona	Capirona	Napo	Tena
Río Blanco	Río Blanco	Napo	Tena

Fuente: FEPTCE 2013

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

1.1.2.6. Organismos Reguladores

Dentro del sector turístico comunitario intervienen algunos aliados estratégicos así como MINTUR, CONDEPE, acorde a la FEPTCE el turismo comunitario lo definen como:

Relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo 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. (FEPTCE, 2009)

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador “FEPTCE”:

Es una organización con jurisdicción nacional que agrupa a las comunidades, recintos, centros, palenques de las nacionalidades y pueblos del Ecuador que se desarrollan en un territorio determinado que buscan el mejoramiento de sus condiciones de vida (bien vivir), a través de la defensa de sus territorios y la valoración de sus patrimonios. Es una organización que ha asumido un rol político y técnico en la gestión del Turismo Comunitario, siendo sus ámbitos de acción el encaminar a fortalecer y posicionar al turismo comunitario como una actividad que marque un nuevo horizonte en la concepción y manejo del turismo a nivel nacional e internacional. (FEPTCE, 2009)

MINTUR

Misión

“Ejercer la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar a Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo consciente como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible”. (MINTUR, 2002)

CODENPE

Misión

Es una institución pública que en el ejercicio de los derechos del Estado Plurinacional, ejecuta políticas para fortalecer a las Nacionalidades y Pueblos, la vivencia de la interculturalidad promueve, planes de vida y contribuye a una relación equilibrada con la Pachamama, para alcanzar el Sumak Kawsay. (CODENPE, 2008)

Redes Turísticas Comunitarias

Runa Tupari

Las comunidades indígenas de la zona de Cotacachi e Imbabura fundaron la agencia comunitaria, la misma que es responsable de establecer contacto con operadores internacionales principalmente europeos para asegurar así la presencia de turistas en las comunidades, los mismos que de acuerdo al gerente de la operadora son distribuidos en todos los albergues comunitarios garantizando así que todos se beneficien de la actividad turística en el transcurso del año, al final de este se distribuyen los porcentajes de beneficios de cada comunidad, familia y para el proyecto. (Carrera, 2012)

Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo (RICANCIE)

Es una red de nueve comunidades quichuas en el Alto Napo, dentro de la reserva biosfera del Parque Nacional "Gran Sumaco – Sumaco Galeras". Las comunidades de RICANCIE han establecido un programa eco-turístico único basado sobre el respeto tradicional para la herencia ecológica y cultural, como camino alternativo para el desarrollo de las comunidades en la actualidad y a futuro. Los esfuerzos de RICANCIE han sido reconocidos a nivel internacional cuando han sido invitados a participar en la EXPO 2000 (Hannover, Alemania) en la exposición especial "Pueblos Indígenas". (RICANCIE, 2002)

CORDTUCH

La Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo "CORDTUCH", es una organización comunitaria con una trayectoria desde hace diez años, cuando diversas comunidades campesinas e indígenas de la provincia de Chimborazo, se reunieron para analizar su realidad y proponer soluciones, es así, que identifican al turismo como una estrategia para conservar sus recursos

naturales, revalorizar la cultura y diversificar sus labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable. La CORDTUCH, es la organización dueña de la Operadora Puruha Razurku creada por y para las organizaciones comunitarias, que han visto en el turismo una actividad alternativa que les permita vivir en armonía con la naturaleza y fortalecer su cultura, constituyéndose de esta forma en el centro de comercialización que facilita a sus socios la venta de los productos de Turismo Comunitario. (Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo , 2012)

Red de Turismo Comunitario del Austro “Pakariñan”

Pakariñan, ejemplo de organización y gestión en el país, con bases correctamente estructuradas, con incidencia política, dirigida a combatir la pobreza, el desempleo, el deterioro ambiental y la deshumana migración; con obras de infraestructura, equipamientos e instalaciones implementadas en cada comunidad que respetan el equilibrio ambiental y cultural; con recursos humanos capacitados, ofertando productos turísticos auténticos y competitivos enmarcados en el desarrollo territorial rural con identidad cultural, e incorporados en los paquetes a nivel nacional e internacional. (Red turística Pakariñan, 2013)

1.1.2.7. Matriz Competitiva De Porter

El modelo competitivo de Porter, también conocido como las Cinco Fuerzas de Porter, es una herramienta que permite analizar:

- Amenaza de nuevos competidores
- Poder de negociación clientes
- Productos Sustitutos
- Poder de Negociación de Proveedores
- Competidores del Mercado



Figura 9: Cinco Fuerzas Porter

Fuente: Pensamiento estratégico: Una perspectiva para los ejecutivos /2005

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

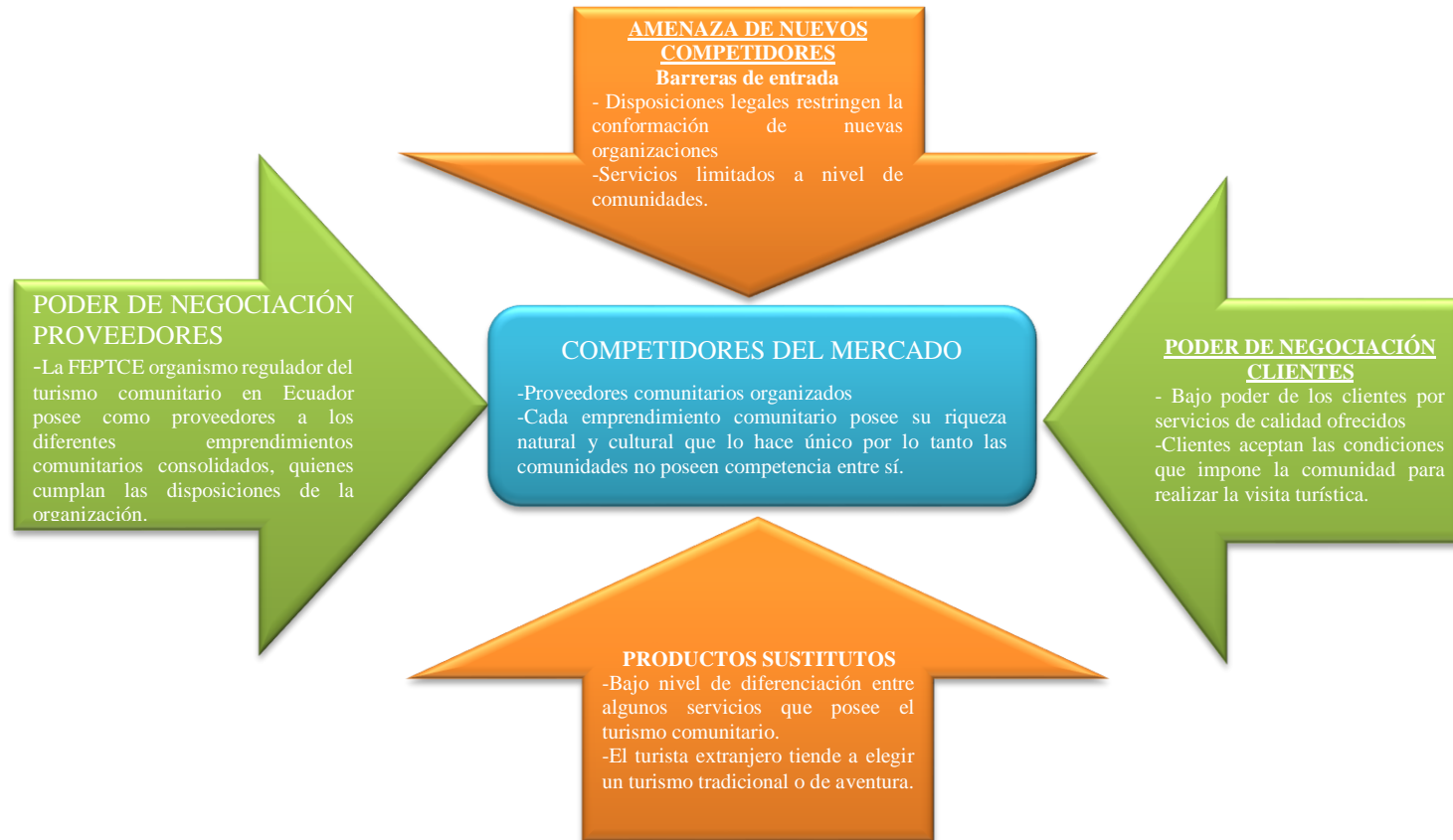


Figura 10. Modelo Competitivo de Porter

Fuente: (Porter, 2009)

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

1.2.Análisis Interno

1.2.1. Constitución legal

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador,(FEPTCE)

FEPTCE, basa su legalidad en el reconocimiento jurídico mediante Acuerdo N° 20020059, expedido por el Ministerio de Turismo con fecha 11 de septiembre de 2002, cuyo estatuto vigente fue aprobado mediante Acuerdo N° 20050005, expedido con fecha 25 de mayo del mismo año, publicado en el Registro Oficial N° 43, de 23 de junio de 2005. Su sede es la ciudad de Quito, con jurisdicción. (FEPTCE, 2011)

Agrupar a más de 60 experiencias turísticas de gestión comunitaria de las nacionalidades y pueblos indígenas, mestizos, montubios y afro, con cobertura en las regiones Costa, Sierra y Amazonía. Es el Organismo Gremial representativo del Turismo Comunitario del país, por ello es miembro del Consejo Consultivo del Ministerio de Turismo, cuyo ámbito político menciona:

Nuestro objetivo es no solo posicionar al turismo Comunitario en los diferentes sectores del Estado Ecuatoriano, través de políticas públicas claras que motiven la inversión del estado, sino generar una conciencia nacional e internacional de que experiencias como las que venimos implementado van más allá de la simple oferta turística, para nosotros es una forma de vida con identidad, con responsabilidad, con conciencia y compromiso no solo con nuestra futuras generaciones sino con la vida de todo el planeta. (FEPTCE, 2011)

1.2.2. Recursos y capacidades

“Las capacidades o rutinas organizativas eficaces crean capacidades para la empresa, y desde ahí nace la ventaja competitiva para la misma. En este sentido

competitivo, la estrategia se basa en las capacidades de la empresa para lograr la supervivencia de la misma y desde ahí los objetivos fijados”. (Aula Fácil, 2012)

1.2.2.1. Tangibles

1.2.2.1.1. Económicos y Financieros

“De conformidad con el “Código de Operaciones de la FEPTCE” estipula como fuentes de ingresos las siguientes:

- a) Los aportes especiales, ordinarios y extraordinarios que determine la asamblea general a sus miembros activos de la FEPTCE
- b) Los aportes y donaciones que reciba por la celebración de convenios o contratos suscritos con personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o comunitarias, nacionales o extranjeras;
- c) El producto que se obtenga de la gestión de proyectos
- d) Los ingresos por inversión en actividades económicas
- e) Las retribuciones por concepto de avales señalados en el punto 109; y,
- f) Cualquier otro ingreso que se adquiriera lícitamente.” (FEPTCE, 2011)

Gastos de movilización presupuestados: Los gastos de transporte, documentación, estadía y alimentación, para las comisiones y actividades que se convoquen y programen por las instancias directivas de la FEPTCE, estarán debidamente presupuestadas en los gastos institucionales. Los Delegados/as podrán recurrir al financiamiento de ellas con sus recursos personales, a cuenta de la FEPTCE, siempre que se justifique con documentos legalmente válidos. (FEPTCE, 2011)

Gastos de movilización no financiados: “Las actividades y eventos convocados a la FEPTCE por otras organizaciones o instituciones que no financien gastos

operacionales de movilización, serán asumidos por la FEPTCE si revisten carácter formal; caso contrario, podrán asistir sus Delegados/as con sus recursos personales.” (FEPTCE, 2011)

Prohibición de donaciones: “Están prohibidas las donaciones o contribuciones económicas a terceras personas en donde la participación de la FEPTCE no lleve el cumplimiento de su objeto social. Los bienes de la FEPTCE no podrán servir sino para beneficio colectivo de sus miembros.” (FEPTCE, 2011)

Egresos extrapresupuestarios: La Presidencia, la Secretaría de Finanzas o la persona encargada de los valores de la FEPTCE, podrá disponer únicamente los recursos presupuestarios que se hayan fijado para cada período, e informará de este movimiento al Consejo Directivo. En caso de un manejo superior sin autorización, la asamblea general o el Consejo Directivo, dispondrán si reconocer o imputar al patrimonio personal de quien lo haya manejado. Por tanto, todo egreso presupuestario que vaya a sumar más de lo fijado por la asamblea general, requiere de la autorización del organismo de dirección inmediato superior. (FEPTCE, 2011)

Rentabilidad: Todas las actividades económicas que intervenga la FEPTCE deberán ser rentables (sostenibles) económica, ambiental y socialmente. No se sacrificará la rentabilidad social y ambiental por la económica; al contrario, si una actividad es rentable ambiental y socialmente, se buscará al menos que económicamente no genere pérdidas o induzca a la quiebra judicial. (FEPTCE, 2011)

Control económico: “Cada proyecto económico de acción, control e inversión total o mayoritaria de la FEPTCE, deberá llevar una contabilidad independiente y así se lo registrará en el SRI. Los proyectos de inversión compartida, se sujetarán a las normas que las partes y la FEPTCE determinen” (FEPTCE, 2011).

1.2.2.1.2. Físicos

Destacando lo detallado en el Código de Operaciones de la FEPTCE manifiesta que en cuanto a la administración técnica lo siguiente:

Oficinas o subsedes de la FEPTCE: En conformidad con el Art. 2 del estatuto, las oficinas de los entes regionales y provinciales constituyen subsedes de la FEPTCE para todos los efectos legales con la administración pública. En consecuencia, los/as Dirigentes regionales o provinciales tienen la obligación jurídica de informar el desarrollo de sus actividades, conforme a las prescripciones del presente Código. (FEPTCE, 2011)

Oficinas o representaciones en el extranjero: Será de responsabilidad del Consejo Directivo Nacional el establecer o suprimir oficinas o representaciones de la FEPTCE en un país extranjero, o establecer alianzas institucionales en este mismo sentido, previo acuerdo constante en Actas. De otorgarlo unilateralmente la Presidencia, será solidariamente responsable con quienes se abroguen estas funciones. Los responsables de la administración de estas oficinas o representaciones, en cualquier caso, rendirán cuentas de sus gestiones en forma semestral al Consejo Directivo Nacional. (FEPTCE, 2011)

Áreas de trabajo: “Se consideran prioritarias en la vida de la FEPTCE, como medio para lograr un auténtico desarrollo humano y comunitario, las siguientes áreas de trabajo:

- Turismo Comunitario;
- Cultura e Identidad Cultural;
- Defensa Ambiental y Territorial;
- Métodos alternativos de resolución de conflictos;
- Economía social y solidaria para el desarrollo;
- Patrimonio comunitario; y,
- Equidad de Género y generacional”. (FEPTCE, 2011)

1.2.2.1.3. Tecnológicos

Las instalaciones de la FEPTCE actualmente cuentan con equipos informáticos, internet, fax, teléfono puesto necesitan mantenerse en contacto con las comunidades o entre las personas que pertenecen a la misma pero que por motivos diferentes se encuentran en distintas provincias. Es importante destacar que cuenta con una página web la cual es actualizada constantemente, se puede encontrar información general de las diferentes comunidades que están consolidadas a dicha federación.



Figura 11. Página Web de la FEPTCE

Fuente: FEPTCE

1.2.2.1.4. Estructura Organizacional



Figura 12. Estructura Organizacional de la FEPTCE

Fuente: FEPTCE; Guía de Turismo Comunitario del Ecuador; Marzo, 2007

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

1.2.2.2. Intangibles

1.2.2.2.1. Humanos

La Federación se encuentra conformada principalmente por el presidente, un abogado, técnicos en el área turística quienes están encargado de brindar capacitación a los diferentes emprendimientos, además se encuentra los voluntarios tanto ecuatorianos como de otros países principalmente de procedencia Europea los cuales también forman parte del equipo de trabajo, en algunas ocasiones desarrollan trabajos de campo que favorecen a una comunidad.

Por otro lado cuentan con personal provisional que ayudan con actualización de información en la página web y trabajos de campo solicitados por la federación.

1.2.2.2.2. Prestigio y reconocimiento

La Federación Plurinacional por ser un organismo regulador del turismo comunitario, a pesar de haber sido implementado hace pocos años atrás es reconocida por el Ministerio de Turismo y las comunidades en sí, la cual va ganando prestigio por las diferentes actividades programadas que de alguna manera favorecen al sector turístico.

1.3. Análisis FODA FEPTCE

A continuación se detallan los factores internos y externos que influyen en el desarrollo de procesos de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario:

Tabla 21.**Matriz Estratégica FODA FEPTCE –**

Amenazas	Oportunidades
Inestabilidad económica Aculturación	Participación en eventos internacionales. Apoyo de instituciones públicas y privadas (ONG) Fomento del turismo comunitario en el país. Cuenta con el marco jurídico adecuado para llevar a cabo la actividad turística.
Fortalezas	Debilidades
Comunidades consolidadas por la FEPTCE mantienen emprendimientos viables Organiza eventos para dar a conocer los emprendimientos turísticos. Experiencia en emprendimientos turísticos comunitarios. Mantiene convenios con universidades y entidades turísticas. Capacitaciones periódicas a los líderes de las comunidades. Líder de la actividad turística comunitaria. Vinculación a través de proyectos con voluntarios (extranjeros).	Control insuficiente en el desarrollo de procesos realizados por las comunidades. Limitado recurso de talento humano técnico. Información de página web desactualizada Escasa información estadística en cuanto a lugar de procedencia, preferencias y necesidades de los visitantes que realizan turismo comunitario.

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 22.
Matriz Estratégica FODA Comunidades consolidadas por la FEPTCE.

Amenazas	Oportunidades
<p>Alto nivel competitivo con otras tendencias turísticas.</p> <p>Migración de los residentes comunitarios a las grandes ciudades.</p> <p>Planes promocionales, en su mayoría enfocados a tendencias turísticas tradicionales.</p> <p>Insuficientes recursos presupuestarios por parte del gobierno para turismo comunitario.</p>	<p>Programas Gubernamentales que aportan al desarrollo turístico comunitario.</p> <p>Carreteras principales se encuentran en buen estado generando un acceso oportuno La tecnología dentro del campo turístico está evolucionando con la implementación de nuevos software que ayudan a brindar un servicio eficiente y eficaz.</p> <p>Internet con cobertura a nivel nacional.</p> <p>Proyectos enfocados al sector rural se mantienen por estabilidad de gobierno</p> <p>Las comunidades se encuentran respaldadas por la Constitución.</p> <p>Alternativa sostenible para las zonas rurales.</p> <p>Nuevos nichos de mercado.</p>
Fortalezas	Debilidades
<p>Gestión proactiva frente a cada emprendimiento turístico Comunitario</p> <p>A través de la participación en ferias turísticas se da a conocer los emprendimientos comunitarios.</p> <p>Capacitaciones a los representantes de las redes Comunitarias por parte de la FEPTCE</p> <p>Diversidad en atractivos culturales y naturales para la elaboración de nuevos emprendimientos turísticos comunitarios.</p> <p>Talento humano con alta percepción en valores éticos y morales.</p>	<p>La mayor parte de comunidades poseen servicios básicos deficientes que demandan los turistas al adquirir un paquete.</p> <p>Pérdida de identidad y memoria histórica</p> <p>Deficientes canales de comercialización</p> <p>Escasa información turística para acceso y contacto con la comunidad.</p> <p>Intervalos de líneas de transporte limitados.</p> <p>Mantenimiento insuficiente en señalética de senderos.</p>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

1.4. CADENA DE VALOR

a cadena de valor nos permite analizar de manera interna la organización, a través del detalle de las actividades principales que componen las operaciones



Figura 13. Cadena de Valor FEPTCE

Fuente: Planificación Financiera

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Se denomina cadena de valor debido a que considera “a las principales actividades de una empresa como los eslabones de una cadena de actividades que van añadiendo valor al producto a medida que éste pasa por cada una de ellas.” (Negocios Crece, 2014)

Para el turismo comunitario, la cadena de valor es diferente a una cadena productiva económica normal, pues en esta se involucra productos tangibles, en cambio en el sector turístico se parte de un inventario de productos turísticos con los cuáles se puede brindar servicios con valor agregado.

CAPÍTULO III

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Estudio de la Oferta

2.1.1. Análisis cualitativo del turismo comunitario en Ecuador

El turismo comunitario nace en la década de los 80, como una propuesta que permite a las comunidades generar más alternativas para mejorar sus ingresos familiares, recuperar y valorizar su cultura e identidad aportando en el manejo sostenible de los recursos naturales. Según datos estadísticos recopilados por la FEPTCE, el turismo comunitario representa a escala mundial un mercado aproximado de 7 a 10 millones de turistas. (Ministerio de Turismo, 2010)

El debate sobre la viabilidad económica del turismo comunitario debe abordarse desde una perspectiva más amplia de lo que se ha hecho hasta el momento. El tema principal en discusión es ¿Cómo está funcionando la economía de base comunitaria, vinculada o no al turismo?, y de qué manera está contribuyendo a la mejora de las condiciones de vida de la población local, el fortalecimiento de las comunidades, sea a través de la agricultura, la ganadería, la pesca, la apicultura o el turismo, de forma diversificada y complementaria, en la que el protagonismo y control de los recursos esenciales queda en manos de la gente del lugar organizada colectivamente, es la clave que puede permitir a las comunidades seguir viviendo en sus territorios.

El desarrollo turístico no es neutral, conlleva competencia y conflictos en torno al territorio, los recursos naturales y las arcas de los estados. La lógica del crecimiento turístico corporativo es ampliar la acumulación de capital y para ello necesita transformar y utilizar determinados territorios. El punto en discusión es cómo esas distintas expresiones de economía popular actúan como un dique de contención frente a las múltiples formas de usurpación de los territorios y los recursos naturales por parte de negocios privados, ya sea en forma de agro-combustibles, agricultura industrial, minería, construcción de mega-infraestructuras o aprovechamiento de recursos

turísticos ,y al mismo tiempo, si las poblaciones locales organizadas colectivamente son capaces de poner en marcha y sostener propuestas de desarrollo rural alternativas a las dominantes, con otras lógicas y otros valores.

El objetivo no es otro que poder sostener comunidades rurales vivas; y es en este contexto en el que el turismo comunitario en el Ecuador adquiere un nuevo sentido estratégico, como parte de un proceso mucho más amplio de empoderamiento social. El desarrollo de actividades turísticas por parte de las comunidades o algunos de sus miembros ha contribuido a una revalorización de los bienes y recursos comunitarios, como la tierra, el bosque o el agua. Cuando las comunidades han estado muy organizadas, el incremento del valor de estos recursos, principalmente la tierra, ha contribuido a su mantenimiento frente a las presiones del mercado para su venta. Además, las infraestructuras familiares y comunitarias creadas para atender a los turistas (habitaciones, comedores, albergues, salas de actos) han tenido también otros usos, beneficiando así a las poblaciones locales. El turismo comunitario ha permitido una mayor capitalización del campo en manos de la población local. (Cañada Ernest, 2010)

Cabe señalar que dentro de América Latina, se destaca a Ecuador como el país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en Ecuador en una actividad estratégica para muchas comunidades ya que actúa como catalizador de diferentes procesos como son:

(1) La promoción socioeconómica de comunidades en situación muy vulnerable desde los puntos de vista sociales, económico y cultural, constituyendo un motor estratégico para el desarrollo local de las mismas.

(2) El encuentro cultural a través del turismo, ya que potencia el contacto intercultural

(3) El desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista ambiental.

(4) La apertura de posibilidades de autogestión y desarrollo de las comunidades (Ruiz, 2001)

2.1.2. Población de estudio de la Oferta

El universo que se define para la aplicación del Censo son las 36 agencias tour operadoras asociadas a la OPTUR (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador) en la ciudad de Quito, se tomó como referencia esta organización debido a que la presente investigación tiene un enfoque al turismo receptivo, puesto que es el que genera un mayor aporte dentro del campo turístico comunitario.

2.1.3. Aplicación de Censo

El censo se lleva a cabo a través de la aplicación de un instrumento estandarizado o encuesta a toda la población objetivo; en este contexto, se proceden a medir todos los elementos de dicha población; luego, esta información sirve de marco para realizar futuros muestreos cuando no es posible realizar un censo, ya sean estos estadísticamente representativos o no. (Naciones Unidas, 2010).

La aplicación del censo tuvo como finalidad obtener información que colabore con el desarrollo del presente proyecto. Es importante mencionar que al ser un universo limitado no fue posible obtener una muestra, es por tal motivo que se optó por aplicar esta técnica para recolección de información.

2.1.4. Instrumento de recolección de información

Se utilizó la encuesta misma que “corresponde a un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos”. (Delgado, 2009). La finalidad de la misma fue conocer el estado actual del turismo comunitario tanto en servicios como en productos. Además, cabe destacar que se utilizó la observación como otra técnica de recolección de datos ya que se realizaron visitas de campo, de las cuales se recabo información que sirvió de complemento para los resultados obtenidos por aplicación de la encuesta. **Ver Anexo D**

2.1.5. Tabulación e interpretación de resultados

Tabla 23.

Pregunta 1

1. ¿Actualmente usted oferta productos turísticos comunitarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Frecuente	10	27,8	27,8	27,8
Poco Frecuente	12	33,3	33,3	61,1
Rara vez	14	38,9	38,9	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

1. ¿Actualmente usted oferta productos turísticos comunitarios?

■ Frecuente
■ Poco Frecuente
■ Rara vez

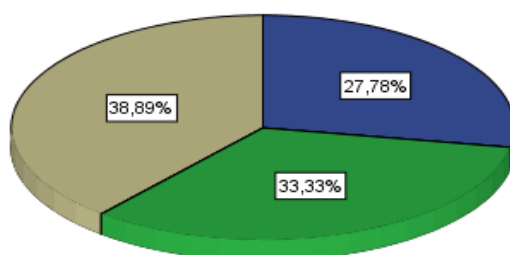


Figura 14.Pregunta 1

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

En cuanto a la tabulación de datos de la encuesta aplicada a las agencias tour operadoras asociadas a la OPTUR, se puede apreciar que el 38.89%, ofertan rara vez productos turísticos comunitarios lo que significa que los mismos no se encuentran posicionados en el mercado, motivo por el cual no poseen mayor demanda o en su efecto existe información escasa acerca de esta tendencia. El 33,33% de los encuestados responde que ofertan este tipo de productos poco frecuente, mientras que el 27.78% indica que ofertan los mismos frecuentemente.

Tabla 24.

Pregunta 2

2. ¿Está listo el Ecuador para lanzar al mercado nacional e internacional esta tendencia turística como lo es el turismo comunitario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	7	19,4	19,4	19,4
No	29	80,6	80,6	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

2. ¿Esta listo el Ecuador para lanzar al mercado nacional e internacional esta tendencia turística como lo es el turismo comunitario?

■ Si
■ No

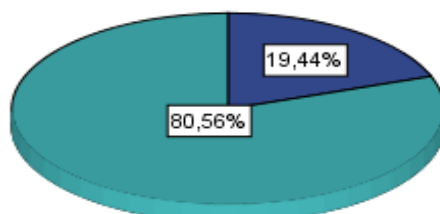


Figura 15: Pregunta 2

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Acorde a la gráfica se observa que el 80.56% de los encuestados indican que el Ecuador no se encuentra listo para lanzar al mercado nacional en internacional esta tendencia puesto que se considera que existen aún falencias que no le permitirán sobrevivir de manera sostenible y sustentable, el 19.44% de los encuestados aducen que el Ecuador si está listo para lanzar el turismo comunitario tanto al mercado nacional como al internacional.

Tabla 25.

Pregunta 3

3. ¿Considera usted que se están perdiendo las costumbres y tradiciones de las comunidades del Ecuador?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
SI	33	91,7	91,7	91,7
NO	3	8,3	8,3	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

3. ¿Considera usted que se están perdiendo las costumbres y tradiciones de las comunidades del Ecuador?

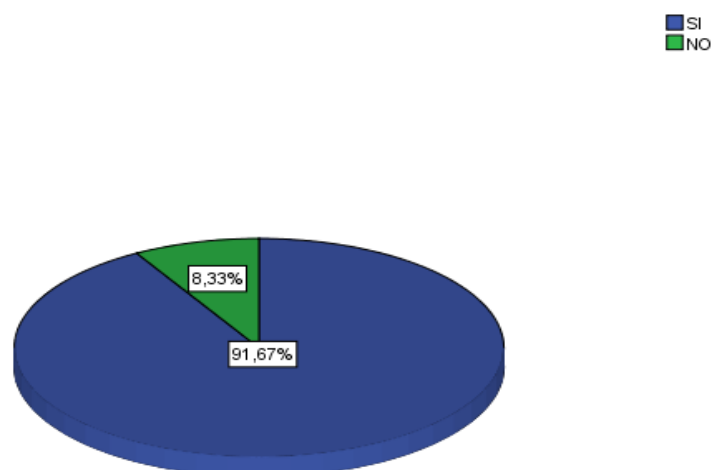


Figura 16. Pregunta 3

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Tomando como referencia los datos obtenidos de la encuesta previamente realizada, se puede observar en la gráfica que el 91.67% consideran que, con en el transcurso del tiempo se van perdiendo las costumbres y tradiciones de las comunidades debido a los diferentes factores tanto internos como externos, olvidándose de su riqueza cultural, solo un 8.33% indica que todavía persiste las costumbres y tradiciones.

Tabla 26.

Pregunta 4

4. ¿Según su criterio y acorde a su experiencia como agente de viajes cuál de los siguientes puntos considera usted que NO aportan de manera satisfactoria para que se dé un desarrollo turístico comunitario sostenible?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Accesibilidad	8	22,2	22,2	22,2
Infraestructura	5	13,9	13,9	36,1
Seguridad	6	16,7	16,7	52,8
Medios de Comunicación	8	22,2	22,2	75
Promoción	6	16,7	16,7	91,7
Calidad en el Servicio	3	8,3	8,3	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

4. ¿Según su criterio y acorde a su experiencia como agente de viajes cuál de los siguientes puntos considera usted que NO aportan de manera satisfactoria para que se dé un desarrollo turístico comunitario sostenible?

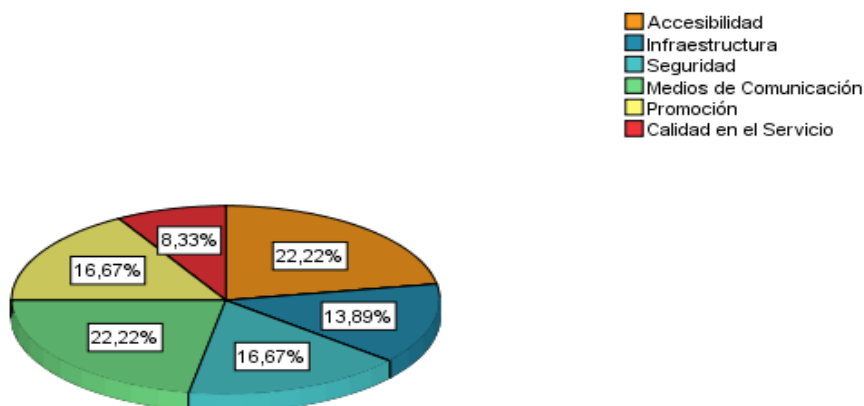


Figura 17. Pregunta 4

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Desde el punto de vista de los agentes de viajes y acorde a su experiencia indican con un 22.22%, que la dificultad para acceder a las comunidades al igual que la falencia de ciertos medios de comunicación constituyen los principales factores que no aportan en forma positiva al turismo comunitario debido a que son lugares que se encuentran apartados de las grandes ciudades la información es insuficiente.

A pesar de que las carreteras principales son de primer orden las vías de acceso a las comunidades en su mayoría son de tercer orden, como tercer factor negativo que afecta al desarrollo de esta tendencia se encuentra la falta seguridad y la insuficiente promoción con un 16.67% lo que indica que al no ser lugares turísticamente reconocidos y eficientemente promocionados causan al turista cierta desconfianza, al momentos de elegir un producto turístico, solo un 8% considera que existe falencia en el servicio de calidad.

Tabla 27.

Pregunta 5

5. ¿De acuerdo a su criterio indique el orden de importancia de los lugares turísticos comunitarios solicitados con mayor frecuencia, e indique un porcentaje aproximado de venta de cada paquete al año?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Cuyabeno	10	27,8	27,8	27,8
Yasuní	4	11,1	11,1	38,9
Agua Blanca	3	8,3	8,3	47,2
Otavalo	8	22,2	22,2	69,4
Saraguro	2	5,6	5,6	75
Salinas de Guaranda	5	13,9	13,9	88,9
Palacio Real	2	5,6	5,6	94,4
La Calera	2	5,6	5,6	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

5. ¿De acuerdo a su criterio indique el orden de importancia los lugares turísticos comunitarios solicitados con mayor frecuencia, e indique un porcentaje aproximado de venta de cada paquete al año?

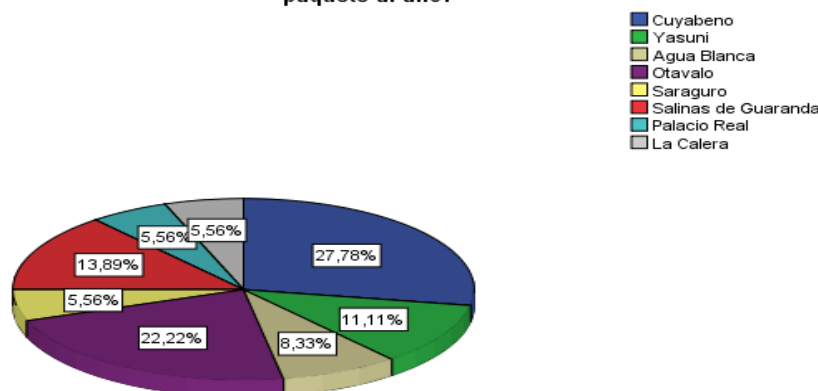


Figura 18: Pregunta 5

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Con relación a la variedad de comunidades turísticas que posee el Ecuador los operadores turísticos las ubican en el siguiente orden: Cuyabeno con un 27.78% ocupa el primer lugar en importancia ya que es el destino con mayor demanda según indica el resultado de las encuestas realizadas a las tour operadoras, otro de los destinos más solicitados es Otavalo con un 22.22%, Salinas de Guaranda ocupa el tercer lugar con un porcentaje de 13.89% en lo que a productos turísticos comunitarios respecta, también Yasuní se encuentra entre los destinos comunitarios con mayor acogida con un 11.11%, Agua Blanca una comunidad turística comunitaria organizada se encuentra considerada con 8.33%. Palacio Real, Saraguro, La Calera son productos solicitados en un porcentaje menor correspondiente al 5.56%.

Tabla 28.

Pregunta 6

6. ¿Con que frecuencia vende paquetes turísticos comunitarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1-3 paquetes al mes	23	63,9	63,9	63,9
4-6 paquetes al mes	13	36,1	36,1	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez / Belén Utreras

6. ¿Con que frecuencia vende paquetes turísticos comunitarios?

■ 1-3 paquetes al mes
■ 4-6 paquetes al mes

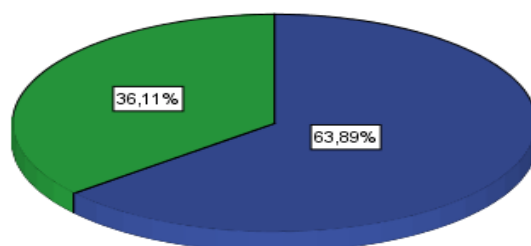


Figura 19: Pregunta 6

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

En la gráfica se aprecia que no se vende frecuentemente paquetes turísticos puesto que el 63.89% vende aproximadamente de 1 a 3 paquetes mensualmente, solo un 36.11% indica que vende de 4 a 6 paquetes en lo que a turismo comunitario respecta, puesto que sus ventas están direccionadas en su mayoría al turismo tradicional.

Tabla 29.

Pregunta 7

7. ¿Cuál es el tiempo promedio de estadía de sus paquetes de turismo comunitario vendidos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1-2 días	22	61,1	61,1	61,1
3-4 días	14	38,9	38,9	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez /Belén Utreras

7. ¿Cuál es el tiempo promedio de estadía de sus paquetes de turismo comunitario vendidos?

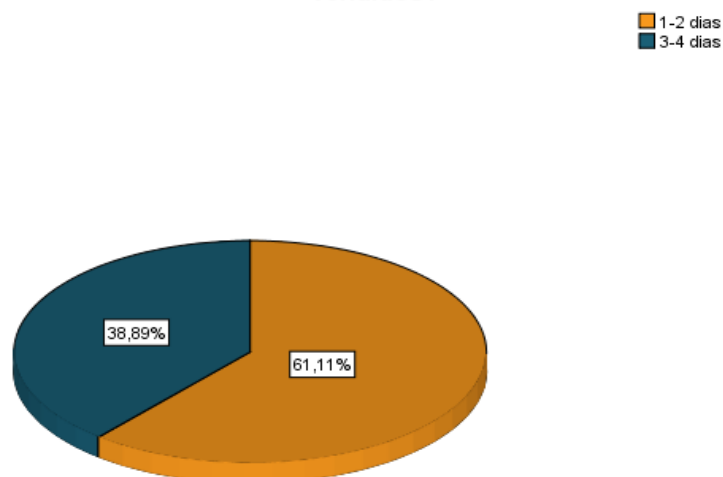


Figura 20: Pregunta 7

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Los resultados de la encuesta indican que el 61.11% de encuestados responde que el tiempo promedio de estadía de los clientes que adquieren productos turísticos comunitarios es de 1-2 días, mientras que el 38.89% señala que la estadía es de 3-4 días.

Tabla 30.
Pregunta 8

8. De los lugares turísticos comunitarios vendidos ¿Cuáles fueron los principales inconvenientes que se presentaron para venderlos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Información desactualizada	14	38,9	38,9	38,9
Vías de Acceso	8	22,2	22,2	61,1
Movilización (Transporte)	10	27,8	27,8	88,9
Costos elevados	4	11,1	11,1	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

8. De los lugares turísticos comunitarios vendidos ¿Cuáles fueron los principales inconvenientes que se presentaron para venderlos?

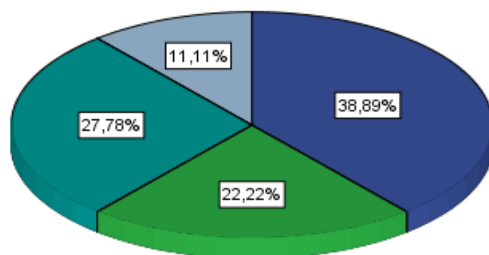
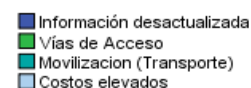


Figura 21. Pregunta 8

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

En referencia a la tabulación de datos el 38.89% considera que los principales inconvenientes que se presentan al momento de ofertar esta tendencia es la información desactualizada, puesto que no les resulta fácil contactarse con ciertas comunidades, el 22.22% indica que los inconvenientes se les presenta debido a las vías de acceso en mal estado, un 27,78% señala que otro de los principales inconvenientes corresponde al transporte obsoleto en algunos caso, el 11.11% indica que se debe a los costos elevados, cada uno de estos factores negativos generan cierta desconfianza al turista.

Tabla 31.

Pregunta 9

9. ¿A través de qué medios conoce usted acerca de los emprendimientos turísticos comunitarios que han ido desarrollando en el Ecuador?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Ministerio de Turismo	3	8,3	8,3	8,3
Ferias Turísticas	11	30,6	30,6	38,9
Internet	22	61,1	61,1	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

A través de qué medios conoce usted acerca de los emprendimientos turísticos comunitarios que han ido desarrollando en el Ecuador?

■ Ministerio de Turismo
■ Ferias Turísticas
■ Internet

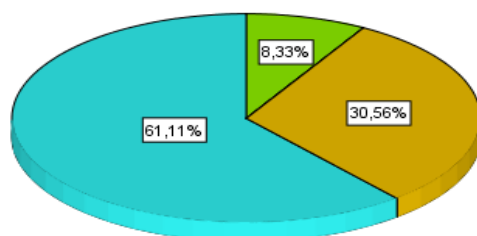


Figura 22. Pregunta 9

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

El 61.11% de encuestados menciona que uno de los medios a través de los cuales conoce acerca de los emprendimientos turísticos comunitarios que se han ido desarrollando en el Ecuador es el internet, ya que es uno de los medios más fáciles para encontrar información acerca de un destino. A continuación se detalla un 30.56% que mencionan a las ferias turísticas como otra alternativa de conocimiento y finalmente con un 8.33% se detalla al Ministerio de Turismo.

Tabla 32.

Pregunta 10

10.¿Que le incentiva a promocionar paquetes turísticos comunitarios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Riqueza en recursos naturales y culturales	14	38,9	38,9	38,9
Aportar en desarrollo social comunitario	16	44,4	44,4	83,3
Otros	6	16,7	16,7	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

10.¿Que le incentiva a promocionar paquetes turísticos comunitarios?

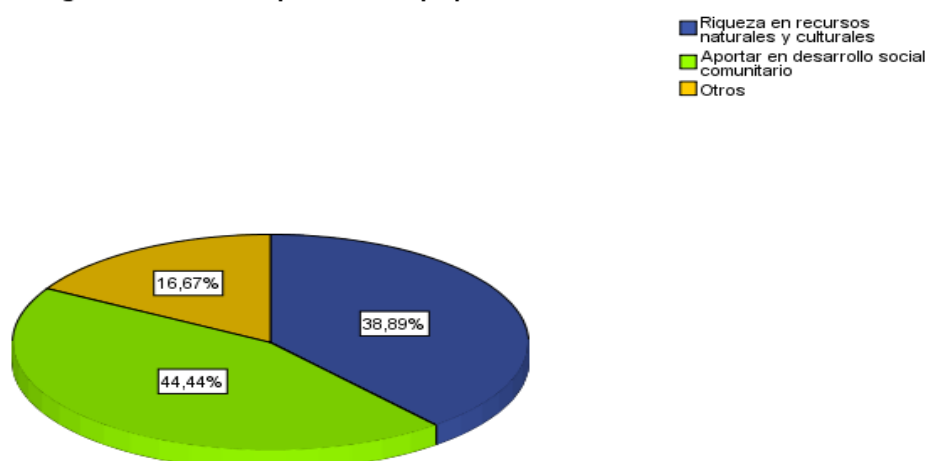


Figura 23. Pregunta 10

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Del total de operadoras encuestadas el 44.44% responden que el factor por el cual les incentiva a promocionar paquetes turísticos comunitarios es por aportar en el desarrollo social comunitario puesto que consideran que al desarrollar nuevas tendencias turísticas se incluyen a la vez nuevas iniciativas que incluyen el trabajo de los sectores más vulnerables como lo es el comunitario. Por otro lado, el 38.89% menciona que la riqueza en recursos naturales y culturales constituye su principal incentivo de promoción, el 16.67% contestan la opción otros.

Tabla 33.

Pregunta 11

11. De los paquetes turísticos comunitarios vendidos ¿Cuáles son los servicios mayor demandados o solicitados por los turistas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Transporte	8	22,2	22,2	22,2
Guía traductor	4	11,1	11,1	33,3
Seguridad	4	11,1	11,1	44,4
Alimentación	7	19,4	19,4	63,9
Alojamiento	6	16,7	16,7	80,6
Actividades Recreativas	7	19,4	19,4	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

11. De los paquetes turísticos comunitarios vendidos ¿Cuáles son los servicios mayor demandados o solicitados por los turistas?

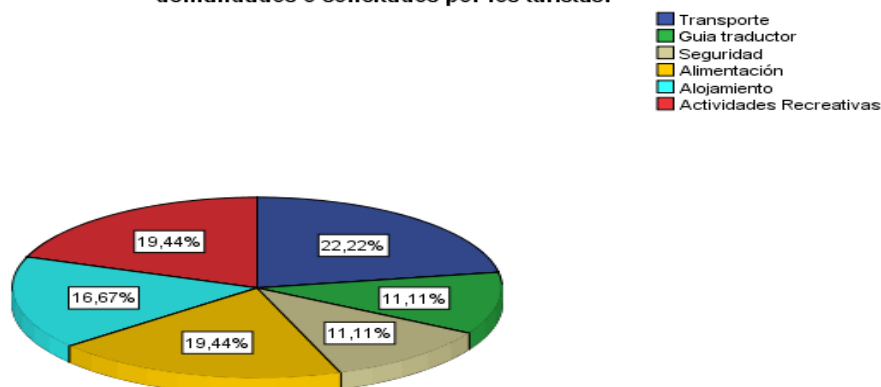


Figura 24. Pregunta 11

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Tomando en consideración la encuesta aplicada el 22,22 % menciona que el servicio con mayor demanda es el transporte esto se debe a que las comunidades se encuentran apartadas de la ciudad y el acceso es limitado en su mayoría; por otro lado el 19,44% responde que tanto la alimentación como las actividades recreativas, son servicios importantes al momento de adquirir un producto turístico comunitario. Cabe destacar que la gastronomía forma parte de la riqueza cultural, es por ello que resulta necesario incluir dentro de un paquete turístico platos típicos para que el turista deguste y conozca diversos productos que se originan en determinada zona; así como también, el hecho de implementar actividades recreativas permiten que la experiencia turística resulte ser más agradable y menos monótona.

Se observa un 16.67 % que compete al servicio de alojamiento, cabe destacar que para este tipo de turismo, los extranjeros prefieren hacer uso de hospedajes rústicos, tales como albergues o casa de pobladores, permitiéndoles experimentar estas nuevas formas de vida, finalmente se tiene un 11.11% a los servicios de seguridad y guía traductor.

Tabla 34.

Pregunta 12

12. ¿Cuál es el costo aproximado por un paquete sencillo de turismo comunitario?

En la región Costa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
90-110	15	41,7	41,7	41,7
120-140	13	36,1	36,1	77,8
más de 170	8	22,2	22,2	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

■ 90-110
■ 120-140
■ mas de 170

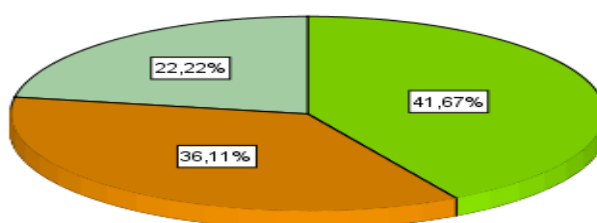


Figura 25. Pregunta 12

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

En la gráfica se observa que 15 operadoras encuestadas equivalente a un 41.67%, señalan que el costo por un paquete de turismo comunitario básico a la región Costa se encuentra en el rango de 90-110 dólares. Es importante mencionar que un paquete básico tiene un tiempo de duración de 2 días 1 noche aproximadamente.

Además se observa en la gráfica que 13 operadoras (equivalente a un 36.11%) destacan que el costo se encuentra entre 120-140 dólares; finalmente un 22.22% mencionan que más de 170 dólares. Es importante destacar que el costo por un producto varía acorde a las actividades y servicios extras que demande el turista.

Tabla 35.

Pregunta 12

En la Región Sierra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
30-50	19	52,8	52,8	52,8
60-80	11	30,6	30,6	83,3
Más de 90	6	16,7	16,7	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

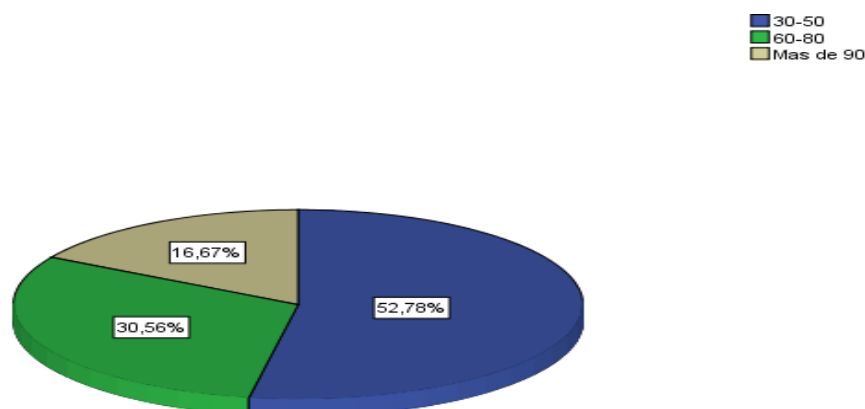


Figura 26. Pregunta 12

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

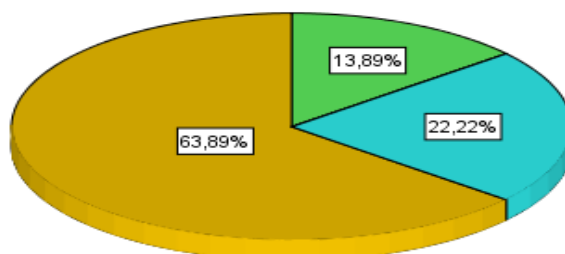
Del 100% de operadoras encuestadas, el 52.78% responden que el costo por un producto turístico comunitario en la región Sierra se encuentra en el rango de 30-50 dólares, este tipo de productos en su mayoría tienen un tiempo de duración de 1 día aproximadamente. El 30.56% señala que el costo se encuentra entre 60-80 dólares esto se debe a que ciertos paquetes están diseñados con destinos turísticos muy distantes o a su vez su tiempo de duración sobrepasa 1 día; finalmente, se encuentra un 16.67% que corresponde a la opción más de 90 dólares, de igual forma los costos varían acorde a servicios extras que el cliente requiera.

Tabla 36.**Pregunta 12****En la región Amazónica**

	Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
120-140	5	13,9	13,9	13,9
150-170	8	22,2	22,2	36,1
más de 200	23	63,9	63,9	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

■ 120-140
■ 150-170
■ mas de 200

**Figura 27. Pregunta 12**

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Analizando la gráfica el 63.89% menciona que el costo por un paquete turístico comunitario a la región Amazónica se encuentra de \$200 en adelante acorde a la experiencia de algunos agentes operadores el rango de duración por un paquete comunitario oscila entre 3 días 2 noches debido a la distancia en la cual se encuentran ubicados dichos productos. Se observa además un 22.22%, el cual señala que el costo se encuentra entre 150-170 dólares; y finalmente, un 13.89% que manifiesta que un producto turístico comunitario se encuentra entre 120-140 dólares.

Tabla 37.

Pregunta 13

13. ¿Cuál es el lugar de procedencia de los turistas que realizan turismo comunitario?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Europeos	13	36,1	36,1	36,1
Estadounidenses	10	27,8	27,8	63,9
Ingleses	6	16,7	16,7	80,6
Canadienses	4	11,1	11,1	91,7
Otros	3	8,3	8,3	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

¿Cuál es el lugar de procedencia de los turistas que realizan turismo comunitario?

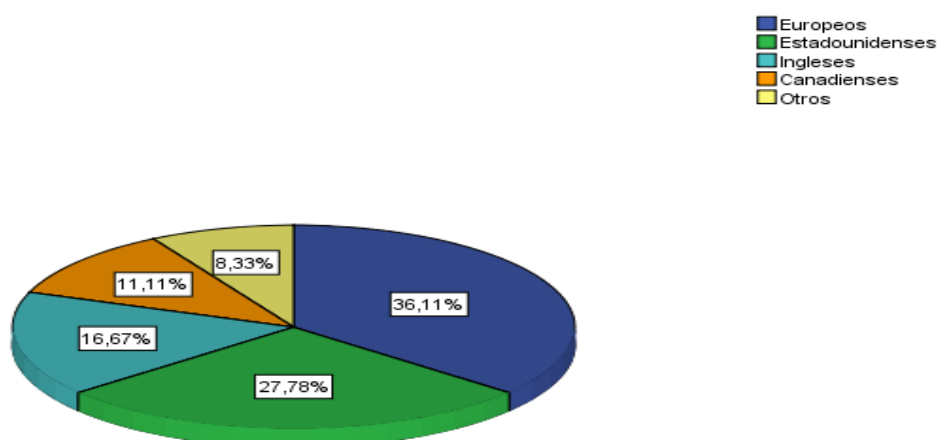


Figura 28.Pregunta 13

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

En relación a los datos obtenidos el 36.11% de encuestados manifiestan que el lugar de procedencia de los turistas que realizan turismo comunitario es Europa, entre los países que se destacan se encuentra: Alemania, Holanda, Francia, España entre otros, se observa un 27.78% que corresponde a turistas Americanos, un 16.67% perteneciente a turistas de procedencia Inglesa, un 11.11% que engloba a turistas Canadienses y por último un 8.33% que compete a la opción otros. Como se detalla la mayor parte de la demanda está cubierta por turistas extranjeros es por ello que la presente investigación tiene su enfoque al turismo receptivo ya que es el que genera mayor número de ingresos a las comunidades.

Tabla 38.

Pregunta 14

14. ¿Qué sugiere usted para incrementar la oferta de turismo comunitario en el Ecuador?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Viajes de Familiarización	5	13,9	13,9	13,9
Mayor promoción	10	27,8	27,8	41,7
Mayor inversión en infraestructura	6	16,7	16,7	58,3
Conferencias y foros para agentes operadores	9	25	25	83,3
Inventario de Atractivos Actualizado	6	16,7	16,7	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

¿Qué sugiere usted para incrementar la oferta de turismo comunitario en el Ecuador?

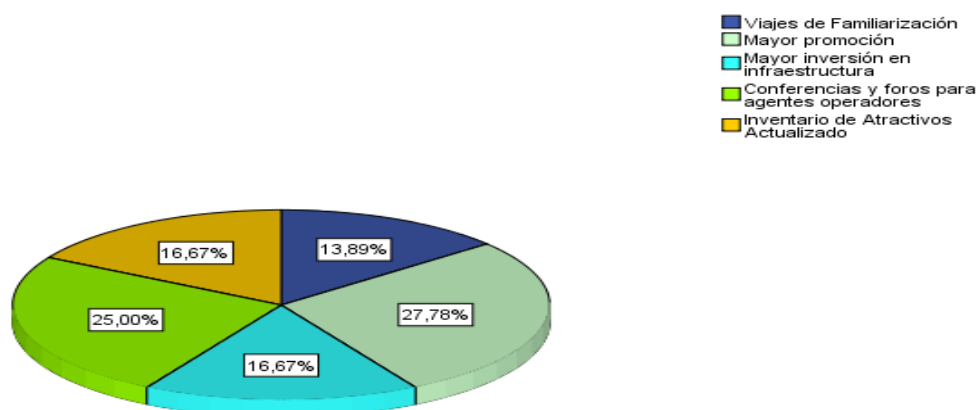


Figura 29. Pregunta 14

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Al momento de analizar la encuesta el 27.78% de los operadores mencionan como sugerencia para incrementar la oferta de turismo comunitario la realización de un mayor número de promoción puesto que consideran que no existen planes comunicacionales que brinden un aporte a la comercialización de este tipo de productos turísticos; por otro lado, un 25% señalan como sugerencia la participación en diferentes conferencias y foros ya que les permitirá conocer de mejor manera el funcionamiento adecuado que engloba la actividad turística comunitaria; y junto con ello ofertar el producto de forma correcta.

Se observa un 16.67% el cual manifiesta que una alternativa para mejorar el desarrollo de esta tendencia turística es realizar mayor inversión en infraestructura y mantener un inventario de atractivos actualizado ya que éste es uno de los problemas que se da al momento de ofertar un producto de este tipo .Por otro lado se destaca un 13.89% que engloba viajes de familiarización.

Tabla 39.

Pregunta 15

15.¿Realiza el proceso de retroalimentación para conocer la satisfacción del cliente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Frecuente	6	16,7	16,7	16,7
Poco Frecuente	16	44,4	44,4	61,1
Rara vez	14	38,9	38,9	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

¿Realiza el proceso de retroalimentación para conocer la satisfacción del cliente?

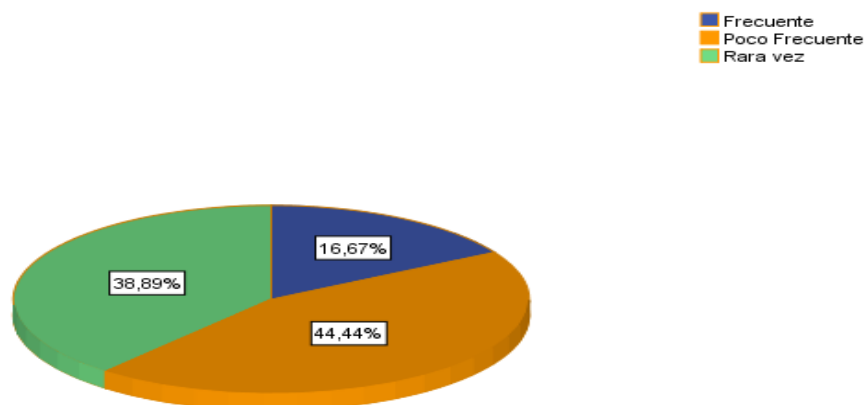


Figura 30. Pregunta 15

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Acorde a la gráfica el 44.44% de operadoras turísticas mencionan que realizan el proceso de retroalimentación de manera poco frecuente esto se debe a que los productos turísticos comunitarios no tiene un alto volumen de ventas. Por otro lado un 38.89% manifiesta que realiza este proceso rara vez .Por último se tiene un 16.67% de tour operadoras que indican que llevan a cabo la retroalimentación de manera frecuente.

Tabla 40.

Pregunta 16

16. ¿Cuáles son las sugerencias de los turistas según la retroalimentación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Capacitación a los prestadores de servicios	9	25	25	25
Mejoramiento de instalaciones hosteleras	5	13,9	13,9	38,9
Señalética clara y legible	6	16,7	16,7	55,6
Logística Organizacional de la comunidad	11	30,6	30,6	86,1
Mejoramiento en manejo de desechos	5	13,9	13,9	100
Total	36	100	100	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

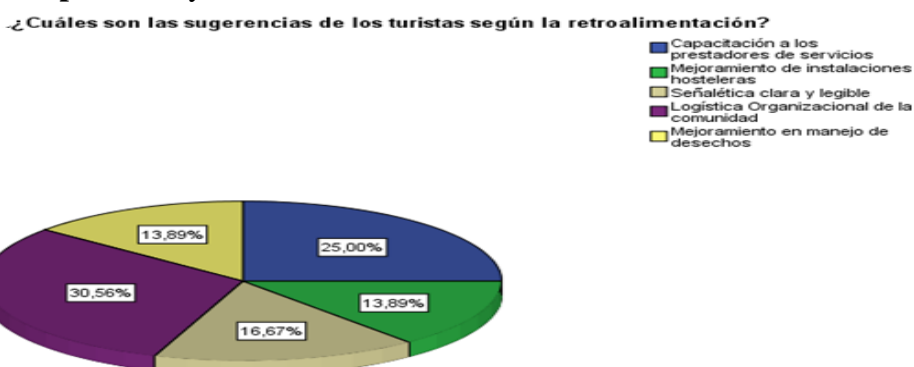


Figura 31. Pregunta 16

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Del universo en estudio el 30.56% mencionan que una de las sugerencias de los turistas según la retroalimentación es mejorar la logística organizacional de la comunidad, cabe destacar que las comunidades mantienen un orden en cuanto a funciones; sin embargo, aún no cumplen las expectativas de los turistas que las visitan.

Se destaca un 25% que menciona capacitación a los prestadores de servicios dentro de este punto se resalta que la FEPTCE implemento una escuela de Interaprendizaje precisamente para brindar capacitaciones y mejorar el servicio sin embargo éstas solo las reciben los representantes de las diferentes redes turísticas y son ellos quienes se encargan de capacitar a los miembros de su comunidad. Se observa también un 16.67% que indica como sugerencia mantener una señalética clara y legible, y por último un 13.89% que engloba las opciones mejoramiento en manejo de desechos e instalaciones hosteleras.

2.2. Perfil del cliente de turismo receptivo

“Ecuador no cuenta con cifras actualizadas que permitan conocer y valorar las características motivacionales, costumbres, intereses y gastos de los extranjeros que realizan viajes turísticos dentro del territorio nacional”. (Promperu, 2013)

“De acuerdo a la publicación realizada por el (Ministerio de Turismo, 2011), señala que:

- El gasto turístico promedio del visitante extranjero en el país asciende a USD \$1.000. Se estima una estadía promedio de 14 noches. Por otra parte, el gasto turístico promedio del visitante nacional asciende a USD \$94 con una estadía promedio estimada de 3 noches.”
- “Un 44,9% de los turistas no residentes está casado, el 44,6% es soltero, 5,1% declaró estar en unión libre, 3,3% está divorciado, 1,3% viudo y el 0,8% no responde a su estado civil.”
- El 75% de los turistas no residentes tienen educación universitaria, maestría o PHD.
- “Con respecto a la ocupación de los turistas no residentes, un 20% corresponde a funcionarios de oficina, el 18% a estudiantes, el 16% a profesionales científicos y el 12% manifiestan ser profesionales de nivel medio, entre otros.”
- “El 63% de los turistas no residentes manifiesta que su motivo de viaje se debió a vacaciones, recreo y ocio, el 19% visitó a familiares y amigos y el 6% permaneció por motivos de negocios, entre otros motivos.”
- “El 73,8% de los turistas no residentes realizó actividades relacionadas con el turismo cultural, el 21,0% efectuó ecoturismo, el 10,2% hizo actividades de sol y playa y el 3,9% se inclinó por turismo de deportes y aventura, entre otros se encuentra el turismo comunitario con el 1.3%.” (Ministerio de Turismo, 2011)

La presente investigación está dirigida principalmente al turismo receptivo ya que dentro del campo turístico comunitario es el que genera un mayor número de ingresos económicos a las comunidades. Tomando como punto de partida la encuesta realizada a las agencias tour operadoras se determinó que la mayor parte de clientes que demandan actividades turísticas comunitarias son de procedencia Europea especialmente de los países: Francia, Alemania, España y Holanda.

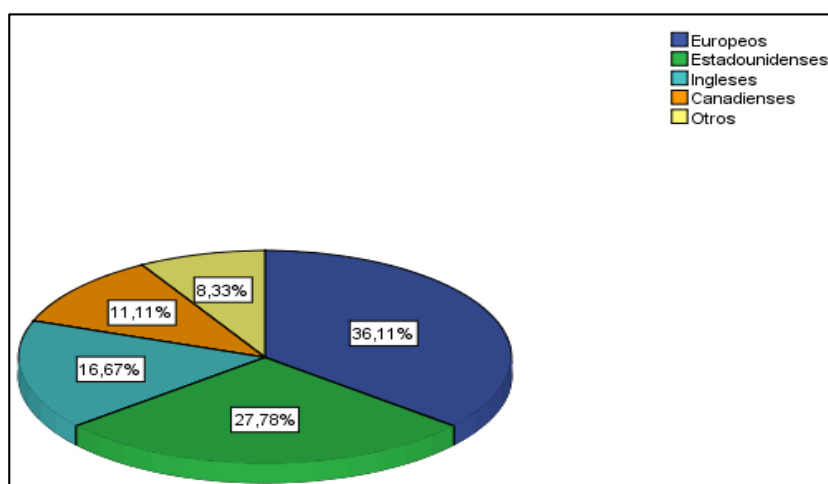


Figura 32. Procedencia de Turistas Internacionales

Fuente: Encuesta Operadoras

Es importante resaltar que el turista extranjero tiene tendencia a visitar comunidades que se encuentran tanto en la sierra como en la amazonia tal es el caso de la comunidad de Otavalo y Cuyabeno puesto que en ambos casos son destinos posicionados dentro del mercado turístico tanto a nivel nacional como internacionalmente. Por otro lado, acorde a la información obtenida por visitas de campo se determina que el rango de edad de un cliente que demanda este tipo de turismo oscila entre 30-50 años en su mayoría; cabe destacar que existen programas de intercambio para jóvenes en los cuales Ecuador se incluye como destino turístico comunitario.



Figura 33. Comunidad la Calera

Fuente: Visita de Campo Comunidad La Calera



Figura 34. Comunidad La Calera

Fuente: Visita de Campo Comunidad La Calera

Entre los servicios mayores demandados se encuentra el transporte como prioritario puesto que las comunidades están localizadas en lugares muy distantes y les resulta un tanto complicado llegar por sus propios medios, además destacan otros servicios como: alimentación, actividades recreativas ; y alojamiento dependiendo del destino, es importante resaltar que para este tipo de turismo, los extranjeros prefieren hacer uso de hospedajes rústicos, tales como albergues o casa de pobladores, permitiéndoles experimentar estas nuevas formas de vida.

2.3. Estudio de la Demanda

2.3.1. Análisis de la demanda receptivo

El turismo receptivo es la actividad dedicada a crear y promover el consumo de los servicios turísticos que produce el país. Generadora de divisas por excelencia, ya que su vocación principal, es la de atraer extranjeros con fines esencialmente abstractivos, quienes a su vez invertirán recursos para lograr un objetivo en específico. (Alvear, 2012)

“En Septiembre 2014 se registra un crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, en el orden del 16% con respecto a septiembre del año 2013, igualmente en el período enero -septiembre de 2014 se alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior.” (MINTUR, 2014).

Ingreso de turistas extranjeros al Ecuador

“Hasta el mes de Diciembre de 2014, 1'500.241 turistas extranjeros ingresaron al Ecuador, marcando así un hito histórico en la cifra de visitantes que han arribado al país, mencionó el Ministerio de Turismo. Este número significa un incremento sostenido del 14% con respecto al año anterior, cuando arribaron 1'364.057 turistas”. (Diario El Telégrafo, 2014)

El incremento de turistas que allegan al Ecuador constituye una ventaja ya que permitirá que nuevas tendencias como lo es el turismo comunitario puedan desarrollarse e incrementar su volumen en visitas y por ende en ventas. ”Según datos proporcionados por la FEPTCE, a escala mundial, el turismo comunitario representa un mercado aproximado de entre 7 y 10 millones de turistas por año; es decir, el 1% del total. Si se asume que este porcentaje se mantiene en el Ecuador se deduce que aproximadamente 10.000 turistas anuales son usuarios potenciales de los programas de turismo comunitario. (Torre, 2010)

Los datos aproximados que maneja la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, en cuanto al número anual de turistas que allegan a los emprendimientos comunitarios son los siguientes

Tabla 41.
Ingreso de Turistas a las Comunidades

Nombre de la Comunidad	Ingreso de Turistas
Agua Blanca	16000
Salinas de Guaranda	15000
Añangu	2000
Producto Runa Tupari	1200
Producto Saraguro Rikuy	800
Producto CORDTUCH	600

Fuente: FEPTCE 2010

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

En cuanto al resto de comunidades (20 aproximadamente) no superan los 500 turistas anuales. Si se toma como valor promedio 250 turistas de éstas 20 comunidades, se determina un dato aproximado de 5.000 turistas anuales.

Consecuentemente se deduce que “el turismo comunitario en el Ecuador recibe aproximadamente 40.600 turistas. Sin tomar en cuenta otras experiencias que se encuentran en proceso de consolidación, que de igual forma reciben turistas esporádicamente.” (FEPTCE, 2010)

La mayor parte de visitas a los emprendimientos comunitarios son por parte de turistas extranjeros, siendo el mercado principal Europa el cual se encuentra entre uno de los que mayor demandan este tipo de productos.

2.4. Análisis de Precios

Tomando como referencia la información obtenida con la encuesta aplicada a los agentes operadores de la ciudad de Quito manifiestan que el costo por un paquete turístico comunitario en las diferentes regiones es:

Tabla 42.

Análisis de precios entre productos turísticos comunitarios

REGIÓN	COSTO	Nº DE DÍAS
Costa	\$60-110	2 días 1 noche
Sierra	\$30-50	1 día
Oriente	Más de \$200	3 días 2 noches

Fuente: Encuesta Aplicada Operadoras Quito

Elaborado por: Mireya Gutiérrez /Belén Utreras


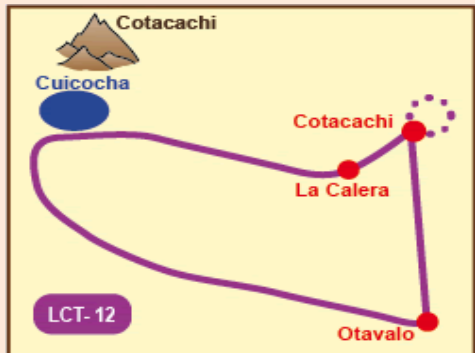
Es importante destacar que un paquete básico incluye servicios como: transporte, alimentación y alojamiento y guía el precio del paquete varía según el destino comunitario que se va a visitar y servicios adicionales que demande el turista como por ejemplo incluir deportes de aventura.

Como se detalla en la tabla el costo es netamente competitivo en relación a un paquete que incluya actividades pertinentes a un turismo tradicional u otras tendencias turísticas.

A continuación, se detallan algunos productos turísticos comunitarios diseñados por la red a la cual pertenecen, dichos paquetes cuentan con una amplia gama de actividades que hacen de estos productos una experiencia diferente y alternativa, capaz de satisfacer las expectativas que un turista requiere:

Tabla 43.

Paquete N° 1

Nombre del Programa		Circuito de Desarrollo :Producción
Proveedor:	Red Turística Runa Tupari	
Tiempo de duración :	7 horas	
Lugar de Salida:	Otavalo	
Página Web:	www.runatupari.com	
Descripción del Recorrido		
<p>En el recorrido de este tour se visitará varios proyectos, microempresas, grupos de mujeres y asociaciones, todos con el objetivo de establecer y fortalecer nuevos fuentes de ingresos y empleo para la población local. Se conocerá talleres de artesanía, empresas turísticas, microempresas de miel, frutas secas e infusiones aromáticas, entre otros. En el camino también tendremos el almuerzo y visitaremos el Lago Cuicocha con la posibilidad de hacer una corta caminata o un recorrido en lancha (opcional)</p>		
		
Fuente: Runa Tupari		Fuente: Runa Tupari
Precio por pax:	1-4 Personas \$35.00	
Servicios que incluye :	Guía, transporte privado, almuerzo, entradas	
Servicios que no Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> Gastos extras no estipulados en el itinerario 	
Qué llevar?	<ul style="list-style-type: none"> Cámara de fotos Agua (medio litro) Protección solar Un abrigo 	
Observaciones:	<ul style="list-style-type: none"> Niños menores a 2 años viajan gratis. Niños de 2-6 años cancelan el 50% Precios por persona. Clientes ecuatorianos pagan 12% IVA adicional. 	

Fuente: Runa Tupari

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Condiciones Generales

Reservaciones:

- La reservación puede realizarla a través de internet, fax o vía telefónica, para lo cual se requiere detallar información del grupo que adquiere el programa turístico así como también la/s fecha para proceder a bloquear los espacios.
- Para confirmar la reservación se requiere un depósito de la totalidad.
- La reservación debe realizarse con un tiempo mínimo de 15 días, previo a la visita.

Cambios:

- Se puede realizar máximo un cambio sin costo por reserva, los siguientes tendrán un recargo de \$10.00 por cada uno.

Cancelaciones:

- Si desea cancelar su reserva tendrá un tiempo máximo de 48 horas previo a la misma para que no tenga recargo alguno, pasado el lapso estipulado se procederá a retener el 30% del valor abonado.

Reembolsos y Devoluciones:

- La solicitud por reembolso o devolución de aquellos servicios no utilizados serán receptadas máximo 20 días después del viaje, es importante mencionar que se procederá a investigar si los servicios en realidad no fueron utilizados, si fuera éste el caso se procederá con el reembolso.
- Por condiciones climáticas, de fuerza mayor o cualquier otro acto fuera de control, se reserva el derecho de modificar cualquier itinerario pre-establecido o suspender los servicios sin realizar reembolso alguno.
- Es importante mencionar que previo a un reembolso se procederá a descontar el 10% por gastos administrativos.

- Si existe impuntualidad por parte del pasajero o grupo, es decir no se presenta al lugar de encuentro a la hora estipulada, no se admiten reclamos ni devoluciones.

Responsabilidades

Si por razones de fuerza mayor, el itinerario es modificado, Runa Tupari se reserva el derecho de alterar el programa establecido, sustituir o si fuera el caso cancelar el mismo, siempre en beneficio y seguridad de los pasajeros.


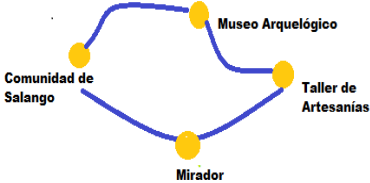
Es importante mencionar que si el programa se cancela o parte del éste no se logra ejecutar se procederá con la devolución total de los servicios, en caso de que el itinerario se reduzca la devolución será equitativa.

Tabla 44.

Paquete N° 2

Nombre del Tour	Tour Comunitario
Proveedor:	Centro Turístico Salango
Tiempo de duración :	2 Días 1 Noche
Lugar de Salida:	Comunidad Salango
Página Web:	www.salango.com.ec
Descripción del Recorrido	
DÍA 1	
<ul style="list-style-type: none"> • Paseo a caballo por bosque semi-húmedo, observación flora y fauna • Recreación en playa (natación, fútbol o voleibol, caminata, juegos, otros) • Almuerzo • Recorrido museos arqueológico e histórico, incluye guía comunitario • Visita a taller comunitario de elaboración artesanías (incluye transporte y guía) • Observación de ecosistemas bosque, Isla, costa y mar desde mirador 100 msnm (incluye: guía, transporte) • Cena Alojamiento en cabañas frente al mar (incluye guardianía, garaje, áreas de recreación)	
DÍA 2	
<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Tour marino costero + avistamiento aves marinas y recorrido alrededor Isla Salango + snorkeling en parcela marina (incluye guía, box lunch) • Almuerzo Fin de Actividades	

CONTINÚA 

	
<p>Fuente: CTC Salango Fuente: salango.com</p>	
<p>Precio por persona</p>	<p>I-4 Personas \$80</p>
<p>Servicios incluye</p> <p>Guía, Tour marítimo, desayunos, almuerzos, cenas, entradas a museos, alojamiento</p>	<p>que incluye: Guía, Tour marítimo, desayunos, almuerzos, cenas, entradas a museos, alojamiento</p>
<p>Que llevar?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara de fotos • Agua (medio litro) • Protección solar • Ropa Liviana • Documentos Personales • Repelente
<p>Observaciones:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valores no incluyen IVA • Valores se mantienen para grupo de 2 a 4 PAX

Fuente: CTC Salango

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Condiciones Generales

Reservaciones:

- La reservación puede realizarla a través de internet, fax o vía telefónica, para lo cual se requiere detallar información del grupo que adquiere el programa turístico así como también la/s fecha para proceder a bloquear los espacios.
- Para confirmar la reservación se requiere un depósito de la totalidad.
- La reservación debe realizarse con un tiempo mínimo de 15 días, previo a la visita.

Cambios:

- Se puede realizar máximo un cambio sin costo por reserva, los siguientes tendrán un recargo de \$10.00 por cada uno.

Cancelaciones:

- Si desea cancelar su reserva tendrá un tiempo máximo de 48 horas previo a la misma para que no tenga recargo alguno, pasado el lapso estipulado se procederá a retener el 30% del valor abonado.

Reembolsos y Devoluciones:

- La solicitud por reembolso o devolución de aquellos servicios no utilizados serán receptadas máximo 20 días después del viaje, es importante mencionar que se procederá a investigar si los servicios en realidad no fueron utilizados, si fuera éste el caso se procederá con el reembolso.
- Por condiciones climáticas, de fuerza mayor o cualquier otro acto fuera de control, se reserva el derecho de modificar cualquier itinerario pre-establecido o suspender los servicios sin realizar reembolso alguno.
- Es importante mencionar que previo a un reembolso se procederá a descontar el 10% por gastos administrativos.
- Si existe impuntualidad por parte del pasajero o grupo, es decir no se presenta al lugar de encuentro a la hora estipulada, no se admiten reclamos ni devoluciones.



Responsabilidades

Si por razones de fuerza mayor, el itinerario es modificado, el Centro Turístico Salango, se reserva el derecho de alterar el programa establecido, sustituir o si fuera el caso cancelar el mismo, siempre en beneficio y seguridad de los pasajeros.

Es importante mencionar que si el programa se cancela o parte del éste no se logra ejecutar se procederá con la devolución total de los servicios, en caso de que el itinerario se reduzca la devolución será equitativa.

Tabla 45.

Paquete turístico N°3

Nombre del Programa:	Viaje a Comunidad Secoya en el río Aguarico y visita a comunidad Kichwa.
Proveedor:	Operadora Entre Pueblos
Tiempo de duración :	3Días 2 Noches
Lugar de Salida:	Lago Agrio 10h00
Página Web:	www.turismocomunitario.info
Nivel de Dificultad:	Fácil
Descripción del Recorrido	
DÍA 1	
<ul style="list-style-type: none"> • Salida desde Lago Agrio hacia el río Aguarico. • Viaje en canoas a motor hacia la comunidad Secoya en donde los turistas se hospedarán haciendo uso de una cómoda cabaña en la selva. • En la tarde se realizará un paseo a bordo de quillas, canoas artesanales, observando el atardecer, apreciando flora y fauna durante el viaje. En la noche los diferentes relatos y cuentos tradicionales de la cultura Secoya serán parte de su experiencia turística. 	
DIA 2	
<ul style="list-style-type: none"> • En la mañana se viajará por el río Cuyabeno en “la ruta de los delfines rosados” hacia una comunidad kichwa ubicada junto a las “Lagunas de Aguas Negras”. • Paseo por la comunidad. Visitaremos la laguna chica de Aguas Negras en dónde realizaremos práctica de pesca artesanal. • Con un guía de la comunidad realizaremos una caminata por la selva. Luego se retornará a la comunidad Secoya. • Observación de fantástica flora y fauna 	
DÍA 3	
<ul style="list-style-type: none"> • Desayuno y visita en el Centro Cultural Siekopai (Secoya) y se compartirá con ellos actividades culturales. • El turista aprenderá a utilizar armas de caza ancestrales. • Observación de arte y pintura. • El turista preparará su tradicional Piara'ka, alimento con yuca y carne o pescado, escucharemos música , además los turistas se pintaran el rostro al estilo de sus antiguos guerreros. • Después del almuerzo retorno a Lago Agrio. 	
	
Fuente: Operadora Entre Pueblos	Fuente : viajandox.com
Elaborado por: Operadora Entre Pueblos	
Precio por persona:	1-4 Personas \$219
Servicios que incluye :	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte terrestre y fluvial en Sucumbíos. • 2 noches de hospedaje.

CONTINÚA 

	<ul style="list-style-type: none"> Alimentación: Primer día: Almuerzo y cena. Segundo día: Desayuno, almuerzo y cena. Tercer día: Desayuno y almuerzo. Guía nativo, ingreso a áreas protegidas y centros comunitarios.
No Incluye:	<ul style="list-style-type: none"> Gastos no especificados en el Itinerario.
Que llevar :	<ul style="list-style-type: none"> Cámara de fotos Agua (medio litro) Protección solar Ropa Liviana Documentos Personales Repelente

Fuente: Operadora entre Pueblos

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Condiciones Generales

Reservaciones:

- La reservación puede realizarla a través de internet, fax o vía telefónica, para lo cual se requiere detallar información del grupo que adquiere el programa turístico así como también la/s fecha para proceder a bloquear los espacios.
- Para confirmar la reservación se requiere un depósito de la totalidad.
- La reservación debe realizarse con un tiempo mínimo de 15 días, previo a la visita.

Cambios:

- Se puede realizar máximo un cambio sin costo por reserva, los siguientes tendrán un recargo de \$10.00 por cada uno.

Cancelaciones:

- Si desea cancelar su reserva tendrá un tiempo máximo de 48 horas previo a la misma para que no tenga recargo alguno, pasado el lapso estipulado se procederá a retener el 30% del valor abonado.

Reembolsos y Devoluciones:

- La solicitud por reembolso o devolución de aquellos servicios no utilizados serán receptadas máximo 20 días después del viaje, es importante mencionar que se procederá a investigar si los servicios en realidad no fueron utilizados, si fuera éste el caso se procederá con el reembolso.
- Por condiciones climáticas, de fuerza mayor o cualquier otro acto fuera de control, se reserva el derecho de modificar cualquier itinerario pre-establecido o suspender los servicios sin realizar reembolso alguno.
- Es importante mencionar que previo a un reembolso se procederá a descontar el 10% por gastos administrativos.
- Si existe impuntualidad por parte del pasajero o grupo, es decir no se presenta al lugar de encuentro a la hora estipulada, no se admiten reclamos ni devoluciones.

Responsabilidades

Si por razones de fuerza mayor, el itinerario es modificado, la operadora Entre Pueblos, se reserva el derecho de alterar el programa establecido, sustituir o si fuera el caso cancelar el mismo, siempre en beneficio y seguridad de los pasajeros. Es importante mencionar que si el programa se cancela o parte del éste no se logra ejecutar se procederá con la devolución total de los servicios, en caso de que el itinerario se reduzca la devolución será equitativa.

2.5. Análisis de Medios de Promoción

El presente análisis esta realizado en base a la encuesta aplicada a los agentes operadores pertenecientes a la OPTUR en la ciudad de Quito, tomando como punto de partida la información obtenida se aduce que uno de los medios de promoción relevantes al momento de dar a conocer un producto turístico es el Internet, actualmente esta herramienta de comunicación ha permitido conocer acerca de diversos hechos y acontecimientos de una forma sencilla y práctica.

Hoy en día gracias a diversos programas gubernamentales este recurso tecnológico no es limitado y se encuentra al alcance de la mayor parte de población Ecuatoriana lo que facilita la difusión de nuevas tendencias turísticas.

Además de considerarse una herramienta fundamental al momento de promocionar constituye un medio capaz de llegar a cualquier destino en el mundo, es importante mencionar que a nivel de turismo comunitario los clientes potenciales que mayor demandan esta tendencia son de procedencia extranjera, razón por la cual este tipo de medios les sería de utilidad para adquirir la información que necesitan.

A medida que avanza el tiempo la tecnología va evolucionando de tal forma que la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario como organización pionera dentro de esta tendencia se acopla a los avances tecnológicos, es por ello que cuentan con una página web, misma que es actualizada de manera constante, además hacen uso de las redes sociales con el objetivo de llegar a jóvenes y adultos. Por otro lado algunas de las redes Turísticas Comunitarias también poseen su respectiva página web para que dar a conocer el producto que ofertan.



Figura 35. Página Web de la FEPTCE
Fuente: FEPTCE



Figura 36. Redes Sociales FEPTCE
Fuente: FEPTCE

Es importante mencionar que además del internet otro de los medios de promoción son las ferias turísticas, la participación de las diferentes comunidades y redes comunitarias en diversos eventos organizados por la FEPTCE o a su vez por el Ministerio de Turismo han aportado de manera positiva para que tanto profesionales como estudiantes en la rama turística conozcan de mejor manera acerca de esta tendencia de tal forma que constituye una alternativa para que a futuro puedan elaborarse más proyectos que aporten para un desarrollo sostenible y sustentable de esta actividad turística.

Por otro lado se cuenta con otros medios de comunicación que a nivel turístico comunitario no han sido muy utilizados ya que al ser una tendencia que está ingresando de a poco al mercado, su posicionamiento aun no es estable motivo por el cual el uso de la televisión, radio, prensa escrita es menor a las detalladas anteriormente.

2.6. Análisis de Canales de Distribución

Se puede definir como “canal de distribución en turismo como cualquier sistema organizado que proporcione el acceso a los servicios al cliente en el lugar en el que se suministren los mismos éstos pueden producirse a través de puntos de venta físicos o virtuales, propiedad de la organización o de intermediarios independientes” (Kotler, 2001)

Partiendo de la definición detallada anteriormente, se considera que dentro de turismo comunitario la existencia principalmente de dos canales de distribución, así como:

- **Canal Directo:** Este tipo de distribución se da principalmente en las redes turísticas comunitarias ya que estas se encuentran organizadas y algunas de ellas poseen su cartera de productos turísticos ,mismos que son comercializados a través de su página web respectiva así como por ejemplo:



Figura 37. Página Web Red Runa Tupari
Fuente: Runa Tupari



Figura 38. Página web CORDTUCH

Fuente: CORDTUCH

- **Canal Indirecto:** Este tipo de distribución se da principalmente para aquellas comunidades que no pertenecen a ninguna red turística y requieren de la ayuda de un operador para que diseñe o incluya dentro de sus paquetes actividades turísticas comunitarias.

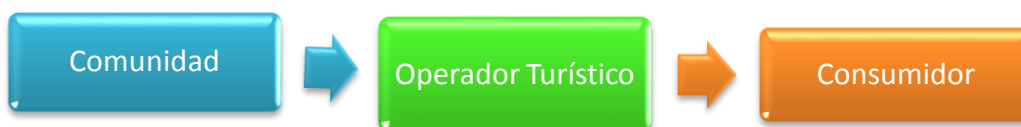


Figura 39. Canal Indirecto

Fuente: Proyecta y Empeñe

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

2.7. Análisis de Servicios que integran el Turismo Comunitario

Los principales servicios para llevar a cabo una experiencia comunitaria son: transporte se considera este servicio indispensable ya que el acceso a muchas de las comunidades es un tanto complicado y en ciertas ocasiones limitado, es por ello que a nivel de tendencia turística el transporte es prioritario para poder acceder a las mismas. Por otro lado, está el servicio de alojamiento ya que las comunidades usualmente están asentadas en lugares muy distantes y con escasos establecimientos hoteleros cercanos a estas, es importante mencionar que el objetivo del turismo comunitario es convivir con las personas de una comunidad, es por esta razón que algunas de las éstas acomodaron sus viviendas para recibir a los turistas que allegan a las mismas.

Con respecto al servicio de alimentación al ser una necesidad básica es muy importante durante la experiencia comunitaria ya que permite ofrecer y dar a conocer productos autóctonos y diversos platos típicos de cada una de las comunidades. Finalmente se encuentra la seguridad, al igual que los anteriores, es necesario ya que brinda al turista confianza para que su estadía sea completamente agradable y satisfactoria. Es importante que se muestre seguridad en cada uno de los aspectos que implica el turismo comunitario dentro de ello se hace referencia a: gastronomía, transporte, hospedaje, personal capacitado para ejecutar las actividades que se detallan en el producto adquirido.

Día a día varias entidades y organismos de turismo comunitario se encuentran trabajando de manera constante para contribuir con el mejoramiento de los servicios que incluye un producto turístico comunitario con la finalidad de que a futuro esta tendencia sea competitiva y posicionada en el mercado turístico.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA ESTRATÉGICA

La investigación previamente analizada y presentada en los capítulos I, II y III ha servido como punto de partida para la elaboración de diferentes matrices tales como; árbol de problemas (análisis de causa y efecto), marco lógico (identificación de fin y propósito), matriz FODA (análisis de fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas), matriz CAME, convirtiéndose en la base para el desarrollo de las diferentes estrategias.

Al ser un proyecto social se ha considerado importante elaborar dichas matrices cuyos componentes identifican claramente los problemas actuales del turismo comunitario, así como las posibles soluciones para contrarrestar los mismos. Las estrategias presentadas en este último capítulo han sido desarrolladas en base al previo análisis de factores que influyen directa e indirectamente, intentado cumplir con la misión, visión y objetivos del organismo que vela por el bienestar del turismo comunitario (FEPTCE).

MISIÓN

Contribuir al posicionamiento del turismo comunitario como una alternativa económica y social para la generación de ingresos y empleo en las comunidades de nuestros Pueblos y Nacionalidades del Ecuador.

VISIÓN

En cinco años el turismo comunitario se ha convertido en una actividad sustentable, generando beneficios económicos para las comunidades involucradas, contribuyendo a la conservación de su patrimonio natural y fortaleciendo su diversidad étnica y cultural.

4.1.Árbol de Problemas

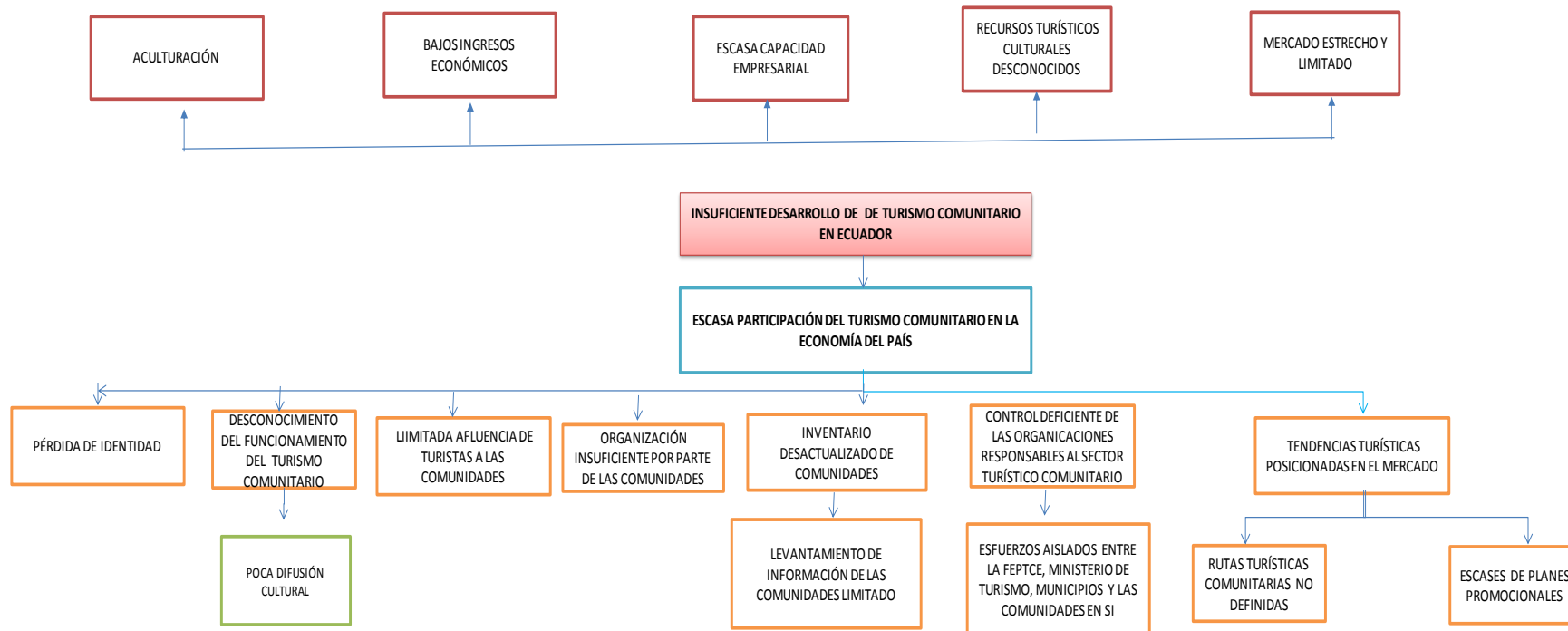


Figura 40. Árbol de problemas
Fuente: Investigación

4.2. Matriz de Marco Lógico

Tabla 46.

Matriz Marco Lógico

OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN Potenciar el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador	En los posteriores tres años, se incrementará el número de comunidades organizadas y de visitas a emprendimientos turísticos comunitarios, permitiendo elevar su calidad de vida y generando fuentes de empleo.	-Crecimiento de la Balanza turística. -Registro de número de turistas nacionales y extranjeros que ingresan por comunidad.	-Participación de las comunidades. -Aceptación del turismo comunitario como producto turístico, por las agencias operadoras
PROPÓSITO Mejorar el desarrollo de las comunidades indígenas consolidadas por la FEPTCE	A partir del tercer año se manifiesta un crecimiento estimado del 25% en el desarrollo turístico comunitario.	-Informes de proyectos turísticos ejecutados. -Registro de visitas de las organizaciones.	-Se mantiene un constante crecimiento en el sector turístico.
COMPONENTES -Preservar la Identidad cultural por parte de las comunidades.	-En el lapso de 4 años se estima recopilar un 100% de información histórico - cultural que mantenga vivas las costumbres y tradiciones de las comunidades consolidadas.	-Número de ejemplares realizados en el tiempo previsto	-Comunidades y tour operadoras en conjunto con organismos que regulan el turismo comunitario se encuentran organizadas a favor de esta tendencia.
-Determinar el funcionamiento adecuado de la actividad turística comunitaria	-En un año el 20% de los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la ESPE conocerán de manera interactiva las diversas actividades que implica vivir una experiencia turística comunitaria, a través de la organización de congresos.	-Nivel de participación de estudiantes en congresos.	-Participación de las comunidades. -Participación de los estudiantes universitarios.

CONTINÚA 

-Afluencia de turistas a las comunidades	-En el lapso de tres años el ingreso de turistas nacionales y extranjeros se incrementarán en un 15%.	-Registro de ingreso de turistas nacionales y extranjeros que ingresan a las comunidades.	-Sustentabilidad de las áreas protegidas.
-Inventario de comunidades actualizado	-Anualmente el 75% de las comunidades actualizarán la información a través de la FEPTCE.	-Fichas de inventario publicadas en la página de la FEPTCE.	-Promoción eficaz para la difusión de productos turísticos comunitarios.
Comunidades Organizadas	-El 30% de las comunidades al término del cuarto año se encontrarán organizadas.	-Inspecciones semestrales por parte de técnicos de la FEPTCE a las comunidades para corroborar la logística organizacional que aplican.	-Obtención de información de primera fuente para analizar futuras inversiones en emprendimientos comunitarios.
-Control periódico de los emprendimientos comunitarios	-Al término del segundo año la FEPTCE generará alternativas para un seguimiento y control adecuado.	-Evaluación semestral a los miembros de los emprendimientos y nivel de satisfacción de sus clientes.	
-Promoción equilibrada de los diferentes tipos de turismo que se pueden realizar en Ecuador	-Al término del tercer año se posicionará el turismo comunitario gracias a la promoción acertada por parte de los organismos pertinentes.	-Registro de número de visitantes a la página Web de la FEPTCE. -Trípticos, plegables que promocionen los emprendimientos turísticos comunitarios.	
-Control y seguimiento adecuado para cada uno de los emprendimientos turísticos comunitarios.	-Al término de 1 año la FEPTCE llevará un registro acerca del desarrollo paulatino de cada comunidad.	-Estadísticas publicadas por la FEPTCE en su página web.	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 47.

Presupuesto por estrategia

ACTIVIDADES		
-Elaboración de memorias históricas.	\$680.15	
-Participación entre redes comunitarias, y estudiantes universitarios en congresos relativos a turismo comunitario.	\$38.50	
- Elaboración de planes promocionales para promover los destinos turísticos comunitarios.	\$1135.00	-Informes mensuales de las comunidades
- Mejorar la logística organizacional para la ejecución de las actividades turísticas comunitarias.	\$572.00	-Estudiantes universitarios promueven la elaboración de proyectos referentes a turismo comunitario.
Crear una herramienta informática para turismo comunitario que deberá contener una base de datos consolidada de los proyectos (planeación, ejecución, seguimiento y control) destinos turísticos por cada comunidad, estadísticas entre otros.	\$6760.00	-Difusión de información acertada acerca de diversos temas referentes a turismo comunitario.
TOTAL	\$9185.65	-Informes del desarrollo de los emprendimientos turísticos trimestrales por parte de la FEPTCE

Fuente: Investigación

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

4.3. Matriz Estratégica

Tabla 48.

Matriz Estratégica

FACTORES EXTERNOS	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto nivel competitivo con otras tendencias turísticas. 2. Migración de los residentes comunitarios a las grandes ciudades. 3. Planes promocionales, en su mayoría enfocados a tendencias turísticas tradicionales. 4. Insuficientes recursos presupuestarios por parte del gobierno para turismo comunitario. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programas Gubernamentales que aportan al desarrollo turístico comunitario. 2. Carreteras principales se encuentran en buen estado generando un acceso oportuno La tecnología dentro del campo turístico está evolucionando con la implementación de nuevos software que ayudan a brindar un servicio eficiente y eficaz. 3. Internet con cobertura a nivel nacional. 4. Proyectos enfocados al sector rural se mantienen por estabilidad de gobierno 5. Las comunidades se encuentran respaldadas por la Constitución. 6. Alternativa sostenible para las zonas rurales. 7. Nuevos nichos de mercado.
FACTORES INTERNOS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS FO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión proactiva frente a cada emprendimiento turístico Comunitario 2. A través de la participación en ferias turísticas se da a conocer los emprendimientos comunitarios. 3. Capacitaciones a los representantes de las redes Comunitarias por parte de la FEPTCE 	<p>(F4-A4) Participación entre redes comunitarias y estudiantes en congresos relativos a turismo comunitario.</p>	<p>(F4-O3) Crear una herramienta informática para turismo comunitario, que deberá contener una base de datos consolidada de los proyectos (planeación, ejecución seguimiento y control), destinos turísticos por cada comunidad, estadísticas entre otros.</p>

CONTINÚA 

<ol style="list-style-type: none"> 4. Diversidad en atractivos culturales y naturales para la elaboración de nuevos emprendimientos turísticos comunitarios. 5. Talento humano con alta percepción en valores éticos y morales. 		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DA	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. La mayor parte de comunidades poseen servicios básicos deficientes que demandan los turistas al adquirir un paquete. 2. Pérdida de identidad y memoria histórica 3. Deficientes canales de comercialización 4. Escasa información turística para acceso y contacto con la comunidad. 5. Intervalos de líneas de transporte limitados. 6. Mantenimiento insuficiente en señalética de senderos. 	<p>(D3-A3). Elaborar planes promocionales para promover diferentes destinos y eventos turísticos comunitarios.</p> <p>(D4-A1) Mejorar la logística organizacional para la ejecución de las actividades turísticas comunitarias.</p> <p>(D2-A2) Crear memorias históricas de las comunidades.</p>	<p>(D6-O4) Programa de facilidades turísticas (Señalética)</p> <p>(D4-O3) Directorio electrónico actualizado de los emprendimientos turísticos.</p>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

4.4. Desarrollo de Estrategias

Las alternativas propuestas a continuación tienen como finalidad mejorar la comercialización de los emprendimientos comunitarios, dichas estrategias se encuentran dirigidas principalmente a las comunidades como canal receptor de turistas nacionales y extranjeros, siendo el mercado potencial los visitantes de descendencia Europea (Francia, Alemania, España, Holanda)

4.4.1. Estrategia 1

Tema: Mejorar la logística organizacional para la ejecución de las actividades turísticas comunitarias.

Objetivo: Establecer procedimientos organizacionales al momento de ejecutar una experiencia turística comunitaria mediante fichas y tiempos establecidos para llevar a cabo cada una de las actividades con la finalidad de brindar servicios estandarizados de calidad.

Beneficiarios: Los principales beneficiarios serán los emprendimientos turísticos comunitarios ya que permitirá mejorar sus procesos y ejecutarlos de manera organizada, en segunda instancia a la FEPTCE ya que reforzará conocimientos en aquellas áreas en las cuales la comunidad aun tenga falencias.

Tiempo de Ejecución

4 años, es el tiempo estimado para que se generalicen los procesos en cada una de las comunidades, puesto que para llegar a cumplir estándares se debe verificar y de acuerdo a los resultados se puede mejorar o eliminar procesos.

Desarrollo de la propuesta:

La FEPTCE cuenta con fichas elaboradas para una mejor logística organizacional al momento de brindar servicios y productos, sin embargo no han sido difundidas en cada una de las comunidades siendo la misma una estrategia importante para un mejor desenvolvimiento al ejecutar cada experiencia turística comunitaria.

La logística organizacional consiste en programar actividades previamente, con el objetivo de colocar bienes y servicios adecuados, en un determinado momento, el lugar correcto y bajo las condiciones requeridas, de tal manera que al ejecutarse se refleje en un modelo ideal de servicio, costo y calidad, para lo cual se detalla a continuación las actividades para cumplir con lo propuesto:

Actividad 1:

Identificación del perfil del turista: para el desarrollo de dicha propuesta se utilizarán las fichas elaboradas previamente por la FEPTCE, las mismas serán difundidas en cada una de las comunidades con el objetivo de obtener datos relevantes acerca de los gustos y preferencias del turista, de tal manera que se pueda brindar un mejor servicio, además dicha información servirá para la creación de estadísticas.

Difusión de fichas a cada una de las comunidades: La FEPTCE procurará hacer llegar ya sea en formato digital o impreso el modelo de las fichas a llenar a los líderes o presidentes de redes comunitarias, los mismos que serán responsables de distribuir en las comunidades correspondientes, en el caso de aquellos emprendimientos que no tengan acceso a servicios tecnológicos se procurará entregar un número de copias de acuerdo a sus necesidades, o a su vez llevar un registro del modelo de fichas en un cuaderno de forma manual.

Presupuesto de la Actividad 1

Visitas a las Comunidades

Para establecer el número de copias a reproducirse se tomará en cuenta la función estadística Moda puesto que la mayoría de comunidades tiene un ingreso bajo de visitas de turistas.

Tabla 49.

Presupuesto estrategia 1 actividad 1

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 1				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V.TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Copias B/N	250	0.01	250.00	FEPTCE

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Responsables de la actividad: FEPTCE, líder o presidente de la comunidad, guía encargado del turista o grupos turísticos.

Tabla 50.

Ficha para el registro del visitante

FICHA DE REGISTRO PARA EL VISITANTE						
Nombre y Apellido:						
N° de cedula o pasaporte:						
País de residencia:						
Ciudad de residencia :						
Estado Civil:	Soltero		Casado		Otros	
Género:	Masculino		Femenino			
Edad:	Años					
Usted viene con:	Familia		Amigos		Otros	
Profesión u Ocupación:						
Nivel de Instrucción :	Primaria		Sec undaria		Superior	Otros
Duración de la Estadía (días:)						
Modalidad del Viaje:	Independiente		Agencia de viajes	Nombre de la Agencia		
				Persona de Contacto		
				Teléfono		
				e-mail		
Fecha de Ingreso :						
Fecha de Salida:						
Observaciones (Alimentación Especial y cuidados):						

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 51.

Ficha para el registro del visitante (extranjero)

REGISTRATION FORM FOR VISITORS							
Name and Surname							
Number of identity card or passport:							
Country of Residence							
City							
Marital Status	Single		Married		Others		
Gender	Male		Female				
Age	Years						
Your visit is with:	Family		Friends		Others		
Profession or Occupation							
Level of Education	Primary		High School		University		Others
Length of Stay (days)							
Mode of Travel:		Independent		Travel agency	Agency Name		
					Contact person		
					Phone		
					E-mail		
Join Date:							
Departing							
Comments (Special Food and care):							
Responsible for the Preparation of the Listing							

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras.

Actividad 2:

Identificación de los actores en cada experiencia comunitaria como: guías, conductores, anfitriones de la comunidad (área de restaurante, dueños de casa). Para el desarrollo de la actividad se realizará un formato en Excel en el cual se identificarán los actores, tiempo de ejecución de sus actividades; y funciones que posee cada uno de éstos.

Tabla 52.**Ficha Identificación de actores de la comunidad**

Identificación de actores de la comunidad					
Nombre del Programa o Paquete:					
Fecha:					
Descripción de Servicios	Nombre del Encargado	Funciones	Tiempo de Actividades	Teléfono	Observaciones
Información					
Transporte					
Alojamiento					
Alimentación					
Guianza					
Administrativo					

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Presupuesto de la Actividad 2**Número de Comunidades:**

Para establecer el número de copias a reproducirse se tomará en cuenta el número de visitas a las comunidades anualmente es de 250 turistas, el valor promedio mensual sería de 21 turistas y semanalmente 5 por comunidad este proceso se lo realizará durante las 4 semanas del primer mes, es importante mencionar que la información deberá actualizarse de manera trimestral.

Tabla 53.**Presupuesto estrategia 1 actividad 2**

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 2				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	FINANCIAMIENTO
Copias B/N	8	0.02	0.16	FEPTCE

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Responsables de la actividad: FEPTCE, líder o presidente de la comunidad, o Red Comunitaria.

Actividad 3:


Evaluación de funciones correspondientes a los actores de cada área que encierra la actividad turística comunitaria así como: guías, conductores, anfitriones de la comunidad, áreas recreativas, restaurante, entre otros.

Para llevar a cabo lo propuesto se utilizará como herramienta una ficha previamente diseñada por la FEPTCE, a la cual se añadió otros aspectos relevantes para obtener datos más específicos. El objetivo de ésta propuesta es que el visitante evalúe ciertos parámetros y áreas hosteleras que incluyen la actividad turística comunitaria así como son: área de restaurante o comedor comunitario, área de alojamiento, mantenimiento de áreas recreativas, control de desechos, servicio de guianza, atención al cliente, entre otros, con la finalidad de que los resultados obtenidos por la aplicación sean de utilidad para mejorar los procesos ejecutados y delegación de funciones.

Difusión de fichas a cada una de las comunidades: La FEPTCE procurará hacer llegar ya sea en formato digital o impreso el modelo de las fichas a llenar a los líderes o presidentes de redes comunitarias, los mismos que serán responsables de distribuir en las comunidades correspondientes, en el caso de aquellos emprendimientos que no tengan acceso a servicios tecnológicos se procurará entregar un número de copias de acuerdo a sus necesidades, o a su vez llevar un registro del modelo de fichas en un cuaderno de forma manual.

Tabla 54.

Encuesta de Satisfacción al cliente

Encuesta de Satisfacción al Cliente					
 FEPTCE <small>FEDERACIÓN PLURINACIONAL</small>					
Objetivo: El motivo de la presente es para conocer si nuestros servicios fueron de agrado para usted, su opinión es muy importante para nosotros!					
NUESTROS SERVICIOS	Satisfactorio	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Servicio de transporte					
Al momento de ingresar a la comunidad, el personal lo atendió					
Servicio de alimentación					
Limpieza en el Centro Turístico Comunitario y sus alrededores					
Mantenimiento de áreas recreativas y senderos turísticos					
Actividades Realizadas					
Servicio de alojamiento					
Señalética legible para movilizarse sin dificultad					
Servicio de Guianza					
Seguridad					
Recomendaciones para mejorar nuestro servicio:					
Fecha:			Responsable:		
<i>Gracias por su visita!!</i>					

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Tabla 55.

Ficha Calificación de servicios Turistas Extranjeros

Customer satisfaction survey					
Objective: The purpose of this is to see if our services were pleased for you, your opinion is very important to us!					
OUR SERVICES	Satisfactory	Very Good	Good	Fair	Insufficient
Mobilization service					
When entering the community, the staff hath attended					
Food service					
Cleaning resort community and surroundings					
Maintenance of recreational areas and tourist trails					
Activities undertaken					
Acommodation					
Signage to move without problem					
Guidance Service					
Community organization					
Security					
Recommended:					
Date	Responsible				

Thank you for visiting!!

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/ Belén Utreras

Responsables de la actividad: FEPTCE, líder o presidente de la comunidad, guía encargado del turista o grupos turísticos.

Tabla 56.

Presupuesto estrategia 1 actividad 3

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 3				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Copias B/N	250	0.01	250.00	FEPTCE

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras




Responsables: Líderes o presidentes de cada red comunitaria, FEPTCE.

Actividad 4.

Identificación de los atractivos turísticos de la comunidad: El desarrollo de ésta propuesta consiste en que es necesario que cada una de las comunidades cuente con la señalización básica que permita al turista desenvolverse sin dificultad.

Tabla 57.

Pictogramas de Atractivos Naturales



Pictograma	Significado	Lugar
	Área Protegida	Reserva Faunística Chimborazo
	Sendero	Comunidad Casa Cóndor
	Bosque	Bosque Polylepis
	Volcán	Volcán Chimborazo

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 58.

Pictogramas de Atractivos Culturales

Pictograma	Significado	Lugar
	Artesanías Andes	Comunidad Casa Cóndor
	Turismo Comunitario	Comunidad Casa Cóndor



Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos: Son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos.

Tabla 59.

Pictogramas de Servicios Turísticos





Pictograma	Significado	Lugar
	Caminata	Comunidad Casa Cóndor
	Paseo a Caballo	Comunidad Casa Cóndor

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 60.

Pictogramas de Servicio de Apoyo





Pictograma	Significado	Lugar
	Basurero	Comunidad Casa Cóndor
	Servicios Higiénicos H/M	Comunidad Casa Cóndor
	Alojamiento	Comunidad Casa Cóndor
	Restaurante	Comunidad Casa Cóndor

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 61.

Pictogramas de Restricción

Pictograma	Significado	Lugar
	No arrojar basura	Senderos y atractivos de la comunidad Casa Cóndor
	No Recolectar Flora y Fauna	Reserva Faunística Chimborazo.
	No encender Fogatas	Comunidad Casa Cóndor
	No cazar	Reserva Faunística Chimborazo.

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Dimensiones

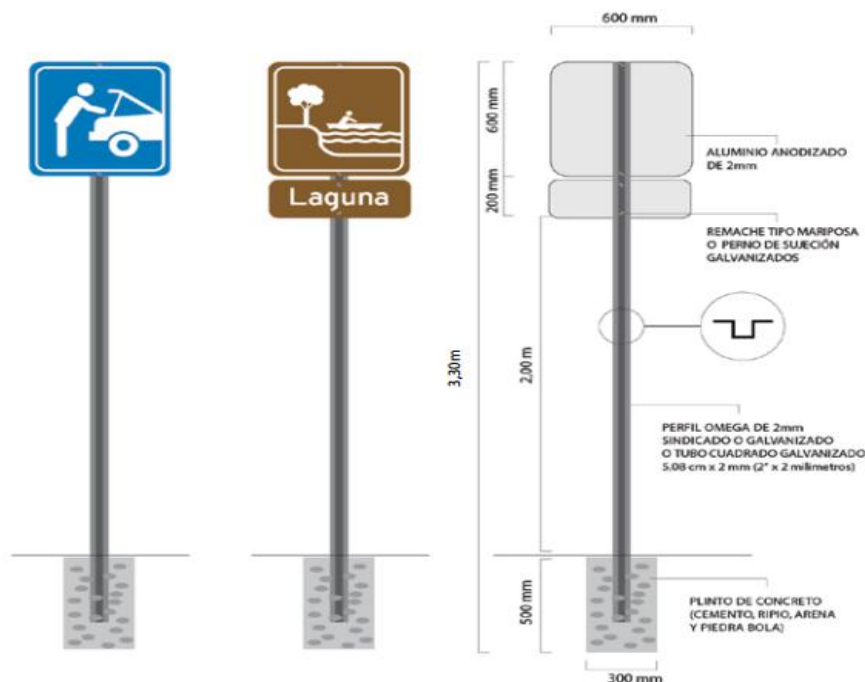


Figura 41. Dimensiones

Fuente: Manual de Señalización turística – MINTUR, 2011

- La FEPTCE debe incentivar a cada comunidad a la elaboración inventarios, mediante el uso de fichas, de tal forma que les permita llevar un registro acerca de los diferentes atractivos que poseen, con la finalidad de aprovechar los recursos de forma sostenible y a su vez generar nuevos productos.
- Proponer la realización de mingas, en las cuales los habitantes de la comunidad participen en la conservación de sus senderos y los mantengan en óptimas condiciones para receptor turistas en cualquier momento.

Responsable: FEPTCE, líder de la comunidad o red turística, habitantes de la comunidad.

Presupuesto Actividad 4				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Elaboración de Pictogramas estructura con tubo.	4	80	320	Comunidad y redes comunitarias aportan con el 100%. Anexo E
Rótulos Madera	2	75	150	
Placas en acrílico	10	25	250	
TOTAL	16	180	720	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Actividad 5:

Identificación de las condiciones climáticas que permitan al turista prever su vestimenta y accesorios necesarios, así como también los diferentes medios de transporte a utilizar para acceder a la comunidad.

El desarrollo de la propuesta tiene como finalidad añadir información acerca de las estaciones climáticas por las que atraviesa cada comunidad durante el año, con la finalidad de que el visitante este prevenido acerca del equipaje que debe llevar, además por otro lado dicha información será relevante dentro del servicio de transporte ya que los operadores turísticos de las diferentes redes, tomarán en cuenta cuando es más seguro transitar o acceder a la comunidad que están ofertando. Ésta información se encontrará en inglés y español para facilidad de lectura del turista extranjero.

Difusión de información: Estos datos relevantes se estarán publicados como fuente principal, en la página web de la FEPTCE (www.feptce.org) y en los portales web de cada una de las redes comunitarias detalladas a continuación:

Tabla 57.**Páginas de Redes Comunitarias**

Red turística	Página Web
Runa Tupari	www.runatupari.com
CORDTUCH	www.cordtuch.org.ec
Pakariñan	www.turismocomunitario.ec
Turismo Saraguro	www.turismosaraguro.com
Ricancie	ricancie.nativeweb.org

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Responsables de la actividad: FEPTCE, líder de la red comunitaria.

4.4.2. Estrategia 2

Tema: Crear memorias históricas de las comunidades.

Objetivo: Proponer el desarrollo de memorias históricas con la finalidad de revitalizar expresiones culturales, tradiciones, gastronomía, vestimenta típica, y técnicas ancestrales de los diferentes emprendimientos, puesto que estos componentes son considerados esenciales dentro del producto turístico comunitario; por lo tanto es importante incentivar su conservación.

Beneficiarios: Con la ayuda de la presente alternativa se beneficiarán los emprendimientos turísticos ya además de reconstruir y revalorizar su historia y folklor, servirá como un canal de promoción que aporte a la difusión del producto que ofertan.

Tiempo de Ejecución:

4 años, se estima durante el tiempo indicado cumplir con un ejemplar por comunidad, cada año se elaborarían un promedio de 8 textos.

Desarrollo de la propuesta:

En la actualidad uno de los principales problemas en lo que a turismo corresponde es la pérdida de la identidad, es impredecible saber que pasará dentro de algunos años si se olvidan las culturas, costumbres y tradiciones, pues ya son pocas las comunidades que conservan su idioma y vestimenta, cabe destacar que en su mayoría son los abuelos quienes mantienen la herencia de sus ancestros.

Es por esta razón que se propone como parte del plan estratégico recopilar información valiosa acerca de la forma de vida de las diferentes comunidades que mantienen vivas sus costumbres y tradiciones, de tal manera que permitan a las futuras generaciones evidenciar la riqueza cultural del país.

Actividad 1:

Recopilar información a través de entrevistas.: para llevar a cabo lo propuesto se elaborará un formato de cuestionario, el mismo que será de utilidad para entrevistar a los adultos mayores de la comunidad es importante destacar que se toma como entrevistados a dicha población ya que son los habitantes que han evidenciado un mayor número de hecho históricos, costumbres, eventos religiosos.

Toda la información recabada servirá como un valioso aporte para futuras generaciones. Por otro lado es importante mencionar que para facilidad de las personas a cuestionar, se acudirá a su lugar de residencia para proceder con la entrevista, los adultos mayores serán seleccionados acorde al registro con el cual cuenta tanto la red turística o a su vez el líder de la comunidad.

A continuación se detalla el cuestionario que será aplicado para recopilar la información de la memoria histórica:



ENTREVISTA

La presente entrevista tiene como objetivo indagar información acerca de las tradiciones y costumbres de las comunidades indígenas que se han perdido y las que se siguen manteniendo.

Comunidad: _____

Fecha: _____

1. ¿Háblenos acerca de los recuerdos de su infancia?

2. ¿Qué recuerda usted de las costumbres y tradiciones que practicaban sus padres y abuelos

3. ¿Práctica usted alguna de las costumbres y tradiciones de sus abuelos?

4. ¿Cuáles son los productos que se dan en el lugar?

5. ¿Posee utensilios y elementos antiguamente utilizados?

6. ¿Qué piensa usted es lo más representativo de su comunidad?

7. ¿Qué fiestas tradicionales se llevan a cabo en su comunidad?

8. En caso de usar vestimenta propia del lugar ¿Tiene algún significado los elementos de su vestimenta?

9. ¿Conoce o ha sido testigo de alguna historia acontecida en el lugar?

10. ¿Nos podría contar una leyenda o cuento propio de la comunidad?

11. ¿Cuáles son los principales juegos tradicionales del lugar?

- ¿Qué significa dichas fiestas, en qué consisten?

12. ¿Qué piensa usted acerca de las nuevas costumbres y tradiciones

13. Podría contarnos algún mito o creencia?

14. Como recuerda usted la forma mediante la cual preparaban los alimentos sus abuelos?

15. Cuál es el plato más representativo de la comunidad y porque nació esta idea

16. En que se basan para realizar sus siembras y cosechas?

17. Que material utilizaban para la construcción de sus viviendas

¡Gracias por su colaboración!

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Responsables: Equipo técnico FEPTCE, estudiantes universitarios, líder o presidente de la red turística.

Difusión del cuestionario a aplicar: El equipo técnico de la FEPTCE en conjunto con los estudiantes universitarios, facilitarán el material que se requiere para proceder con la recopilación de información.

Tabla 58.

Presupuesto estrategia 2 Actividad 1

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 1				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Copias	15	0.01	0.15	La Feptce asignará el 100% al personal que conforma su equipo técnico (1 persona), en cuanto a los estudiantes aportará con el 50% del valor detallado, el porcentaje restante debe auto solventarse el estudiante a participar.
Entrevistadores	2	0	0	
Transporte	2	50.00 (3 días)	100.00	
Alimentación	2	45.00 (3 días)	90.00	
Alojamiento	2	45.00 (3 días)	90.00	
TOTAL	23	140,01	280.15	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Actividad 2: Levantamiento de la información.

El desarrollo del levantamiento de información se realizará con el apoyo de estudiantes universitarios y un técnico de la Feptce el mismo que dará indicaciones y una breve capacitación a los entrevistadores para que la recolección de datos sea objetiva. Como complemento a dicha entrevista es necesario otro instrumento de recolección de datos como es la observación, técnica que se aplicará al momento en el cual se ingrese a la vivienda del entrevistado; ya que en algunos casos podrán visualizarse artesanías u otros instrumentos con gran valor históricos; mismos que pueden ser de utilidad dentro del reporte fotográfico que incluye la memoria histórica.

Presupuesto Actividad 2				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Técnicos en Turismo	2	142.50 (5 días)	285	FEPTCE 100%
TOTAL	2	142.50	285	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Actividad 3:

Procesamiento de la información: Para el desarrollo de ésta actividad se propone que cada entrevistador transcriba y edite la información obtenida por el cuestionario aplicado de tal forma que condense la misma, dejándola lista para el proceso de estructura y diseño de la memoria. La información será procesada en las oficinas de la FEPTCE (Quito).

Responsables: Es importante mencionar que en la actividad 2 y 3 no cuenta con financiamiento ya que tanto el levantamiento de la información como el procesamiento de la misma estarán a cargo del equipo técnico de la FEPTCE y de los estudiantes universitarios que participaron en la actividad, sin embargo se detalla el costo tomando como referencia el número de días que emplearían los técnicos para el procesamiento de la información.

Actividad 4:

Estructuración de la memoria histórica: Para el diseño y estructuración de la memoria histórica es necesario contar con un diseñador gráfico que colabore con la estructuración y diseño de la parte interna y externa del texto en mención, ya que la parte visual desempeña un papel importante al momento de captar la atención de un turista. A continuación se detalla el contenido a través del cual se encontrarán distribuidos la información de la memoria histórica:

- Presentación
- Prólogo
- Introducción
- La Comunidad Casa Cóndor : Breve reseña histórica
- Sitios tradicionales y mitológicos
- Principales Personajes: Músicos, artesanos, comunidad en general.
- Eventos y festividades populares
- Cocina Ancestral (Forma antigua y moderna de elaborar sus productos , utensilios utilizados , platos típicos)
- Mitos y leyendas.

Características de la memoria histórica

- Papel couche de 200 gr
- Pasta Dura
- Encolado al Frío
- 50 Páginas
- Impresión digital full Color
- Tamaño de la hoja A5

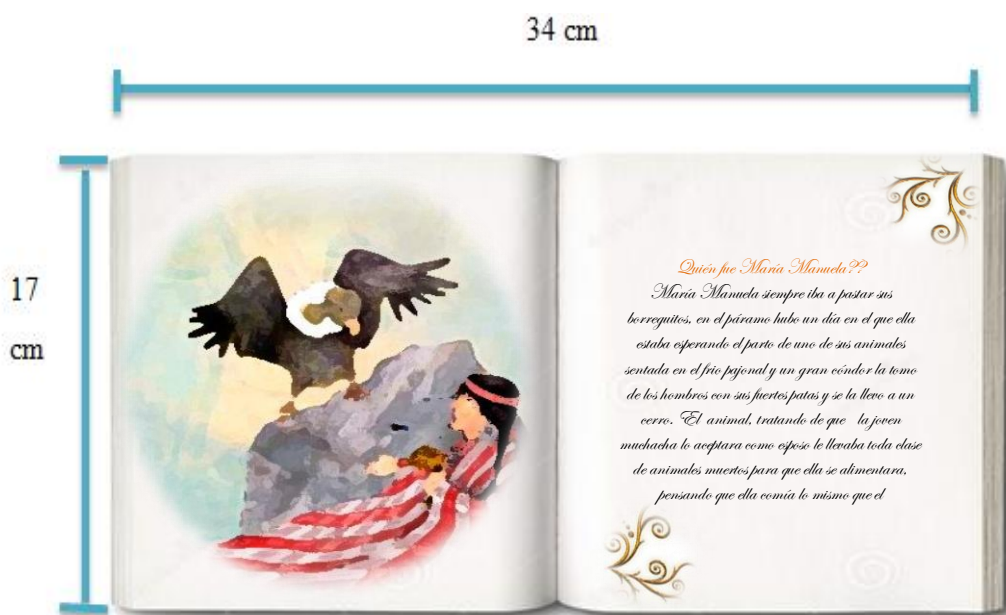


Figura 41. Dimensiones Memoria Histórica

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Responsables de la actividad: Imprenta “El Arte de la Impresión”, FEPTCE

Tabla 59.

Presupuesto estrategia 2 actividad 4

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 4				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Diseño de la Memoria Histórica	50 (páginas)	7 (por página)	\$350.00	FEPTCE 100% es importante mencionar que el detalle de valores se encuentra en base a 1
Pasta Dura	1	5,00	5,00	ejemplar mientras más alto es el número de textos a imprimir se abaratan costos
Impresión full color en papel couche de 200 gr A5	50 (páginas)	0.90	45,00	
TOTAL	101	12,90	400	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Actividad 6:

Difusión de la memoria histórica: es importante mencionar que la memoria histórica formará parte de la biblioteca de la FEPTCE, el objetivo de la misma es que la información recabada en estos textos esté al alcance de quien lo requiera o necesite. Cabe destacar que para difundir dicho texto o donar un cierto número de copias a una entidad como puede ser otra biblioteca es necesaria la elaboración de un acta de entrega del documento así como también de un Acta de recepción del mismo. Existirán dos versiones una en español y otra en inglés puesto que la FEPTCE al recibir voluntarios extranjeros, pueden ser un canal para transmitir la riqueza cultural que posee Ecuador a través de estas memorias, a su país de origen, aportando de esta manera al incremento de la demanda de turismo comunitario o a su vez generando un mayor número de proyectos enfocados a esta tendencia.

Responsables: FEPTCE

4.4.3. Estrategia 3

Tema: Elaborar planes promocionales para promover los destinos turísticos comunitarios.

Objetivo: La presente alternativa tiene como finalidad la elaboración de material publicitario el cual contenga información actualizada acerca de los servicios , atractivos y actividades que poseen las comunidades permitiendo de ésta manera que el turista conozca y disfrute de nuevas tendencias turísticas como lo es el turismo comunitario.

Beneficiarios: Con la estrategia propuesta se beneficiarán los emprendimientos comunitarios ya que permitirá su difusión y de esta manera incentivar a su visita.

Tiempo de ejecución:

3 años, es el tiempo estimado en el que es posible diseñar y difundir publicidad de cada una de las comunidades, si bien es cierto, algunas comunidades cuentan con publicidad básica, sin embargo es necesario estandarizar el material publicitario, con el objetivo de generar trípticos o plegables capaces de persuadir al cliente potencial.

Desarrollo de la propuesta

El desarrollo de planes promocionales integrales permite potenciar la comercialización mediante la planificación de mensajes y procedimientos adecuados a la promoción de destinos turísticos comunitarios. Para la presente propuesta se sugiere utilizar la información con la que cuenta la FEPTCE, de cada una de las comunidades obtenida a través de levantamiento de información realizada año a año por un grupo de fotógrafos, encuestadores que la Federación contrata.

Al proponer un tema de mejoramiento general para los emprendimientos comunitarios es necesario enfocarse a lo más representativo de cada comunidad, por ello que se plantean a continuación las siguientes actividades:

Actividad 1: Analizar aspectos relevantes que distingan a las comunidades tanto, de la costa sierra y oriente como; vestimenta, gastronomía, flora, fauna, vivienda entre otros.

Responsable: Equipo Técnico de la FEPTCE

Actividad 2: Elaborar mensajes capaces de persuadir y educar acerca de lo que significa el turismo comunitario y su funcionamiento.

Responsable: Graf Soluciones Gráficas empresa de diseño gráfico, FEPTCE.

Actividad 3:

Elaboración de material publicitario tales como: afiches, trípticos, Brochure , plegables entre otros que simbolicen o tengan forma de lo que identifica lo comunitario, lo indígena, de tal manera que llame la atención y deje un mensaje en el público en general .Es importante mencionar que dentro del perfil de turista se destaca que la mayor parte de visitantes que realizan turismo comunitario son de procedencia Europea y es a ellos a quienes está dirigido dicho material, por tal razón la publicidad se encontrará en dos idiomas tanto inglés como español.

Tabla 60.**Presupuesto estrategia 3 actividad 3**

COTIZACIÓN ACTIVIDAD 3				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Diseño	4	10	40	
Brochures Full Color Papel couche 150gr 45x15cm	1000	0.14	\$140	
Trípticos Full Color Papel couche 150gr 14x14	1000	0.225	225	60% FEPTCE y un 40% Redes Comunitarias o la Comunidad (en caso de no pertenecer a una red turística)
Afiches Full Color 45x32cm Barnizado UV	1000	0.20	200	
Plegables Full Color Papel couche 150gr Barnizado UV 63x30 cm	1000	0.53	530	
TOTAL	4004	11.095	1135.00	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras


Actividad 4: Distribución del material publicitario en: ferias, eventos internacionales, universidades, institutos turísticos, y en los principales aeropuertos del país, con el fin de dar a conocer acerca de esta nueva tendencia.

Responsable: FEPTCE, Redes Comunitarias.

63 cm


30 cm

Ecosistema:
La comunidad de Pulingui San Pablo con Operación de Turismo Comunitario "CASA CONDOR", esta ubicada al noroeste de la ciudad Capital, parroquia San Juan, Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, su patrimonio natural está dentro del área protegida de la Reserva de producción faunística Chimborazo, a 37 km, vía a los refugios, a una altura de 3900 msnm. Con una temperatura promedio 10°C en el día y 3°C durante la noche.




La Comunidad
Casa Cóndor constituye un portal de entrada a la montaña más alta del país, sin duda es uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros, cuentan con senderos señalizados a los sitios naturales y culturales dentro de su territorio patrimonial, en sus recorridos disfrutará de miradores naturales con vista espectacular a los diferentes nevados y volcanes de la provincia. Esta comunidad kichwa pertenece al pueblo Puruhá, su identidad se expresa a través de sus diferentes fiestas y tradiciones heredadas desde sus ancestros, entre sus celebraciones se destaca: Camaval, Semana Santa, Corpus Christi, Difuntos, entre otras.

Desarrolla actividades productivas tradicionales como es la agricultura y el pastoreo de ovejas, sin embargo la comunidad consciente de la importancia del cuidado ambiental han disminuido sus rebaños de ovejas y lo han sustituido por alpacas y llamas, ya que los camélidos hacen menos daño al paramo permitiendo de esa forma proteger las vertientes de agua que nacen de sus territorio




Existe grupo de mujeres que promueve la manufactura local, confeccionando artesanías: sacos, shigras, bufandas, guantes, medias, gorros a base de lana de alpaca y borrego.

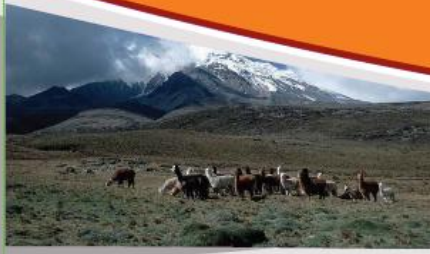
La comunidad ha desarrollado esta tendencia turística como alternativa productiva complementaria ya que ha mejorado el nivel de vida de la comunidad; generando consigo concientización sobre las costumbres, cultura y conservación del medio.




¿Como llegar?
A tres horas del sur de Quito y a cinco horas al noroeste de Guayaquil, por vía terrestre, está la ciudad de Riobamba, desde allí a 45 minutos por la vía a Guaranda se ubica Casa Cóndor.



Comunidad Pulinguí San Pablo
Casa Cóndor



Sabías que?
Se denomina Casa Cóndor debido a que su estructura se asemeja a esta majestuosa ave. Hace muchos años atrás, este territorio era utilizado por varias brigadas militares de la ciudad de Riobamba para realizar sus prácticas, es por ello que ahuyentaron algunas especies de la zona entre ellas el cóndor.



Datos Generales

Nombre: Comunidad "Pulingui San Pablo"
Provincia: Chimborazo
Cantón: Riobamba
Parroquia: San Juan
Dirección: Km 27 vía Guaranda
Población: 150 personas (aproximadamente)
Altura: 3800 msnm
Red u organización turística: CORDTUCH "Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo"
Página Web: www.cordtuch.org.ec

Figura 41. Diseño de Plegable (Tiro)
Elaborador por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Atractivos Turísticos

El principal atractivo es el volcán Chimborazo (6300 msnm), la montaña más alta del Ecuador, por su posición ubicada cerca de la línea ecuatorial la cumbre de esta montaña es el punto más alejado del centro de la tierra.

Otros atractivos que se pueden encontrar en el territorio de esta comunidad son un bosque de polylepis, árboles nativos de los páramos andinos, también conocidos como árboles de papel.

El templo Machay, cueva considerada sagrada ya que este tipo de lugares eran aptos para danzas o diversos rituales de ofrenda que realizaban los caciques, dicho templo se encuentra ubicado en las faldas del Chimborazo, y se trata de una formación de roca enorme de forma piramidal, en su interior se percibe un ambiente húmedo y confortable, se encuentra a 4560 metros de altura, y se puede acceder caminando o a caballo.

En lo cultural la comunidad comparte su gastronomía, fiestas y formas productivas.



Emprendimientos complementarios

Los guías comunitarios realizan un recorrido en el cual el turista visita los diferentes criaderos de alpacas y ovejas con los que cuenta la comunidad así como también los talleres de trasquilado y tejidos que elaboran las mujeres de Casa Cóndor. Dentro de este trayecto el turista tiene la oportunidad de conocer diversos huertos en los que los habitantes cultivan frutos y cereales mismos que son utilizados para la elaboración de diversos platos típicos, degustados por los turistas que los visitan.



Actividades Turísticas

Caminatas con guías locales por los páramos hacia el Chimborazo, a través de fantásticos paisajes andinos, que incluye observación de los legendarios vicuñas, camélidos originarios de los páramos.

También se puede cumplir esta ruta a lomo de caballo. Disfrutar este fantástico paisaje se complementa con la convivencia intercultural con la comunidad, compartiendo sus costumbres, fiestas y rituales.

Es una actividad cultural muy interesante escuchar a los ancianos sus relatos sobre la historia y mitos de la comunidad. Es imprescindible visitar el refugio en la zona nevada del Chimborazo a 5000 msnm.




Mitos y leyendas

María Manuela

María Manuela siempre iba a pastar sus borreguitos, en el páramo hubo un día en el que ella estaba esperando el parto de uno de sus animales sentada en el lino pajeal y un gran cóndor la tomó de las hombros con sus fuertes patas y se la llevó a un cerro. El animal, tratando de que la joven muchacha lo aceptara como esposo se llevaba toda clase de animales muertos para que ella se alimentara, pensando que ella comía lo mismo que él.

María Manuela lloraba todos los días, en una ocasión, mientras lavaba la ropa en un riachuelo cercano a la casa de su esposo, un jambato (sapo) se compadeció de la pobre muchacha y le dijo que le ayudaría a escapar.

Mientras ella corría hasta su casa el jambato se quedó en el riachuelo golpeando el agua, simulando así, que era la joven quien seguía lavando la ropa. El cóndor al darse cuenta del engaño pateó al sapo en su lomo volviéndolo verde y dejándolo de ese color para siempre.

Algún tiempo después, María Manuela volvió a pastar a sus animales en el páramo cuando el cóndor la vio, éste decidió tomar venganza y se la comió dejando solo sus cabellos, sus huesos y sangre. La familia de la muchacha tomó estos restos y los guardó en un pondo. Luego de un año increíblemente María Manuela volvió a nacer del pondo.



Alojamiento

Cuentan con una hostería comunitaria, con estructura en forma de cóndor, ave insignia de la nación ecuatoriana, con capacidad para 16 personas, ubicada prácticamente al pie del Chimborazo. Cuenta con baños compartidos y agua caliente.

Alimentación

La comida es preparada por las mujeres de la comunidad: elaboran sus alimentos en base a los productos de la zona destacándose como platos típicos el tashno (plato que contiene papas y habas cocidas), papas con cuy, chocado con queso y como bebida la chicha de avena, cabe resaltar que además de estos famosos platos la comunidad también utiliza la carne de oveja y de llama como parte de su especialidad gastronómica.

El centro turístico cuenta con luz eléctrica y abundante agua que es purificada localmente, no cuenta con servicios telefónicos ni internet.

¿Qué debes llevar?

Documentos personales para el registro de clientes
 Protector solar
 Gafas
 Cámara fotográfica
 Ropa abrigada
 Zapatos para tracking
 Gorra y guantes



Figura 42. Diseño Plegable (Retiro)
 Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Ecosystem

The Pulingui "San Pablo" community operation with community tourism "Casa Condor", is located northwest of the capital city, Parroquia San Juan, Canton Riobamba, Chimborazo province's natural heritage is within the protected Chimborazo Wildlife Reserve area, 37 km way to shelters, at an altitude of 3800 msnm, with an average temperature of 10 degrees Celsius in the day and 3 degrees Celsius at night.



The Community

Casa Condor is a gateway to the highest mountain in Paia, certainly one of the most visited by tourists and foreigners places have marked the natural and cultural heritage sites within its territory trails, on his travels will enjoy viewpoints natural with spectacular views of the different mountains and volcanoes of the province. This community belongs to the people Puruha Quichua, their identity is expressed through its various festivals and traditions inherited from their ancestors, including their celebrations stand; Carnival, Easter, Corpus Cristi, deceased, among others.

Develops traditional productive activities such as agriculture and grazing sheep, but the community aware of the importance of environmental care have decreased their flocks and replaced by alpacas and llamas, as camelidos do less damage to the paramo, thereby allowing protect watersheds that arise from its territory.

There are women's groups that promote local manufacturing, preparing crafts; sacks, shigras, scarves, gloves, socks, hats based on alpaca wool and sheep.

The community has developed this tourist trend as complementary productive alternative because it has improved the standard of living of the community; generating conscientization him about the customs, culture and conservation.





Pulingui San Pablo Community

Casa Condor



How do you arrive?

Three hours south of Quito and five hours northwest of Guayaquil, by land, the city of Riobamba, from there 45 minutes on the road to Guaranda is located Casa Condor Community.



Did you know that?

Casa Condor called because its structure resembles this majestic bird. Many years ago, this territory was used by several Riobamba military brigades to make their practices, by this reason they chased some species of this zone including the Condor.



General information

Name: Pulingui "San Pablo" community
 Province: Chimborazo
 Canton: Riobamba
 Parroquia: San Juan
 Address: Km 37 - via Guaranda
 Population: 150 people
 Altitude: 3800 msnm
 Red or Tourism Organization: CORDTUCH
 "Corporacion para el Desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo"
 Web: www.cordtuch.org.ec

Figura 43. Diseño Plegable Inglés (Tiro)

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tourist Attractions

The main attraction is the Chimborazo (6300 m) volcano, the highest mountain in Ecuador, for its position located near the equator the summit of this mountain is the farthest from the center of the earth point.

- Other attractions that can be found in the territory of this community are polylepis forest, trees native to the Andean highlands, also known as paper trees.
- The Machay, considered sacred cave temple since such places were suitable for dances and various rituals of offering being made by caciques, this temple is located in the foothills of Chimborazo, and is a huge rock formation so pyramid inside a moist and comfortable environment perceived. It is 4560 meters high, and can be accessed on foot or horseback.
- Culturally the community shares its cuisine, festivals and productive ways.

Tourist Activities

Local guides walks on the moors towards Chimborazo, through fantastic mountain scenery, which includes observation of the legendary vicuna, camel originating in the moors. You can also accomplish this route on horseback. Enjoy this fantastic landscape is complemented by intercultural harmony with the community, sharing their customs, festivals and rituals. It is a very interesting cultural activities listen to the elders their stories about the history and myths of the community. It is essential to visit the shelter in the snowy area Chimborazo at 5000 meters, and visit the polylepis forest.

Communitarians Entrepreneurship

The community guides do a tour in which tourists visit different alpacas and sheep farms are there in the community as well as workshops and tissues that produce shorn women Condor House. In this way the tourist has the opportunity to meet many orchards in which the inhabitants themselves grown fruits and cereals that are used for the preparation of various dishes, tasted by the tourists who visit them.

Accommodation

Feature a communal hostel, with shaped structure condor bird logo Ecuadorian nation, with capacity for 16 people, located almost at the foot of Chimborazo. It has shared bathrooms and hot water.

Feeding

The food is prepared by the women of the community prepare their food based on local products out as dishes the tashno (dish containing potatoes and cooked beans), potatoes with cuy, corn with cheese and as a drink chicha oats. It should be noted that besides these famous dishes, the community also uses mutton and called as part of its gastronomic speciality.

The resort has electricity and abundant water is purified locally light, does not have phone service or internet.

Myths and Legends

María Manuela

María Manuela always going to graze their lambs, on the moor there was a day when she was waiting for the birth of one of their animals sitting on the grassland cold and a great condor taking shoulders with his strong legs and took her a hill. The animal, trying to get the girl accept him as her husband had all kinds of dead animals for her to feed, thinking she ate the same thing.

María Manuela cried every day, on one occasion, while washing clothes in a nearby home of his oppressor stream a jambaño (toad) took pity on the poor girl and told her to help him escape. As she ran to her home jambaño stood in the stream hitting the water, thus simulating, it was the young

What do you bring?

- Personal documents for customer registration
- Sunscreen
- Glasses
- Camera
- Warm clothes
- Trekking shoes
- Hats and gloves

Figura 43. Diseño Plegable Inglés (Retiro)
Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

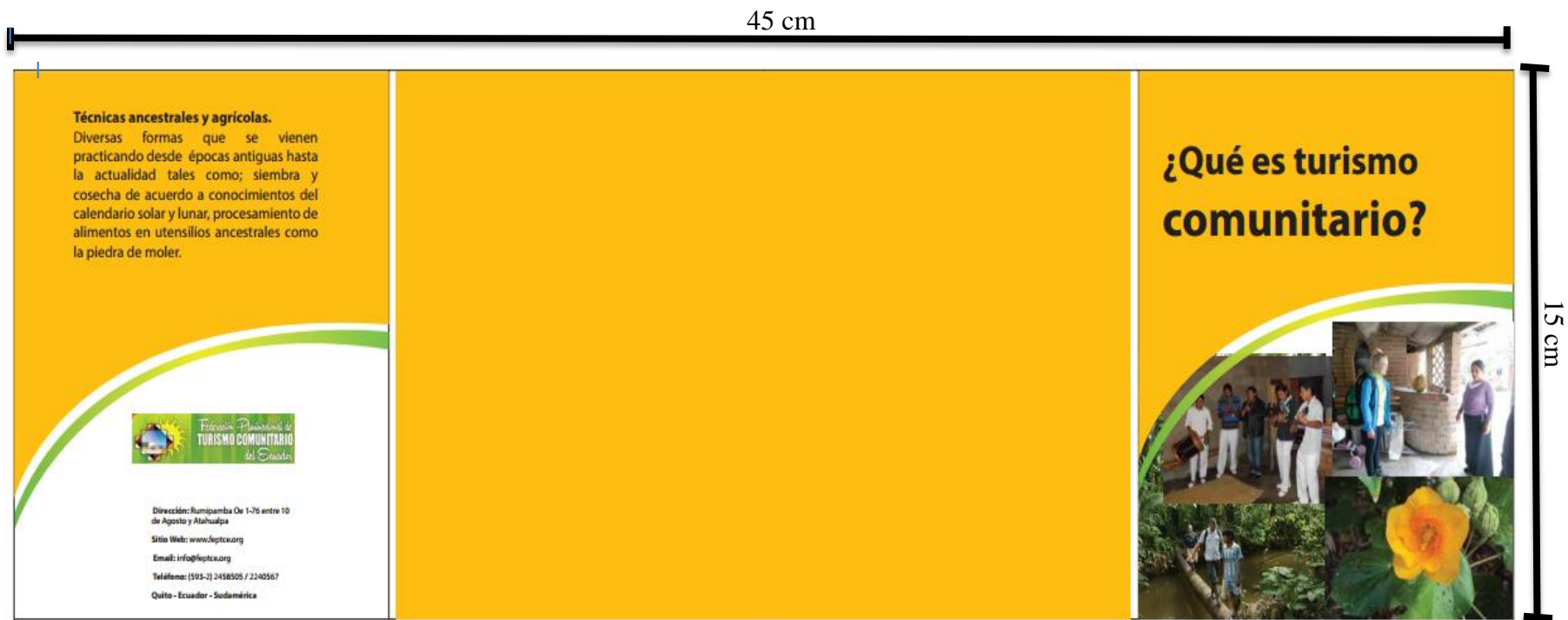


Figura 44. Diseño Brochure (Tiro)
Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

- Aprender costumbres y tradiciones
- Convivir con los miembros de una comunidad
- Revitalizar expresiones culturales como danzas, música, mitos, cuentos, leyendas
- Valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.
- Recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina, agricultura
- Gastronomía

Turismo comunitario en el Ecuador

Se suele señalar al Ecuador como el país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en una actividad estratégica para muchas comunidades, ya que actúa como catalizador de diferentes procesos.

El turismo comunitario en Ecuador ha despuntado en varias instancias internacionales como una nueva alternativa para los viajeros.

¿Qué engloba vivir una experiencia turística comunitaria?

Conocer y ser parte de las diversas formas de vida de las zonas rurales del Ecuador que mantienen vivas costumbres y tradiciones.

Traje típico
De cada comunidad, para quienes utilizan esta vestimenta cada accesorio tiene significado de acuerdo a su cosmovisión

Fiestas populares
O conocidas como fiestas mayores, por lo general suelen incluir actos religiosos, se preparan de acuerdo al lugar geográfico y a la herencia de sus ancestros.

Artesanías
Producto de las hábiles manos de los pobladores de una comunidad, utilizando materia autóctona que lo pueden obtener en su lugar de residencia.

Gastronomía
Gracias a la diversidad de productos agrícolas y ganaderos es posible crear diversos platos, algunos incluso exóticos como la carne de llama, cuy, chontacuros entre otros, que resaltan su cultura.




Figura 45. Diseño Brochure (Retiro)

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras



Figura 46. Diseño Brochure Inglés (Tiro)
 Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Community Tourism in Ecuador

It is often observed to Ecuador as the pioneer country for the quantitative and qualitative weight of their experiences of community tourism. Thus, since the eighties, community tourism in Ecuador has become a strategic activity for many communities, since it acts as a catalyst for different processes. The community tourism in Ecuador has excelled in various international fora as a new alternative for travelers.

Which includes live a community tourist experience?

Know and be part of the various forms of life in rural areas of Ecuador who keep alive customs and traditions.

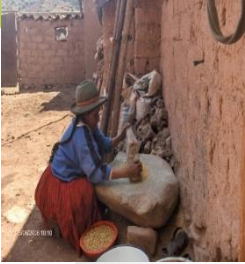
Costume
In each community, to holders of this dress each accessory has meaning according to their worldview.

Popular celebrations.
Or known as festivals, usually typically include religious acts, are prepared according to geographical location and the heritage of their ancestors.

Handicrafts
Product of the skillful hands of the people of a community, using indigenous materials that can get in your place of residence.

Gastronomy
Thanks to the diversity of agricultural and livestock products can create various dishes, some even exotic as llama meat, cuy, chontacuros among others that highlight their culture.

- Learning customs and traditions
- Living with community members
- Revitalize cultural expressions such as dance, music, myths, tales, legends
- Valuing the ancestral soil management techniques, traditional crops.
- Recovering wisdom and ancient techniques in architecture, medicine, agriculture
- Gastronomy






Figura 47. Diseño Brochure Inglés (Retiro)
Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

4.4.4. Estrategia 4

Tema: Mejoramiento de los sistemas de información de la FEPTCE

Objetivo: Mantener una página actualizada con información necesaria y llamativa para el turista a través de la Contratación de una consultoría para elaborar la mejoras de la plataforma web de la FEPTCE.

Desarrollo de la propuesta:

La FEPTCE, responsable del desarrollo de las organizaciones comunitarias y de la comercialización de sus productos ha creado la estrategia denominada “Proponer información e instrumentos de gestión para fortalecer y mejorar la comercialización de los productos de las comunidades de la FEPTCE”, para ello se detalla a continuación la propuesta en la que se plasman las mejoras de la plataforma web, considerando que actualmente existe una página web ya creada.

Partiendo de que existe una página web creada, se enumeran los siguientes componentes que se sugieren incorporar para fomentar la comercialización de los productos y servicios de las comunidades.

Beneficiarios: La presente propuesta aportará de manera positiva principalmente a los emprendimientos comunitarios puesto que al contar con información actualizada facilitará tanto el acceso como el contacto de la comunidad que el cliente desea visitar.

Tiempo de Ejecución:

1 año, en este lapso se de acuerdo al especialista en sistemas se realizaran los cambios y pruebas pertinentes para el mejoramiento de la página web.

Actividad 1: Elaborar un documento de análisis y diseño de las mejoras de la plataforma web de la FEPTCE.

Sistema de inventarios

Banner de acceso al sistema de inventarios: logo ubicado en la página web principal y a través del cual se puede acceder al sistema de inventarios.



Figura 48. Pantalla de la FEPTCE

Fuente: FEPTCE

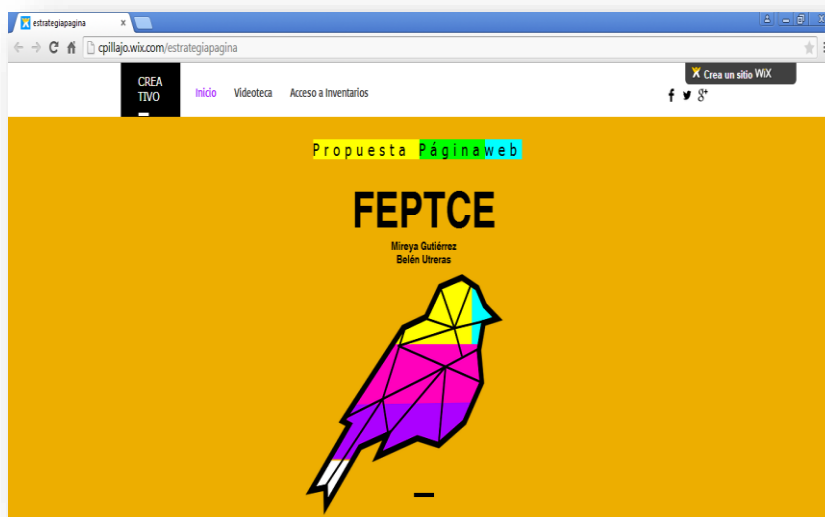


Figura 49. Pantalla Estrategia

1. **Sistema de inventarios:** contiene los siguientes menús:
2. **Sección Comunidades.-** en esta sección se puede crear, actualizar, desactivar y buscar las comunidades. Contiene los siguientes submenús:

- a. Crear
- b. Modificar
- c. Buscar

Al seleccionar la opción Crear se desplegará una pantalla con los campos correspondientes para la creación de las comunidades, contiene las siguientes opciones:

1. Datos Generales, con los campos:

1. Nombre del Atractivo: Los campos de texto son editables por el usuario
2. Dirección
3. Teléfono
4. Lista de selección Categoría: las listas desplegables permitirán al usuario seleccionar los datos a través de una lista con valores precargados.
5. Lista de selección Tipo
6. Lista de selección Subtipo
7. Reseña Histórica
8. Asociación con otros atractivos, que contiene:
 - Nombre del atractivo
 - Lista de selección Difusión del Atractivo
9. Botón Examinar para cargar la/as imagen/es de la comunidad.
10. Botón Guardar, para almacenar la información en la base de datos.
11. Botón Siguiente, para ir a la siguiente sección de registro de datos.

2. Ubicación, con los campos:

1. Provincia
2. Ciudad
3. Parroquia
4. Localización Geográfica

5. Altitud
6. Temperatura
7. Estado de Conservación

3. Infraestructura Vial y de Acceso, con los campos:

1. Tipo
2. Subtipo
3. Estado de vías
4. Transporte
5. Temporabilidad de acceso

4. Infraestructura Básica con los campos:

1. Agua
2. Energía eléctrica
3. Alcantarillado

5. Facilidades Turísticas con los campos:

1. Alojamiento
2. Alimentación

Al seleccionar la opción Modificar y/o buscar se desplegará la pantalla con las opciones de búsqueda de la comunidad con su respectiva ficha de datos para la modificación, activación o desactivación.

Figura 49. Prototipo De Pantalla

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

2. Sección Catálogo.-Esta sección permitirá crear todos los valores de las listas de selección, es decir corresponde a un administrador.

Módulo De Videoteca

Se podrá acceder al módulo a través de la página web y esta sección contendrá videos clasificados por comunidad.

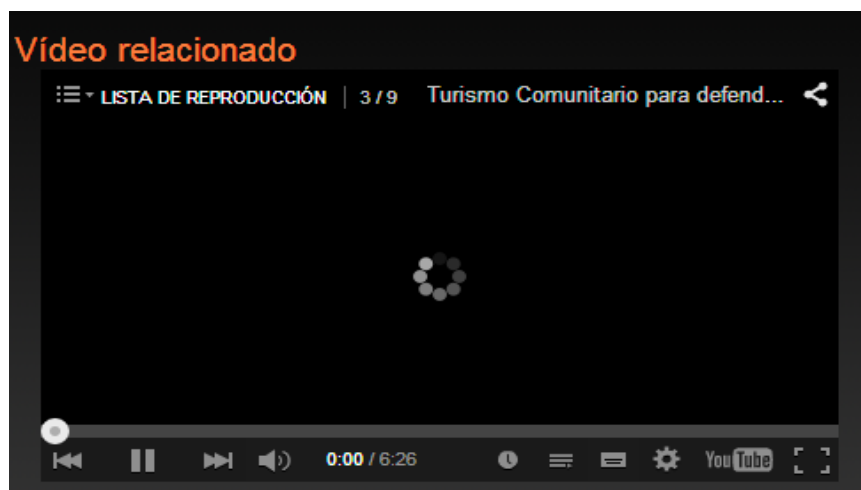


Figura 50. Página FEPTCE

Fuente: FEPTCE

Módulo De Comentarios

Corresponde a un blog spot que permitirá atender a los comentarios de la ciudadanía con el fin de mejorar la plataforma, así como potenciar los bienes y servicios de las comunidades.



Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos necesarios están marcados *

Nombre *

Correo electrónico *

Web

Figura 51: Sección Comentarios Página FEPTCE

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Módulo De Directorio de las comunidades

A través de un reporteador se podrá obtener un archivo consolidado del directorio telefónico de las comunidades; con el siguiente formato:

Tabla 61.**Directorio Telefónico**

DIRECTORIO TELEFÓNICO				
NOMBRE DE LA COMUNIDAD	PROVINCIA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	RESPONSABLE
Fecha y hora de generación del reporte:				

Fuente: FEPTCE


Actividad 2: Ejecutar la contratación para desarrollar las funcionalidades del sistema en función a los estándares definidos.

A fin de proceder con la contratación de la consultoría se establecen los requerimientos técnicos mínimos para la ejecución del mismo, detallado en la matriz adjunta:

Tabla 62.

Servicio requerido para la contratación

SERVICIO REQUERIDO PARA LA CONTRATACIÓN
<p>“Horas técnicas de programación para la construcción de las mejoras de la plataforma web de la Feptce” que incluye: Desarrollo: 260 Horas</p>
<p>1.1 Perfil técnico del personal a ser asignado</p>
<p>Un (1) Programador Sénior (JEE/ORACLE):Habilidades generales: Mínimo 4 años de experiencia de programación en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Java JEE • JSF • Enterprise Java Beans 3 • SQL • Html (Manejo de estilos CSS, Divs, DHTML) • Certificados oficiales de Java programmer (SCJP o OCJP) o por lo menos 120 horas de capacitación formal en desarrollo de Java. <p>Habilidades específicas: Certificados laborales que demuestren su participación en proyectos con las siguientes tecnologías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • XML, XLST, XPATH, XQUERY (Generador de reportes en JAVA) • JavaScript • Jboss • AJAX • Velocity • Alfresco • Maven
<p>Un (1) Diseñador Web:</p> <p>Habilidades generales: Especialista en diseño de páginas web con más de 3 años de experiencia en la implementación de portales.</p> <p>Habilidades específicas: Experiencia en el uso de tecnologías multimedia para la elaboración de presentaciones, animaciones, trípticos, posters y otros.</p> <p>Conocimientos comprobados de Photoshop, Illustrator, Flash, Dreamweaver, Fireworks.</p> <p>Conocimientos comprobados de HTML, HTML5, Javascript, CSS</p>
<p>1.2 Servicio de Soporte Técnico del Proveedor</p>
<p>Los servicios serán supervisados por personal técnico de la FEPTCE para tareas de programación en plataforma Java.</p> <p>La corrección de errores detectados en la ejecución del proyecto no será devengada de las horas contratadas.</p> <p>Los servicios de programación deberán implementarse considerando la arquitectura ya existente.</p>
<p>1.3 Productos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos a entregar son los siguientes: • Sistema de inventarios • Directorio Electrónico de Comunidades. • Módulo para las publicaciones de los productos y servicios de las comunidades.

CONTINÚA 

1.4 Entregables	
<ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar el contrato el proveedor deberá entregar : • CD/DVD con los siguiente información y/o archivos (por cada aplicativo): • Base de Datos • Diagrama de Base de Datos Lógico. • Diagrama de Base de Datos Físico. • Esquema de Base de Datos (DDL, DML). • Diccionario de Datos. • Cronograma de ejecución • Documento de Casos de Uso • Documentos de Control de cambios • Código fuente del Proyecto. • Informe de las pruebas de unidad realizadas por el Proveedor • Manual de Usuario. • Manual Técnico. • Manual de Instalación. • Manual de Operaciones. • Documentación descrita en los ítems anteriores. • Los fuentes del Proyecto. • Implementación del Proyecto • Plan de Calidad del Proyecto. • Plan de Comunicación del Proyecto. • Acta de capacitación a los funcionarios de la FEPTCE. • Documento de garantía técnica sobre productos entregados 	

Elaborado por: Especialista en sistemas informáticos

Actividad 3: Elaborar el informe de las pruebas de funcionalidad del sistema.

CASOS DE PRUEBAS							
Información del Documento							
Versión:	1						
Fecha:	12/12/2015						
Elaborado por :	FEPTCE						
Información del Proyecto							
Nombre del Proyecto:	Mejoras en la plataforma web de la FEPTCE						
Objetivo de las Pruebas:	Validar la implementación de los requerimientos realizados por parte del proveedor						
Funcionario Técnico Responsable:							
Fecha de Inicio de Pruebas:							
Fecha de Finalización de Pruebas:							
Cuadro de Resumen de Pruebas							
	Número Total de Escenarios	2			100%		
	Numero Total de Escenarios Ejecutados	1			50%		
	Total "Pasó" Casos de Pruebas	1			50%		
	Total "Falló" Casos de Prueba	0			0%		
Resultados de los Caso de Prueba							
Proceso/Requerimiento	No. Escenarios	No. Escenarios Probados	Pasó	Falló	Fecha Corrección	Fecha Nueva Revisión	Fecha de Aprobación
Sistema de Inventarios	Acceso al Sistema desde la pagina web de la FEPTCE	1	1	0	12/12/2015	12/12/2015	12/12/2015
Firmas de Responsabilidad							
Proveedor	Técnico FEPTCE						

Figura 51. Informe de pruebas

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Tabla 63.

Presupuesto estrategia 4 actividad 3

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 3				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	FINANCIAMIENTO
Diseño, desarrollo, implementación y operación de la automatización de procesos de la FEPTCE	260(Horas)	26(Hora)	6760	50% FEPTCE, 50% ONG

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Responsables de la actividad: FEPTCE, Ing. Cristina Pillajo

4.4.5. Estrategia 5

Tema: Participación entre redes comunitarias y estudiantes de carreras turísticas y hoteleras en congresos relativos a turismo comunitario.

Objetivo: Difusión del turismo comunitario a través de Congresos

Desarrollo de la propuesta:

En la actualidad se puede vivir diferentes experiencias turísticas de acuerdo a los requerimientos de cada visitante, siendo el turismo comunitario una opción no muy destacada frente a las otras tendencias debido a diferentes factores como el desconocimiento del mismo, una mala definición, escasa promoción entre otras.

Motivo por el cual se ha diseñado la presente estrategia con el objetivo de difundir más acerca de esta tendencia ya sea mediante la ejecución de congresos en los cuales los estudiantes conozcan de manera práctica, diversos factores que encierran una actividad turística comunitaria así como: hospedaje y gastronomía comunitaria, seguridad comunitaria entre otros.

Beneficiarios: Comunidades, FEPTCE, estudiantes.

Tiempo de Ejecución:

Se toma como referencia 1 año ya que la FEPTCE y las comunidades anfitrionas deben realizar una planificación con relación a sus actividades, de tal forma que la Federación pueda impartir sus capacitaciones y las comunidades adquirirlas sin problema alguno.

Actividad 1: Seleccionar un tema de interés alusivo al turismo comunitario.

Actividad 2: Seleccionar la/s comunidades en las cuales se llevará a cabo el congreso propuesto.

Responsables actividades 1,2: Secretaria FEPTCE, presidente de la comunidad.

Logística Organizacional

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 1,2,				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Selección de un tema de interés y de la comunidad donde se llevará a cabo el congreso	1 día	11.80	11.80	La Feptce asignará el 100% al personal que conforma su equipo técnico (1 persona), en cuanto a los estudiantes aportará con el 50% del valor detallado, el porcentaje restante debe solventarse el estudiante a participar.
Planificación de actividades del congreso	2 días	11.80	23.60	
Movilización para invitar a las universidades	1 día 3 viajes	11.80 1.50	11.80 4.50	
TOTAL	7	36.90	51.70	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Actividad 3

Invitar a los estudiantes de las carreras de turismo y hotelería, y representantes de las redes comunitarias a participar, con la finalidad, de que los estudiantes conozca más acerca de esta tendencia turística y a futuro se interesen por desarrollar más proyectos de ésta índole.

Elaborar un afiche en el cual se detalle el tema a tratarse así como también lugar, hora, fecha del evento, los cuales serán colocados en puntos estratégicos de la Universidad a participar.



Figura 52. Modelo de Afiche

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Responsables de la actividad: FEPTCE, líder o presidente de la comunidad.

Presupuesto actividad 3

Seleccionar el público al cual van a ir dirigidos los congresos, en el caso de ser a las instituciones que tenga la carrera en Hotelería y Turismo se realizarán 3 afiches por institución (tomando en cuenta la capacidad de las comunidades anfitrionas), en el presente caso está dirigido para la Universidad de la Fuerzas Armadas.

Tabla 64.

Presupuesto estrategia 5 actividad 3

PRESUPUESTO ACTIVIDAD 3				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)	FINANCIAMIENTO
Diseño	1	10	10	La FEPTCE financiará el
Afiches	3	5	15.00	100% de la actividad 3
Full Color 45x32cm Barnizado UV				
TOTAL	4	12.50	25.00	

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Actividad 4:

Logística para la ejecución del evento: diseñar dos fichas en las cuales se detalle el presupuesto del material que necesitan tanto para la Comunidad como para los estudiantes que participarán en el congreso.

Actividad 5: Ejecución del Congreso

Para proceder con la ejecución del congreso se establecerá un itinerario de actividades que hacen referencia a los procesos que encierra el turismo comunitario, el mismo que se detalla a continuación (Ver página 182)

Tabla 65.

Ficha planificación congreso

CONGRESO DE TURISMO COMUNITARIO						
TEMA:	Emprendimientos comunitarios y su impacto en la actividad turística					
Lugar:	Comunidad Ñamarin y Las Lagunas	Dirigido a :	Estudiantes Universitarios de 4 y 5 nivel de la Carrera en Administración turística y hotelera			
Objetivo: Incentivar a los estudiantes de la carrera de Administración turística y Hotelera a colaborar con el desarrollo de los emprendimientos comunitarios, generando conciencia y conocimientos acerca de lo que encierra la actividad turística comunitaria.						
Responsable de Ejecución: Eugenio Saquicela (Técnico en Turismo FEPTCE)						Tiempo: 2 días
Sr. Baudilio Quizhpe (Presidente de la Red Comunitaria Saraguro Rikuy)						
Facilitadores	Metodología	Técnicas	Costos:	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Sr. Eugenio Saquicela, Sr. Baudilio Quizhpe,	Método de Transmisión Metodología Participativa	Explicativa y Visual	Facilitadores (2 días)	0	0	0
			Resmas de Papel	1	3,5	3,5
			Esferográficos	50	0,2	10
			Afiches publicitarios (Diseño)	1	10	10
			Afiches publicitarios (Impresión)	3	5	15
			Diseño de Certificado	1	10	10
			Costo Total	55	18,7	48,5
Observaciones :						

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

Tabla 66.

Ficha planificación congreso estudiantes

CONGRESO DE TURISMO COMUNITARIO						
TEMA:	Emprendimientos comunitarios y su impacto en la actividad turística			Cupos Disponibles:	40 pax	
Lugar:	Comunidad Ñamarin y Las Lagunas	Dirigido a :	Estudiantes Universitarios de 4 y 5 nivel de la Carrera en Administración turística y hotelera			
Objetivo: Incentivar a los estudiantes de la carrera de Administración turística y Hotelera a colaborar con el desarrollo de los emprendimientos comunitarios, generando conciencia y conocimientos acerca de lo que encierra la actividad turística comunitaria.						
Responsable de Ejecución: Eugenio Saquicela (Técnico en Turismo FEPTCE)						Tiempo: 2 días
Sr. Baudilio Quizhpe (Presidente de la Red Comunitaria Saraguro Rikuy)						
Facilitadores	Metodología	Técnicas	Costos:	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Sr. Eugenio Saquicela, Sr. Baudilio Quizhpe,	Método de Transmisión Metodología Participativa	Explicativa y Visual	Alojamiento Hotel ACHIK HUASI (2/1)	40	20	800
			Alimentación (2 días)	40	40	1600
			Guianza (2 Días)	40	15	600
			Transporte (Bus 2 Días)	40	20	800
			Gastos varios	40	10	400
			Costo Total	200	105	4200
Observaciones :						

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Tabla 67.

Itinerario actividades congreso

Día	Hora	Lugar	Actividad	Tiempo	Objeto	Responsables	
Día 1	7:00	Hotel Achik Huasi	Concentración y check in	30 minutos	Distribución de habitaciones y bienvenida	Recepcionista	
	7:30	Restaurante del Hotel	Desayuno	40 minutos	Desayuno con productos típicos del lugar	Área de cocina	
	8:10	Sala de eventos del Hotel	Introducción acerca de los emprendimientos de la red turística Saraguro Rikuy	2 horas	Impartir información general de los inicios del turismo comunitario en Saraguro	Baudilio Quizhpe, Eugenio Saquicela	
	10:10	Instalaciones Hotel	Receso	15 minutos	Descanso y toma de fotografías	Estudiantes	
	10:25	Sala de eventos del Hotel	Exposición de las generalidades de una red turística, preguntas y respuestas de la exposición	2 horas	Identificar las funciones que desempeña una red turística, solventar inquietudes de los estudiantes	Baudilio Quizhpe, Eugenio Saquicela	
	12:40	Comunidad Namarin	Traslado hacia la comunidad	15 minutos	Reconocer la ruta de acceso a la comunidad	Transportista, guía	
	13:00	Comunidad Namarin	Pinshi Mikuna almuerzo típico, contiene: papas con una salsa de pepa de zambo, queso, arroz, pan, cuy o pollo, ensalada y bebida como horchata o chicha)	1h30 minutos	Degustar y apreciar la gastronomía típica, elaborada con productos de la zona	Área de cocina y servicio, guía	
	14:30	Casa comunitaria	Exposición de las técnicas ancestrales de textil, usadas por nuestros antepasados	40 minutos	Identificar las técnicas ancestrales usadas por nuestros antepasados y que han pasado la prueba del tiempo manteniéndose casi intactas	Familia designada	
	15:10	Casa de alojamiento turístico familiar (Namarin)	Doña Delfina propietaria de su alojamiento nos explicará de su experiencia de recibir visitantes en su casa.	30 minutos	Detallar el manejo y adecuación de alojamiento comunitario	Comunidad	
	15:40	Museo etnográfico	Visita casa típica de Saraguro	40 minutos	Obtener información acerca de los utensilios, herramientas, etc que existe en esta casita tradicional.	Guía	
	16:20	Talleres de tejidos de mullos	Explicación de los proceso para la elaboración de bisutería artesanal	30 minutos	Visualizar el procedimiento que conlleva la elaboración de artesanías	Mujeres de la comunidad	
	17:00	Comunidad Namarin	Retorno al Hotel ACHIK HUASI	15 minutos	Llegada al Hotel ACHIK HUASI	Transportista, guía	
	17:15	Hotel Achik Huasi	Uso de instalaciones	45 minutos	Descanso y preparación para el recorrido nocturno	Estudiantes y guía	
	18:00	Centro de Saraguro	Identificar los diferentes atractivos con los que cuenta la comunidad de Saraguro	1 hora	Reconocer los atractivos e infraestructura con la que cuenta el pueblo de Saraguro	Guía, Técnico en turismo	
	19:00	Hotel Achik Huasi	Cena y disposiciones para el siguiente día	1 hora	Alimentación y descanso	Área de cocina y servicio, guía	
	20:00	FIN DE ACTIVIDADES					
	DÍA 2	7:30	Hotel Achik Huasi	Desayuno Criollo	40 minutos	Desayuno con productos típicos del lugar	Área de cocina y servicio, guía
		8:10	Comunidad Las Lagunas	caminatas a terrazas agrícolas y pucaras donde se realizan rituales indígenas	40 minutos	Identificar acerca de los lugares donde realizaban rituales	Guía
		9:00	Comunidad Las Lagunas	Recorridos los las instalaciones hosteleras de la comunidad	40 minutos	Apreciar los servicios que oferta la comunidad	Guía
9:40		Inka Wasi	Exposición de instrumentos musicales autoctonos	30 minutos	Obtener información sobre el origen de los instrumentos musicales y los materiales empleados para su elaboración	Baudilio Quizhpe, Eugenio Saquicela	
10:20		Inka Wasi	Actividades interactivas con los estudiantes	1 hora	Retroalimentación de conocimientos obtenidos durante la visita	Guía, Técnico en turismo	
11:20		Inka Wasi	Presentación musical	40 minutos	Obtener información acerca de la música y el folklore de la comunidad Las Lagunas	Guía, Técnico en turismo	
12:00		Restaurante Inka Wasi	Almuerzo típico	1 hora	Degustar y apreciar la gastronomía típica, elaborada con productos de la zona	Área de cocina y servicio, guía	
13:00		Hotel Achik Huasi	Entrega de certificado de participación	20 minutos	Reconocimiento por el interés de participar en la experiencia turística comunitaria	Eugenio Saquicela	
13:20		FIN DE ACTIVIDADES					

Elaborado por: Mireya Gutiérrez/Belén Utreras

Tabla 68.
Matriz Estratégica

OBJETIVO ESTRATÉGICO	FIN	ESTRATEGIAS	OBJETIVO ESPECIFICO	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO POR ACTIVIDAD	PRESUPUESTO DEL PROYECTO POR COMUNIDAD (USD)	INDICADORES OPERATIVOS	META DEL PROYECTO	FINANCIAMIENTO	RESPONSABLE	TIEMPO PARA ALCANZAR LA META	INDICADORES DE RESULTADO PROGRAMACION ANUAL DE LA META																																				
													2017	2018	2019	2020																																	
					Difusión de fichas a cada una de las comunidades	250	1378,4	Número de fichas aplicadas a los visitantes	33 COMUNIDADES	COMUNIDAD, 50% FEPTCE, RED COMUNITARIA 50%	FEPTCE, RED COMUNITARIA	4	100%	10%	35%	35%	20%																																
					Identificación de los actores en cada experiencia comunitaria.	72																																											
					Evaluación de funciones correspondientes a los actores de cada área que encierra la actividad turística comunitaria	250																																											
					Identificación de los atractivos turísticos de la comunidad	806,4																																											
					TOTAL																																												
								Preparar el desarrollo de memorias históricas con la finalidad de revitalizar expresiones culturales, tradiciones, gastronomía, vestimenta típica, y técnicas ancestrales de los diferentes emprendimientos	Cobertura de comunidades con memorias históricas levantadas		Recopilar información a través de entrevistas	280,15	965,15	Porcentaje de memorias historicas levantadas	33 COMUNIDADES	FEPTCE: 100% EQUIPO TÉCNICO, 50% VOLUNTARIOS	Equipo técnico FEPTCE, estudiantes universitarios, líder o presidente de la red turística.	4 AÑOS	100%	25%	25%	25%	25%																										
											Levantamiento de la información.	285																																					
											Procesamiento de la información	285																																					
											Estructuración de la memoria histórica	400																																					
											Difusión de la memoria histórica																																						
TOTAL																																																	
							Elaborar mensajes capaces de persuadir y educar acerca de lo que significa el turismo comunitario y su funcionamiento					1135												Número de visitas a las comunidades	60% FEPTCE y un 40% Redes Comunitarias o la Comunidad	FEPTCE 100%	Equipo técnico FEPTCE	3 AÑOS	100%	30%	30%	30%	10%																
							Elaboración de material publicitario				1135																																						
							Distribución del material publicitario																																										
							TOTAL																																										
							Mejoramiento de los sistemas de información de la FEPTCE	Mantener una página actualizada con información necesaria y llamativa para el turista	Porcentaje de la operatividad de los sistemas de información	Elaborar un documento de análisis y diseño de las mejoras de la plataforma web de la FEPTCE			6760	Porcentaje de avance en la construcción de la plataforma web	1	FEPTCE 50% ONG 50%	FEPTCE, Ing. En Sistemas.	1 AÑO	100%	100%	0%	0%	0%																										
										Ejecutar la contratación para desarrollar las funcionalidades del sistema en función a los estándares definidos.	6760																																						
										Elaborar el informe de las pruebas de funcionalidad del sistema.																																							
										TOTAL																																							
																																					Seleccionar las comunidades en las cuales se llevará a cabo el congreso promuevito.		48,5	Estudiantes que participan en congresos de turismo comunitario.	3 congresos	FEPTCE, COMUNIDADES PARTICIPANTES	FEPTCE, COMUNIDADES	1 AÑO	100%	100%	0%	0%	0%
																																					Invitar a los estudiantes de las carreras de turismo y hotelería, y representantes de las redes comunitarias a participar en el congreso.												
Logística para la ejecución del evento	48,5																																																
Ejecución del Congreso																																																	
TOTAL																																																	
TOTAL PROYECTO																								10287,05																									

Elaborado por: Mireya Gutiérrez, Belén Utreras

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- En los últimos años, el turismo comunitario se ha ido incrementando en diferentes partes del país a través de una adecuada utilización de los recursos naturales y culturales tendientes a eliminar la pobreza de las comunidades, evitar la migración a las grandes ciudades y generar fuentes de empleo.
- El Ecuador es un país mega diverso dueño de varias etnias capaz de brindar experiencias únicas a turistas nacionales y extranjeros, a pesar de ser un país en vías de desarrollo lo cual podría ser una ventaja al no explotar abruptamente el hábitat de muchas poblaciones indígenas tiene muchos que mostrar a propios y extraños.
- A pesar de la crisis atravesada de manera Global el Ecuador mantiene un comportamiento equilibrado según los diferentes indicadores económicos, políticos y demás, lo que ha dado lugar a que el sector turístico siga desarrollándose y posicionándose de tal manera que está siendo considerado como uno de los productos no petroleros que generan ingresos significantes al país.
- La confianza en este gobierno por parte de los ciudadanos y empresarios se demuestra en el crecimiento de la inversión privada y desarrollo de varios sectores antes olvidados; es por esto que, el apoyo por parte de la ciudadanía está centrada principalmente en los estratos más bajos de la sociedad, pues mira al gobierno como la opción de salir de su pobreza y acceder a servicios que antes no tenían acceso. Es por ello que, para el turismo comunitario en el país, el entorno político se convierte en una gran Oportunidad, pues se observa y se palpa el apoyo por parte del gobierno a sectores antes olvidados, y a prácticas que conllevan el beneficio comunitario y explotación responsable de recursos turísticos.
- El estudio realizado demuestra que el turismo comunitario en Ecuador aún no se encuentra posicionando en el mercado turístico; sin embargo es demandando por

turistas extranjeros ya que considera que esta tendencia turística les oferta disfrutar de una experiencia totalmente diferente a la que están acostumbrados a vivir.

- El turismo comunitario se considera una alternativa para mejorar la economía de los pueblos y nacionalidades, generando consigo fuentes de empleo; y colaborando con el fortalecimiento de la riqueza cultural que Ecuador posee.
- El turismo comunitario no posee regulaciones dentro del mercado; por lo tanto, se requiere un conjunto de propuestas consensuadas para impulsar procesos de diálogo, negociación y alianzas entre las organizaciones de turismo comunitario y los gobiernos locales, incluyendo orientaciones para la planificación estratégica y los planes de acción, monitoreo de avances y evaluación de los impactos en materia de desarrollo sostenible de los destinos turísticos.
- Un manejo adecuado con procedimientos establecidos son la base que necesita para que el turismo comunitario pueda hacerse presente dentro del mercado y de esta manera conseguir mejoras en la calidad de vida de los habitantes de las comunidades quienes tiene mucho que ofrecer sin embargo se encuentran en condiciones de vida precaria.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda a la FEPTCE darle la importancia que se merece el turismo comunitario, pues es un tesoro lleno de costumbres y tradiciones que se pueden aprovechar hoy en día, y de alguna manera tratar de mantener vivas mientras sea posible.
- Los ejes del turismo comunitario (Educación, Facilidades Básicas, Salud, Economía Local, Identidad cultural, Pachamama y su naturaleza, Organización), se enmarcan en una propuesta de mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades eje que está previsto en la constitución, en el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir y que en la actualidad constituye una línea económica, productiva, de manejo de los recursos naturales y culturales que el país y el mundo están demandando, por lo tanto amparados en las normas legales es posible trabajar en concretar el mismo.

- La FEPTCE debería realizar alianzas estratégicas entre las comunidades turísticas, universidades, fundaciones y entidades de turismo, para obtener mayor demanda en la tendencia comunitaria y de esta manera contribuir al desarrollo de las comunidades y del país.
- Se recomienda a la FEPTCE aplicar las estrategias que se han desarrollado puesto que servirán de complemento para promover un servicio y producto turístico de calidad y así lograr el mejoramiento de la comercialización del turismo comunitario en el Ecuador.
- Acorde al perfil de cliente receptivo se recomienda elaborar publicidad que permita promocionar el turismo comunitario.

Bibliografía

- Alvear, L. (2012). *Ecuador Operación Turística*. España: TECNOS.
- Atiaja, W. (2014). *Tsáchilas Colorados*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de Etnias del Ecuador: <http://etniasansestralesdeecuador.blogspot.com/>
- Aula Fácil. (2012). *Estrategia empresarial-Recursos, capacidades y ventaja competitiva*. Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursos/120778/empresa/estrategia/curso-basico-de-estrategia-empresarial/recursos-capacidades-y-ventaja-competitiva>
- Ballesteros Ruiz, E., & Solis Carrión, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, Desarrollo y sostenibilidad Social*. Quito: Aby Ayala.
- Ballesteros, E. R., & Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Aby Ayala.
- Banco Central de Reserva de Perú. (Marzo de 2011). *Tasa de Interés*. Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de Glosario de Terminos Económicos: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Inflación Anual 2014*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Tasa de Interés Activa*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Tasa de Interés Pasiva*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva
- Benson, A. (08 de Marzo de 2010). *Definición de Turismo Comunitario*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de University of Texas Libraries: <http://www.lib.utexas.edu/benson/lagovdocs/bolivia/federal/hacienda/pnd.pdf>
- Beta Data Tur. (2014). *Balanza Turística*. Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de Glosario de terminos turísticos: <http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

- Bogotá Turismo. (2015). *Inventario de Atractivos Turísticos*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Definiciones de Turismo: <http://www.bogotaturismo.gov.co/inventario-de-atractivos-tur-isticos>
- Busco un Viaje.com. (s.f.). *Información Turística Sobre Ecuador*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de Idioma moneda horarios: <http://www.buscounviaje.com/idioma-moneda-horarios/ecuador-ec>
- Cañada Ernest. (2010). *Perspectiva del turismo comunitario como mantener vivas las comunidades Rurales*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Turismo Comunitario: <http://blog.pucp.edu.pe/>
- Carrera. (Enero de 2012). *Estudio de Turismo Comunitario de acuerdo a las Agencias Operadoras en la ciudad de Quito*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Tesis de Ingenieria UCT: <http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/436/1/ESTUDIO%20%20DEL%20TURISMO%20COMUNITARIO%20DE%20ACUERDO%20A%20LAS%20AGENCIAS%20D.pdf>
- Chancoso, B. (2001). Dirigente CONAIE en OIT.
- CODENPE. (2002). *Otavalo*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de Plurinacionalidad e Interculturalidad: http://www.codenpe.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=152&catid=85
- CODENPE. (2002). *Saraguro*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de Plurinacionalidad e Interculturalidad: http://www.codenpe.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=158:saraguro&catid=85
- CODENPE. (2008). *Mision*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Inicio: www.codenpe.gob.ec
- Concepto.de. (2007). *Identidad Cultural*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Conceptos Generales: <http://concepto.de/concepto-de-identidad/>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Art. 56 Derecho de las comunidades, pueblos y nacionalidades*. Recuperado el 18 de Junio de 2014, de Capítulo Cuarto:

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

- Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo . (2012). *Misión*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Quienes Somos: www.cordtuch.org.ec/
- Datos Macro. (2014). *Tamaño de la población y distribución a nivel nacional*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de Población en Ecuador: <http://www.datosmacro.com/>
- De Peru.com. (2012). *Diferencia entre estrategia y táctica*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Significados: <http://www.deperu.com/abc/diferencias-significado/4177/diferencia-entre-estrategia-y-tactica>
- Definición.de. (2008). *Definición de Turismo*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Glosario de términos turísticos: <http://definicion.de/turismo/>
- Delgado, B. (2009). *La Encuesta*. Recuperado el 08 de Julio de 2014, de Instrumentos de recolección de información: <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/>
- Diario El Telégrafo. (10 de Julio de 2014). *Ecuador superó la meta de 1,5 millones de llegadas de turistas extranjeros*. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de Sección Noticias: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/ecuador-supero-la-meta-de-15-millones-de-llegadas-de-turistas-extranjeros.html>
- Diario La Hora. (2006). Historia de los Zápara. *Diario La Hora*, 15. Obtenido de La Hora Nacional.
- Diccionario Definición ABC. (2007). *Índice de Definiciones*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Definición de Alternativa: www.definicionabc.com
- Ecuador Aventura. (2010). *Una rica red Hidrográfica*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de Ecuaworld: http://www.ecuaworld.com.ec/hidrografia_ecuatoriana.htm
- El Telégrafo. (10 de Abril de 2014). *2014, año clave para potenciar el turismo*. Recuperado el 15 de Abril de 2014, de Sección Economía: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/2014-ano-clave-para-potenciar-el-turismo.html>

- Embajada del Ecuador. (2011). *Información general*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de Embajada del Ecuador en el Reino de los Países Bajos: <http://www.embassyecuador.eu/site/index.php/es/inf-general-ecu>
- Enjoy Ecuador. (2010). *El pueblo Baños Salasaca y Pelileo*. Recuperado el 25 de Marzo de 2014, de Viajes y Turismo: <http://www.enjoyecuador.net/espanol/lo-nuevo/banos-salasaca-pelileo.shtml>
- Eruditos. (2010). *Hidrografía del Ecuador*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de Ríos del Ecuador: http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Hidrograf%C3%ADa_del_Ecuador
- Étnias Ecuatorianas. (03 de Mayo de 2008). *Historia de las étnias ecuatorianas*. Recuperado el 24 de Mayo de 2014, de Casa Abierta Spellman: <http://etniasecuatorianas.blogspot.com/2008/05/historia-de-las-etnias-ecuatorianas.html>
- Etnias Ecuatorianas. (2012). *Etnia Los Chachis*. Obtenido de Tipos de razas o etnias: <http://sheyandy.blogspot.com/>
- Federación Plurinacional del Turismo Comunitario en el Ecuador. (2009). *Ejes del turismo comunitario*. Recuperado el 10 de Abril de 2013, de Turismo Comunitario: <http://www.feptce.org/>
- FEPTCE. (2009). *Economía Solidaria*. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de Ejes del Turismo Comunitario: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=110
- FEPTCE. (2009). *Fortalecimiento Organizativo*. Recuperado el Abril 20 de 2013, de Ejes del Turismo Comunitario: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=110
- FEPTCE. (2009). *Gestión del Territorio*. Recuperado el 22 de Abril de 2013, de Ejes del turismo Comunitario: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=110

- FEPTCE. (2009). *Historia del turismo comunitario en el Ecuador*. Recuperado el 20 de Abril de 2013, de Quienes somos: <http://www.feptce.org/>
- FEPTCE. (2009). *Orígenes de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Historia FEPTCE: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=74&Itemid=109
- FEPTCE. (2009). *Principales logros y obstáculos*. Obtenido de Historia FEPTCE: www.feptce.org.ec
- FEPTCE. (2009). *Que es para nosotros*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Introducción: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61
- FEPTCE. (2010). Demanda de Turismo Comunitario en Ecuador. *Turismo Comunitario*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- FEPTCE. (17-18 de Noviembre de 2010). *Gestión Directa de la Comunidad*. Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de Código de Operaciones FEPTCE: http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013
- FEPTCE. (2011). *Marco Legal*. Recuperado el 25 de Junio de 2014, de Capítulo II, Turismo Comunitario: http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013
- FEPTCE. (2013). *Definición del turismo comunitario*. Recuperado el 3 de Marzo de 2014, de Quienes somos: http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61
- FEPTCE. (2013). *Planificación turística*. Quito.
- FEPTCE. (2013). *Requisitos para ser Miembros Activos*. Recuperado el 26 de Junio de 2014, de Código de Operaciones de FEPTCE: http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013

- Fundamento de Mercadotecnia. (2009). *La mezcla del Marketing*. Recuperado el 19 de Mayo de 2014, de Fundamento de Mercadotecnia: <https://fundamentodemercadotecnia04.wordpress.com>
- GESTIOPOLIS. (2012). *Tasa Activa*. Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de Indicadores Económicos: <http://www.gestiopolis.com/>
- Grupos Etnicos del Ecuador. (Abril de 2013). *Cayapas*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de Etnias del Ecuador: <http://chicnaly.blogspot.com/>
- Hernández, F. B. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc.Graw Hill.
- Identidad de Pueblos Ecuatorianos. (2010). *Comunidad Shiwiar*. Obtenido de Identidad Ecuatoriana: <http://cuartodiseb.blogspot.com/>
- Index Mundi. (2012). *Distribución por edades*. Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de Estadísticas Ecuador: http://www.indexmundi.com/es/ecuador/distribucion_por_edad.html
- INEC. (2012). *Composición del Ingreso Corriente Mensual según área Geográfica*. Recuperado el 14 de Marzo de 2014, de Ecuador en Cifras: http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf?TB_iframe=true
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares urbanos y rurales*. Recuperado el 23 de Mayo de 2014, de Ecuador en Cifras: http://www.inec.gob.ec/Enighur_/Analisis_ENIGHUR%202011-2012_rev.pdf?TB_iframe=true
- International Ecotourism Society. (12 de Abril de 2007). *Qué es Ecoturismo*. Recuperado el 27 de Junio de 2014, de Ecoturism: <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism>
- Kotler Philip, C. D. (2001). *Dirección de Marketing, Edición del Milenio*. Mexico: Pearson Educación.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú. (2004). *Recurso Turístico*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Conceptos fundamentales del turismo: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Peru. (17 de Mayo de 2010). *Definición Producto Turístico*. Recuperado el 27 de Junio de 2014, de Conceptos Fundamentales del Turismo: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- Ministerio de Obras Públicas. (2014). *Inversión histórica en obras públicas*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de Infraestructura Vial: http://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/10/06-07-2011_Especial_MTOP_82_anios.pdf
- Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2007). *Informe final Plandetur 2020*. Recuperado el 08 de Enero de 2013, de Ecostravel: <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-20.html>
- Ministerio de Turismo. (28 de Junio de 2010). *Características del Turismo Comunitario en el Ecuador*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Estadísticas Turismo: www.ministeriodeturismo.gob.ec/estadisticas.html
- Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2011). *La Experiencia Turística en el Ecuador*. Recuperado el 07 de Julio de 2014, de Publicaciones: http://issuu.com/rmedina09/docs/minis_turismo_folleto_espanol_compl
- MINTUR. (2002). *Misión*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de El Ministerio: www.turismo.gob.ec
- MINTUR. (Noviembre de 11 de 2012). *Valores, Misión, Visión*. Obtenido de www.ministeriodeturismo.gob.ec/estadisticas.html
- MINTUR. (2014). *Consolida Turismo Comunitario*. Recuperado el 26 de Junio de 2014, de Programas y Servicios: <http://www.turismo.gob.ec/consolida-turismo-comunitario/>
- MINTUR. (10 de Julio de 2014). *Demanda Turismo Receptivo*. Obtenido de Principales Indicadores Turístico: www.turismo.gob.ec
- Naciones Unidas. (2010). *Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación*. Recuperado el 05 de Julio de 2014, de Departamento de Economía: <http://unstats.un.org/>

- Negocios Crece. (2014). *La cadena de valor de Porter*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Gestión de Negocios <http://www.crecenegocios.com/la-cadena-de-valor-de-porter/>
- NU. CEPAL. (2009). *Hacia el objetivo del milenio de reducir la pobreza en América Latina y el Caribe*. Cali: CEPAL.
- Ochoa Parra, W. (2012). *Guía Básica de estudio de turismo comunitario y solidario*. Cuenca: Cuenca.
- Porter, M. (2009). Informe Monitor. Masachusets: Climore.
- Promperu. (Septiembre de 2013). *Perfil de Turista Extranjero*. Recuperado el 06 de Julio de 2014, de Promperu: <http://media.peru.info/IMPP/2013/TurismoReceptivo/DemandaActual/PerfilTuristaExtranjero2013.pdf>
- Rankia Finanzas Argentina. (Enero de 2013). *Tasa Activa y Tasa Pasiva en los plazos fijos*. Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de Rankia Finanzas Argentina: <http://www.rankia.com.ar/>
- Red turística Pakariñan. (2013). *Introducción*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Quienes Somos: www.redpakariñan.com
- Revista Transport. (14 y 15 de Julio de 2009). *Desarrollo Organizativo y Marco Legal del Turismo Comunitario*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de II Foro Turismo Comunitario en el Ecuador: <http://www.transport.com.ec/agenda/info/2009-07/foroturismocomunitario/>
- RICANCIE. (2002). *Misión*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de Nosotros: <http://ricancie.nativeweb.org/es/nosotros2>
- Rosales, W. (19 de Mayo de 2014). *Macro entorno*. Recuperado el 27 de Junio de 2014, de Análisis de la Empresa y su entorno: <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- Ruiz Ballesteros, E., & Solis Carrion, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Quito: Abya - Yala. Recuperado el 2013, de Turismo Comunitario en Ecuador.
- Ruiz, E. S. (2001). Introducción . En E. S. Ruiz, *Turismo Comunitario en el Ecuador* (pág. 6). Cuenca.

- Scribd. (2010). *Comunidad Huaorani*. Recuperado el 18 de Mayo de 2014, de The world's digital library: <http://es.scribd.com/doc/246553904/Wao#scribd>
- Secretaría de Cultura. (2011). Turismo Cultural. *Cultura y Turismo*, 58.
- Secretaria de Relaciones Exteriores. (06 de 2011). *Desarrollo del Turismo Comunitario*. Recuperado el 12 de 01 de 2013, de Turismo: http://www.sre.gob.mx/acervo/images/libros/RI/vol_6_asia.pdf
- SENATEL. (s.f.). *Plan Nacional de Desarrollo de Telecomunicaciones*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de Comunidad Andina: http://www.comunidadandina.org/telec/Plan_telecomunicaciones_ecuador.pdf
- Slide Serve. (2014). *Tasa de Inflación*. Recuperado el 22 de Mayo de 2014, de Indicadores Económicos Políticos y Sociales en México: <http://www.slideserve.com/gabe/indicadores-econ-micos-pol-ticos-y-sociales-en-m-xico>
- Thompson, I. (Septiembre de 2006). *Definición de Cultura*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-definicion.html>
- Thompson, I. (Mayo de 2006). *Definición de Demanda*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Torre, S. (2010). En S. Torre, *Turismo Comunitario, otro sueño inalcanzable* (pág. 35). Quito: Vihoma. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika005/polemika005_006_articulo003.pdf
- Tu Mercadeo. (17 de Mayo de 2010). *Que es Comercializar*. Recuperado el 19 de Marzo de 2014, de Aprende, crea y emprende: <http://www.tumercadeo.com/2010/05/que-es-comercializar.html>
- Universidad Nacional de Colombia. (18 de Marzo de 2014). *Mercados definición de Publicidad*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Capitulo 2: Plan de Marketing: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2005362/lecciones/tema_2/promocion1.html

- Valencia, J. (2010). *Definicion de Atractivo Turístico*. Recuperado el 17 de Mayo de 2014, de Diccionario de términos turísticos.: <http://www.boletin-turistico.com/index.php/diccionarioturismo>
- Viajando X. (2010). *Grupo étnico Achuar*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de Comunidad Pastaza: <http://www.viajandox.com/pastaza/achuar-etnia-comunidad-pastaza.htm>
- Viajando X. (2010). *Los Cañaris*. Recuperado el 25 de Mayo de 2014, de Comunidad Pueblo: <http://www.viajandox.com/caniar/canaris-comunidad-pueblo.htm>