

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
INGENIERAS E INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA:**

**“DISEÑO DE UN PLAN DE MEJORAMIENTO TURÍSTICO HACIA  
EL APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES Y  
SOCIALES DE LA COMUNIDAD LA TOGLLA - PARROQUIA  
GUANGOPOLO”**

**AUTORES:**

**DANIELA CAROLINA GOMEZ GUALLICHICO  
TERESA MARGARITA TOBAR SALDAÑA  
GERMAN VINICIO TOAPANTA FAJARDO**

**DIRECTORA:**

**AGUIRRE ROBLES NARCIZA GUADALUPE**

**Quito, mayo del 2015**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, mayo del 2015

---

Daniela Carolina Gómez Guallichico  
C.I. 1721829339

---

Teresa Margarita Tobar Saldaña  
C.I. 1716069115

---

German Vinicio Toapanta Fajardo  
C.I. 1717139644

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación en primer lugar a Dios por cada una de sus bendiciones que me ha dado para poder cumplir con mis sueños, a mi hijo que es mi luz y mi fortaleza para seguir adelante, a mis padres por su gran apoyo y motivación para mi vida, a mi familia y amigos que contribuyeron a alcanzar una de mis metas.

Daniela Gómez

Dedico este trabajo de titulación con mucho cariño mis padres, que con mucho amor, sacrificio y paciencia me han apoyado a lo largo de mi vida, a mi familia por la confianza y amor incondicional, a mi querido hijo que me ha dado la fortaleza para seguir y a mis compañeros y amigos por concluir a mi lado esta etapa de la vida

Margarita Tobar

Gracias a Dios, a mi amada esposa y queridos padres personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme todo su apoyo incondicional, en este momento retribuyo un poquito de todo lo que me han brindado. Con todo mi cariño este trabajo de titulación se las dedico a ustedes.

Germán Toapanta

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestros profesores por compartir sus conocimientos adquiridos con nosotros en toda la carrera universitaria.

Al Ingeniero Jaime Paucar, presidente de la Comunidad Ancestral La Toglla por su apoyo, por su tiempo dedicado a nosotros y por abrirnos las puertas proporcionándonos la información requerida, así como las experiencias compartidas en la Comunidad que fueron de ayuda para el desarrollo de nuestra tesis.

A la Ingeniera Narciza Aguirre Robles, por la dirección, tiempo y dedicación que fueron de gran ayuda para la elaboración de nuestro trabajo de grado.

Daniela, Margarita y Germán

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	4
MARCO TEÓRICO.....	4
1.1. Economía Popular y Solidaria.....	4
1.1.1 Definición y características .....	4
1.1.2 Importancia .....	6
1.1.3 Marco legal.....	7
1.2. Turismo Comunitario.....	11
1.2.1 Definición y características .....	11
1.2.2 Importancia del turismo .....	19
1.2.3 Marco legal del Turismo Comunitario.....	21
1.3 Gestión del Turismo Comunitario.....	28
1.3.1 Definición y características .....	28
1.3.2 Importancia .....	29
1.3.3 Proceso administrativo .....	29
1.3.4 Modelos de gestión del Turismo Comunitario.....	33
1.3.5 Tipología de modelos de gestión del Turismo Comunitario.....	34
1.4 Marketing social.....	37
1.4.1 Definición y características .....	37
1.4.2 Importancia .....	38
1.5 Talento humano en gestión del Turismo Comunitario.....	38
1.5.1 Definición de puestos.....	39
1.5.2 Descripción de puestos.....	40
1.5.3 Estructura orgánica en la gestión del Turismo Comunitario.....	41
1.6. Administración Financiera .....	41
1.6.1 Definición.....	41
1.6.2 Importancia .....	42
1.6.3 Relación de la contabilidad .....	42
1.6.4 Informes financieros.....	42
1.6.5 Evaluación económica del proyecto.....	42
CAPÍTULO 2 .....	43
DIAGNÓSTICO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA TOGLLA .....	43
2.1 Antecedentes .....	43
2.1.1. Datos básicos del turismo en Ecuador .....	43

2.1.2 Datos básicos del turismo en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito .....	48
2.1.3 Datos básicos del turismo en la Comunidad Ancestral la Toglla.....	49
2.2 Análisis interno .....	53
2.2.1 Área administrativa .....	53
2.2.2 Área operativa .....	55
2.2.3 Área de talento humano .....	59
2.2.4 Área de comercialización .....	59
2.2.5 Área de finanzas.....	59
2.3 Análisis del microentorno .....	60
2.3.1 Poder de negociación de los clientes.....	60
2.3.2 Poder de negociación de los proveedores .....	61
2.3.3 Amenaza de productos sustitutos .....	62
2.3.4 Amenaza de nuevos aspirantes.....	62
2.3.5 Rivalidad entre competidores existentes.....	62
2.4 Análisis del macro entorno.....	63
2.4.1 Económico.....	63
2.4.2 Sociocultural .....	63
2.4.3 Político-legal .....	64
2.4.4 Ambiental.....	64
2.4.5 Tecnológico.....	65
2.4.6 Demográfico.....	65
2.5 Matriz FODA .....	65
2.6 Disposición de los socios a implementar .....	67
2.7 Marco metodológico .....	67
2.7.1 Tipo de investigación .....	67
2.7.2 Diseño de la investigación .....	68
2.7.3 Métodos de investigación.....	68
2.7.4 Población y muestra .....	69
2.7.5 Técnica de recolección de datos.....	71
2.7.6 Fuentes de información.....	72
2.8.2 Encuestas a los comuneros.....	79
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>84</b>
<b>PLAN DE MEJORAMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD “LA TOGLLA” .....</b>	<b>84</b>
<b>3.1 Objetivo.....</b>	<b>84</b>

3.2 Alcance.....	84
3.2.1 Tiempo requerido.....	84
3.2.2 Público objetivo .....	85
3.3 Área Administrativa .....	87
3.3.1 Planificación.....	87
3.3.2 Organización .....	92
3.3.3 Dirección.....	96
3.3.4 Control.....	98
3.4 Área de Talento Humano .....	99
3.4.1 Reclutamiento y selección.....	99
3.4.2 Capacitación.....	99
3.5. Área Operativa .....	100
3.5.1. Servicios turísticos .....	100
3.6 Área de Marketing.....	121
3.6.1 Mix de Marketing.....	121
3.7 Área de Finanzas .....	134
3.7.1 Estudio financiero del proyecto .....	137
CONCLUSIONES .....	148
RECOMENDACIONES .....	151
LISTA DE REFERENCIAS .....	152

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura orgánica en la gestión turística.....	41
Figura 2. Concentración de la demanda extranjera.....	46
Figura 3. Concentración de demanda nacional .....	47
Figura 4. Gasto y duración de visita.....	48
Figura 5. Cerro Ilaló.....	50
Figura 6. Reserva Ecológica .....	50
Figura 7. Aguas Termales .....	51
Figura 8. Fiestas del Inti Raymi .....	51
Figura 9. Mesa sagrada .....	52
Figura 10. Paisaje de la comunidad La Toglla.....	52
Figura 11. Estado actual aguas termales. ....	56
Figura 12. Estado actual sendero a las aguas termales.....	57
Figura 13. Senderos del Cerro Ilaló .....	57
Figura 14.. Fauna de la comunidad La Toglla .....	58
Figura 15. Quebrada Toglla Guayco.....	58
Figura 16. Sexo de los encuestados.....	73
Figura 17. Nacionalidad.....	73
Figura 18. Edad.....	74
Figura 19. ¿Cuántas veces ha visitado parroquias rurales de Quito durante el último año? .....	74
Figura 20. ¿Con quién viaja? .....	75
Figura 21. ¿Qué tipo de turismo le interesa practicar en la Toglla? .....	75
Figura 22. ¿Cómo se enteró de los atractivos turísticos que ofrece la Toglla? .....	76
Figura 23. ¿Qué considera usted lo más importante en la Toglla? .....	76
Figura 24. ¿Cuál es el aspecto del turismo hacia culturas ancestrales andinas que más le importaría conocer? .....	77
Figura 25. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la Toglla? .....	77
Figura 26. ¿Cuál sería el tiempo de visita del que usted dispondría, para realizar dichas actividades?.....	78
Figura 27. ¿Qué servicios turísticos le gustaría que se ofreciera en la Toglla? .....	79
Figura 28. ¿Sabe usted qué es el Turismo Comunitario?.....	80

Figura 29. ¿Le gustaría participar en una iniciativa colectiva para impulsar el Turismo Comunitario en la Comunidad La Toglla? .....	80
Figura 30. En caso positivo, ¿con qué actividad le gustaría participar? .....	81
Figura 31. ¿Cuál de estas motivaciones se podría aprovechar en la comunidad La Toglla para practicar el Turismo Comunitario? .....	81
Figura 32. ¿Usted habla el idioma inglés? .....	82
Figura 33. ¿Cómo considera usted que la comunidad debe realizar la promoción de sus productos y servicios? .....	82
Figura 34. En qué temas considera usted que necesitan fortalecer sus capacidades las comunidades? .....	83
Figura 35. Modelo gráfico estratégico para mejorar la gestión del turismo .....	85
Figura 36. Modelo gráfico estratégico para mejorar la gestión del Turismo Comunitario en La Toglla .....	94
Figura 37. Ubicación del terreno.....	101
Figura 38. Diseño de la fachada de la hostel comunitaria.....	103
Figura 39. Distribución de los ambientes planta baja .....	104
Figura 40. Distribución de los ambientes planta alta .....	105
Figura 41. Cronograma de actividades.....	111
Figura 42. Aguas termales.....	113
Figura 43. Senderos.....	114
Figura 44. Vallas informativas de destino.....	116
Figura 45. Pictograma de atractivos naturales .....	117
Figura 46. Pictogramas de Artesanías .....	118
Figura 47. Pictogramas de Caminatas .....	118
Figura 48. Pictogramas de restricciones.....	119
Figura 49. Cronograma de actividades de adecuación y señalética .....	120
Figura 50. Foto de rituales ancestrales .....	122
Figura 51. Foto de una caminata al cerro Ilaló.....	123
Figura 52. Foto de las aguas termales .....	124
Figura 53. Sembríos de la Comunidad.....	124
Figura 54. Foto de Elaboración de artesanías .....	125
Figura 55. Logotipo.....	127
Figura 56. Tríptico parte delantera.....	130

Figura 57. Tríptico parte posterior .....	130
Figura 58. Hojas volantes.....	131
Figura 59. Publicidad móvil.....	134

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entrada de extranjeros al Ecuador .....	44
Tabla 2. Locales de expendio de alimentos y bebidas .....	55
Tabla 3. Matriz de análisis FODA .....	65
Tabla 4. Requerimiento de personal.....	99
Tabla 5. Plan de capacitación.....	100
Tabla 6. Proforma obra civil .....	106
Tabla 7. Cronograma de actividades.....	110
Tabla 8. Inversion del Mobiliario para el hostel comunitaria .....	112
Tabla 9. Inversión en adecuación Atractivos Turísticos .....	119
Tabla 10. Revista de información cultural .....	121
Tabla 11. Precios paquetes turísticos .....	128
Tabla 12. Presupuesto de los trípticos y hojas volantes .....	131
Tabla 13. Presupuesto vallas .....	132
Tabla 14. Presupuesto página web .....	133
Tabla 15. Presupuesto publicidad en buses.....	133
Tabla 16. Presupuesto software contable .....	134
Tabla 17. Adecuación área de finanzas.....	135
Tabla 18. Plan Operativo Anual.....	136
Tabla 19. Inversión Activos fijos .....	137
Tabla 20. Gastos iniciales .....	138
Tabla 21. Capital de trabajo .....	139
Tabla 22. Financiamiento.....	139
Tabla 23. Amortización Préstamo.....	140
Tabla 24. Depreciaciones .....	141
Tabla 25. Proyección de sueldos área administrativa .....	141
Tabla 26. Gastos operativos .....	142
Tabla 27. Proyección de Ingresos .....	143
Tabla 28. Flujo de Caja proyectado .....	144
Tabla 29. Balance General proyectado .....	145
Tabla 30. Calculo de la TMAR .....	146

## **RESUMEN**

Este documento contiene el diseño de un plan de mejoramiento turístico que permita el aprovechamiento de los recursos naturales y sociales de la comunidad la Toglla - Parroquia Guangopolo.

El propósito de la investigación es crear las condiciones para el manejo sostenible de las actividades turísticas, de forma que se protejan los recursos naturales, pero también se generen oportunidades de negocio y mejora de las condiciones de vida de la población local.

Para ello, se presenta la fundamentación teórica sobre la Economía Popular y Solidaria, su definición, importancia y marco legal, de forma que se cuente con los conceptos más apropiados para desarrollar los argumentos centrales del estudio. También se presentan las categorías relativas al Turismo Comunitario y su gestión, proveyendo así una guía orientadora sobre lo que se puede hacer en la comunidad La Toglla.

Los hallazgos de la investigación directa o de campo muestran la situación actual del sector de estudio, observándose los antecedentes de la comunidad, mediante la presentación de sus datos básicos poblacionales, sus atractivos turísticos y las debilidades detectadas, en las áreas de administración, finanzas, operaciones, mercadotecnia y talento humano.

La propuesta del estudio está dirigida a mejorar la situación actual en las áreas señaladas, planteando la formalización de las actividades, dotando de una estructura con funciones claramente definidas para el personal que trabaje en el Centro de Turismo Comunitario La Toglla (tanto comuneros como personal externo), la construcción de un hostel comunitario, y la adecuación de los atractivos turísticos naturales, entre otras importantes acciones.

Palabras Clave: Turismo comunitario, Administración, Marketing, Operaciones, Finanzas.

## **ABSTRACT**

This document contains a design of touristic improvement plan that allows the correct use of natural and social resources in La Toglla community, located in the Guangopolo town.

The research objective is create the supported use of touristic activities, protecting the natural resources, but it is provided business opportunities and improvement the life conditions of the local people.

To these, it is presents the theoretical bases about the popular and solidarity economy, its definition, importance and legal bases, applied the smarter concept for development the central study argument. Also, it is presents the basics categories of communitary tourism and its management, providing a guide about the possibilities in La Toglla community.

The evidences of the direct research exhibit the present situation in the study site, watching the community history, with its demographic basics data, its touristic attractive and the weakness identifies in the administration, finance, operative, marketing and human resources areas.

The proposal is manage to improve the present situation in the identifies areas, with the activities formalization, designing a structure with the functions for the human resources that works in the Community Tourism Center “La Toglla” (local people and tourists), the community hostel construction and the touristic attractive adaptation, between other important activities.

**Keywords:** Community tourism, Management, Marketing, Operation, Finance.

## INTRODUCCIÓN

Este estudio contiene el diseño de un plan de mejoramiento turístico hacia el aprovechamiento de los recursos naturales y sociales de la comunidad la Toglla - parroquia Guangopolo. Es un diseño, por cuanto se delinearán los fundamentos para el desarrollo de un plan de mejoramiento turístico, sin intervención de los investigadores en la comunidad de estudio.

Al tratarse de un destino turístico poco conocido del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, se requiere formular un plan, es decir, un conjunto de acciones, actividades y tareas complementarias que permitan a los comuneros de La Toglla el desarrollo de servicios turísticos administrados por la propia comunidad. De esta forma, se evitan dos extremos: el dirigismo estatal que sólo genera una peligrosa dependencia hacia la administración pública, por una parte, y la iniciativa privada que sólo busca el lucro que beneficie a un solo individuo o un grupo reducido de personas, por otra.

La comunidad de la Toglla, como se verá a lo largo de este estudio, pese a su cercanía a los centros urbanos más importantes de la provincia (Quito y Rumiñahui) mantiene su encanto de área rural, e incluso perviven varias prácticas culturales tradicionales, por lo que es factible encontrar escenarios ideales para la práctica de diversas modalidades de turismo, pero de forma particular se puede interactuar con la población local, lo que otorga un valor agregado a los servicios que se integrarían a la planta turística de la comunidad.

Con esta base, el estudio se desarrolla con la orientación de los siguientes objetivos:

### Objetivo general

Diseñar de un Plan de Mejoramiento Turístico que generen los recursos necesarios para mejorar la calidad de vida de los miembros de la Comunidad.

### Objetivos específicos

- Diseñar un plan de integración turística para la coordinación de las actividades.
- Diseñar un mecanismo de coordinación interinstitucional.
- Diseñar un programa de emprendimiento y fortalecimiento organizacional.

- Diseñar un programa para la adecuación de los servicios turísticos y la atención al cliente.
- Diseñar un plan de publicidad centrados en los atractivos turísticos.
- Diseño e implementación de paquetes turísticos que satisfagan las expectativas de los turistas.

Por otra parte, el plan de mejoramiento se justifica considerando que la Comunidad la Toglla, ubicada en la parroquia de Guangopolo, cuenta con una extensión de 551 hectáreas, en las cuales la Constitución de la República faculta a sus habitantes a participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos que se hallan en sus tierras.

Los miembros de la comunidad hasta la actualidad han venido ejerciendo las actividades tradicionales de sus ancestros como son; la agricultura y elaboración de artesanías que hasta hace algunos años, era una de las fuentes más representativas de ingresos para sus miembros, pero con el pasar del tiempo, la industrialización e influencias externas ha provocado una disminución considerable en la demanda de estos artículos, por lo que se ha visto la necesidad de incursionar en nuevas actividades, que generen recursos para cubrir las necesidades de los miembros de la comunidad. Por tal motivo se ha venido desarrollando actividades turísticas a través del Centro de Turismo Comunitario en este sector, en conjunto con los directivos y miembros de la comunidad, con el objetivo de alcanzar una estabilidad económica que garantice el buen vivir de los habitantes.

A pesar de que en el sector donde está ubicada la comunidad y los alrededores de la parroquia de Guangopolo, cuenta con los recursos naturales turísticos necesarios para atraer a turistas nacionales y extranjeros, la actual administración no los ha aprovechado de una manera eficientemente, lo que ha provocado que los objetivos de desarrollo planteados en un inicio por la comunidad no se cumplan. Consecuentemente las personas involucradas en la actividad turística al no percibir los réditos esperados han abandonado esta actividad y se dedican a otras labores e inclusive algunos salen fuera del sector en búsqueda de fuentes de trabajo acorde a sus perspectivas de ingresos.

Por este motivo, este estudio se desarrolla en tres capítulos. En el primero, se presentan los fundamentos teóricos de la investigación, desarrollado la explicación sobre conceptos y categorías tales como Economía Popular y Solidaria, Turismo Comunitario, Gestión del Turismo Comunitario, Marketing Social y Talento Humano, entre otros.

En el segundo capítulo, se desarrolla el diagnóstico situacional, con los hallazgos más relevantes en cuestión de Turismo Comunitario, lo que permitirá especificar las reales condiciones de la comunidad La Toglla para la ejecución de estos proyectos. Esto se logra con el análisis interno de la comunidad, para luego analizar el micro entorno y finalmente el macroentorno, describiendo el comportamiento de las variables más significativas en el estudio.

El capítulo tercero, finalmente, contiene el Plan de Mejoramiento Turístico Comunitario, señalando las actividades que deberían ejecutarse en el área administrativa, el guiaje como tal, la gestión de turismo sostenible y otros importantes elementos que permitirían el posicionamiento de la Toglla como destino turístico relevante en la provincia Pichincha.

Como partes complementarias de la investigación, se presentan las conclusiones, recomendaciones, lista de referencias y anexos.

# CAPÍTULO 1

## MARCO TEÓRICO

### 1.1. Economía Popular y Solidaria

#### 1.1.1 Definición y características

El sistema económico capitalista inadecuado para economías en crecimiento ha sido causante de problemas sociales como inequidad, pobreza y desempleo. Con el fin de atender estos problemas se creó un sistema económico llamado Economía Popular y Solidaria. Este nuevo modelo se enfoca ahora en la calidad de vida del individuo y el buen vivir.

Se da la importancia debida al ser humano como eje principal en la economía creando un equilibrio entre el hombre y todo el aspecto material.

El sistema económico social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir (Coraggio, J., 2011, p. 13).

Economía Popular y Solidaria, es la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al Buen Vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital (Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, 2013).

Teniendo en cuenta al hombre y a la naturaleza como parte principal se creó este sistema de Economía Popular y Solidaria, donde sus principios hablan de organización, cooperación y asociación.

La Economía Popular y Solidaria tiene 4 principios fundamentales que le permiten favorecer a toda la sociedad.

- **Igualdad:** Satisfacer de manera equilibrada los intereses respectivos de todos los protagonistas (trabajadores, empresarios, socios o accionistas, clientes, proveedores, comunidad local, y más.) interesados por las actividades de la empresa o de la organización.
- **Empleo:** Crear empleos estables y favorecer el acceso a personas desfavorecidas o poco cualificadas. Asegurar a cada miembro del personal condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y su toma de responsabilidades.
- **Medioambiente:** Favorecer acciones, productos y métodos de producción no perjudiciales para el medioambiente a corto y a largo plazo.
- **Cooperación:** Favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización. (Cesar Marcillo, Alejandro Salcedo, 2010).

En Ecuador la Economía Popular y Solidaria busca un desarrollo en la población a través de los emprendimientos de pequeñas y medianas empresas para desarrollar las economías locales.

A través de la aplicación del sistema de Economía Popular y Solidaria muchos de los sectores que eran excluidos de la parte productiva del país. Actualmente realizan proyectos de desarrollo en las distintas comunidades del país.

Ecuador es un país que cuenta con una amplia historia de promoción y financiamiento de emprendimientos de sectores excluidos por organizaciones de la

sociedad civil, y en especial ONGs y grupos solidarios. Lo nuevo que ofrece la Constitución es que el Estado asuma una política activa de desarrollo de la Economía Popular y Solidaria como forma orgánica emancipadora de los trabajadores.

La cuestión, al momento de definir políticas será sortear la tentación burocrática de “poner orden” en un mundo básicamente informal, logrando integración al mercado, impulsando los emprendimientos hacia el camino de las micro-pequeñas-medianas y finalmente grandes empresas de capital. (Coraggio, J., 2011, p. 341).

### **1.1.2 Importancia**

La Economía Popular y Solidaria, como enfoque del desarrollo, tiene pocos años de aplicación, pero permitió a las comunidades urbanas o rurales donde se realiza la ejecución de diversos proyectos sociales de beneficio directo, allá donde la presencia del Estado es insuficiente para estimular la economía local.

Se consideran los proyectos sociales como la actividad que se realiza de forma organizada y en un determinado tiempo, para la realización de un fin que sea en beneficio de una comunidad o sector específico, teniendo como único objetivo mejorar las condiciones de vida de un determinado grupo de personas. Estos proyectos sociales pueden ser emprendidos por los gobiernos, organizaciones no gubernamentales o inclusive por la misma comunidad.

“Al referirnos a un “proyecto social “lo entendemos como toda acción social, individual o grupal, destinada a producir cambios en una determinada realidad que involucra y afecta a un grupo social determinado” (Martinic, 2011, pág. 2).

Es decir, son los pobladores de cualquier ciudad pequeña, parroquia o recinto los que trabajan por la revalorización cultural, ejecutando proyectos productivos sustentables, preservando y desarrollando su cultura y medioambiente, con la finalidad de mejorar sus condiciones de vida a partir de la autogestión comunitaria.

### **1.1.3 Marco legal**

El marco legal de la Economía Popular y Solidaria está regulado principalmente por la Ley de Economía Popular y Solidaria, cuyos principales artículos se presentan a continuación:

Art. 8. Formas de Organización. Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Art. 15. Sector Comunitario. Las normas ISO aportan soluciones positivas para lograr que las personas mejoren la gestión de sus empresas. Las normas ISO son desarrolladas por expertos que identifican necesidad del mercado, con el objetivo de obtener beneficios, estas normas son aplicables a todos los sectores de comercio y servicios. (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del sistema financiero).

Art. 16. Estructura interna. Las organizaciones del Sector Comunitario adoptarán, la denominación, el sistema de gobierno, control interno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, garantizando su modelo de desarrollo económico endógeno desde su propia conceptualización y visión.

Art. 17. Fondo Social. Para el cumplimiento de sus objetivos, las organizaciones del Sector Comunitario, contarán con un fondo social variable y constituido con los aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, debidamente evaluados por su máximo órgano de gobierno. También formarán parte del fondo social, las donaciones, aportes o contribuciones no reembolsables y legados que recibieren estas organizaciones (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del sistema financiero).

## ISO 26000

Las normas ISO hacen una contribución positiva al mundo en que vivimos. Ellas facilitan el comercio, la difusión del conocimiento, la difusión de los avances innovadores en tecnología y comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades (Organización Internacional de Estandarización, 2010).

La norma ISO 26000 tiene como fin que las empresas operen de una manera socialmente responsable, sin explotación. La ISO ayudará a todo tipo de organización independientemente de su tamaño, operatividad y ubicación, fomentando principios y prácticas relativas a la Responsabilidad Social (RS). Ecuador es uno de los países que están participando en la implementación de las ISO 26000 (Organización Internacional de Estandarización, 2010).

ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más (Organización Internacional de Estandarización, 2010).

Las normas ISO 26000 es una norma orientadora, no es obligatoria por lo tanto no tiene certificación, pero tiene las mejores prácticas desarrolladas de Responsabilidad Social para el sector público y privado, aplicable a todos los negocios garantizando un desarrollo eficiente y eficaz a las empresas.

La guía provista en ISO 26000 se basa en las mejores prácticas desarrolladas por las iniciativas de RS existentes en los sectores público y privado. Es coherente y complementa a las declaraciones y convenciones pertinentes de las Naciones Unidas y sus mandantes, en particular la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con quien ISO ha establecido un Memorando de Entendimiento (MoU) para garantizar la coherencia con las normas laborales de la OIT. ISO también ha firmado memorandos de entendimiento con la Oficina del Pacto Global de Naciones Unidas (UNGCO) y con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para mejorar su cooperación en el desarrollo de ISO 26000. (Organización Internacional de Estandarización, 2010).

#### ISO 14000

La ISO 14000 está diseñada como un modelo para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y el medioambiente. La ISO 14000 es un conjunto de normas que se implementan para mejorar la gestión de una organización y tratar sistemáticamente asuntos ambientales.

La ISO 14000 es un intento de establecer una norma internacional voluntaria para la gestión medioambiental. La Organización Internacional para la Normalización, algunas veces referida como ISO de Ginebra, Suiza, existe con la intención de establecer normas industriales voluntarias para el comercio internacional. (Clementes, Richard)

#### Beneficios de las Normas ISO 14000

Para negocios, la adopción extendida de Normas Internacionales significa que los proveedores pueden basar el desarrollo de sus productos y servicios contra los datos específicos que tienen la amplia aceptación en sus sectores. Esto, a su turno, significa que los

negocios que usan Normas Internacionales son cada vez más libres de competir sobre muchos más mercados en el mundo entero.

Para clientes, la compatibilidad mundial de tecnología que es alcanzada cuando los productos y servicios son basados en normas internacionales les trae una cada vez más amplia opción de ofertas, y ellos también se benefician de los efectos de competencia entre proveedores.

Para gobiernos, las normas internacionales proporcionan las bases tecnológicas y científicas que sostienen la salud, la legislación de seguridad y ambientales.

Para países en vía de desarrollo, las normas internacionales constituye una fuente importante de know-how tecnológico, definiendo las características que se esperan de los productos y servicios para encontrarse sobre mercados de exportación, normas internacionales da una base a países en vía de desarrollo para hacer las decisiones derechas invirtiendo sus recursos escasos y así evita malgastarlos.

Para consumidores, la conformidad de productos y servicios a las normas internacionales proporciona el aseguramiento sobre su calidad, seguridad y la fiabilidad.

Para cada uno, normas internacionales pueden contribuir a la calidad de vida en general asegurando que el transporte, la maquinaria e instrumentos que usamos es sano y salvo.

Para el planeta que habitamos, porque hay normas internacionales sobre el aire, el agua y la calidad de suelo, y sobre las emisiones de gases y la radiación, podemos contribuir a esfuerzos de conservar el ambiente.

La ISO desarrolla sólo aquellas normas para las que hay una exigencia de mercado. El trabajo es realizado por expertos por el préstamo de los sectores industriales, técnicos y de negocio que han pedido las normas, y el que posteriormente los ponen para usar. Estos expertos pueden ser unidos por otros con el conocimiento relevante, como los representantes de agencias de gobierno, organizaciones de consumidor, la academia y laboratorios de pruebas (Clementes, Richard).

## **1.2. Turismo Comunitario**

### **1.2.1 Definición y características**

Gurría Di-Bella advierte que el término turismo “...es una abstracción, un concepto del cual todos tenemos distintas interpretaciones. Por esta razón existe gran variedad de definiciones, algunas muy diferentes entre sí, según sea el enfoque que se le dé al concepto, o bien el ámbito de formación o trabajo de quien las formule y de la época” (2012, pág. 13)

Es decir, no se está ante un hecho concreto, una cosa tangible o, incluso, un servicio específico, que así no se pueda palpar sea factible de entender y medir, por cuanto el turismo implica diversas actividades interconectadas, y que dan por resultado la satisfacción de las necesidades o deseos del turista.

Además, el autor consultado señala que la definición más sencilla es la adoptada por la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo, ahora Organización Mundial del Turismo (OMT), en los siguientes términos: “Turismo es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario, no motivado por razones de negocios o profesionales” (Gurría Di-Bella, 2012, pág. 13).

Aunque es una definición bastante concreta, permite tener una visión general sobre lo que se entenderá por turismo. Aunque ésta y otras definiciones no sufrieron cambios significativos, el concepto sí se amplió para adaptarlo a la realidad del mundo. En este sentido, Óscar de la Torre complementa la citada definición y afirma sobre el turismo:

Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural (De la Torre, 1980, pág. 17).

“Esta definición contiene los siguientes elementos que es conveniente entender de manera clara para mejorar comprensión del tema” (Gurría Di-Bella, 2012, pág. 14):

- Turismo. (origen o etimología del término)
- Fenómeno social.
- Desplazamiento voluntario y temporal.
- Individuos o grupos de personas.
- Recreación, descanso, cultura y salud.
- Residencia habitual.
- Actividad lucrativa o remunerada.
- Interacciones de importancia social, económica y cultural.

Sobre estos puntos se detalla el comentario en el siguiente subtítulo.

Más allá de lo señalado, el Turismo es una actividad que realizan las personas para invertir su tiempo libre, en el cual hacen viajes y paseos recreacionales por placer, en lugares donde no concurren habitualmente por un tiempo menor a 1 año. Es el desplazamiento programado de un lugar a otro.

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

El Turismo es un fenómeno social que actualmente abarca el mundo entero desde el punto de vista geográfico y todos los estratos y grupos sociales (Barreto, 2007).

Entonces, el Turismo en general nos da la visión de las actividades que se podrían desarrollar en la comunidad, de forma que el visitante halle la satisfacción de sus expectativas. Sin embargo, es necesario ampliar la explicación teórica sobre el Turismo Comunitario, ante lo cual la siguiente cita resulta fundamental:

El Turismo Comunitario es una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades. Se trata, pues, de un modo de implementar el turismo que persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y las culturales, con la particularidad de una gestión y organización anclada en las comunidades. En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización y gestiones comunitarias se convierten en el verdadero elemento distintivo del Turismo Comunitario. No obstante no podemos olvidar que, igualmente, el Turismo Comunitario parte de una premisa con respecto del consumidor: la especial disposición del turista que opta por este modelo turístico (Ruiz & Solis, 2007, págs. 11-12).

Según lo expresado en la cita, el turismo comunitario hace especial énfasis en el manejo sostenible o sustentabilidad de los recursos naturales, pero impulsando a la vez el desarrollo social, es decir, de la comunidad humana que habita el territorio donde se plantea esta modalidad de turismo. Entonces, es la comunidad local la que

fortalece tanto sus finanzas como su identidad cultural, al ser ellos mismos los gestores y administradores de los servicios turísticos que se ofrecen al visitante: hospedaje, alimentación, paseos guiados y actividades de esparcimiento.

En este proceso, además, se toma en cuenta que es la gestión comunitaria, y no de una familia o persona particular, marca la diferencia con la forma tradicional de desarrollar actividades en cualquier destino turístico, pero recalándose que como toda forma de turismo, debe enfrentarse a un entorno competitivo, pues el cliente o consumidor, es decir, el turista, tendrá siempre la capacidad final de elección. En cuanto a la experiencia internacional, la siguiente cita aporta elementos cruciales para comprender la dinámica mundial del Turismo Comunitario:

El Turismo Comunitario es en los actuales momentos, un ‘marca internacional’ y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística en los países del ‘sur’, tanto es así que existen diversidad de experiencia en Turismo Comunitario en Asia, en África y especialmente en América Latina. Pero no solo en las zonas emergentes del mundo, también se está experimentando un desarrollo creciente del Turismo Comunitario en Canadá, Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda. En nuestro sub- continente desde, México hasta Bolivia, pasando por Centroamérica y los países andinos, e incluso Argentina, encontramos tanto experiencias locales como Federaciones Nacionales y redes que agrupan dichas iniciativas y trazan su propio camino en el mundo del turismo (Ruiz & Solis, 2007, pág. 12).

El Turismo, sea comunitario o no, es importante dentro de la economía de un país, ya que los ingresos obtenidos por este se invierten en el desarrollo nacional a más de ser una fuente generadora de empleo. Al ser una actividad económica el turismo y consumo de los turistas se considera como una demanda de transporte, destinos, alojamiento, abastecimiento, compras.

Visitante, turista y excursionista: precisiones conceptuales.

El término genérico que existe en el estudio del turismo es la palabra “Visitante”. Conceptualmente, los visitantes se dividen en dos categorías: turista y excursionista.

“Turista. Puede visitar un país como turista, de vacaciones, por salud, estudios, religión o deportes, por negocio de trabajo, alguna misión o por visitar la familia” (Gurría Di-Bella, 2012, pág. 16).

“Excursionista: Viajeros de cruceros, para efecto del turismo interno o nacional se debe sustituir la palabra “país” por estado, municipio, zona ciudad, región, todos los demás conceptos pueden ser válidos” (Gurría Di-Bella, 2012, pág. 16).

Además de lo anotado, diferencia al turista del excursionista el tiempo que dura dicho traslado, que debe ser de 24 horas como mínimo, e incluye pasar la noche en algún lugar fuera de la vivienda habitual, particularidades que pertenecen sólo al turista.

Cabe mencionar que puede surgir una aparente contradicción en cuanto a que, por definición, el desplazamiento turístico no debe tener como propósito desempeñar una actividad remunerada (actividad laboral, artística o deportiva pagada), ya que en la actualidad se acepta como turista a la persona que viaja por negocios, lo que supone obtener lucro.

Éste es uno de los casos en que es difícil una estricta clasificación. Lo que implica este apartado es que el viajero de negocios contingente, por lo general utiliza todos los medios y servicios turísticos; incluso en el caso de viajes internacionales, su entrada al país visitado se clasifica de esta manera y se otorgan a los turistas facilidades migratorias correspondientes. No sucede así con aquellos que se trasladan a un país o región en busca de trabajo, o bajo un contrato de servicios cuyos emolumentos sean cubiertos por residentes de estos sitios. En este caso es distinta, casi siempre, su calidad migratoria, la cual varía según el país visitado.

Por otra parte, es posible distinguir entre distintos tipos de turismo según las actividades que se realicen

- El turismo de compras se caracteriza por estar organizado con el fin de recorrer los centros comerciales y espacios donde el viajero puede consumir comprando.
- El turismo cultural se encuentra centrado en visitas a museos, exposiciones, y demás lugares propios del lugar donde el viajero puede conocer más sobre la historia y la vida cultural del sitio que visita.
- El término turismo rural se refiere a cualquier actividad turística que se encuentre en un medio rural, cerca de áreas naturales, litorales y que permiten actividades relacionadas con el trabajo del sector rural. Es un tipo de turismo opuesto al masificado, el que se estila en las ciudades costeras, y exige un entorno endógeno soportado por un entorno humano y ambiental. Es un turismo respetuoso con el medio ambiente, que intenta unirse al resto de las actividades turísticas aprovechando los recursos locales.
- El turismo formativo tiene como objetivo ofrecer al viajero conocimientos sobre una materia determinada, objetivo de su viaje.
- El turismo gastronómico tiene como objetivo que los viajeros conozcan las comidas autóctonas del lugar y realicen degustaciones y actividades relacionadas con la cocina.
- El agroturismo consiste en actividades en medios rurales donde los turistas se alojan y pueden participar de las actividades propias del lugar, colaborando en la restauración de granjas o cortijos.
- El ecoturismo es el que se realiza en medios de protección natural. Suelen participar de esta actividad los residentes del lugar que reciben a los turistas y les presentan el espacio. En el ecoturismo tiene prioridad la preservación de la naturaleza. Ligado a esta modalidad del turismo en general, el Turismo Comunitario presta especial interés a la sustentabilidad del medio ambiente, es decir, la obligación que tendrán los visitantes y los propios comuneros de disfrutar de los

recursos actuales sin comprometer el mismo beneficio de las generaciones futuras.

- El turismo de aventura consiste en una serie de actividades que se realizan en un entorno rural y cuyo objetivo es ofrecer sensaciones de descubrimiento, poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas. Se realiza en espacios que hayan sido escasamente explotados a nivel turístico (Organización Mundial del Turismo, 2008).

En los últimos tiempos, el turismo se ha convertido en una de las actividades más dinámicas del mundo, esto se debe al constante crecimiento que tiene la globalización, que permite facilitar la comunicación, y a su vez el intercambio de conocimientos, tecnología y cultura entre países. Actualmente el negocio del turismo es considerado uno de los principales actores del comercio internacional, ya que las actividades turísticas igualan o incluso superan las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles de los países que se encuentran en desarrollo.

Destino, atractivo y recurso turístico: diferenciación básica

Destino turístico.

El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.

“Se define destino turístico como aquel lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico” (La Organización Mundial del Turismo 1994)

En este contexto se define el destino turístico la ciudad, región o país a donde se dirigen los visitantes, dicho lugar tiene que tener el acondicionamiento de

instalaciones, productos y servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

Atractivo turístico.

El concepto de atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

Recurso turístico.

Se considera a cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual.

Inventariación de recursos y atractivos turísticos.

Para analizar la oferta turística es necesario contar con un catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada, lo cual implica seguir los siguientes pasos:

1. Registro de la Información. Consiste en la recopilación de todos los datos sobre los atractivos turísticos del área ordenados según la siguiente clasificación;

- Sitios naturales
- Manifestaciones culturales.
- Folklore, artesanías y artes populares.

2. Registro en fichas. Para el registro material de la información se realizará por cada atractivo una ficha con todos los datos necesarios para su identificación.

3. Evaluación de atractivos turísticos. Es el examen de los atractivos revelados para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la correspondiente jerarquía.

### **1.2.2 Importancia del turismo**

El turismo es importante para el país donde se advierte un considerable flujo de visitantes por cuanto permite dinamizar su economía. A escala local, se constituye en una ventana al mundo, para que los visitantes de otros países tengan conocimiento sobre una localidad y los atractivos con que cuenta, su tradición, cultura y paisajes. En el caso particular del Turismo Comunitario, permite a las familias un ingreso adicional que permita mejorar la economía doméstica.

La importancia del Turismo Comunitario radica principalmente en la posibilidad de impulsar el desarrollo humano de las comunidades donde se gestan estas experiencias. Es decir, más que en interés turístico propiamente dicho, la importancia del Turismo Comunitario está dada por las implicaciones de impulso a la economía local. La siguiente cita resulta fundamental para comprender este proceso:

En este sentido, el Turismo Comunitario se entendería mejor desde la economía social y las economías populares (formas organizativas) que desde el sector turístico tal cual (objeto de la actividad), ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria. No obstante, el Turismo Comunitario presenta una cierta ventaja en cuanto a la venta de productos. Si bien sus productos son tan variados como el propio mercado turístico (naturaleza, arqueología, la propia comunidad – vivencias-, la cultura de forma general...) para algunas sectores del mercado el acceso a esos productos adquiere un plus si son ofertados desde sus depositarios. Es más, la fuerza de lo comunitario, para el caso del Ecuador y otros países andinos, reside en factores extra-turismo, que no son otros que la vitalidad de culturas ancestrales asentadas en espacios de enorme diversidad natural, con lenguas, visiones, sociedades y conocimientos diferentes que colocan parte de todo ello en la llamada ‘industria de las experiencias’: el turismo. Así

ecoturismo y etnoturismo adquieren una dimensión muy especial si se consumen desde el Turismo Comunitario, lo que coloca a este subsector turístico en una situación potencialmente privilegiada dentro del propio mercado. De ahí la aparición de ciertos recelos por parte de los operadores turísticos y la resistencia a que se conforme un ámbito de exclusividad dentro de la actividad amparada en criterios que van más allá del mercado: derechos de los pueblos indígenas, políticas de discriminación positiva, exenciones fiscales... (Ruiz & Solis, 2007, págs. 14- 15).

Por tanto, el impulso económico a las comunidades donde se desarrolla esta modalidad de turismo es crucial para comprender su relevancia para el desarrollo humano del país, ya que posibilita el encuentro, acercamiento, entre las diferentes culturas del mundo con la cultura local, de forma que ambas se enriquecen con su intercambio de experiencias, de formas de ver la vida y su relacionamiento con la naturaleza, pero también posibilita la superación paulatina de la pobreza, pero de forma que se beneficien todos los integrantes de la comunidad, y no sólo unos pocos individuos o algunas familias.

Con todas estas consideraciones en mente, se asume que la comprensión del Turismo Comunitario debe situarse a caballo entre el análisis turístico y el estudio de las comunidades que lo implementan. El Turismo Comunitario, en este sentido, “forma parte de una estrategia de desarrollo local a través de la actividad turística. Desde esta perspectiva ¿qué efectos persigue?” (Ruiz & Solis, 2007, págs. 15- 16). Las siguientes pautas constituyen el eje central del Turismo Comunitario:

- a. “Mejora de calidad de vida (el buen vivir según la propuesta indígena). Desde los organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo o la Organización Internacional del Trabajo el Turismo Comunitario se asocia a los programas de lucha contra la pobreza. Desde el Turismo Comunitario se procura un efecto positivo sobre el conjunto de la comunidad; así los beneficios deben repercutir sobre el conjunto de sus miembros, aunque al mismo tiempo considere recompensas desiguales en virtud del distinto grado

de participación de los mismos en el negocio turístico. En este mismo sentido, también se entiende que el Turismo Comunitario es una forma de frenar la emigración desde las comunidades. Se trata, por tanto, de una estrategia socio- económica de desarrollo comunitario que elevando el nivel de vida general frente las tendencias migratorias” (Ruiz & Solis, 2007, pág. 16).

- b. “Mejora medioambiental. La sistemática vinculación del Turismo Comunitario con el ecoturismo y de manera general con la naturaleza como objeto turístico, hace que a nivel comunitario el negocio turístico implique una práctica de conservación ambiental. No se ha hallado mejor excusa para transformar las prácticas ambientales negativas que hacer al medioambiente objeto del mercado, junto a este proceso se recuperan formas de relación tradicional, que coincidentes con las políticas ambientales, internacionales, vienen a hacer aún más consistente la protección ambiental” (Ruiz & Solis, 2007, pág. 16).
- c. “Defensa de las minorías étnicas. Para las asociaciones y organizaciones indígenas, también para muchas comunidades, el Turismo Comunitario tiene una marcada dimensión política ya que se convierte en un medio de reivindicación y autogestión sobre territorios y recursos. En Ecuador, en estos momentos, la operación turística comunitaria es un campo de presencia indígena en la política nacional (también en el mercado turístico): a través de él los indígenas no solo reclaman su lugar en el Estado sino también en el Mercado. Esta misma actitud se extiende a las comunidades campesinas que no forman parte de las nacionalidades y pueblos indígenas ecuatorianos” (Ruiz & Solis, 2007, pág. 16).

### **1.2.3 Marco legal del Turismo Comunitario en Ecuador**

Ingresando en el campo de interés específico de este estudio, se ve que en Ecuador se reconoce la participación de todas las comunidades y poblaciones como entes capaces de prestar servicios turísticos y a través de la constitución y el cumplimiento de las leyes velara por el derecho y obligaciones para regular cualquier iniciativa de

turismo como medio de desarrollo para todos los sectores dentro de la población. Cumpliendo con los principios establecidos en el marco legal.

#### La regulación del Turismo Comunitario en Ecuador

La Ley de Turismo y sus reglamentos como normas que permiten y fomentan al Turismo Comunitario en Ecuador.

La principal iniciativa que ha dado plena forma jurídica al papel de las comunidades en el turismo ha sido la Ley de Turismo expedida en diciembre 2002, que tiene las siguientes referencias:

- a. La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.
- b. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de descentralización
- c. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos

Turismo comunitario en Ecuador (Ruiz y Solis, 2007, p.68)

El desarrollo de las Actividades de Turismo Comunitario en el Ecuador es normado por el FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) que tienen como finalidad el mejoramiento de las condiciones de vida (buen vivir) de las comunidades a través de la defensa de los territorios y la valoración del Patrimonio y el CODEMPE (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador)

que tiene como misión ejecutar políticas que fortalezca a las nacionalidades y pueblos, las vivencia interculturalidad promoviendo planes de vida y contribuyendo a una relación equilibrada. Para que un CTC (Centro de Turismo Comunitario) pueda funcionar legalmente debe estar inscrito en el FEPTCE, ser reconocido por el CODEMPE y además estar inscrito en el Ministerio de Turismo.

#### Constitución de la República del Ecuador

Art. 56. Las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, la comunidad afro ecuatoriano, la comunidad montubio y las comunas forman parte del Estado Ecuatoriano, único e indivisible.

Art. 57. Se reconoce y se garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica cultural.
3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.
4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras serán exentas de pago de tasas de impuestos.
5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.

6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.

7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental y culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que se les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá de acuerdo a las Constitución y la Ley.

8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.

9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras de posesión ancestral.

10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes.

11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales.

12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos, sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y

sagrados, así como plantas, animales, minerales, y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora. Se prohíbe toda apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

14. Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe, con criterios de calidad, desde la estimulación temprana hasta el nivel superior, conforme con la diversidad cultural, para el cuidado y preservación de las identidades en consonancia con sus metodologías de enseñanza aprendizaje. Se garantiza una carrera docente digna, la administración de este sistema será colectiva y participativa, con alternancia temporal y espacial, basada en veeduría comunitaria y rendición de cuentas.

15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

16. Participar mediante sus representantes en los organismos esenciales que determine la ley, en la definición de las políticas públicas que les conciernen, así como en el diseño y decisión de sus prioridades en los planes y proyectos del Estado.

17. Ser consultados antes de adoptar una medida legislativa que pueda afectar cualquiera de sus derechos colectivos.

18. Mantener y desarrollar los contactos, las relaciones, y la cooperación con otros pueblos, en particular los que estén divididos en fronteras internacionales.

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifican.

20. La limitación de las actividades militares en sus territorios, de acuerdo con la ley.

21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones históricas, y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna. Los territorios de los pueblos en aislamiento voluntario son de posesión ancestral irreductible e intangible, y en ellos estará vedada todo tipo de actividad extractiva. El Estado adoptara medidas para garantizar sus vidas, hacer respetar su autodeterminación y voluntad de permanecer en aislamiento, y precautelar la observancia de sus derechos. La violación de estos derechos constituirá delito de etnocidio, que será tipificado por la ley.

El Estado garantizará la aplicación de estos derechos colectivos sin discriminación alguna, en condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres.

Art. 58. Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derecho, se reconocen a la comunidad afro ecuatoriana los derechos colectivos establecidos en la constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 59. Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respecto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

Art. 60. Los pueblos ancestrales, indígenas, afro ecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripción territorial para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación.

Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial. (Constitución de la República del Ecuador).

Art. 248. Se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación. (Constitución de la República del Ecuador).

Art. 283. El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica, pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la constitución determine. La Economía Popular y Solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (Constitución de la República del Ecuador).

## **1.3 Gestión del Turismo Comunitario**

### **1.3.1 Definición y características**

La Gestión es un proceso que permite que una entidad u organización funcione como unidad integradora de los componentes de la organización, con el objetivo de aprovechar eficientemente los recursos humanos, financieros, tecnológicos, materiales, naturales, etc.

“Proceso para conseguir que se hagan las cosas con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y justo con ellas” (Robbins, S. y Decenzo, D., 2002, p. 5).

La gestión del Turismo Comunitario sólo es posible con la participación activa de los actores involucrados: es la propia comunidad la que desarrolla sus iniciativas y emprendimientos, y su cultura puede así sobrevivir y fortalecerse su identidad, entre otros beneficios patentes.

“Entre otras, se pueden identificar las siguientes actividades como esenciales para el desarrollo de esta forma de turismo” (Gedda, 2011, pág. 10):

- Escuela de guías de ecoturismo y patrimonio local. La participación de guías locales es fundamental para el desarrollo del Turismo Comunitario, al ser los mejores conocedores de los recursos y atractivos turísticos existentes en la comunidad.
- Escuela de gastronomía con identidad local. Esta es una posibilidad allá donde existe una existencia demostrada de cocina autóctona, en lo posible que no se reproduzca en otras regiones, pero si, por ejemplo, lo que se ofrece en el lugar es lo mismo que se ofrece en las principales ciudades del país, y que además es de amplio conocimiento, carecería de relevancia ofrecerlo como una fortaleza de la comunidad.
- Diplomado en gestión de turismo sostenible. Esto será viable en ambientes académicos en los que se impartan las nociones para especializar a los profesionales en turismo, de forma que tengan un

acercamiento más directo con la realidad del turismo en las comunidades rurales.

- Formación de redes locales de ecoturismo. Esta tarea es más apropiada para los municipios y gobiernos provinciales, de forma que se estructure una oferta turística en conjunto, y no en forma aislada, lo cual se podría lograr a través de las ferias turísticas nacionales e internacionales, para promocionar diversas comunidades como destinos turísticos privilegiados.
- Materiales de formación y capacitación. Se aplica al diseño de cartillas formativas, videos, revistas y otro material que posibilite la difusión de información relativa al Turismo Comunitario, y que se aplicará a los comuneros en diversos ciclos de capacitación.

Estas actividades, entre otras, posibilitarán no sólo el involucramiento de los miembros de una comunidad, sino también su prosperidad, altamente cohesionados a los intereses comunes, es decir, permitiendo el desarrollo individual sin menoscabo de lo colectivo.

### **1.3.2 Importancia**

La importancia de la gestión del Turismo Comunitario consiste en la efectividad con la que se manejan los recursos económicos, materiales, humanos y culturales de una población a través de actividades de planeación, organización, dirección y control, para alcanzar los objetivos y metas ya establecidos, de manera que sean fuente de ingresos para la comunidad y generen un turismo sostenible

### **1.3.3 Proceso administrativo**

Es un conjunto de fases que se deberán seguir para dar solución a un problema o estar prevenidos a algún cambio en cuanto a la gestión turística. Se lo realiza a través del cumplimiento de las actividades de planificación, organización, dirección y control, con el objetivo de obtener buenos resultados.

### 1.3.3.1 Planificación

La planificación es una etapa donde se determinan las metas, así como las actividades y estrategias que se utilizarán para alcanzar objetivos ya propuestos. Es importante que dentro de la planeación se considere ciertas previsiones de posibles problemas que se puedan presentar en el transcurso del proceso.

“Planificar abarca la definición de las metas de la organización, establecimiento de una estrategia general para alcanzar esas metas y el desarrollo de una jerarquía minuciosa de planes para integrar y coordinar las actividades” (Robbins, S. y Decenzo, D., 2002, p. 6)

Para llevar a cabo una buena planificación, es importante tomar en cuenta las siguientes fases:

#### a. Desarrollo de metas

Para poder establecer las metas hasta dónde se quiere llegar. Es importante que los miembros de la comunidad tengan clara su razón de ser y hacia dónde quiere llegar como equipo ya que será una meta común para toda la población para ello se plantea lo siguiente:

- Misión. Es el motivo o finalidad por la cual se creó la Empresa, la misión contesta a tres preguntas claves que se debe considerar ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos? y ¿Para quién está dirigido?.
- Visión. La visión se define como el camino hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo, tomando en cuenta los cambios tecnológicos y las necesidades clientes.
- Objetivos. Los objetivos indican lo que se espera lograr en un tiempo determinado, ya sea a corto y largo plazo, siempre involucrando a toda la organización.
- Políticas. Son directrices para la toma de decisiones, que se determinan para lograr el cumplimiento de los objetivos. Estas sirven como base para definir las conductas que la empresa espera de los empleados.

- Reglamentos. Son normas generales y obligatorias que dan lugar a que las personas que participan del proceso y las actividades cumplan a cabalidad sin dar lugar a interpretaciones, los mismos que se utilizan para que sigan el camino hacia la meta.

#### b. Diagnóstico FODA

Es una herramienta que permite conocer la situación actual en la que se encuentra la comunidad, determinar aspectos importantes que afectan positiva y negativamente tales como las Oportunidades y las Amenazas que son factores externos, y las Fortalezas y las Debilidades que la empresa pueda tener. Esta matriz es ideal para crear diferentes estrategias que nos ayuden a enfrentar factores tanto internos como externos.

- Fortalezas. Es la capacidad que tiene una empresa frente a la competencia, lo que nos permite tener un distinción de las mismas, las cuales debemos aprovecharlas. Este recurso es interno lo cual puede ser controlado y mantenido por la Empresa, ya depende de las estrategias que se utilicen.
- Oportunidades. Son aquellos factores externos que se le presentan a la empresa en un tiempo determinado y que se los puede explotar y aprovechar para así obtener una ventaja competitiva.
- Debilidades. Son factores que nos provocan puntos desfavorables frente a la competencia, estas debilidades pueden ser controladas y mejoradas por la empresa, ya que son factores internos que pueden ser superados.
- Amenazas. Son situaciones negativas que se le pueden presentar a la empresa y que no pueden ser controladas por la misma.

#### c. Desarrollo de estrategias

Es un conjunto de planes que se desarrolla, luego del análisis FODA, para disminuir las debilidades y prevenir las Amenazas que pueda presentar la comunidad, basándose en las Fortalezas que tiene la empresa y explotando las Oportunidades que se le presentan.

#### d. Establecer el Plan

Luego de crear las estrategias el Administrador debe desarrollar el plan de acción, en el cual está incluido la misión, visión y objetivos que se desean alcanzar. El mismo que debe tener las estrategias que se van a utilizar tomando en cuenta la disponibilidad de los recursos que posee la comunidad, así como también se debe estimar el tiempo en el que se lo va a realizar y la asignación de responsabilidades a cada miembro que se encuentra involucrado en el proceso. Es importante tener un plan de contingencia para posibles problemas que se puedan presentar.

#### e. Indicar el sistema de evaluación

Es importante considerar un medio de control para asegurar que los planes están cumpliendo con los objetivos planteados y así evaluar los resultados conseguidos.

### **1.3.3.2 Organización**

La organización contempla asignar a cada miembro involucrado en el proceso de trabajo, las funciones que le corresponden para llevar a cabo las actividades que se encuentran en la planeación, así como también definir el nivel de jerarquías. Para llevar a cabo una organización eficiente se debe subdividir el trabajo en unidades operativas, aclarar los requisitos del puesto, seleccionar y ubicar las personas en el puesto adecuado, dar a conocer quien o quienes son las autoridades para cada miembro, proporcionar todo los recursos necesarios para que los miembros estén seguros y puedan realizar sus actividades.

“Organizar incluye determinar qué tareas se llevarán a cabo, cómo serán realizadas, quién las ejecutará, cómo estarán agrupadas, quién depende de quién y dónde serán tomadas las dediciones”(Robbins, S. y Decenzo, D., 2002, p. 7).

### **1.3.3.3 Dirección**

En esta etapa se considera la habilidad del administrador para que miembros lleven a cabo el trabajo encomendado, esperando una respuesta positiva de los socios, tomando siempre en consideración una buena comunicación. El administrador es el encargado de que todos participen de las actividades, permitiendo que todos los socios desarrollen su máximo potencial, para ello es importante aplicar la motivación.

“Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados”(Reyes Ponce, A., 2004, p. 29).

### **1.3.3.4 Control**

El control es una etapa importante que nos permite verificar si se está cumpliendo con las actividades establecidas en la planeación. También se puede comparar y evaluar los resultados obtenidos, e identificar oportunamente los errores con el fin de rectificarlos para impedir que se repitan en las actividades posteriores.

Consiste en el establecimiento de sistemas que permitan medir los resultados actuales y pasados, en relación con los esperados, con el fin de saber si se ha obtenido lo que se esperaba, a fin de corregir y mejorar, y además para formular nuevos planes (Reyes Ponce, A., 2004, p.29).

## **1.3.4 Modelos de gestión del Turismo Comunitario**

El modelo de gestión es el tipo de organización que tendrá el negocio. Los elementos constitutivos del modelo de gestión del Turismo Comunitario son:

- **Comunidad:** La comunidad es una estructura de organización social que integra a hombres y mujeres que comparten elementos comunes como historia, idioma,

costumbres, valores, visión del mundo, lo cual generara una identidad colectiva que le diferencia de otras comunidades. En su interior se da una trama de relaciones sociales en las que el parentesco consanguíneo o político juega un papel fundamental, son importantes la capacidad de auto organización y de generación de acciones colectivas en procura de intereses compartidos.

- **Organización comunitaria:** En la comunidad no todos son iguales pero se unifican en torno a la organización comunitaria, la cual tiene sus propias estructuras de toma de decisiones, siendo la asamblea comunitaria el ente con capacidad de decisión sobre aspectos que atañen al interés colectivo, que está sobre los intereses individuales. Por lo mismo esta instancia tiene capacidad de resolver o mediar los conflictos internos que se suscitan entre los miembros; delega la capacidad de tomar ciertas decisiones ya sea a la directiva de la comunidad, o a otras instancias que tienen que ver con la vida comunitaria; es la encargada de controlar y si es del caso sancionar el incumplimiento de sus mandatos.
- **Territorio:** Se relaciona no solo a la herencia dejada por los ancestros, sino también ha sido fruto de la gestión y la lucha del colectiva. El territorio de la comunidad no corresponde exclusivamente al espacio reconocido legalmente, sino es el espacio territorial en el cual la comunidad ejerce influencia y control sobre lo que ocurre en él, así como en el uso y acceso de los recursos, en los cuales se aplican tanto normas y costumbres ancestrales, como las decisiones del colectivo, expresadas en la organización comunitaria. Tiene una connotación integral: es la base y cimiento de la vida comunitaria, en el cual por generaciones se han ido gestando conocimientos, saberes, tradiciones, los cuales son la base de la cosmovisión y la cultura de los pueblos, así como constituye el fundamento para el desarrollo futuro de las nuevas generaciones y de la cultura e identidad colectiva. (Lucio I. S., Modelos de Gestión Comunitaria)

### **1.3.5 Tipología de modelos de gestión del Turismo Comunitario**

En base a los ejes generales, que han orientado la implementación en diferentes comunidades de la actividad turística comunitaria, durante los últimos veinte años se ha ido dando forma a la gestión del Turismo Comunitario. Por la complejidad que en

sí encierra no es un proceso acabado y las diferentes comunidades le han ido dotando desde sus diversas experiencias, en las cuales tienen que ver aspectos culturales, socio-organizativos, económicos, etc. sus propias especificidades. Estos son diversas modalidades que en la práctica las comunidades autóctonas del Ecuador han ido generando para desarrollar su estructura de toma de decisiones y de administración de los servicios turísticos.

- **Modelo las familias:** Las familias de manera individual y con autorización de la Asamblea como máxima autoridad de la comunidad, ofertan servicios turísticos bajo una instancia de coordinación comunitaria que elabora los productos turísticos.

La Asamblea define los precios de los servicios y las normas para la distribución de los ingresos y ejerce control a través del cabildo en la prestación de los servicios.

- **Modelo asociación comunitaria:** La asamblea comunitaria como máxima autoridad para la toma de decisiones sobre el Turismo Comunitario. La infraestructura turística es de propiedad de la comunidad (museos, miradores, etc.) y otra de propiedad de familias que son autorizadas a prestar servicios turísticos por la asamblea; la misma que designa a una comisión conformada por miembros de la comunidad para nombrar a un administrador, conserje, etc., los cuales son encargados de llevar adelante los servicios entregados a través de la infraestructura comunitaria y de coordinar con los servicios que dan las familias. Este a su vez informa a la instancia dirigenal de la comunidad sobre estas actividades, la cual informa a la asamblea general. Los costos de los servicios son definidos dependiendo de la oferta y demanda. Las familias que dan servicios entregan un monto fijo de aportación por cada servicio, al administrador del CTC, así como también los guías; esto es entregado a la instancia dirigenal comunitaria, la cual informa sobre los gastos realizados con estos fondos en bien de la comunidad a la asamblea.
- **Modelo gerencia:** La asamblea comunitaria es la máxima autoridad en toma de decisiones en relación a la actividad turística: designa al

gerente responsable de la administración y coordinación de la actividad y a un responsable de la administración de las instalaciones comunitarias donde se ofrece alimentación y alojamiento a los turistas, que por otra parte son propiedad de la comunidad y no individual. Los prestadores de servicios son personas individuales, miembros de la comunidad, que han sido capacitados para el efecto. Otros miembros de la comunidad intervienen en actividades demostrativas de la cultura: música, danza, conocimientos y saberes ancestrales.

La Asamblea decide sobre los precios de los servicios turísticos, normas y porcentajes de reparto de las utilidades del turismo en relación a la prestación de los servicios y en los beneficios directos a la comunidad.

- **Modelo corporativo:** La asamblea comunitaria la máxima autoridad de toma decisiones en la actividad turística, designa a los miembros de un ente corporativo para administrar y gerenciar la actividad. Estos deben dar cuenta de sus actividades a la instancia dirigencial de la comunidad, la misma que luego informa a la asamblea.

La infraestructura turística es de la comunidad, pero su manejo es encargado a la corporación, la misma que también define los costos del servicio. Las personas encargadas de prestar los servicios, son nombrados por la asamblea, entre los socios de la comunidad y también define el valor a pagarse por sus servicios. Las utilidades del Turismo Comunitario van a una cuenta comunitaria, en la cual en base a un plan de inversión aprobado por la asamblea se designa a temas como educación, ambiente, salud.

- **Modelo red comunitaria:** las comunidades que ofrecen servicios turísticos, por lo general miembros de una misma nacionalidad indígena y ubicadas en una misma región, para potenciar sus atractivos y recursos conforman una red, en la cual la asamblea general de los representantes de la comunidad es la máxima autoridad para la toma de decisiones, en relación a las normas generales en que tiene que operar el Turismo Comunitario en cada comunidad miembro, como por ejemplo los porcentajes para distribuir los ingresos del turismo.

- La membresía a la Red es decidida por la asamblea de la comunidad que pide su pertenencia y es decidida en la asamblea de la Red. La Red conforma una operadora que se encarga de cumplir las decisiones de la asamblea de la Red, principalmente en lo que se refiere a la promoción y comercialización. La asamblea en cada comunidad, es la encargada de autorizar a una familia la prestación de un servicio, que tiene que hacerlo en base a los estándares de calidad definidos en la Red, para la coordinación y control de la actividad nombra a un coordinador que debe informar tanto a la asamblea comunitaria como a la asamblea de la Red.” (Lucio I. S., Modelos de Gestión Comunitaria)

## **1.4 Marketing social**

### **1.4.1 Definición y características**

“El Marketing Social es el “uso de conceptos y herramientas de marketing comercial en programas diseñados para influir en el comportamiento de los individuos, con el fin de incrementar su bienestar y el de la sociedad” (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 229).

Es decir, las características principales del marketing social son: preocupación por una cuestión social, una problemática ambiental, educativa, o cualesquier otro asunto de interés para la colectividad, así como el uso de las herramientas típicas del marketing comercial para lograr su propósito.

Un ejemplo claro de marketing social es el conjunto de estrategias desarrolladas por el Colectivo Yasunidos en su propósito de mantener el petróleo del Yasuní bajo tierra, primero en alianza con el gobierno actual, y luego contra la política de éste, cuando se declaró inviable la iniciativa en cuestión.

### **1.4.2 Importancia**

La importancia del marketing social tiene directa relación con el interés por posicionar un lugar, una comunidad, en la mente del consumidor de productos turísticos nacional e internacional, de forma que se valore una cultura, y no sólo un paisaje.

### **1.5 Talento humano en gestión del Turismo Comunitario**

Existen pocas tareas tan difíciles, pero al mismo tiempo tan interesantes, como la de dirigir personas. Esta tarea necesita más habilidad, sentido común, imaginación y jovialidad que cualquier otra. Sin embargo, su importancia al interior de cualquier organización es decisiva, pues los recursos humanos constituyen la razón de ser de toda entidad, sea ésta pública o privada. Ahora bien, al depender el éxito de la organización de la forma como los recursos humanos desempeñan sus tareas, debe tomarse en cuenta la necesidad de calificar el trabajo y la actuación de cada uno de los dependientes. Esto se lo hace tomando en cuenta que “Aunque las actividades de recursos humanos contribuyen al éxito de una organización en diversas maneras, estas actividades deben adecuarse a las estrategias fundamentales de la compañía. Esta administración estratégica de los recursos humanos requiere que los gerentes utilicen sus recursos humanos para afianzar las ventajas competitivas de que disfrute la organización y contribuir (en los casos de entidades lucrativas) a su éxito financiero. Estos aportes se deben llevar a cabo dentro de un marco ético de responsabilidad social” (Werther & Davis, 2010, pág. 6).

De esta afirmación se infiere que el objetivo de la administración de recursos humanos lo constituye el mejoramiento de la contribución a la productividad que llevan a cabo esos recursos humanos. El estudio de la administración de los recursos humanos describe las funciones que desempeñan los gerentes y directivos de grupos

humanos respecto a su recurso básico: las personas. En este contexto, resulta fundamental tomar en cuenta la siguiente afirmación:

El talento humano en el sector servicios, específicamente en el turismo, constituyen hoy día el principal elemento para la prestación del servicio y forman parte de la población que debe estar formada y capacitada para entender y resolver las necesidades de las personas que se trasladan de su lugar de residencia hacia el lugar de visita, es decir, el turista. El desarrollo del talento humano en sus diferentes formas, ya sea de formación, capacitación o adiestramiento son vitales para el crecimiento de la actividad turística en cualquier parte, por cuanto de ellos depende su consolidación en el tiempo o su desaparición (Cectur, 2012).

El objetivo de mejorar la contribución de los recursos humanos a la productividad de la organización es ambicioso, porque los departamentos de personal no controlan muchos de los factores que determinan la contribución de los recursos humanos, como el capital, las materias primas y los procedimientos de la organización.

La actividad de administrar los recursos humanos se lleva a cabo dentro de un sistema mayor: la organización. La administración de personal, por tanto, debe evaluarse con respecto a la contribución que hace a la productividad de la organización.

La administración de personal puede incrementar su contribución a los empleados, los ejecutivos y la organización mediante la anticipación de los problemas antes de que éstos surjan. Si las medidas adoptadas son meramente reactivas, los problemas pueden crecer y es probable que no se aprovechen las oportunidades.

### **1.5.1 Definición de puestos**

El Perfil de Puestos, es una herramienta indispensable con la que toda empresa debe contar, ya que aquí se especifican las competencias necesarias y relevantes de un puesto de trabajo. Es un documento en el que se describe de manera precisa las

características y rasgos de personalidad, competencias laborales, experiencia, preparación académica, conocimientos, y condiciones de trabajo que el ocupante de un puesto debe tener para poder cumplir con las expectativas descritas en la descripción del puesto.

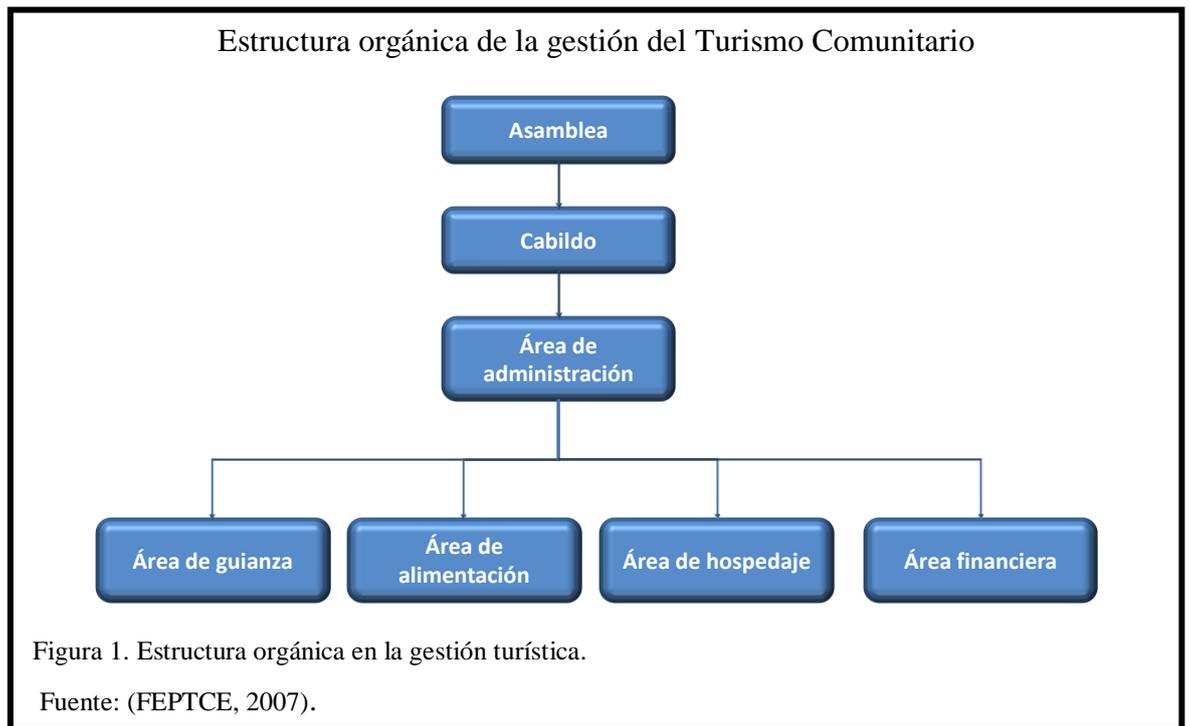
### **1.5.2 Descripción de puestos**

Antes de iniciar cualquier acción de reclutamiento y selección de personal, se deberá conocer el contenido y condiciones del puesto de trabajo que se precisa cubrir; es decir, conocer los objetivos, funciones, responsabilidades, competencias y contexto físico, social y organizacional que implica su desempeño al cual se circunscribirá su ocupante. El análisis de puestos nos permite establecer el perfil de exigencias del mismo. La siguiente cita ilustra el proceso:

“La descripción de puestos es un proceso que consiste en enumerar las actividades o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la Empresa. Es la descripción detallada de las funciones del cargo (qué hace el ocupante, la periodicidad de la ejecución (cuando lo hace), los métodos aplicados para la ejecución de las funciones (cómo lo hace) y el objetivo del cargo (por qué lo hace). Básicamente es hacer un inventario de los aspectos significativos del cargo y de los deberes y las responsabilidades que comprende” (Chiavenato, 2006, pág. 75).

Es decir, la comprensión de este proceso permite orientar la selección del personal apropiado para cada puesto.

### 1.5.3 Estructura orgánica en la gestión del Turismo Comunitario



En el modelo de estructura orgánica señalado, se aprecia la distribución de las áreas según las funciones que debe cumplir en la organización, y que servirá de base para la propuesta en este estudio.

## 1.6. Administración Financiera

### 1.6.1 Definición

Conceptualmente, “la Administración Financiera es el área de la Administración que cuida de los recursos financieros de la empresa. La Administración Financiera se centra en dos aspectos importantes de los recursos financieros como lo son la rentabilidad y la liquidez. Esto significa que la Administración Financiera busca hacer que los recursos financieros sean lucrativos y líquidos al mismo tiempo” (Chiavenato, 2010).

### **1.6.2 Importancia**

La importancia de la Administración Financiera radica en que posibilita que la organización pueda, entre otras cosas:

- Mantener información permanente y actualizada sobre sus flujos de dinero.
- Determinar los requerimientos de inversión futura.
- Formule actividades y tareas correctivas para evitar la desviación o mal uso de activos.

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria, el responsable del área de Administración tiene a su cargo el manejo de las finanzas, debiendo rendir cuenta por ellas a la Asamblea, de forma que se transparente y se verifique el correcto manejo de los recursos existentes.

### **1.6.3 Relación de la contabilidad**

La Contabilidad es la actividad técnica que permite a la Administración Financiera el control de los flujos de efectivo, así como la detección de cualquier procedimiento o proceso inadecuado y que pueda afectar las finanzas de la organización.

### **1.6.4 Informes financieros**

Los informes financieros exponen el comportamiento de los indicadores financieros requeridos para conocer la situación financiera de la organización.

### **1.6.5 Evaluación económica del proyecto**

Esta evaluación permite señalar las deficiencias o debilidades que tenga el proyecto, de forma que en su implantación dichos factores sean reducidos o eliminados. Con este enfoque, se posibilita mantener saneadas las finanzas de la organización.

## CAPÍTULO 2

### DIAGNÓSTICO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA TOGLLA

#### 2.1 Antecedentes

##### 2.1.1. Datos básicos del turismo en Ecuador

El Ecuador se encuentra geográficamente ubicado sobre la línea ecuatorial, atravesado por la Cordillera de los Andes, por donde cruza el Océano Pacífico. Por esta razón, es uno de los pocos países afortunados en contar con la mayor biodiversidad del mundo por Km<sup>2</sup>. Cuenta con cuatro bellas regiones que resaltan a nivel mundial, costa, sierra, oriente y Galápagos. Estas cuentan con una diversidad enorme de flora y fauna, y con un clima realmente privilegiado digno de ser visitado y disfrutado en cualquier época del año. Las condiciones climáticas que posee el Ecuador permiten que propios y turistas de diferentes edades disfruten de actividades culturales de aventura, ecoturísticas, las opciones son innumerables (Samana, 2010).

El Ecuador ha sido varias veces reconocido en los últimos años como uno de los mejores y más atractivos países para ser visitado. Esto gracias a sus amplios espacios naturales, la calidez de su gente y las diversas actividades que ofrece. Todo esto ha hecho que la entrada de extranjeros al país se eleve. El Ministerio de Turismo reveló que a partir del año 2010 hasta el 2014 se dio un incremento progresivo de entradas de extranjeros al Ecuador “pasando de 1`047.098 en el 2010 a 1`557.006 en el 2014” (Ministerio de Turismo 2015).

El incremento de entradas al país del año 2010 al 2014 es evidente esto se le atribuye a los premios que el país ha obtenido internacionalmente. El Ecuador es uno de los países favoritos para ser visitado por los turistas, según las estadísticas del mes de enero del 2014 al mes de enero del 2015 “hubo una variación del 11.0%, al

pasar de 152.576 a 169.378 extranjeros” (Ministerio de Turismo, 2015). Además, durante los años 2013 y 2014 se dieron los siguientes flujos de turistas en el Ecuador:

Tabla 1. Entrada de extranjeros al Ecuador

<b>Mercados</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Var% 2014/2013</b>
Colombia	252.107	280.237	11%
Estados Unidos	192.262	201.379	5%
Perú	108.685	128.583	18%
Venezuela	64.543	77.576	20%
España	48.827	51.312	5%
Argentina	37.221	45.469	22%
Chile	32.068	33.800	5%
Cuba	16.775	25.398	51%
Alemania	20.882	24.886	19%
Canadá	20.425	24.721	21%

Nota: Incremento de visitantes al Ecuador entre el año 2013 y 2014

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2014)

En la anterior tabla expone un importante incremento de entrada de turistas al Ecuador, para el año 2013 se registró un total de 793.795 extranjeros y para el 2014 un total de 893.361, evidenciando un incremento del 12,54% para el año 2014 con relación al año 2013.

La entrada de turistas al país ha hecho que muchos ecuatorianos y extranjeros empiecen a ver en el turismo una fuente de rentabilidad, tal es el caso de la sierra. La ciudad de Quito es uno de los principales destinos visitados. Esto se debe a su belleza arquitectónica colonial y como ésta hay ciudades de la sierra ecuatoriana que son el destino predilecto de los turistas.

Baños es una de ellas gracias a su clima templado y paisajes llenos de majestuosas cascadas como: la cascada de la Virgen, la cascada de Agován, la cascada del Manto de la novia, la cascada del río verde, entre otras bellezas naturales, sin dejar de lado al imponente volcán Tungurahua que es quien acuna en sus faldas a esta bella ciudad,

también conocida como “la puerta de El Dorado” y “El pedacito de cielo” (Samana, 2010).

Al igual que la sierra el oriente es un destino que ofrece al turista diversas opciones de diversión principalmente deportes de aventura y actividades de relajación , que permiten que el ser humano se contacte con la naturaleza y disfrute de eso. En la provincia de Napo se encuentra Tena, ciudad con más de 21.000 habitantes.

También existen otros destinos como Papallacta (entre Quito y Baeza), reconocido por sus aguas termales a las que muchos les atribuyen beneficios curativos. Al sur del Tena se encuentra el Puerto Misahuallí un lugar tranquilo que muestra paisajes que deleitan la vista, perfecto para el descanso. Quienes prefieren la aventura no dudarán en visitar las Cuevas de Jumandí cerca de Archidona, estas son uno de los sitios favoritos para visitar de los turistas (Samana, 2010).

Sin embargo, la provincia Pichincha es una de las provincias más visitadas en Ecuador destacando principalmente a la ciudad de Quito que ha recibido diversos galardones por su belleza arquitectónica, en primer lugar se encuentra la provincia de guayas. El gráfico que se presenta a continuación muestra la concentración de extranjeros versus la concentración de nacionales en las provincias del Ecuador.

## Concentración de la demanda extranjera en el Ecuador

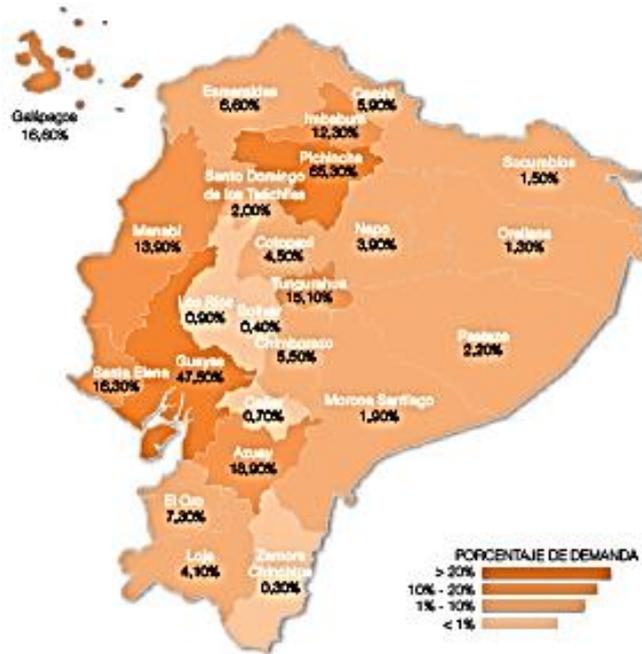
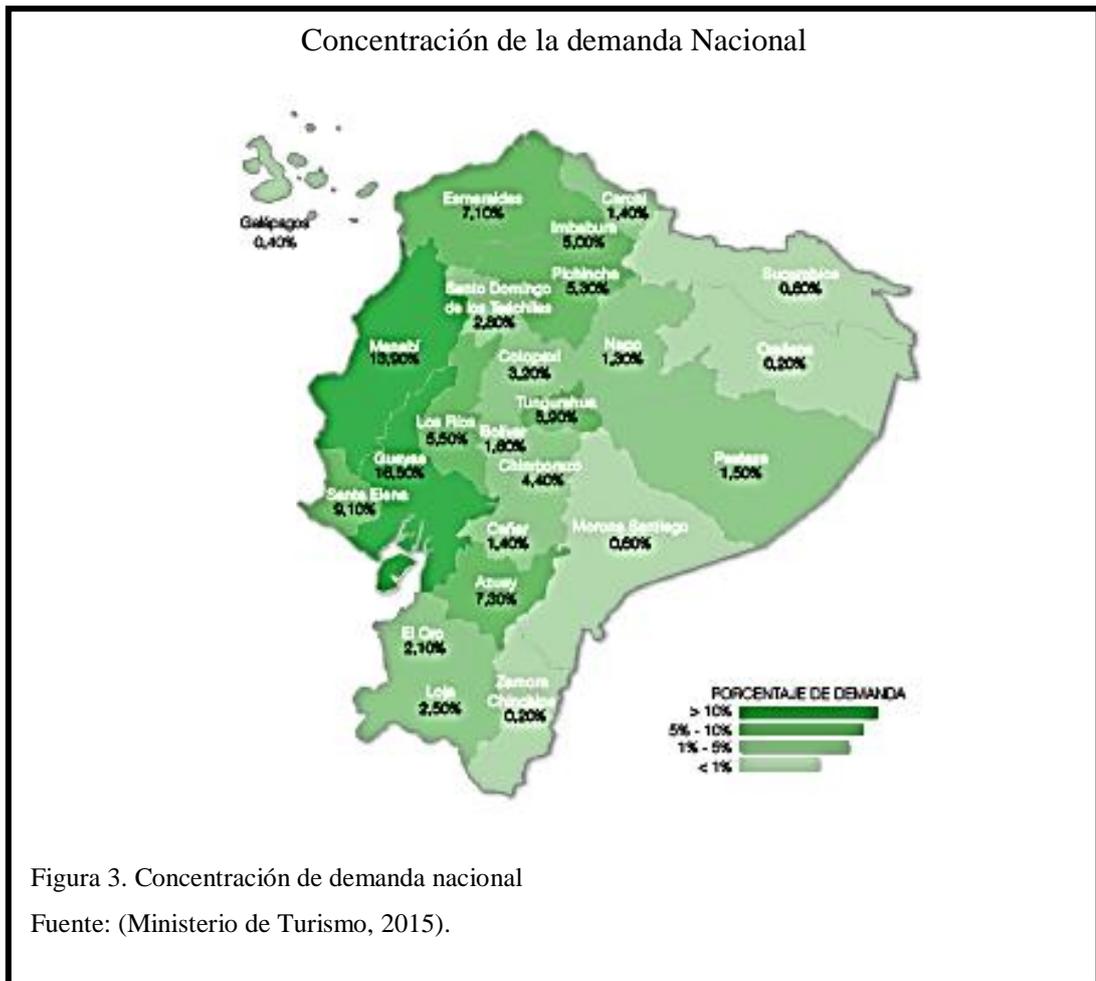


Figura 2. Concentración de la demanda extranjera

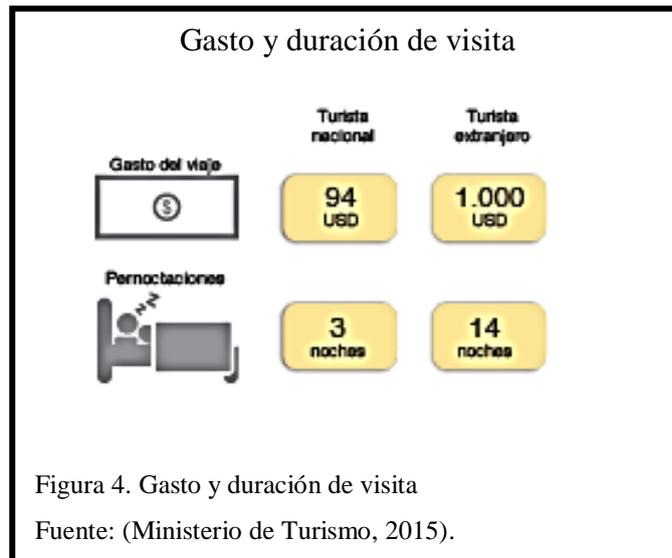
Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015).

Como se observa en el mapa, la provincia Pichincha tiene una frecuencia de visita más alta entre los turistas extranjeros, con más del 60% del total de turistas que la visitan. Esto indica una importante presencia llegada de turistas provenientes de la vecina república de Colombia, principalmente, aunque también es significativa la presencia de turistas provenientes de los EEUU, así como los ciudadanos peruanos, venezolanos y de otras nacionalidades.



En forma complementaria, en este gráfico se aprecia la concentración de la demanda nacional, que se denomina además “turismo interno”, y que tiene una mayor demanda en las provincias de la costa, de forma particular Manabí y Guayas, lo que indica una fuerte atracción que generan en la población nacional.

El número de extranjeros en el país ha crecido en estos últimos años y representa una ganancia para el país. Los turistas hacen gastos más elevados comparados a los ecuatorianos residentes. Según una investigación realizada por el Ministerio de Turismo el gasto de los turistas extranjeros asciende a 1.000 dólares, tomando en cuenta de que su estadía no disminuye de 14 noches, mientras que los turistas nacionales gastan en promedio 94 dólares y su estadía es de 3 noches, para una mejor comprensión se presenta el siguiente gráfico.



El incremento de Turistas extranjeros se evidencia en el alza de divisas “el ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) ascendió a 849,7 millones de dólares en el año 2011, es decir, 35,69% de incremento con respecto al ingreso registrado en el 2007” (Ministerio de Turismo, 2015).

### 2.1.2 Datos básicos del turismo en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Quito es la ciudad capital del Ecuador. Está ubicado en la provincia de Pichincha, rodeado por majestuosos volcanes que embellecen sus paisajes. Cuenta con un centro histórico enriquecido con su arquitectura colonial que se ha mantenido a lo largo de los siglos. Sus plazas, monumentos, iglesias entre otras muchas piezas arquitectónicas hacen que los turistas se sientan atraídos a visitar esta ciudad. Su clima es primaveral durante todo el año esto es grato para la mayoría de Turistas extranjeros. Quito es una ciudad contemporánea que gracias a su tradicionalismo y al mismo tiempo su modernidad arquitectónica logra crear un contraste fabuloso a la vista de los turistas.

Quito se fundó el 6 de diciembre de 1534. El año 1978 la UNESCO designó a Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad, esto gracias a su centro histórico. El centro Histórico capitalino es el mejor preservado y más extenso en América Latina. En el 2011 se designó a Quito Capital Americana de la Cultura por el Buró Internacional de Capitales Culturales (IBOCC), este organismo también celebra la diversidad de la ciudad en cuestión humana, arquitectónica y cultural. Esto ha dado como resultado la respuesta de diversos medios de comunicación impresos internacionales: The New York Times, Frommers, Condé Nast Traveller, San Francisco Chronicle, Los Angeles Times, le han dedicado amplios espacios y generosos comentarios. Es así como el turismo en la capital de los ecuatorianos ha tenido un alza significativa (Quito Turismo, 2013).

### **2.1.3 Datos básicos del turismo en la Comunidad Ancestral la Toglla**

La Toglla es un destino poco conocido, y los turistas que la visitan lo hacen como una forma de turismo desordenado, tomando en cuenta que la mayoría van por su cuenta, en ocasiones por casualidad y no porque esté dentro de un tour o un paquete turístico. Esto se debe a que no existe la suficiente promoción del lugar, pero una parte de los moradores de la comunidad están dispuestos a cambiar esta situación.

El presidente de la Toglla explica que acuden de 20 a 50 turistas los fines de semana y en ocasiones menos de diez. Esto es porque los atractivos naturales y culturales con los que cuenta la comunidad carecen de publicidad y difusión incluso dentro del país la Toglla no es conocida.

La Toglla cuenta con diversos recursos y atractivos turísticos que enriquecen a esta comunidad, se encuentra en las faldas del volcán Ilaló y esto hace que quienes visitan la Toglla disfruten de un lindo paisaje. Las caminatas ecológicas en el cráter del volcán Ilaló, las visitas a las reservas ecológicas en sus laderas, la quebrada Toglla Guayco, y sus fuentes de aguas termales, son algunas de las actividades que se pueden realizar en la Toglla.

### Cerro Ilaló



Figura 5. Cerro Ilaló

Elaborado por: D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En esta figura se aprecia una parte del cerro Ilaló, uno de los principales referentes geográficos de la comunidad.

### Reserva Ecológica



Figura 6. Reserva Ecológica

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En esta figura se observa parte de la Reserva Ecológica de la cual forma parte la comunidad.

### Aguas Termales



Figura 7. Aguas Termales

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Fotografía de los llamados ojos de agua, donde vierte el agua que descienden por corrientes internas del Cerro Ilaló,

### Fiestas del Inti Raymi



Figura 8. Fiestas del Inti Raymi

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Otro atractivo de la comunidad es su manifestación cultural al tener sus raíces del pueblo Kitu Kara, los rituales, danzas, música, medicina ancestral son prácticas que hacen que quienes visitan adquieren una experiencia única.

## Pambamesa



Figura 9. Mesa sagrada

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Esta figura permite apreciar la celebración de la Pambamesa, práctica cultural que se va perdiendo en otras comunidades.

## Paisaje de la comunidad La Toglla



Figura 10. Paisaje de la comunidad La Toglla

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

A pesar de la riqueza natural y cultural que tiene la comunidad hasta la actualidad no se ha podido consolidar su actividad turística por los siguientes factores.

## **2.2 Análisis interno**

### **2.2.1 Área administrativa**

En la comunidad las actividades turísticas se la ha venido coordinando con la dirección de gestión y desarrollo productivo área que forma parte del Consejo de Gobierno Comunitario, sin embargo no existe un Centro de Turismo Comunitario (CTC) legalmente reconocido por las entidades de control como la SEPS, SRI y Ministerio del Turismo que garanticen la calidad de la actividad turística en el sector.

#### **2.2.1.1 Planificación**

De lo conversado con los moradores de la comunidad que se encuentran vinculados a las actividades que contemplan el turismo ellos no ejercen sus funciones de acuerdo a una planificación por tanto no cuentan con una declaratoria de misión, visión y objetivos a alcanzar en un tiempo determinado.

Actualmente las diferentes áreas del turismo son cubiertas por personas que han desarrollado esfuerzos e iniciativas individuales no priorizando la esencia de lo comunitario que es el trabajo asociativo, motivo por el cual no se pudo ofrecer un servicio de calidad.

#### **2.2.1.2 Organización**

Internamente, la Toglla no se encuentra organizada de la mejor forma. Esto se debe a que no existe una organización orientada al Turismo Comunitario, no hay responsables en esta área.

A continuación se muestra la estructura organizacional vigente en el nombramiento emitido por el Consejo de Desarrollo de la Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CONDEPE) para el periodo (2013-2015)

- Presidente.
- Vicepresidente.

- Secretario.
- Tesorero.
- Dirigentes de Gestión y Desarrollo Productivo.
- Dirigentes de Administración de Justicia Indígena.
- Dirigente de Seguridad Ciudadana y Comunitaria.
- Dirigentes de la Familia y Religión.
- Dirigentes de Educación, Ciencia y Tecnología.
- Dirigentes de Territorio y Recursos Naturales.
- Dirigentes de Salud y Conocimiento Ancestral.
- Dirigentes de Prensa y Difusión.
- Dirigentes de Deportes y Recreación.
- Dirigentes de Arte y Cultura.

A pesar de que dentro de su estructura orgánica cuenta con una área de Gestión y Desarrollo Productivo esta no ha priorizado la actividad turística motivo por el cual no se han podido organizar de forma adecuada a las personas en la diferentes áreas.

### **2.2.1.3 Dirección**

En la Toglla actualmente es el presidente quien conjuntamente con los habitantes toma las decisiones sin embargo, según la Encuesta de Hogar para el Plan de Vida del Buen Vivir Comunitario que se realizó a 44 familias en el mes de octubre del 2014 solo el 38,64% de los encuestados están de acuerdo con el tipo de liderazgo que maneja el presidente de la comunidad los demás encuestados piensan que no se ha dirigido de una forma adecuada que motive a la integración en los proyectos planteados.

### **2.2.1.4 Control**

Al no existir registro de las personas que han visitado la comunidad el presidente de la Toglla explica que acuden de 20 a 50 turistas los fines de semana y en ocasiones menos de diez evidenciando una gestión deficiente del Turismo Comunitario en la Toglla ya que no se puede realizar una evaluación por cada área puesto que no se cuenta con objetivos ni metas que sean susceptibles de comparación.

## **2.2.2 Área operativa**

### **2.2.2.1 Hospedaje**

En la actualidad, como se mencionó anteriormente, la Toglla cuenta con los diversos atractivos turísticos que se pueden ofertar a los turistas nacionales y extranjeros.

Las personas que deciden conocer todos estos atractivos permanecen por lo general más de un día, sin embargo las viviendas de los moradores de la comunidad no están diseñadas para brindar el servicio de hospedaje, es decir, no cuentan con espacios, comodidad y privacidad que necesita el turista. La única opción de hospedaje es el Hostal “Zodiaco” que cuenta con 6 habitaciones y los servicios necesarios para una estadía cómoda del visitante (Hostal Zodiaco, 2014).

### **2.2.2.2 Alimentación y bebidas**

En el área de alimentos y bebidas los lugares que actualmente ofrecen este servicio se detalla a continuación:

Tabla 2. Locales de expendio de alimentos y bebidas

Nombre	Actividad	Capacidad
Bar El gran cañón	Restaurante	25 personas
Parrilladas José Manuel	Restaurante	40 personas

Nota: Restaurantes ubicados en la Comunidad la Toglla

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### **2.2.2.3 Atractivos turísticos**

#### **2.2.2.3.1 Atractivos Naturales**

Los atractivos como el cerro Ilaló, aguas termales, senderos, quebradas no han sido objeto de ninguna adecuación ni dotados de señalética que permita una mejor

acogida por parte de las personas que los han visitado, a continuación se describe cada uno de los atractivos en su estado actual.

### Aguas Termales

Estado actual aguas termales

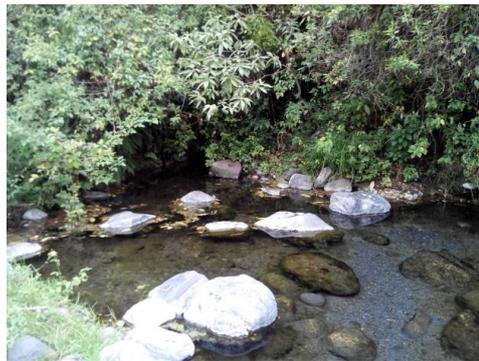


Figura 11. Estado actual aguas termales.

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Actualmente no se han realizado mejoras en los llamados ojos de agua, las piedras en el centro no permite tener una mayor apreciación de la pureza de su agua, adicionalmente para el acceso a las diferentes vertientes ubicadas a lo largo del río San Pedro no cuenta con un camino definido.

## Senderos a las aguas termales

### Sendero a las aguas termales



Figura 12. Estado actual sendero a las aguas termales

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En los senderos se encuentran algunos lugares que presentan dificultad para el acceso.

### Senderos del cerro Ilaló

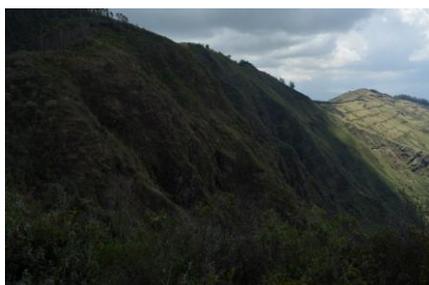


Figura 13. Senderos del Cerro Ilaló

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En la comunidad no se encuentra rótulos de información que le permita informarse de la altura, tiempo de duración de las caminatas hasta llegar a la cima.

### Fauna de la comunidad La Toglla



Figura 14. Fauna de la comunidad La Toglla  
Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En los lugares que se han destinado como reserva ecológica existe gran diversidad de flora y fauna pero cuando los turistas visita los lugares no existen información de las especies del sector.

### Quebrada Toglla Guayco

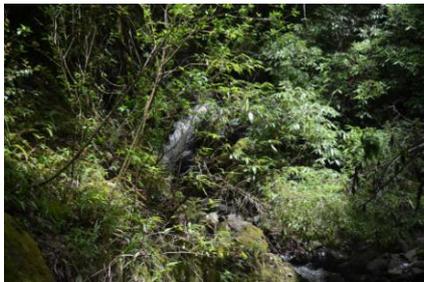


Figura 15. Quebrada Toglla Guayco  
Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Por su interior desciende las aguas del cerro Ilaló sin embargo existe poca accesibilidad al sector ya que no se han adecuado caminos para el recorrido a lo largo de esta quebrada.

#### **2.2.2.3.2 Atractivos Culturales**

La cultura sin duda debería ser la parte importante a conservar dentro de la comunidad, sin embargo las tradiciones y costumbres se han ido perdiendo en algunos miembros de la comunidad, son la gente más adulta la que lucha por mantener su esencia cultural.

#### **2.2.3 Área de talento humano**

El área de talento humano es la encargada de elegir las personas idóneas para realizar las distintas actividades dentro de la organización y además velar por el bienestar del personal.

De forma particular, se destaca que actualmente nadie está capacitado para ser guía, esta actividad se la ha venido realizando de una forma tradicional aprovechando el conocimiento que tienen las personas del territorio, lugares y atractivos turísticos.

La comunidad la Toglla no cuenta con personas capacitadas que puedan llevar a cabo esta función. Sin embargo, se podría capacitar a los habitantes para que posteriormente se desempeñen en esta área, como ser atención al cliente, idioma inglés y primeros auxilios, entre otros temas.

#### **2.2.4 Área de comercialización**

La comercialización no es uno de los fuertes de la comunidad de la Toglla esta sería una de las áreas en las que se tiene que trabajar con más capacitación. El área de la comercialización es importante porque va a ser el área que trabaje con todo el público al que nos vamos a dirigir, es decir esta es el área encargada de conseguir que los turistas acudan a la comunidad actualmente no existe una area ni un responsable que se dedique a esta labor.

#### **2.2.5 Área de finanzas**

El área financiera es una de las que se debe manejar con mucho cuidado pues es en esta área donde se va a conocer el movimiento de los recursos económicos. Por ser

un área tan delicada es importante que estén personas realmente especializadas en este campo. Actualmente las diversas actividades realizadas, como mejoras comunales que cuentan con el financiamiento de los pobladores, y que implican cobros de dinero en efectivo, son registrados de forma manual por el tesorero quien posteriormente procesa la información aplicando el programa Excel para la presentación de resultados.

## **2.3 Análisis del microentorno**

### **2.3.1 Poder de negociación de los clientes**

El cliente es una persona natural o jurídica que adquiere con frecuencia (o eventualmente) un bien o servicio de un negocio establecido en un lugar específico (Ossorio, 2003). Pero este concepto restringe la inclusión de otros aspectos que pueden ser considerados. Por ello, se agrega a este concepto básico, la siguiente explicación:

El concepto de cliente también ha cambiado, ya no implica únicamente al cliente que paga, sino todo aquel que recibe los beneficios de los bienes y servicios incluidos los servicios prestados por las Administraciones Públicas, es decir, los pacientes de los hospitales, los estudiantes de escuelas y los usuarios de transporte públicos, entre otros. También se habla de los clientes internos de la organización, como los compañeros de trabajo y jefes. El concepto de clientes tiene incluso relevancia para los amigos y los miembros de la familia (Londoño, 2012, pág. 57).

El poder de negociación con los clientes está determinado principalmente por la existencia de la competencia de otros destinos turísticos aledaños, en la misma provincia, ante lo cual los visitantes pueden optar por un servicio turístico completo, con más opciones, o que proporcione la información que el turista requiere para tomar una

decisión. Los siguientes factores son decisivos en la identificación de esta fuerza (Porter, 2006):

- Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.
- Grado de dependencia de los canales de distribución.
- Posibilidad de negociación, especialmente en industrias con muchos costes fijos.
- Volumen comprador.
- Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- Disponibilidad de información para el comprador.
- Capacidad de integrarse hacia atrás.
- Existencia de productos sustitutos.
- Sensibilidad del comprador al precio.
- Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.
- Análisis RFM del cliente (Compra Recientemente, Frecuentemente, Margen de Ingresos que deja).

El poder de negociación de los clientes está dado principalmente por las posibilidades que tienen de elegir un destino turístico diferente a la Toglla. En este caso, las opciones que tiene la comunidad son limitadas, por cuanto no se tiene un impulso publicitario, ni organización social para el desarrollo de emprendimientos colectivos en el área de turismo.

### **2.3.2 Poder de negociación de los proveedores**

Algunos factores asociados a la fuerza son (Porter, 2006):

- Facilidades o costes para el cambio de proveedor.
- Grado de diferenciación de los productos del proveedor.
- Presencia de productos sustitutos.
- Concentración de los proveedores.
- Solidaridad de los empleados (ejemplo: sindicatos).
- Amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores.
- Coste de los productos del proveedor en relación con el coste del producto final.

Los proveedores de la Toglla, como destino turístico, podrían ser:

- Ministerio de Turismo (capacitación en turismo).
- Prefectura y Consejo provincial de Pichincha (infraestructura vial).
- Municipio de Rumiñahui (dotación de servicios básicos).
- CNT: telefonía fija e internet.
- Movistar y Claro: telefonía celular.

### **2.3.3 Amenaza de productos sustitutos**

Podemos citar, entre otros, los siguientes factores de esta fuerza (Porter, 2006):

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.

En este caso, no se identifican productos sustitutos para el planteado.

### **2.3.4 Amenaza de nuevos aspirantes**

En este caso, no se identifica la amenaza de nuevos aspirantes.

### **2.3.5 Rivalidad entre competidores existentes**

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa (Porter, 2006).

En este caso, la competencia directa para la Toglla está constituida por los destinos turísticos cercanos, sea que cuenten o no con la modalidad de Turismo Comunitario, y son:

- Píntag.

- Tingo.
- Sangolquí.
- Amaguaña.

## **2.4 Análisis del macro entorno**

### **2.4.1 Económico**

La economía ecuatoriana vive un momento de incertidumbre, pues aunque las pasadas gestiones los ingresos públicos se incrementaron de forma sostenida, tanto por la exportación de petróleo como por la política fiscal, en la actualidad se experimenta una contracción del gasto público, debido a la baja en los precios internacionales del petróleo, ante lo cual se instituyeron diversos mecanismos para generar más ingresos fiscales, sea a través del incremento de tributos existentes o la creación de nuevos impuestos, así como la imposición de salvaguardias a las importaciones provenientes de Perú y Colombia , entre otras medidas.

En este contexto general, se planteó el congelamiento de sueldos, la no renovación de contratos o la no contratación de nuevo personal, con lo que la clase media que generó el crecimiento burocrático se encuentra en una situación de incertidumbre, lo que hace prever el recorte de gastos en bienes o actividades suntuosas. Es decir, el panorama del turismo interno se encuentra en una situación de incertidumbre, aunque los datos de los movimientos internos durante los últimos feriados del 2014 (navidad y año viejo) y el Carnaval de 2015 hacen prever que la gestión 2015 no golpeará de forma particular al turismo.

### **2.4.2 Sociocultural**

El Ecuador tiene una población con hábitos de movilidad humana. Si bien el turismo y la migración no son lo mismo, comparten la peculiaridad del desplazamiento humano. Debido a la construcción de carreteras en el actual gobierno, sobre todo, los hábitos de viaje en la población se incrementaron notablemente, e incluso los precios

más accesibles de los pasajes en avión, hacen que el sector turístico crezca de forma interesante.

A ello, se suma que muchas familias sufrieron rupturas por la búsqueda de mejores condiciones de vida durante las pasadas décadas, cuando la población joven de diversos cantones rurales, sobre todo, se trasladaron a las principales urbes del país, sin mencionar a quienes se aventuraron fuera de las fronteras nacionales. Entonces, se produce en determinadas temporadas, como fin de año, carnavales, difuntos, y otras, el turismo de retorno, caracterizado por las visitas temporales de los migrantes a sus lugares de origen.

Este escenario general constituye un ambiente propicio para estimular el turismo interno, principalmente, que genere una mejor opción de ingresos para los habitantes de La Toggla, considerando que el ecuatoriano recién descubre su país, y el turismo es una actividad que permite hacerlo.

### **2.4.3 Político-legal**

El gobierno nacional impulsa de forma particular el turismo, tanto interno como receptivo, lo que permite a las comunidades postergadas, o que tienen una participación baja en el turismo nacional, desarrollar estrategias de captación de nuevos viajeros. Uno de los impulsos más importantes fue la publicidad pagada durante el Supertazón, en los Estados Unidos, que generó una importante respuesta de turistas estadounidenses que potencialmente podrían visitar el país durante el año 2015.

### **2.4.4 Ambiental**

El medio ambiente en Ecuador se encuentra amenazado por diversas actividades industriales, pero en la pasada década y la presente, diversas normas legales, así como el desarrollo de la responsabilidad social empresarial y el compromiso de las comunidades humanas, se lograron diversos cambios en la mentalidad y empresarial, con un compromiso de protección y gestión responsable de los recursos naturales.

## 2.4.5 Tecnológico

Los cambios en la tecnología suponen una oportunidad para el desarrollo de estrategias comunicacionales y promoción de destinos turísticos como la comunidad La Toglla, que haría uso de estos canales para darse a conocer ante el mundo.

## 2.4.6 Demográfico

La población ecuatoriana creció a un ritmo moderado en el período intercensal 2001-2010, llegando al 1,95% (INEC, 2013). La población actual, que aún no llega a 15 millones de habitantes, tiene sin embargo un interesante complemento: el territorio continental no llega ni a 300.000 km<sup>2</sup>, por lo que se tiene una importante densidad demográfica de 44 hab/km<sup>2</sup>, es decir, cada ciudadano ecuatoriano tiene un vasto territorio por explorar en su propio país, pese al tamaño del mismo, en comparación a otros de la región.

Análisis: En líneas generales, se aprecia un macro ambiente favorable al desarrollo turístico ecuatoriano, aunque con algunas incertidumbres en lo que se refiere al turismo interno o doméstico, por el momento precario que atraviesa la economía nacional, aunque ésta no puede ser calificada de crítica.

## 2.5 Matriz FODA

Tabla 3. Matriz de análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• La Toglla se encuentra ubicado en un entorno natural privilegiado.</li><li>• La comunidad mantiene su cultura ancestral.</li><li>• El territorio cuenta con diversidad de atractivos naturales y culturales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha GAD a proyectos de Turismo Comunitario.</li><li>• Apoyo por parte de instituciones privadas.</li><li>• Financiamiento a proyectos</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la comunidad se mantienen áreas protegidas.</li> <li>• La comunidad cuenta con todos los servicios básicos.</li> <li>• Sistema vial para el acceso esta excelentes condiciones.</li> <li>• Hay gran interés de los comuneros por participar y mejorar el actual sistema de turismo.</li> <li>• Comuneros comprometidos con actividades enfocadas al desarrollo de la comunidad.</li> </ul>	<p>turísticos sostenibles provenientes del GAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente interés de los turistas por prácticas de turismo natural, cultural y de aventura.</li> <li>• Interrelación con comunidades que practican el Turismo Comunitario.</li> <li>• Cercanía a Quito y Rumiñahui, dos cantones importantes en la provincia Pichincha.</li> <li>• Desarrollo tecnológico en medios de comunicación masivos.</li> <li>• Economía dolarizada, que permite realizar proyecciones financieras con una moneda fuerte y estable.</li> <li>• Mejoramiento de la seguridad ciudadana en la parroquia y el cantón.</li> </ul>
<p>Debilidades</p>	<p>Amenazas</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se cuenta con una persona que esté encargada del Turismo Comunitario.</li> <li>• No existe una organización legalmente constituida para la práctica del Turismo Comunitario</li> <li>• La comunidad no se encuentra registrada en el Ministerio del Turismo.</li> <li>• No existe un área de Marketing para la promoción de la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de comunidades próximas donde se practica el Turismo tradicional Rumiloma.</li> <li>• Destrucción del ambiente natural primario.</li> <li>• Contaminación.</li> <li>• Cambio climático.</li> <li>• No existen acuerdos comerciales con Estados Unidos.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen oferta de paquetes turísticos.</li> <li>• Falta de capacitación a los guías y personal en diferentes áreas.</li> <li>• No cuentan con un área de operaciones.</li> <li>• Las instalaciones para el hospedaje no son adecuadas para recibir a los turistas.</li> <li>• Falta de señalización para el acceso a los atractivos turísticos.</li> <li>• Conocimientos básicos sobre el idioma inglés.</li> <li>• Falta de conciencia en el cuidado ambiental por parte de los comuneros.</li> <li>• Pérdida de la identidad cultural.</li> </ul>	
---	--

Fuente: Investigación directa, 2014-2015.

Nota: FODA. Adaptado de la investigación, por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

## **2.6 Disposición de los socios a implementar**

Los comuneros de La Toglla son receptivos a participar en las distintas actividades que demande el plan de mejoramiento de Turismo Comunitario, según se expresa en páginas posteriores, en las encuestas aplicadas a los mismos.

## **2.7 Marco metodológico**

### **2.7.1 Tipo de investigación**

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, para una mejor cobertura y colección objetiva de la información, a través de la medición estadística de la aceptación e interés por la propuesta del

estudio. El alcance de la investigación es el descriptivo, considerando que “...los estudios descriptivos, bajo un enfoque cuantitativo, buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 80).

### **2.7.2 Diseño de la investigación**

El diseño para esta investigación será de tipo transversal no-experimental. Fue transversal ya que se estudiaron los diferentes elementos que componen el objeto de estudio en un momento único, y tomando en cuenta que el propósito de estos estudios es “describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Asimismo, como se señaló anteriormente, la investigación es de tipo no experimental, ya que no se manipuló deliberadamente la variable independiente, sino que se estudió el comportamiento de las variables sin intervenir en el fenómeno, sin construir ninguna situación específica, sino observando “...situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

### **2.7.3 Métodos de investigación**

En este estudio se aplicaron los siguientes métodos:

- Método de observación. Al utilizar el método de observación nos permitirá conocer a través de la entrevista a los miembros de la comunidad su apreciación acerca del desarrollo la gestión del turismo en el sector, así como también la entrevista va dirigida al mercado objetivo para poder determinar las expectativas que tienen nuestros potenciales clientes al visitar la comunidad la Toglla.

- Método deductivo. Una vez determinado el problema de investigación el método deductivo nos permite tener una mejor comprensión de las causas que originaron el problema, ya que pasa de lo general a lo particular definiendo objetivos específicos para dar solución a cada una de ellas.
- Método Inductivo. La inducción tiene la particularidad de ir de lo singular a lo particular y además tiene una tendencia a plantear teorías generales a partir de observaciones particulares, esto es de mucha importancia ya que se origina un conocimiento fundamentado que servirá de fuente consulta en investigaciones de que tengan como objetivo mejorar el turismo en las comunidades.
- Método de Análisis. A través de este método podemos distinguir cada una de las causas que originaron que el desarrollo de turismo no deje los réditos acorde a su potencial turístico, y hacer una revisión por separado sin dejar de lado la relación que existe entre cada una de ellas. Otro aspecto relevante es que nos permite visualizar los efectos que este problema a originando en la comunidad, como es el abandono de la actividad turística desaprovechando de este modo los recursos naturales y culturales que poseen. Este método parte de una descripción general del problema de investigación, a lo específico que para nuestro caso es el diseño de un plan de mejoramiento turístico.
- Método de síntesis. La aplicación de este método en el desarrollo de la presente investigación contribuirá a reunir los varios elementos dispersos en una nueva totalidad para demostrar de una forma cuantitativa los motivos porque no se ha logrado un desarrollo turístico en la comunidad y así establecer una explicación de los errores cometidos, en este contexto su aporte es de carácter preventivo para el desarrollo del Turismo Comunitario en otras comunidades de nuestro país.

#### **2.7.4 Población y muestra**

En este caso, se tiene el universo o población constituido por ciudadanos del cantón Rumiñahui, de 20 a 55 años, es decir, el segmento de la población que podría tener interés en visitar la Toglla, y que suman 113.305 personas en total (INEC, 2013). Este mercado es considerado tomando en cuenta los siguientes factores, además de la

edad: frecuencia de viajes, interés por visitar las parroquias rurales, interés por hospedarse en sus destinos turísticos. Con esa base, se identificó de forma preponderante a turistas nacionales, con residencia permanente en el cantón Rumiñahui o en el Distrito Metropolitano de Quito, pero la aplicación de las encuestas se dio en los puntos principales del cantón Rumiñahui: San Rafael, San Luis Shopping, el Triángulo, proximidades de la ESPE, entre otros puntos estratégicos, de gran afluencia humana.

Para determinar el Tamaño de la población se obtuvo datos del INEC de acuerdo al censo realizado en el año 2010, como se detalla a continuación:

- Población turistas nacionales 14.483.499.
- Del total de la población nacional el 44,53% son de la Sierra que es 6.449.355.
- Del total de la población Sierra el 39,95% pertenecen a Pichincha que corresponde al 2.576.287.
- Del total de la población de Pichincha 3,33% corresponden al Cantón Rumiñahui que es 85.852.
- Y del total de la población del cantón Rumiñahui se tomó como referencia a las personas entre 20 y 54 años que corresponde al 50,60% que es 43.441

Por tanto, se tiene 43.441 personas a las que se debería aplicar las encuestas, por lo que se eligió un tipo de muestra probabilística, que fue determinada tomando en cuenta los siguientes elementos:

Z	=	Nivel de confianza
N	=	Tamaño de la Población
p	=	Probabilidad de éxito
q	=	Probabilidad de fracaso
e	=	Nivel de Error

Para la determinación de la muestra la fórmula sería:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N * e^2) + (Z^2 * p * q)}$$

Fuente: (Münch & Ángeles, 1990).

Aplicando al estudio tenemos:

$$Z = 1,65 \text{ (confianza del 90\%)}$$

$$N = 43.441$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,1 \text{ (error muestral del 10\%)}$$

$$n = \frac{1,65^2 * 43.441 * 0,5 * 0,5}{(43.441 * 0,1^2) + (1,65^2 * 0,5 * 0,5)} = 67,96$$

Por tanto, la muestra para el presente estudio estuvo constituida por 67,96 personas, y redondeando obtenemos una muestra de 68 personas.

### **2.7.5 Técnica de recolección de datos**

Se emplearon las siguientes técnicas de recolección de datos:

- Encuesta aplicada a los integrantes de la comunidad La Toglla.
- Encuesta aplicada a los potenciales visitantes de la comunidad La Toglla, en el cantón Rumiñahui. Las encuestas fueron aplicadas en dos días, sábado y domingo, cuando las familias salen en conjunto de paseo. Específicamente, se eligieron puntos de masiva concurrencia, como el Shopping San Luis, el Triángulo y las inmediaciones del Estadio Rumiñahui, pero la mayoría de los ciudadanos fueron reacios a responder, por lo que no se pudo incrementar el número de encuestados.

### **2.7.6 Fuentes de información**

Se tuvieron las siguientes fuentes de información para el desarrollo de este estudio:

Fuentes primarias:

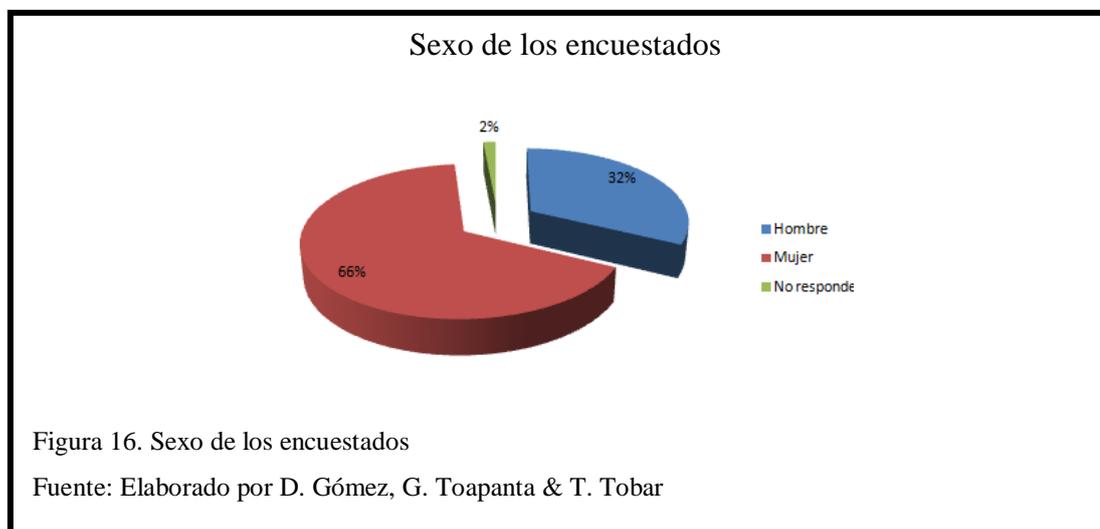
- Comuneros de La Toglla
- Habitantes del cantón Rumiñahui, potenciales visitantes de la comunidad La Toglla.

Fuentes secundarias:

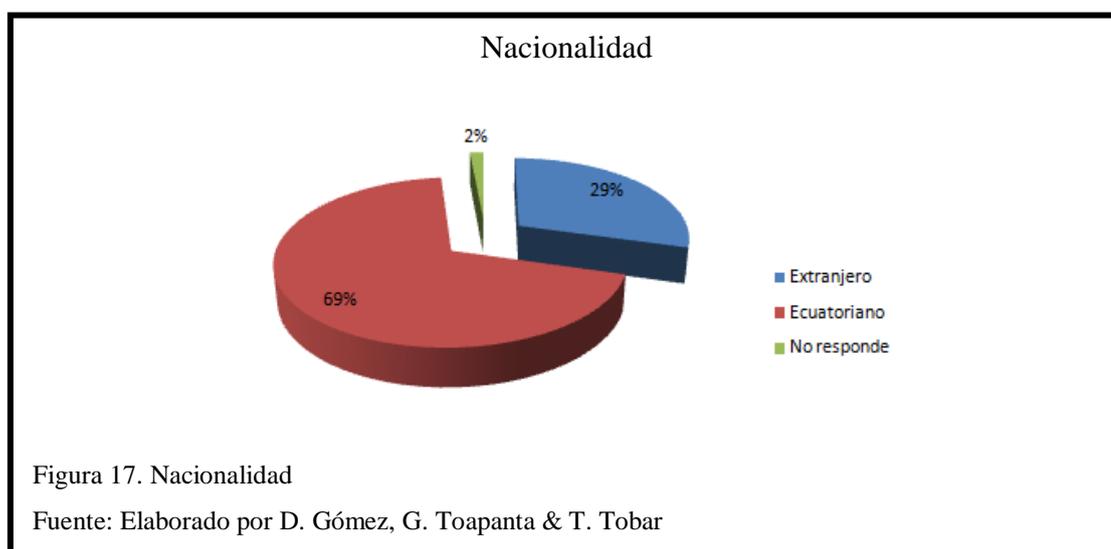
- Libros y revistas especializados.
- Artículos de periódico.
- Internet.

## 2.8 Análisis de los resultados

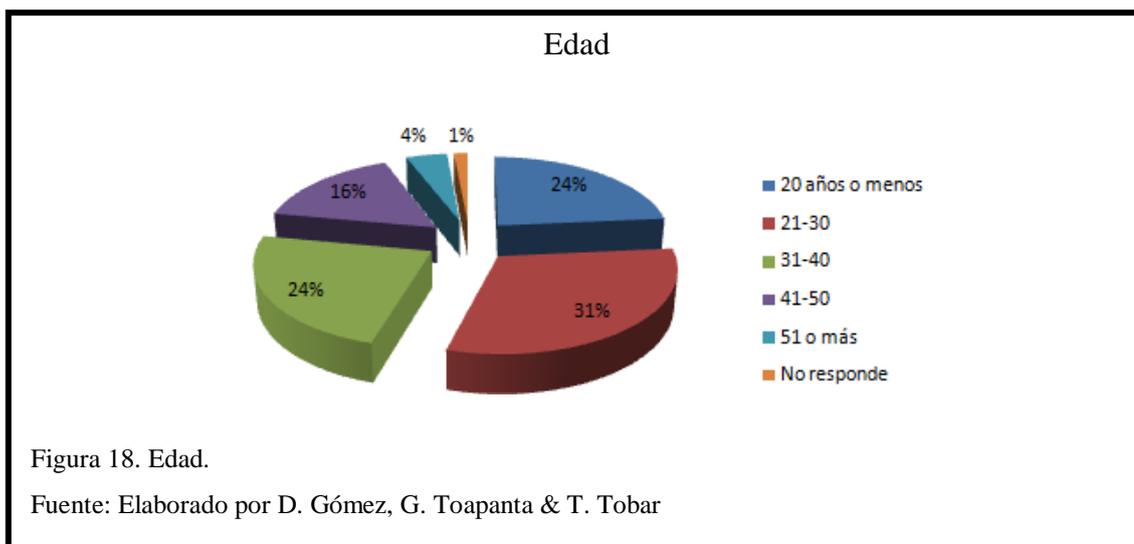
### 2.8.1 Mercado de consumidor final



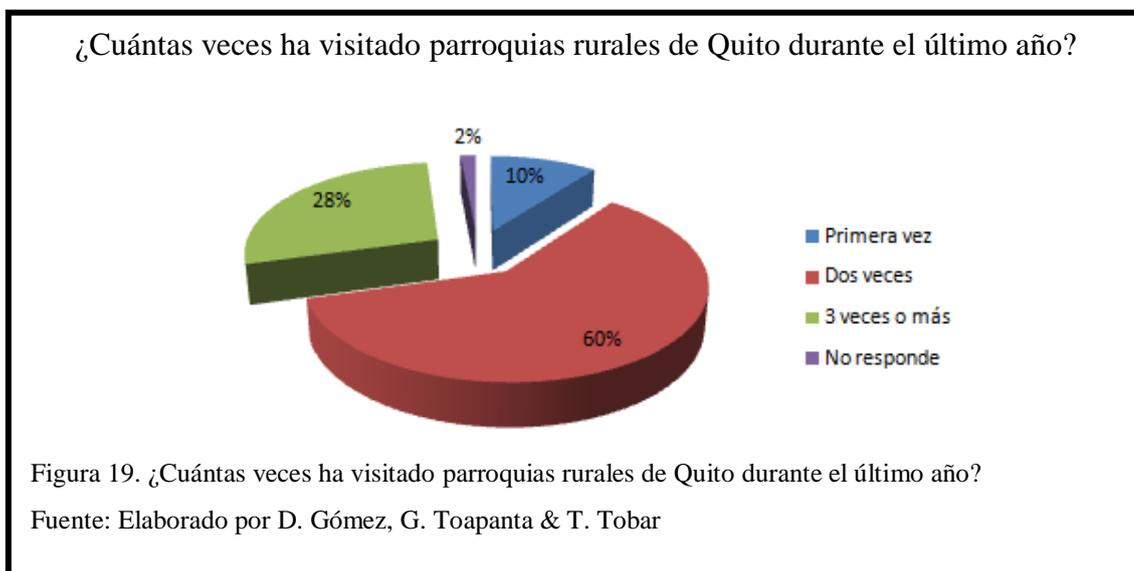
La figura anterior representa al universo con el que se llevó a cabo el estudio. El estudio determinó que del 100% de los encuestados el 66% son mujeres, el 32% hombres, mientras que el 2% se reservó la respuesta.



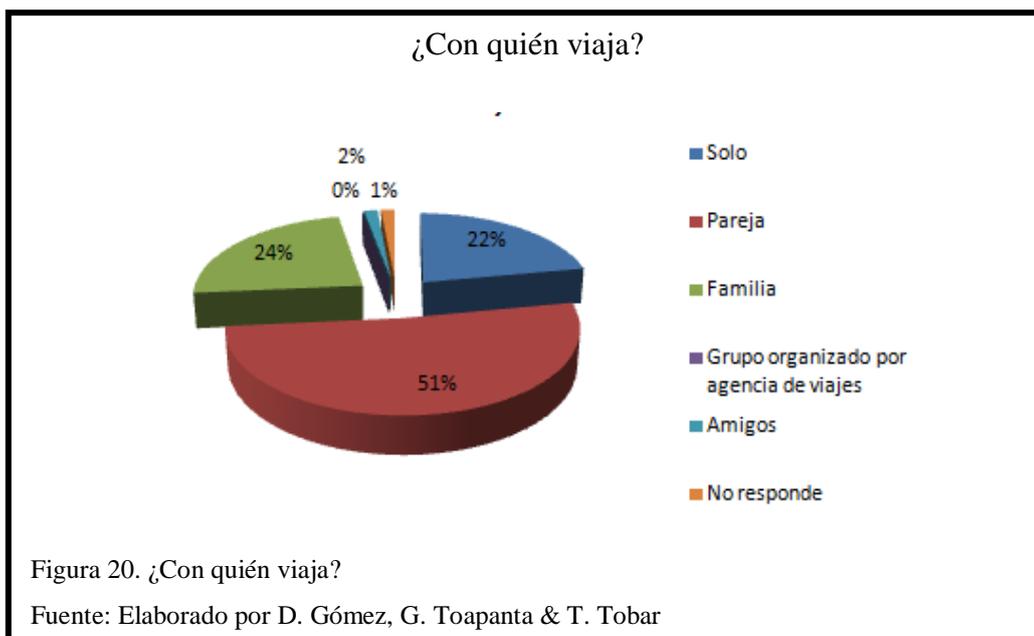
Esta figura nos muestra la nacionalidad de los encuestados, que son predominantemente nacionales, con el 69%.



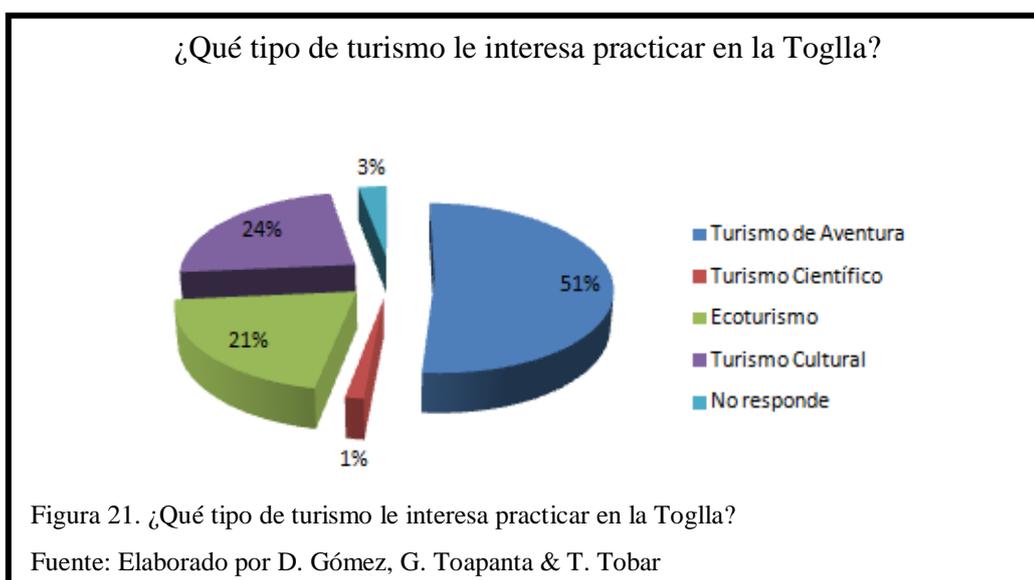
En esta figura se muestra que del 100% de los encuestados el 31% tiene entre 21 y 30 años de edad, se dio un 24% de personas de 20 años de edad o menos, al igual que entre los encuestados se tuvo otro 24% de personas entre 31 y 40 años de edad, de los encuestados el 16% tiene edad entre 41 y 50 años, mientras que el 4% está entre 51 años o más y el 1% no dio respuesta.



La figura anterior muestra que el 60% de los encuestados visitan las parroquias rurales de Quito dos veces al año, el 28% las visitan 3 veces o más, el 10% las visitan por primera vez, y el 1% no quiso dar respuesta.



En esta figura se refleja del 100% de los encuestados, el 51% viaja con su pareja; un 24% sale con su familia; el 22% va solo; existe un 1% que no responde, y se evidencia que del total de los encuestados nadie o sea el 0% viaja en grupos organizados por las agencias de viaje.



La figura anterior muestra que del 100% de los encuestados el 51% está interesado en practicar turismo de aventura, el 24% indicó que le interesaría el turismo cultural, un 21% se inclina más por el ecoturismo, el 3% no da respuesta, y un 1% desearía un turismo científico.

¿Cómo se enteró de los atractivos turísticos que ofrece la Toglla?

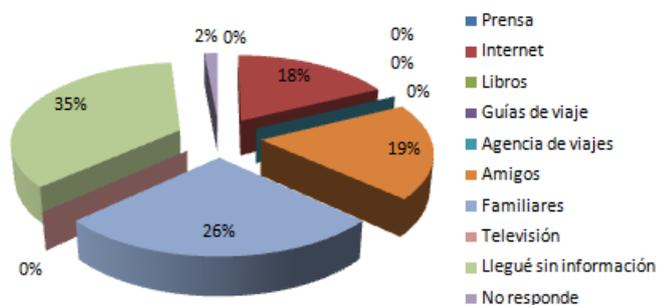


Figura 22. ¿Cómo se enteró de los atractivos turísticos que ofrece la Toglla?

Fuente: Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En esta figura se muestra que un 35% llegó a la Toglla sin información, el 26% se enteró de los atractivos turísticos por sus amigos, 18% por internet, mientras que tan solo un 2% se enteraron por medio de las guías de viaje.

¿Qué considera usted lo más importante en la Toglla?

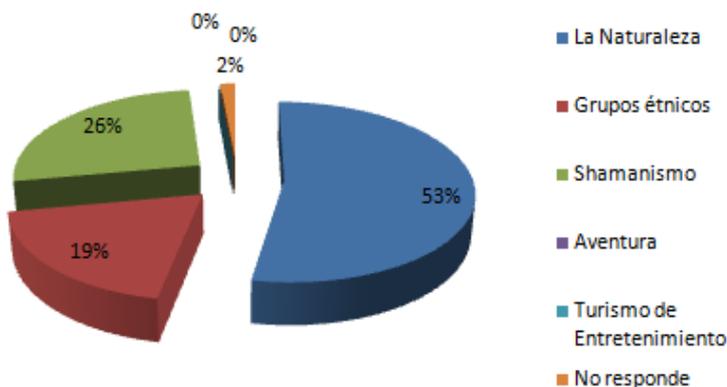


Figura 23. ¿Qué considera usted lo más importante en la Toglla?

Fuente: Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

La figura refleja que del 100% de los encuestados, el 53% piensa que lo más importante en la Toglla es la naturaleza que aquí se puede apreciar, un 26% se inclina por el shamanismo, hay un 19% que dice atraerse más por los grupos étnicos, y el 2% no da respuesta al respecto.

¿Cuál es el aspecto del turismo hacia culturas ancestrales andinas que más le importaría conocer?

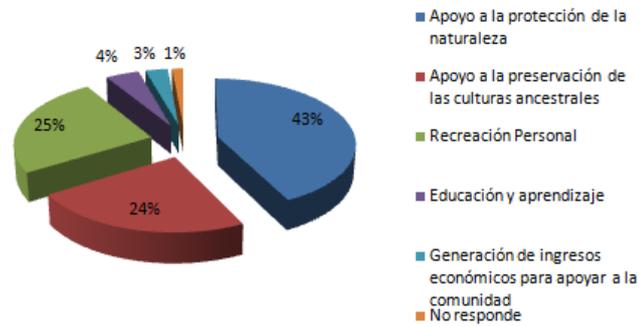


Figura 24. ¿Cuál es el aspecto del turismo hacia culturas ancestrales andinas que más le importaría conocer?

Fuente: Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En la figura se puede reflejar que del 100% de los encuestados, existe un 43% que apoya a la protección de la naturaleza, un 25% se inclina más por la recreación, personal mientras que el 24% apoya a la preservación de las culturas ancestrales.

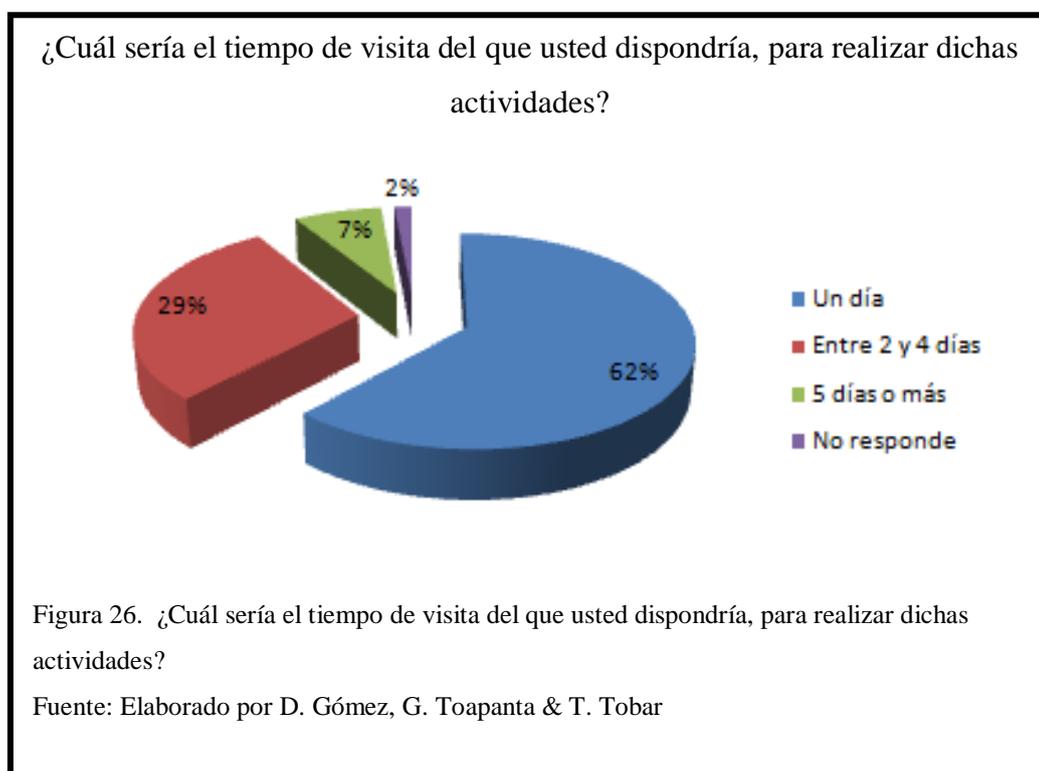
¿Qué actividades le gustaría realizar en la Toglla?



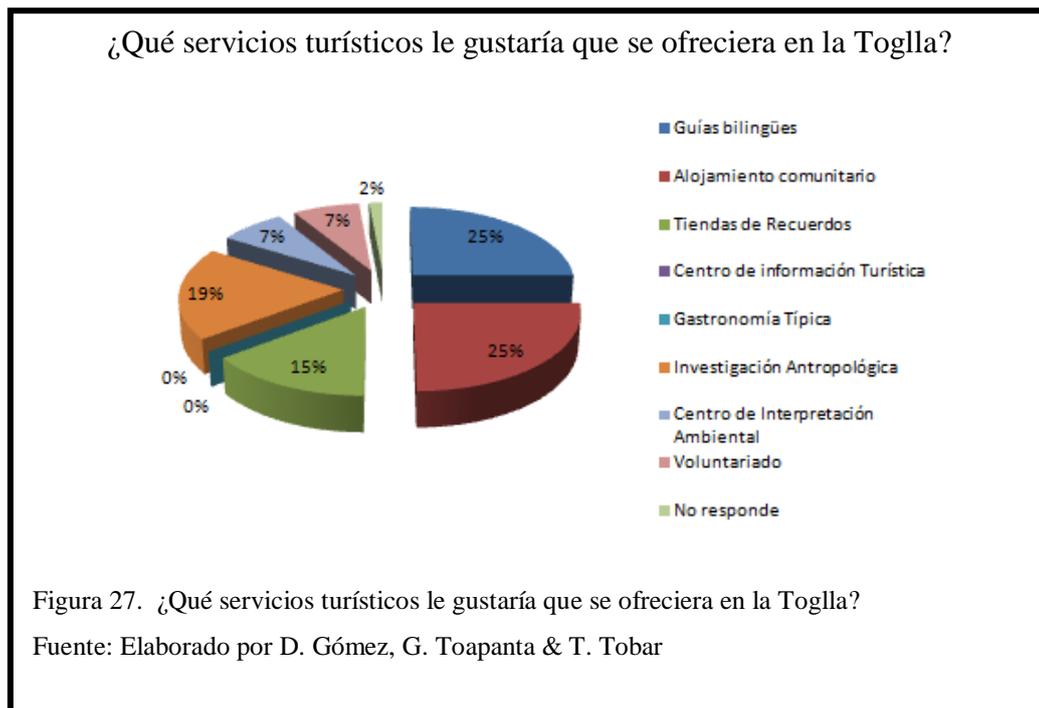
Figura 25. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la Toglla?

Fuente: Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En esta figura en relación a las actividades que les gustaría realizar en la Toglla, del 100% de los encuestados, un 16% le interesa las danzas y pintura corporal, un 14% manifestó el interés de paseos en ríos, un 12% dice que le gustaría la compra de artesanías, así también el mismo porcentaje del 12% se interesan por las caminatas.



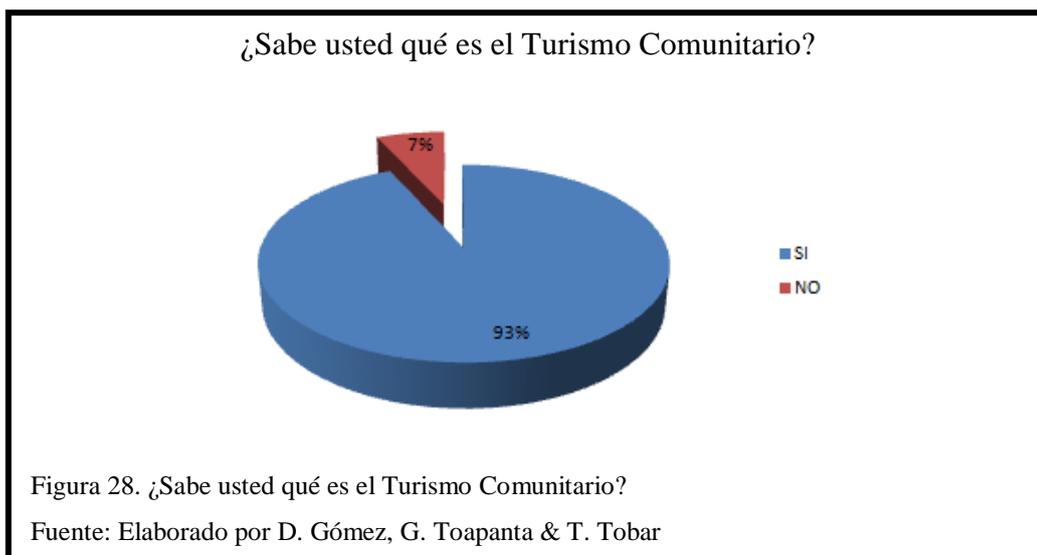
En la figura anterior muestra que el 62% dispondría de un día para realizar las actividades expuestas anteriormente, el 29% tendría una disponibilidad entre 2 y 4 días, el 7% dispone de 5 días o más, mientras que el 2% no responde.



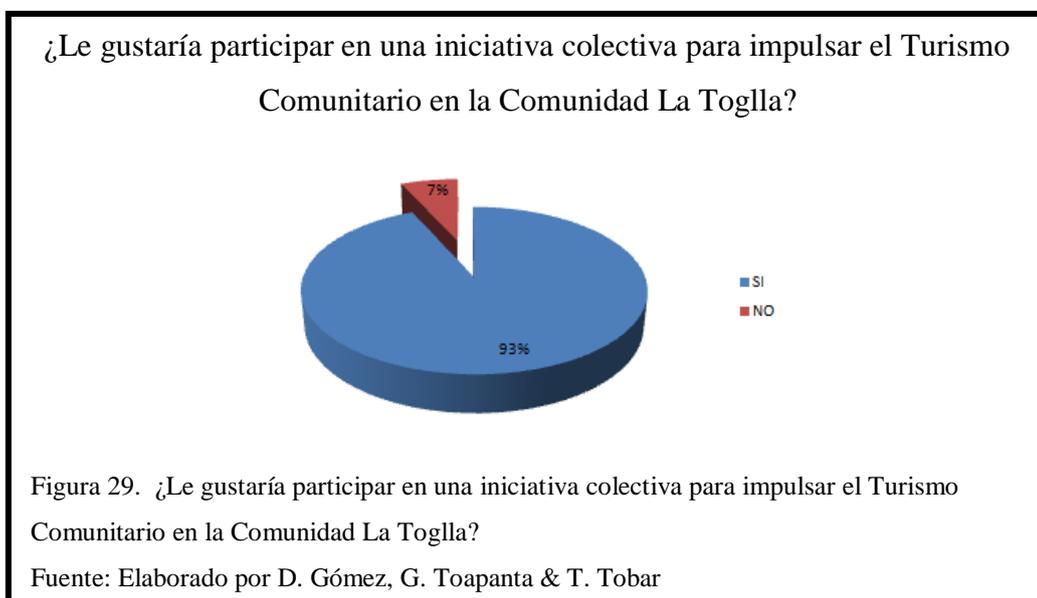
Del total de los encuestados, en esta figura se refleja que un 25% le gustaría que en la Toglla se ofreciese servicios de guías bilingües, el mismo porcentaje 25% desearía alojamiento comunitario, por otro lado el 19% le interesaría mucho que haya investigación antropológica, mientras que el 15% manifiesta que debería existir una tienda de recuerdos.

### 2.8.2 Encuestas a los comuneros

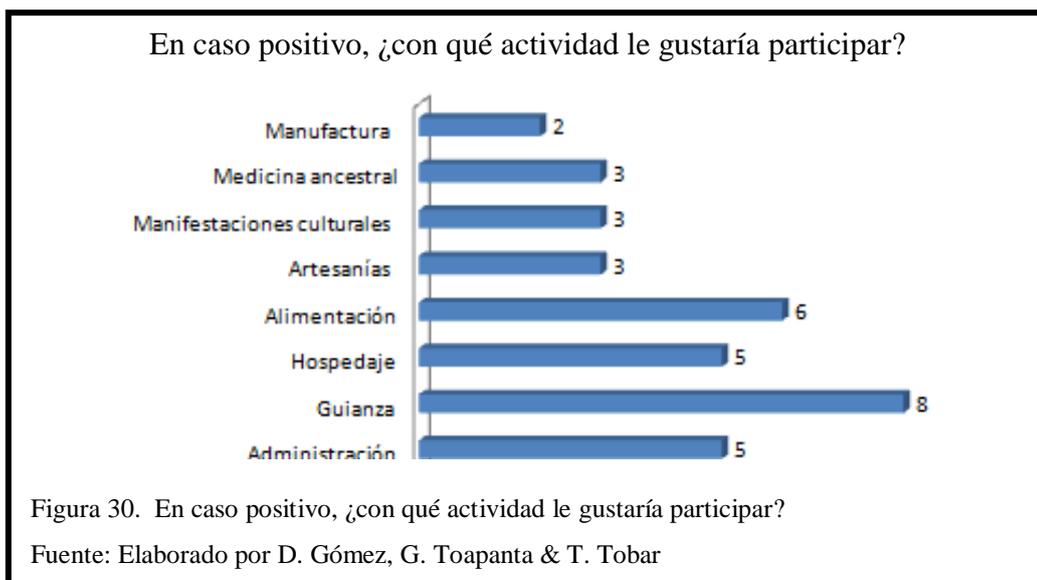
Los encuestados fueron tanto los principales dirigentes de la comunidad, como los jefes de familia que accedieron a brindar la información. El requisito más importante, aunque no fuera formulado en forma de pregunta, es la edad, es decir, que fueran personas mayores de 18 años, así como su residencia permanente en la comunidad.



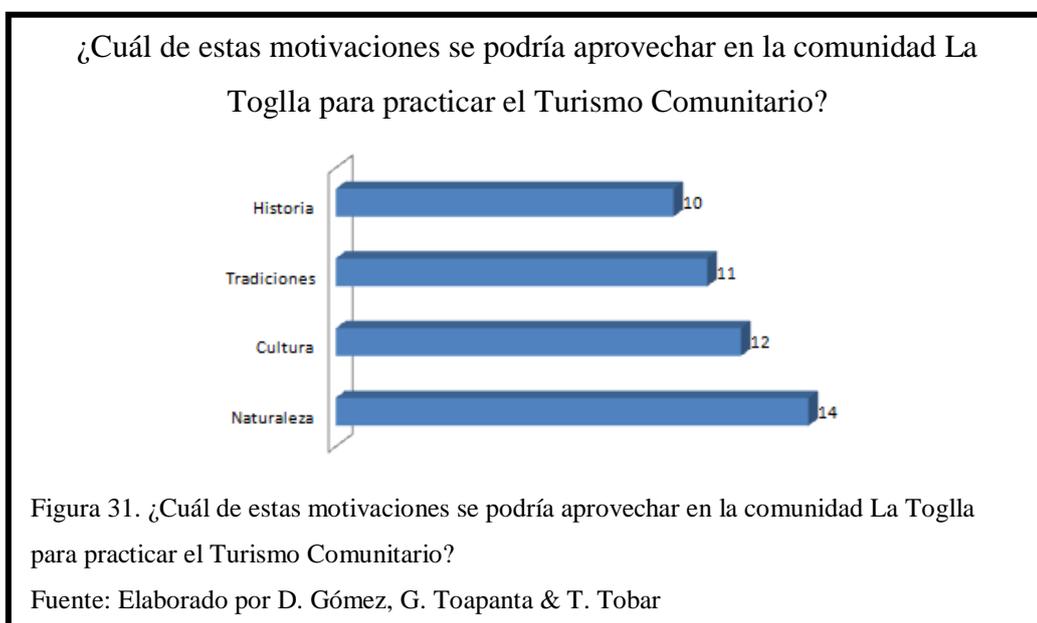
En la figura se representa de 15 personas encuestadas, que representan el 100%, el 93,33% indicaron conocer a lo que se refiere el Turismo Comunitario, porque la encuesta fue realizada al final de una visita realizada a la Comunidad Yunguilla, cuyo objetivo tenía el compartir experiencias de lo que es el Turismo Comunitario, y sólo 1 persona equivalente al 6,67%, señaló no conocer al respecto.



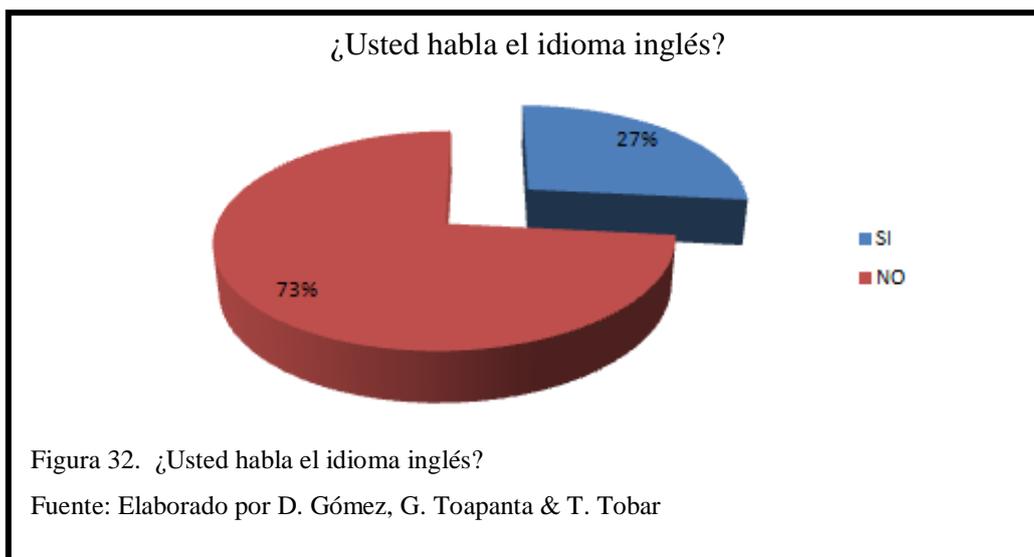
En esta figura se puede observar que el 93,3% del total de los encuestados, estarían interesados en participar en una iniciativa colectiva para impulsar el Turismo Comunitario en la Comunidad La Toglla, mientras que el 6,64% dijo no estar interesada.



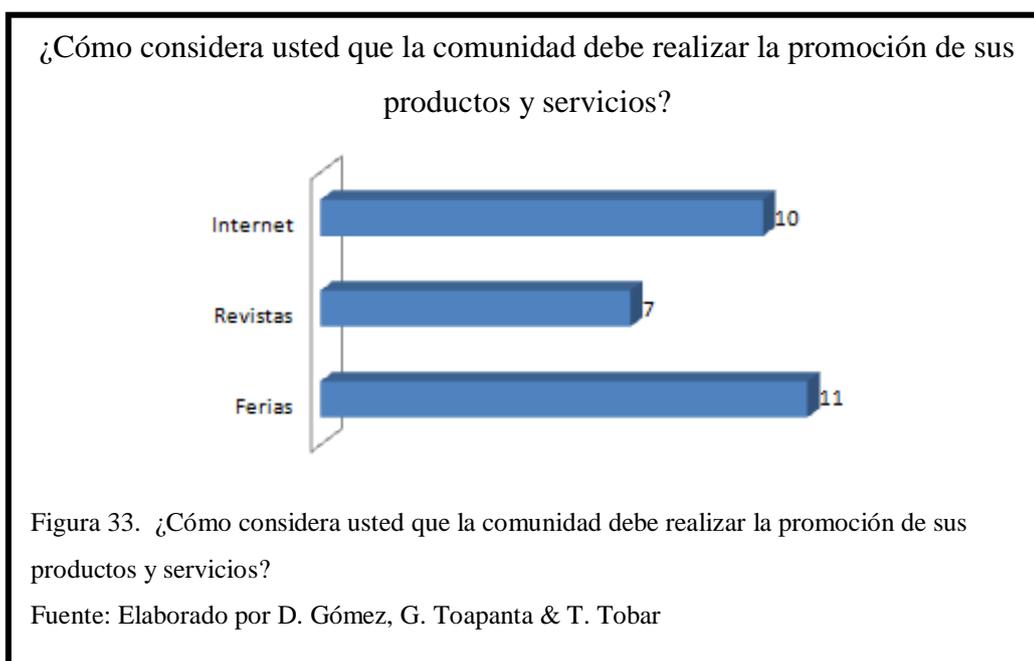
De las personas que respondieron positivamente en la pregunta anterior, se ha aplicado la pregunta acerca de la actividad en la que le gustaría participar, de las cuales 8 se interesaron por la guianza, 6 por el área de alimentación y 5 por el hospedaje y administración.



Se puede visualizar en la figura que un total de 14 personas creen que lo mejor que se podría aprovechar en la comunidad La Toglla para practicar el Turismo Comunitario es la naturaleza, 12 se inclinan por la cultura y 11 por las tradiciones.



Los resultados que se puede visualizar en esta figura al respecto del dominio del idioma inglés es que del 100% de los comuneros encuestados el 73,3% afirman que lo hablan, mientras que el 26,67 no hablan este idioma.



En la figura se puede observar que de un total de 15 encuestados, 11 personas dicen que la mejor manera de promocionar los productos y servicios de La Toglla es en ferias, mientras que 10 señalan que la mejor opción es realizar esta promoción por medio de Internet.

En qué temas considera usted que necesitan fortalecer sus capacidades las comunidades?



Figura 34. En qué temas considera usted que necesitan fortalecer sus capacidades las comunidades?

Fuente: Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

La figura revela que de los 15 encuestados, 8 mencionan que las comunidades deben fortalecerse en cuanto a la guianza, 7 en atención al cliente, otros 7 al agroturismo, y esta misma cantidad se inclinan por el idioma, mientras que 6 personas piensas que se debe mejorar en la administración, y lo mismo en cuanto a la animación turística.

## **CAPÍTULO 3**

### **PLAN DE MEJORAMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD “LA TOGLLA”**

#### **3.1 Objetivo**

Fortalecer el Turismo Comunitario en la Comunidad la Toglla, a través del desarrollo y mejora Administrativa, donde, por medio de una gestión eficiente y ordenada, se implementen estrategias en las áreas operativa, financiera, marketing y talento humano. Formando una especialización técnica en turismo, con la finalidad de generar capacidades en la población, sobre los recursos naturales y culturales contribuyendo a la economía de la comunidad a través de un Turismo Comunitario ambientalmente responsable, favoreciendo de esta manera al mejoramiento de las condiciones de vida para alcanzar un desarrollo sostenible de la economía en término de trabajo y redistribución de los beneficios.

#### **3.2 Alcance**

##### **3.2.1 Tiempo requerido**

El proyecto de mejoramiento de Turismo Comunitario mediante la creación del plan de turismo sostenible tendrá un periodo de 2 años a realizarse, desde 2015 a 2017 en la Comuna Ancestral de La Toglla, ubicada en la parroquia Guangopolo, cantón Rumiñahui, provincia Pichincha. En este proyecto se plantea un plan de desarrollo turístico comunitario, que tendrá como principales beneficiarios a todos los miembros de la comunidad, donde a través del turismo se lograra un desarrollo económico y progreso para toda la población de la comuna por medio de la creación de estrategias dirigidas a lograr la sostenibilidad en el manejo de los recursos naturales. Para el desarrollo de esta propuesta de investigación, se diseña un Plan Operativo Anual que contemple todas las áreas del turismo.

## Modelo de gestión de Turismo Comunitario

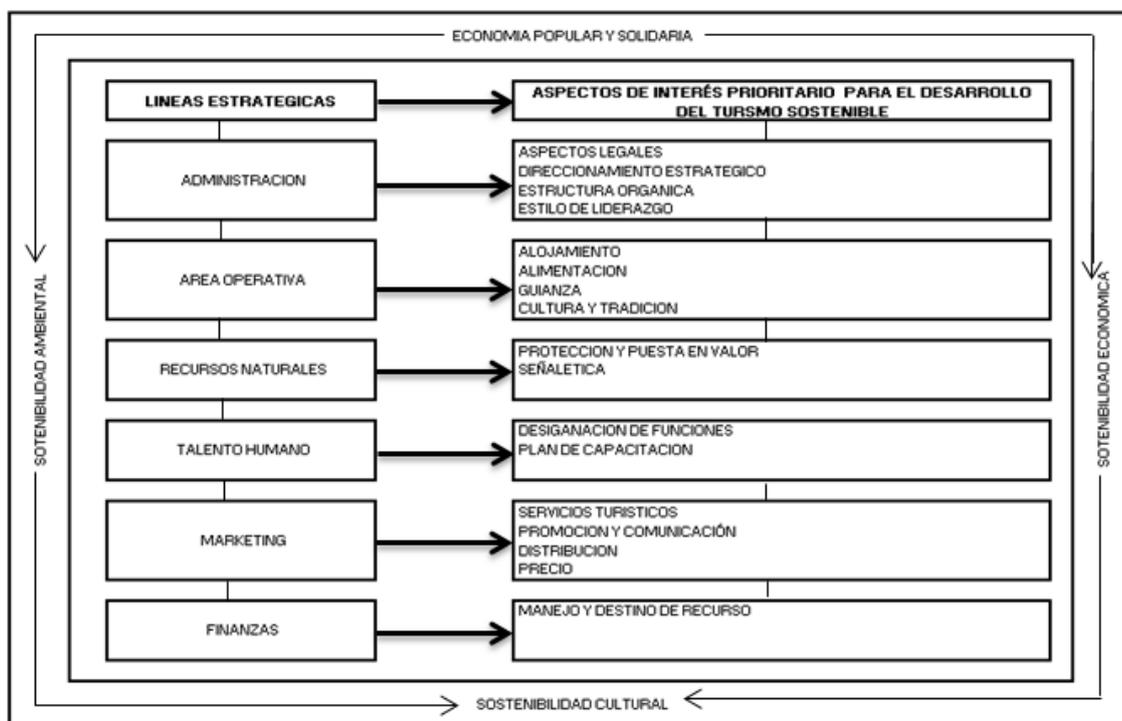


Figura 35. Modelo gráfico estratégico para mejorar la gestión del turismo

Elaborado por: D. Gómez, G. Toananta & T. Tobar

### 3.2.2 Público objetivo

En base a los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los moradores del cantón Rumiñahui se determina el siguiente cálculo del mercado objetivo:

- Del total de la población del cantón Rumiñahui contemplada entre 20 y 54 años que estarían en la capacidad económica de adquirir este servicio tenemos un total de 43.441 personas.
- En relación a la pregunta número 4 de la encuesta realizada, ¿Cuántas veces ha visitado las parroquias rurales de Quito durante el último año? se puede determinar que el 88% de los encuestados les gusta de este tipo de turismo ya que han visitado por más de una ocasión las parroquias rurales reflejando un número de 38.228 personas.

- Y de acuerdo a la pregunta 6 de la encuesta realizada ¿Qué tipo de turismo le interesa practicar en la Toglla? el 97% de los encuestados estaría dispuesto a practicar turismo de aventura, científico, ecoturismo y cultural en la Toglla, en base a esta información se pudo determinar el mercado objetivo de 37.081
- De los encuestados en referencia a la pregunta 11 ¿Cuál sería el tiempo de visita que usted dispondría, para realizar dichas actividades?. El 36% estaría dispuesto a quedarse dos días o más en una comunidad rural que sería 13.349 visitantes, mientras que el 62% dispondría de un día para esta actividad turística dando un valor de 23.732 visitantes.

Si bien la mayoría de los visitantes encuestados llegaron a la Toglla sin información, se debe orientar los esfuerzos a aquellos turistas que se informen por internet, sus familiares o amigos. En este caso, es muy importante generar turistas satisfechos que refieran La Toglla como un interesante destino turístico.

Por tanto, se prevé un potencial de 13.349 turistas que visiten la comunidad rural, y que podrían optar por el paquete #1, con pernocte de 3 días 2 noches. Adicionalmente se considera que 23.732 visitantes podrían interesarse por permanecer un solo día, y que corresponderían al paquete # 2, que no incluye hospedaje. Ambos paquetes se describen con mayor detalle en el subtítulo 3.6.1.1. Producto, de este capítulo.

Sobre ese total de turistas interesados en el paquete 1, se prevé en el primer año captar el 6,55% y de los interesados en el paquete 2 se prevé captar el 1,85% de visitantes que se desplacen por la provincia, teniendo en total:

Paquete 1	875
Paquete 2	438
Total	1.313

### **3.3 Área Administrativa**

#### **3.3.1 Planificación**

En la comunidad La Toglla existe actualmente turismo informal, por lo que es necesario dotar a esta institución de una personería jurídica como Centro de Turismo Comunitario (CTC) para el correcto ejercicio de sus funciones de acuerdo con el marco legal vigente, por lo que se plantean las siguientes actividades.

##### **3.3.1.1 Constitución de la organización**

El Centro de Turismo Comunitario La Toglla se constituirá bajo lo establecido en la normativa legal vigente que regula este sector de la economía. A continuación se detallan los procesos a seguir, para la constitución del Centro de Turismo Comunitario, según lo expresado en el Reglamento de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria:

- a) Convocar a una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización.
- b) Elegir un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, los mismos que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.
- c) Elaborar un acta constitutiva suscrita al menos por diez miembros fundadores, la misma que tendrá los siguientes puntos:

- Lugar y fecha de constitución.
- Expresión libre y voluntaria de constituir la organización.
- Denominación, domicilio y duración.
- Objeto social.
- Monto del fondo o capital social inicial.
- Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores.
- Nómina de la Directiva provisional y,
- Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

El acta constitutiva se debe entregar junto con una copia a color de cédula de identidad del representante provisional.

d) Reservar la denominación del Centro de Turismo Comunitario en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, por el plazo de 90 días, tiempo en el que deben presentar la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

e) Con todos los documentos listos en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria se debe presentar los siguientes documentos:

- Solicitud de constitución.
- Reserva de denominación.
- Acta constitutiva.
- Lista de fundadores, número de cédula, nombres, apellidos, ocupación, aporte inicial y firma.
- Estatuto social, en dos ejemplares, y,
- Certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

f) La Superintendencia revisará la documentación y de ser necesario realizará la verificación de la información otorgada, la misma que en el plazo de treinta días informará si cumple con los requisitos que establece la ley y negará o concederá la creación de la personería jurídica. Cuando se produzca la aprobación, el ente regulador notificará al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social para su inscripción en el Registro Público.

g) La Superintendencia, con el registro de directivos y representante legal, emitirá la autorización de funcionamiento la misma que debe ser exhibida en la oficina principal del Centro de Turismo Comunitario.

### Obtención del RUC

Una vez obtenida la personería jurídica, se tramita el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cumpliendo los requisitos que constan en el siguiente anexo.

### Anexo 3. Requisitos Inscripción del RUC

## Inscripción en el Ministerio de Turismo

Una vez obtenido el RUC, se procede a inscribir el Centro de Turismo Comunitario La Toglla en el Ministerio de Turismo, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar, según anexo 4. (Solicitud de centros de Turismo Comunitario)
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del solicitante.
- 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 certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- 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 del registro \$ 94,40.

Como propuesta se constituirá la asociación denominada Centro de Turismo Comunitario La Toglla, con 15 miembros que según las encuestas mostraron interés por participar en el desarrollo del proyecto, y que se encuentran comprometidas con

un desarrollo sostenible de toda la comunidad , de donde se elegirá democráticamente un directorio, integrado por un presidente, un secretario, un tesorero, además se formaron los grupos de trabajo junto con sus responsables de cada área, como guianza, hospedaje, alimentación.

Los socios del Centro de Turismo Comunitario se encontraran registrados como integrantes de la misma, donde fungirán como miembros fundadores, para lo cual se elaborará un acta de constitución de la asociación.

Como socios tienen el derecho a participar con voz y voto en las asambleas generales, donde se decidirán democráticamente todas las acciones relacionadas con la operación del proyecto, además tendrán varias obligaciones como aporta con cuotas mensuales, y predisposición a la participación de mingas cuando se les comunique para beneficio y desarrollo del proyecto.

El aporte inicial de los socios será de \$ 500, 00 dólares, con lo cual se cubrirá los gastos que se requieran para la constitución del Centro de Turismo Comunitario y trámites pertinentes en los diferentes organismos de control.

### **3.3.1.2 Elementos del direccionamiento estratégico**

La administración del Turismo Comunitario en La Toglla evidencia actualmente una carencia del plan estratégico que guíe su accionar, por lo que se proponen los siguientes elementos:

#### **Misión**

Promover el desarrollo comunitario sostenible de la Comunidad Ancestral La Toglla, orientado hacia el fortalecimiento cultural, conservación de los recursos naturales y sociales, ofreciendo servicios turísticos auténticos, y recreacionales a nuestros visitantes nacionales y extranjeros.

## Visión

La comunidad ancestral La Toglla se constituirá hasta el año 2020 en un destino turístico atractivo y reconocido a nivel nacional e internacional, vinculado a la generación de oportunidades de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes la Comunidad Ancestral La Toglla, a través de una gestión turística equilibrada que contribuya a la conservación del patrimonio cultural y natural.

## Valores

- Solidaridad;
- Respeto y protección del medio ambiente en la comunidad;
- Desarrollo social comunitario.

## Objetivos

### a) Área administrativa

- Dotar a la comunidad de La Toglla de una sección administrativa eficiente en el manejo de la organización.

### b) Área operativa

- Consolidar los servicios de hospedaje, alimentación y guiaje para los visitantes de la comunidad La Toglla.

### c) Área económica

- Desarrollar un sistema apropiado de gestión y control de las finanzas para las diferentes áreas del Turismo Comunitario en La Toglla.

### d) Área de Talento Humano

- Fundamentar los requerimientos de capacitación en temas de administración, hospedaje, alimentación y guiaje para el correcto desarrollo de las actividades propias del Turismo Comunitario.

### e) Área de Marketing

- Ejecutar un Mix de marketing que permita el posicionamiento de La Toglla como destino turístico preferente en el cantón Rumiñahui.

## Políticas

### a) Área administrativa

- Involucrar a los comuneros mayores de edad en la toma de decisiones conjunta, que beneficie a toda la comunidad.
- Fomentar la solidaridad al interior de la comunidad.

### b) Área operativa

- Los servicios turísticos deben ser brindados con calidad y eficiencia, en procura de lograr la satisfacción de los visitantes de la comunidad.

### c) Área económica

- Los servicios turísticos que brinde la comunidad La Toglla deben ser apropiadamente registrados con la aplicación de técnicas contables.

### d) Área de Talento Humano

- Se debe brindar capacitación a los comuneros en relaciones públicas, atención al cliente y otros conocimientos esenciales para el desarrollo del Turismo Comunitario.

### e) Área de Marketing

- Se debe utilizar las herramientas disponibles para el logro de los objetivos planteados, principalmente los medios masivos, como internet.

## 3.3.2 Organización

La organización estará compuesta por los siguientes cargos y funciones, en base a lo establecido por el Reglamento a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, en sus artículos 18 a 22:

Art. 18. Órgano de gobierno. El órgano de gobierno de las asociaciones EPS estará integrado por todos los asociados, quienes se reunirán ordinariamente cuando menos, una vez al año y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario. Sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos, de control, administrador y la totalidad de sus integrantes.

Art. 19. Órgano directivo. El órgano directivo de las asociaciones EPS, será electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada

trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 20. Órgano de control. Los integrantes del órgano de control de las asociaciones EPS, serán elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente de dicho órgano, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 21. Control interno. El control interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la Auditoría Interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas.

Art. 22. Administrador. El Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS por un plazo máximo de dos años. Será responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS. El Administrador deberá presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales para consideración de los órganos de gobierno y control. El Administrador del Asociación EPS está obligado a entregar a los asociados en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera.

La organización tendrá, por tanto, la siguiente estructura orgánica:

### Estructura orgánica en la gestión turística.

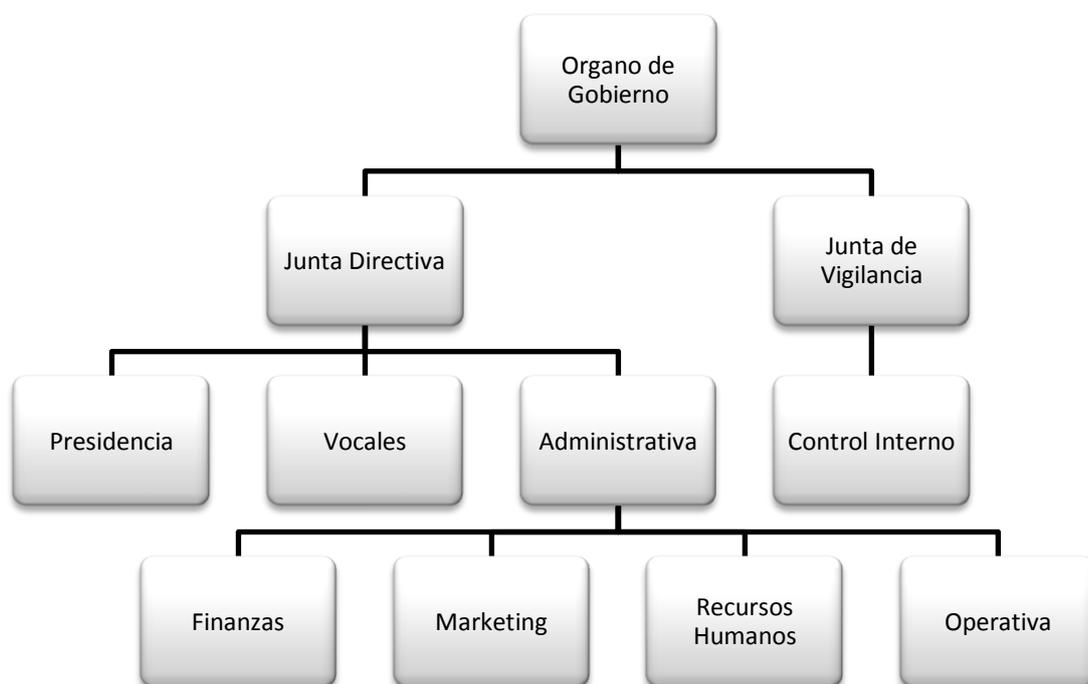


Figura 36. Modelo gráfico estratégico para mejorar la gestión del Turismo Comunitario en La Toglla

Elaborado por: D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

#### 3.3.2.1 Definición de Funciones

Se presenta estas funciones que se encargan de realizar los miembros de la asociación turística, de acuerdo a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

##### a) Junta General

Se considera la máxima autoridad dentro de la asociación y todas las decisiones tomadas por la junta se respetaran

Dentro de sus principales funciones se encuentran:

- Se encargará de la creación y reformar del Estatuto Social y el Reglamento Interno.

- Tendrá toda la potestad de designar y retirar a las personas miembros de la Junta Directiva, elegir y remover a los miembros de las Juntas Directivas, control y administrativa.
- Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva.
- Aprobar los estados financieros y el balance social de la Asociación.

#### b) Junta Directiva

La Junta Directiva estará integrada por mínimo 3 socios y un máximo de 5 socios, los mismos que serán el Presidente, el Secretario y Vocal(es) principal(es).

A continuación, se detallan las funciones de la Junta Directiva:

#### Presidente

- Dirigir, controlar y decidir el buen desempeño de la asociación.
- Coordinar las actividades de gestión y operación de la Asociación,
- Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados.
- Los documentos legales de la asociación tendrán como respaldo su firma,
- Determinará la viabilidad de los proyectos según los presupuestos de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación.
- Convocará y dirigirá las Juntas Generales y sesiones de Junta Directiva.

#### Secretario

- Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva,
- Se responsabilizará conjuntamente con el Presidente de la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones.
- Notificar a los socios la información que esté a su cargo y que le sea requerida.
- Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

#### Vocales

- Fungirá como representante de los socios dentro del proceso de toma de decisiones.

#### c) Junta de vigilancia

Sus principales funciones son:

- Se encargara del control de los gastos en los que incurra la Asociación.
- Controlará que la contabilidad se lleve de una manera ordenada y respaldada con los documentos necesarios.
- Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social.
- Presentará su Informe anual de labores a la Junta General.

#### d) Administrador

El Administrador será elegido por la Junta General, sus funciones son las siguientes:

- Fungirá como representar legalmente a la Asociación.
- Es responsable de cumplir y hacer cumplir a los socios, las disposiciones de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS.
- Gestionar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados.
- Presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales para consideración de los órganos de gobierno y control.
- Entregará a los socios la información que esté a su cargo y que se le requiera de manera oportuna.

### **3.3.3 Dirección**

#### **3.3.3.1 Estilos de Liderazgo**

El éxito de toda asociación depende principalmente de la colaboración de todos sus miembros. Por tanto, el administrador deberá desempeñar sus funciones con liderazgo, con capacidad de trabajar bajo presión, delegando el trabajo de manera eficiente y firme para hacer cumplir lo determinado, con el fin de lograr que todos los socios aporten para el desarrollo del proyecto, ya que el manejo adecuado del personal asegura el fortalecimiento del equipo.

En una asociación comunal se deberá seguir un liderazgo democrático, ya que las decisiones que se toma dentro de las asambleas serán con el consenso de todos los integrantes, puesto que se beneficiará a la colectividad.

La Economía Popular y Solidaria determina características y valores dentro de los cuales la opinión libre de todos los miembros de las asociaciones ayudara a la buena marcha del negocio.

Las decisiones se tomarán en la Asamblea General. Estas deberán ser expuestas y analizadas en conjunto con todos los miembros, por lo tanto el líder se encargara en las asambleas de fomentar el trabajo en equipo y la unión entre los socios, enfocados siempre en los resultados.

### **3.3.3.2 Sistemas de comunicación**

Es indispensable que se desarrolle una buena comunicación entre los miembros de la Asociación, siendo un recurso efectivo, por permitir una adecuada interacción y la toma de acuerdos y decisiones de beneficio colectivo. Una buena gestión de comunicación interna, sea descendente, ascendente u horizontal fomentará un ambiente de participación y trabajo en equipo, donde todos se sientan escuchados.

La comunicación ascendente entre los socios de un proyecto de turismo es necesaria puesto que las personas que se encargaran de tratar directamente con los visitantes serán los que puedan informar a sus superiores sobre las principales necesidades. De este modo intervienen directamente al dar a conocer sus opiniones respecto a las actividades que realizan. Esta comunicación es importante cuando se utiliza para informar sobre el desempeño de cada área, ya sea de manera oral o escrita, la administración podrá evaluar de manera oportuna la situación actual tanto de los visitantes como de los socios.

Dentro de la asociación también es necesario que se desarrolle la comunicación descendente, ya que esta permite que todas las decisiones lleguen a todos los miembros, de esta manera se garantizara que todos se encuentren al tanto de las metas, objetivos y planes a seguir dentro del proyecto, Dentro de la comunidad es importante hacer llegar esta información mediante carteleras manuales y folletos.

La comunicación horizontal se desarrolla entre los miembros de la comunidad, a través de estas se podrán dar solución de problemas, y coordinar distintas actividades en beneficio de la asociación. Para ello se aplicará reuniones de trabajo entre áreas.

### **3.3.3.3 Motivación**

La motivación es una importante función de la dirección, por cuanto implica el incentivo e interés de los trabajadores, así como refuerza su compromiso con la organización, de forma que se logren los objetivos organizacionales formulados a mediano y largo plazo. Al crear puestos de trabajo que brinden estabilidad para todos los miembros de la comunidad, adicionalmente todos pobladores que cuenten con cultivos serían los principales proveedores creando un ambiente de compromiso, en el cual se genere un sentido de propiedad sobre la misma organización constituye un factor de motivación adicional.

### **3.3.4 Control**

Las actividades que deberán desarrollarse para lograr la función de control en la gestión de Turismo Comunitario en La Toglla son:

1. Los activos deben ser apropiadamente registrados.
2. Identificación de los bienes que deben ser remplazados por cumplimiento de su vida útil o sustracción.
3. Notificación de cualquier traslado, señalando la fecha, razón del traslado y responsable.

Los objetivos que persigue el control en este particular caso, son:

1. Obtener información financiera correcta y segura.
2. Proteger los activos.
3. Promover la eficiencia operativa.
4. Procurar adhesión a las políticas prescritas por la dirección.

Los controles diseñados para salvaguardar los activos de la organización son pertinentes para una auditoría si afectan la confiabilidad de la presentación de estados financieros.

### 3.4 Área de Talento Humano

#### 3.4.1 Reclutamiento y selección

El reclutamiento y selección de personal tomará en cuenta principalmente las fuentes internas de reclutamiento, es decir, la propia comunidad. El personal que puede ser reclutado de esta fase estará orientado sobre todo a guianza, camareras, recepción, y alimentos y bebidas. En el área de Marketing, considerando la inexistencia de profesionales en la rama, se deberá plantear directamente el reclutamiento en fuentes externas.

El puesto de administración puede ser rotado entre los comuneros con alguna experiencia en el manejo de personal y finanzas, pero que tenga sobre todo un perfil de liderazgo, conducta proactiva y capacidad de trabajo bajo presión. Las vacantes que deberán cubrirse son:

Tabla 4. Requerimiento de personal

Área	Descripción	Número	Sueldo básico (por persona)	Sueldo Mensual	Tipo de contrato
Administración	Administrador	1	\$ 370,14	\$ 370,14	Plazo fijo
	Secretaria	1	\$ 361,90	\$ 361,90	Plazo fijo
Ventas	Representante de marketing y ventas	1	\$ 365,14	\$ 365,14	Plazo fijo
Operativa	Camareras	1	\$ 357,29	\$ 178,65	Tiempo parcial
	Guías	4	\$ 358,89	\$ 179,45	Tiempo parcial
	Cocinero	1	\$ 358,35	\$ 179,18	Tiempo parcial
	Ayudantes de cocina	1	\$ 356,58	\$ 178,29	Tiempo parcial
	Meseros	1	\$ 357,29	\$ 178,65	Tiempo parcial
Honorarios Profesionales	Dirección talento humano (trimestral)	1	\$ 300,00	\$ 100,00	Honorarios
	Contador (mensual)	1	\$ 150,00	\$ 150,00	Honorarios

Nota: Sueldos del personal requerido

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar.

#### 3.4.2 Capacitación

Para asegurar el éxito del proyecto es necesario crear un plan operativo anual de capacitación, donde se asegure tanto el conocimiento sobre turismo de los comuneros, como su preparación y compromiso con el servicio y la calidad, garantizando un buen desempeño que generaría aceptación por parte de los turistas. En este sentido, se plantean los siguientes requerimientos de capacitación para todo el personal:

Tabla 5. Plan de capacitación

Personal	Temario mínimo	Responsable	Tiempo	Presupuesto
Recepcionista	Atención al cliente	Capacitaur	8 horas	40,00
	Lengua extranjera	Capacitaur	5 meses	500,00
	Registro de ingresos y salidas	Capacitaur	3 horas	15,00
	Gestión de cobro	Capacitaur	3 horas	15,00
Camareras	Atención al cliente	Capacitaur	8 horas	40,00
Guías	Atención al cliente	Capacitaur	8 horas	40,00
	Lengua extranjera	Capacitaur	5 meses	500,00
	Primeros auxilios	Cruz Roja Ecuatoriana	6 semanas	150,00
	Técnicas de animación grupal	Capacitaur	8 horas	40,00
Cocinero	Seguridad e higiene alimentaria	Secap	8 horas	40,00
Ayudantes de cocina	Seguridad e higiene alimentaria	Secap	8 horas	40,00
Meseros	Atención al cliente	Secap	8 horas	40,00
Limpieza	Seguridad e higiene	Secap	8 horas	40,00
Total				1.500,00

Nota: Presupuesto de capacitación

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar.

### 3.5. Área Operativa

#### 3.5.1. Servicios turísticos

##### 3.5.1.1 Hospedaje

De acuerdo a la investigación realizada en el área de hospedaje, ésta no cumple con las condiciones ni elementos básicos para una estadía cómoda de los turistas.

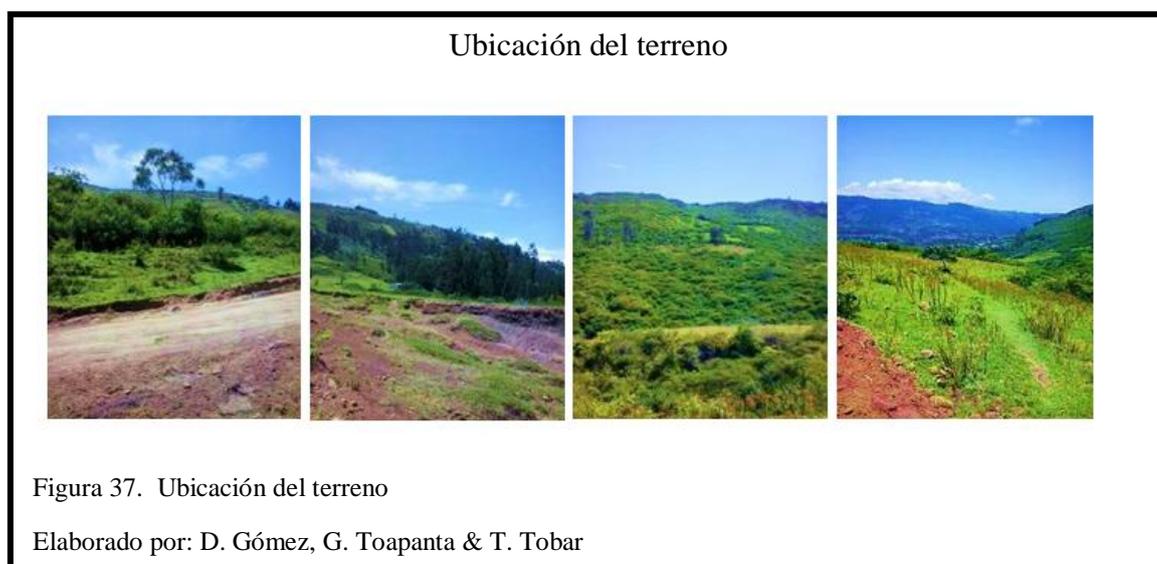
Otro aspecto importante que se puede resaltar es que a pesar de que hay la disponibilidad de 5 personas a participar en el área de hospedaje (Capítulo II Tabla No. 5) sus viviendas no son aptas para adecuaciones. Adicionalmente, se encuentran

ubicadas en el centro poblado de la comunidad por donde cruza la vía intervale provocando ruido y contaminación en el sector.

Por las situaciones anteriormente mencionadas la propuesta contempla la construcción de un “hostal comunitario” que contará con un comedor general para complementar el servicio de hospedaje permitiendo ofrecer un servicio de calidad.

### 3.5.1.1.1 Descripción del hostal

El hostal comunitario se ubicará a 2 KM del centro poblado de la Toglla, al pie del Cerro Ilaló y junto a la quebrada Toglla Guayco, lugar que promete un ambiente natural propicio para el desarrollo de la actividad, donde las prácticas de turismo sostenible serán prioritarias.



El lugar destinado para la edificación cuenta con facilidades de acceso y servicios básicos como agua potable, alumbrado público y alcantarillado.

El terreno destinado para la construcción es propiedad de la comunidad, y por tanto no transferibles, no comercializables, carecen de avalúo, y no tendrían ningún costo para el proyecto.

Esto se basa en la atribución que tiene la comunidad la Toglla respecto la posesión jurídica de las tierras que habita, y que se sustenta en la Ley Orgánica de Comunas, cuyo artículo 15 establece:

Artículo 15.-Las comunas podrán poseer tierras de propiedad colectiva, las mismas que serán inalienables, inembargables e indivisibles; también tendrán derecho a conservar las tierras de las que se encuentren posesionadas desde tiempos inmemoriales. En este caso, podrán solicitar su adjudicación de manera gratuita. Además participarán activamente en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras; y, conservarán y promoverán sus prácticas, de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural.

Es decir, esta norma prohíbe la comercialización de terrenos en el sector, por cuanto el propietario es una persona colectiva, la comunidad la Toglla.

En este contexto general, la edificación tendrá un acabado mixto en ladrillo y madera, contará con dos plantas cuya capacidad es para 18 personas. En la planta alta se contará 4 habitaciones dobles y 2 habitaciones matrimoniales cada una con baño privado, mientras que en la planta baja se ubicará 3 habitaciones dobles, el área de recepción, comedor, cocina, una sala de estar como área común de descanso y en la parte exterior se destinará un lugar para parqueadero y lavandería. A continuación se puede visualizar el diseño de la fachada, así como la distribución de cada área con la que contará el hostel comunitario.

### Fachada del hostel comunitario



FACHADA POSTERIOR  
ESCALA 1:100



FACHADA FRONTAL  
ESCALA 1:100

Figura 38. Diseño de la fachada de la hostel comunitaria  
Elaboración: Grupo Arroyo Aguirre Constructores Cía. Ltda.

## Planta baja



Figura 39. Distribución de los ambientes planta baja

Elaboración: Grupo Arroyo Aguirre Constructores Cía. Ltda.

### Planta alta



PLANTA PISO 2  
ESCALA 1:100

Figura 40. Distribución de los ambientes planta alta  
Elaboración: Grupo Arroyo Aguirre constructores Cía. Ltda.

La cotización de la construcción se la realizó con el Grupo Arroyo Aguirre Constructores Cía. Ltda., y presenta las siguientes cifras.

Tabla 6. Proforma obra civil

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
<b>OBRAS PRELIMINARES</b>				
Limpieza de terreno	m2	1.200,00	2,54	3.046,23
Replanteo y nivelación	m2	160,00	2,51	400,94
Cerramiento provisional de madera contrachapada	MI	140,00	26,86	3.760,31
Caseta de guardianía y bodega	m2	20,00	31,30	625,95
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>7.833,43</b>
<b>ESTRUCTURA</b>				
Excavación manual < 2,00m	m3	9,60	11,81	113,38
Hormigón ciclopeo f'c = 180 Kg/cm <sup>2</sup> en cimiento corrido	m3	9,60	156,00	1.497,60
Material de Mejoramiento bajo contrapiso	m3	15,40	26,98	415,49
Columnas de madera tratada de eucalipto de 20 x 20 cm.	M	138,00	24,50	3.381,00
Vigas de entrepiso de madera tratada de eucalipto de 20 x 20 cm.	M	240,00	24,50	5.880,00

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Alfajías de madera tratada de eucalipto de 10 x 10 cm.	m2	205,00	17,80	3.649,00
Grada de madera de eucalipto	Gb.	1,00	900,00	900,00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>15.836,47</b>
<b>CUBIERTA SOBRE ESTRUCTURA DE MADERA</b>				
Vigas de madera tratada de eucalipto de 10 x 20 cm.	M	260,00	20,30	5.278,00
Piezas de madera tratada de eucalipto de 5 x 5 cm.	M	480,00	12,40	5.952,00
Suministro y colocación de planchas Teja Thermoacoustic	m2	221,00	28,25	6.243,25
Canalòn para agua lluvia, tol galvanizado de 1/40" b=15cm , h=15cm	M	60,00	27,40	1.644,00
Bajante para agua lluvia, tol galvanizado de 1/40" 15 x 15 cm.	M	49,60	32,46	1.610,02
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>20.727,27</b>
<b>MAMPOSTERÍAS</b>				

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Mampostería de ladrillo 20 cm con mortero 1:3	m2	487,20	32,60	15.883,72
Acabado de paredes 1:3 filos	Ml	913,50	7,94	7.253,19
Pintura	m2	913,50	6,13	5.601,62
Cerámica para pared	m2	118,80	18,40	2.185,92
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>30.924,45</b>
<b>PISOS</b>				
Contrapiso de hormigón simple e= 10 cm. (Hormigón de f'c = 180 Kg/cm2)	m2	154,00	16,50	2.541,00
Piso de cerámica Clase A	m2	171,06	31,30	5.354,18
Piso de madera tratada	m2	136,94	42,00	5.751,48
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>13.646,66</b>
<b>ELEMENTOS DE MADERA</b>				
Puerta de madera 90 x 210 cm.	U	9,00	255,00	2.295,00
Puerta de madera 70 x 210 cm.	U	10,00	220,00	2.200,00
Puerta doble de entrada 180 x 210 cm.	U	1,00	540,00	540,00

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Closet de madera	U	6,00	280,00	1.680,00
Mesón de cocina con mueble	U	1,00	660,00	660,00
			SUBTOTAL	7.375,00
<b>ACCESORIOS HIDROSANITARIOS</b>				
Lavamanos blanco 46 cm. (incluye Grifería)	U	10,00	65,00	650,00
Inodoro blanco con depósito (incluye grifería)	u	10,00	84,00	840,00
Fregadero cocina (incluye grifería)	U	1,00	299,00	299,00
Suministro y colocación de ducha mezcladora	U	9,00	76,00	684,00
Suministro y colocación de accesorios para baño en acero inox.	juego	10,00	51,00	510,00
			SUBTOTAL	2.983,00
<b>COMPLEMENTOS DE MADERA</b>				
Ventanas de madera	m2	21,00	113,40	2.381,40
Pasamanos de madera	M	4,80	110,40	529,92
Mangón de madera	M	8,40	59,00	495,60
			SUBTOTAL	3.406,92
<b>INSTALACIONES</b>				
Sistema de agua potable	Gb.	1,00	16.000,00	16.000,00
Sistema sanitario	Gb.	1,00	18.000,00	18.000,00
Sistema eléctrico normal	Gb.	1,00	25.000,00	25.000,00
			SUBTOTAL	59.000,00
<b>OTROS</b>				
Dinteles	M	21,00	13,21	277,41
Limpieza final de la obra	m2	160,00	0,75	120,00
			SUBTOTAL	397,41
<b>TOTAL CONSTRUCCIÓN</b>				<b>162.130,61</b>

Nota: Presupuesto de obra civil

Elaboración: Grupo Arroyo Aguirre constructores Cía. Ltda.

## Cronograma de realización de obras

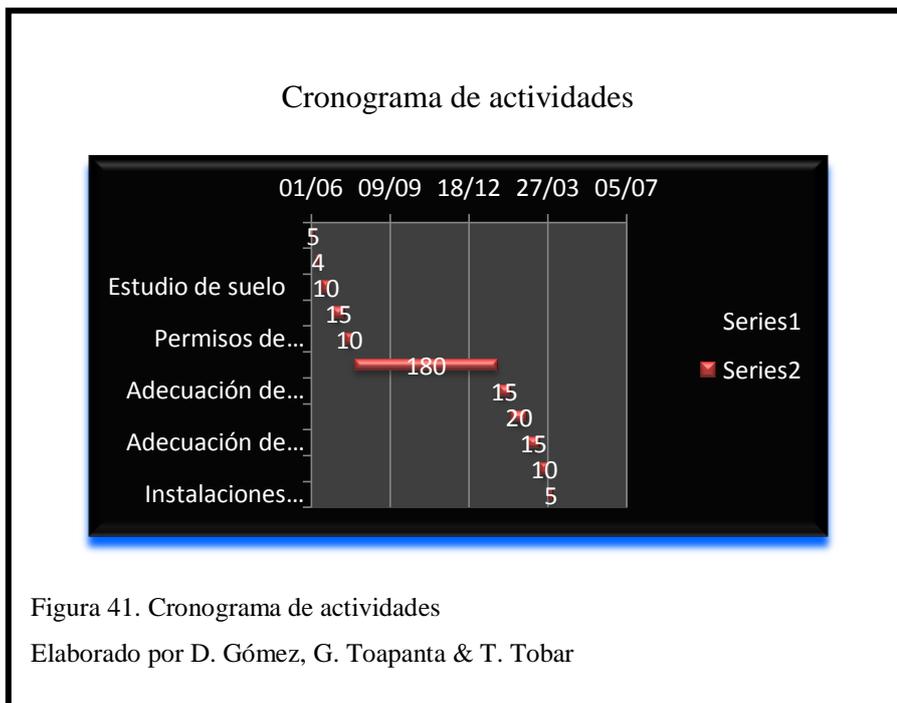
La construcción del hostel comunitario tendrá un periodo de duración de 12 meses.

Tabla 7. Cronograma de actividades

<b>Nombre de la Tarea</b>	<b>Comienzo</b>	<b>Días</b>	<b>Fin</b>	<b>Responsable</b>
<b>Elaboración de Planos</b>	01/06/2015	5	06/06/2015	Constructora
<b>Elaboración de Maqueta</b>	08/06/2015	4	12/06/2015	Constructora
<b>Estudio de suelo</b>	15/06/2015	10	25/06/2015	Constructora
<b>Preparación del terreno</b>	29/06/2015	15	14/07/2015	Constructora
<b>Permisos de Construcción</b>	15/07/2015	10	25/07/2015	Constructora
<b>Construcción del Hostel Comunitario</b>	27/07/2015	180	23/01/2016	Constructora
<b>Adecuación de jardinería</b>	25/01/2016	15	09/02/2016	Constructora
<b>Construcción de la entrada principal</b>	10/02/2016	20	01/03/2016	Constructora
<b>Adecuación de parqueadero</b>	02/03/2016	15	17/03/2016	Constructora
<b>Instalaciones Eléctricas</b>	18/03/2016	10	28/03/2016	Constructora
<b>Instalaciones sanitarias</b>	29/03/2016	5	03/04/2016	Constructora

Nota: Cronograma de ejecución de obra

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar.



### 3.5.1.1.2 Mobiliario.

Para que el hostel cuente con un ambiente comodo, se ha considerado una serie de muebles, artefactos, utensillos y dotaciones que debe tener el hostel comunitario para prestar un servicio de calidad. La Inversión total estimada para la adecuacion del mobiliario del hostel comunitario es de \$ 13.602,18, los mismos que se detallan a continuacion de acuerdo a los precios que se encuentran en el mercado actual.

Tabla 8. Inversion del Mobiliario para el hostel comunitaria

<b>EQUIPAMIENTO PARA HABITACIONES</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>		<b>V/UNIT</b>	<b>V/TOTAL</b>
Camas de plaza y media	14	unid.	125,00	1.750,00
Camas de dos plazas	2	unid.	140,00	280,00
Colchones de plaza y media	14	unid.	89,00	1.246,00
Colchones de dos plazas	2	unid.	100,00	200,00
Juegos de sábanas dos plazas	32	unid.	13,00	416,00
Almohadas	18	unid.	3,49	62,82
Edredones	18	unid.	45,00	810,00
9 Closet de 2 x 1 m2 c/u	18	m2	120,00	2.160,00
Velador	9	unid.	50,00	450,00
Cortinas	9	unid.	8,00	72,00
Lamparas	9	unid.	27,00	243,00
Hamacas	3	unid.	25,00	75,00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>7.764,82</b>
<b>EQUIPAMIENTO PARA BAÑOS</b>				
Toallas	30	unid.	6,95	208,50
Cortina de baño	9	unid.	6,00	54,00
Basurero	9	unid.	15,99	143,91
Espejo	10	unid.	48,00	480,00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>886,41</b>
<b>EQUIPAMIENTO PARA COCINA</b>				
Cocina Industrial	1	unid.	550,00	550,00
Juego de ollas	1	unid.	165,00	165,00
Horno micondas	1	unid.	120,00	120,00
Muebles de cocina	6	m2	120,00	720,00
Pozos de lavabo	1	unid.	109,99	109,99
Refrigeradora	1	unid.	645,00	645,00
Escurridor de platos	1	unid.	26,00	26,00
Vajilla	5	unid.	35,00	175,00
Juego de cubiertos	2	unid.	24,99	49,98
Basurero	2	unid.	15,99	31,98
Tanque de gas	2	unid.	45,00	90,00
Licuadaora	1	unid.	54,00	54,00
Extractor de jugos	1	unid.	144,00	144,00
Varios	1	unid.	200,00	200,00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>3.080,95</b>
<b>EQUIPAMIENTO PARA COMEDOR</b>				
Juego de comedor para 4 personas	5	unid.	280,00	1.400,00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.400,00</b>
<b>EQUIPAMIENTO PARA SALA DE ESTAR</b>				
Juego de sala de madera	1	unid.	470,00	470,00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>470,00</b>
			<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>13.602,18</b>

Nota: Presupuesto adecuación del hostel

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### 3.5.1.2 Alimentación y bebidas

La sección de alimentos y bebidas en el hostel estará compuesto por un cocinero y un ayudante La Tabla 5 del capítulo II describe que existen personas dispuestas a participar en esta área por lo que es necesario realizar capacitación al personal en las siguientes competencias.

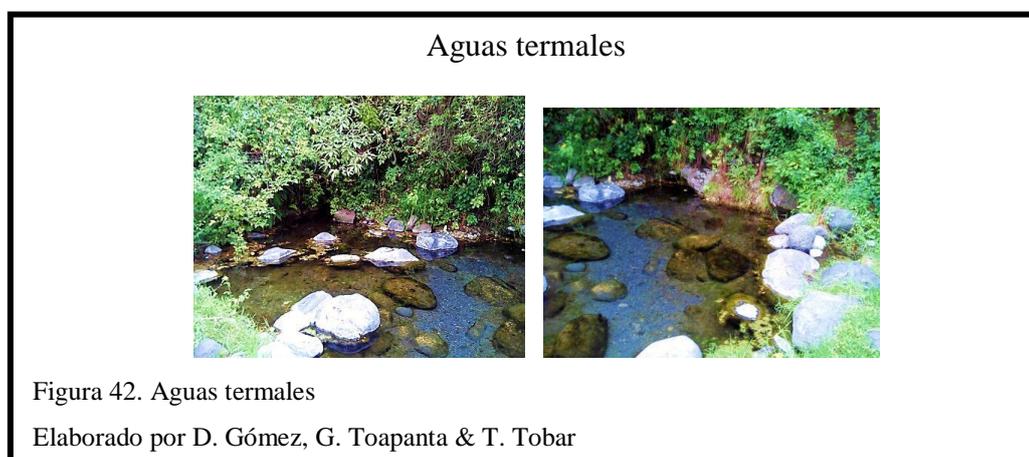
- Higiene personal.
- Conocimiento de los alimentos y las bebidas.
- Preparación, manipulación e higiene de los alimentos.
- Almacenamiento, organización y cuidado de los alimentos y bebidas.
- Actitud hacia los clientes.

### 3.5.1.3 Atractivos turísticos

La Comuna Ancestral la Toglla cuenta con diversos atractivos turísticos sin embargo se necesita que se realicen mejoras para potencializar su interés hacia los turistas. A continuación se describe las mejoras a realizarse.

#### Aguas termales

En los llamados ojos de agua, nombre con el que se le cataloga a las termas en la comunidad el agua está constantemente vertiendo, actualmente no se encuentran adecuados por lo que el agua se desborda hacia el rio San Pedro, para ello se propone hacer una ampliación en ancho y profundidad para aprovechar la vertiente.



Según la observación realizada se recomienda la adecuación de los ojos de agua cuya dimensión será de 4m. de largo por 3m de ancho y una profundidad de 1m.

De lo conversado con los comuneros estas labores serian realizadas en 5 mingas los fines de semana por lo que no se destinará presupuesto.

Las actividades a realizarse son las siguientes.

- Limpieza del lugar.
- Retiro de piedras del centro de las vertientes.
- Ubicación de las piedras en los extremos de cada ojo de agua donde se necesite.
- Excavación y removimiento para llegar a las medidas propuestas.
- Adecuación de caminos con piedras del lugar.

### Senderos

Para este proyecto se aplicará los senderos guiados, en donde el guía acompaña al visitante exponiendo la interpretación del sendero e informando sobre los recursos turísticos de la comunidad creando un sentido de apreciación y motivación siendo un atractivo para el público. En este sentido, se propone la adecuación de los senderos naturales que permita el mejor acceso de los turistas al cerro y aguas termales. Para la adecuación de estos senderos se realizarán mingas para las actividades de ampliación, corte de ramas que obstaculizan el paso logrando de esta manera comodidad en las caminatas realizadas.



Una vez realizadas las mejoras planteadas en los atractivos turísticos se deberá satisfacer las necesidades básicas de información e interpretación de recursos naturales como flora y fauna así como también rutas que conlleven a cada destino turístico, por lo que en el siguiente apartado se presenta la señalética a utilizarse que contribuyan a presentar un turismo organizado y de calidad.

### Señalética

Cada sendero llevará en su inicio un rotulo o señalización en el cual debe indicar información básica, tal como: nombre del sendero, longitud y el tiempo de recorrido.

Por medio de la señalización los turistas podrán obtener información sobre sitios de interés como atractivos naturales, culturales, actividades turísticas y de servicios.

Se aplicará las señalizaciones de acuerdo con el capítulo VII del Manual de Señalización Turística, que habla de las señales turísticas y de servicios donde se considera que a través de una buena instalación y equipamiento de señalización se puede brindar al turista mejor información, orientación y seguridad con el fin de crear productividad mediante el turismo.

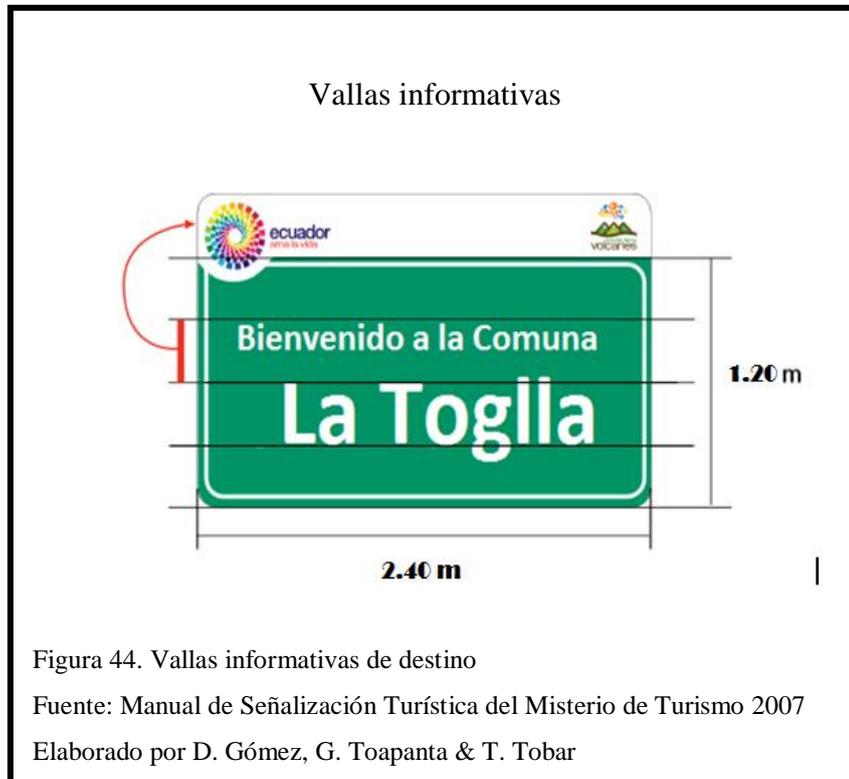
Es importante destacar que el manual establece que la actividad turística del Ecuador está generando una demanda de servicios turísticos, por lo que su aplicación efectiva de la señalética contribuirá a elevar la calidad del servicio turístico.

A continuación se describen algunas de las señalizaciones que se utilizarán en la comunidad de la Toggla con el fin de satisfacer e informar al turista de los destinos, servicios y actividades que podrá realizar en la comunidad según el Manual de Señalización Turística del Ministerio de Turismo

### Vallas informativas de destino

Al no contar con algún tipo de señalética hace nulo el reconocimiento del sector por parte de los visitantes que transcurren por la avenida Intervalles. Con el fin de lograr una mejor orientación del sector, se propone la instalación de una señalización

turística en el puente peatonal que se encuentra en la entrada principal de la comuna que servirán de gran utilidad a los turistas y visitantes, logrando que la Comunidad Ancestral de la Toglla se pueda identificar de manera eficiente:



La señalética de atractivos naturales, culturales y turísticos.

La señalética de este tipo se ubicará de manera estratégica entre los senderos, con la participación de todos los socios del proyecto.

### Pictogramas atractivos naturales



Termas

Observación de Aves

Observación de Flora



Área protegida



Volcán



Sendero

Figura 45. Pictograma de atractivos naturales

Fuente: Manual de Señalización Turística

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### Pictogramas artesanías



Figura 46. Pictogramas de Artesanías

Fuente: Manual de Señalización Turística

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### Pictogramas de caminatas

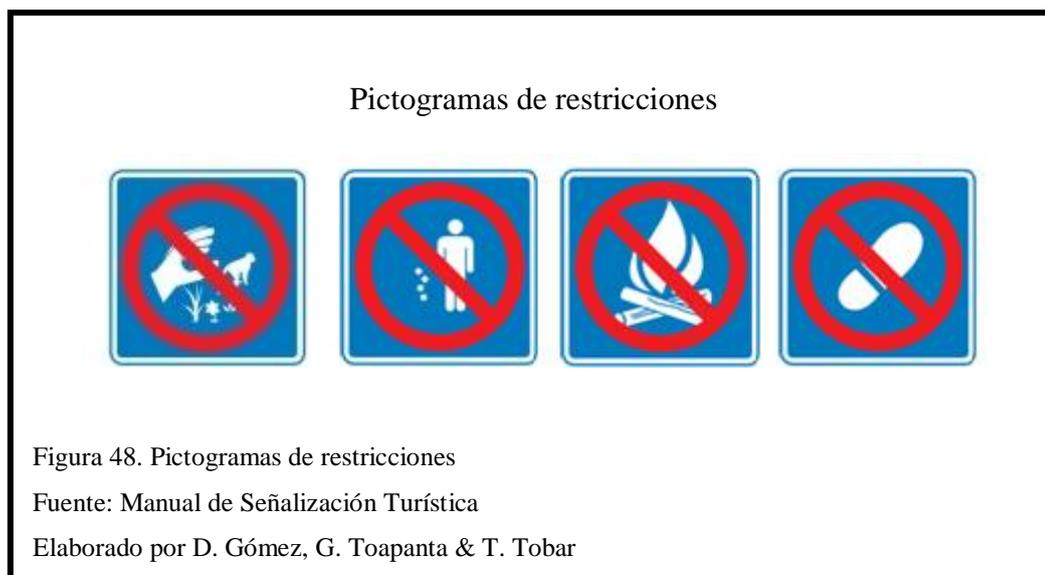


### Caminata

Figura 47. Pictogramas de Caminatas

Fuente: Manual de Señalización Turística

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar



Se presenta a continuación la una tabla informativa de los valores que se incurrirá para la adecuación y potencialización de los atractivos turísticos.

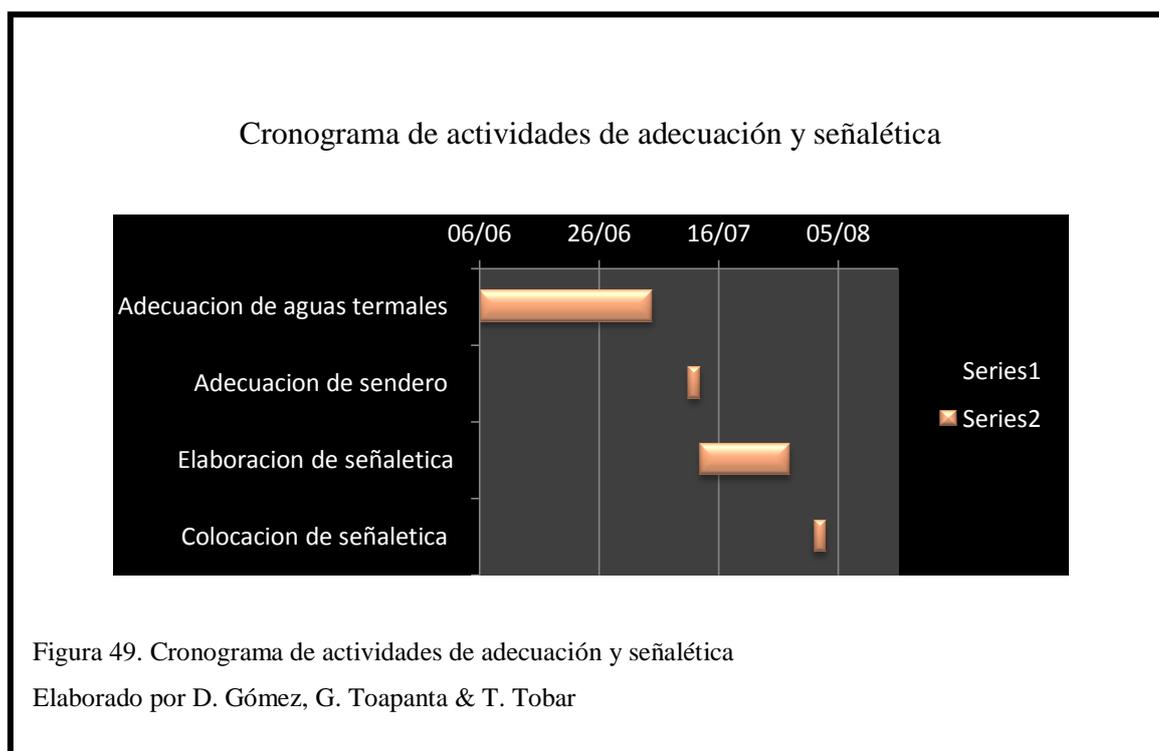
Tabla 9. Inversión en adecuación Atractivos Turísticos

Descripción	Medida	Cantidad	Valor unitario	Costo total
Adecuación aguas termales	m2	64	0,00	0,00
Adecuación Sendero	m2	2.000	0,00	0,00
<b>Señalética</b>				
Vallas informativas de destino	Unidad	1	500,00	500,00
Pictograma de Atractivos Naturales	Unidad	9	10,00	90,00
Pictograma Atractivos Culturales	Unidad	2	10,00	20,00
Pictograma de Atractivos Turísticos	Unidad	1	10,00	10,00
Pictograma de Restricciones	Unidad	10	10,00	100,00
<b>TOTAL:</b>				<b>720,00</b>

Nota: Presupuesto señalética

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En el siguiente Cronograma se determinará los tiempos destinados a la realización de las actividades mencionadas.



### 3.5.1.4 Guianza

La guianza es una de las actividades más importantes, por lo que, sobre la base de los atractivos identificados, y con las áreas de administración y operativa claramente definidos, se plantean las siguientes estrategias de capacitación de los guías, como es la atención al cliente, manejo de idioma inglés y conocimiento de primeros auxilios, descritos anteriormente en el plan de capacitación de recursos humanos.

Una adecuada guianza permitirá que el guía se convierta en el principal preservador del patrimonio cultural de la comunidad al compartir todos sus conocimientos con los turistas sobre las tradiciones, cultura, amor a la naturaleza de este modo ayudará a la conservación del patrimonio cultural dentro de la población.

Esto permitirá que se desarrolle en los turistas, el interés promoviendo esta actividad lo cual generará un turismo sostenible, a través del, que asegure una buena calidad

de vida para todos los habitantes y sus futuras generaciones, continuando con el principio básico de Economía Popular y Solidaria

### **3.5.1.5 Manifestaciones culturales**

La población de la comunidad La Toglla tradicionalmente ha heredado de generación a generación las representaciones, expresiones y conocimientos de una cultura ancestral como es la kitu- kara, pero en la actualidad estas tradiciones se están perdiendo por causa de influencias externas y la migración de los jóvenes a Quito.

En la búsqueda de la preservación de, tradiciones y riqueza cultural se realizará revistas donde se plasmará por escrito todas las tradiciones, fiestas y rituales con sus respectivas fechas a fin de que las personas internas y externas a la Toglla se informen de todas las actividades culturales que tiene la comunidad.

Así, se promociona como atractivo turístico y sirva a los jóvenes de la comunidad de enseñanza de su patrimonio cultural, promoviendo el respeto por la identidad y la valoración del mismo. Se presenta una tabla con la descripción del material a elaborarse.

Tabla 10. Revista de información cultural

<b>DESCRIPCION</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b># UNIDADES</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Revistas de informacion	inen	50	5,00	250,00

Nota: Presupuesto revistas de información

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Las revistas tendrán 20 páginas y se elaborarán en material couché.

## **3.6 Área de Marketing**

### **3.6.1 Mix de Marketing**

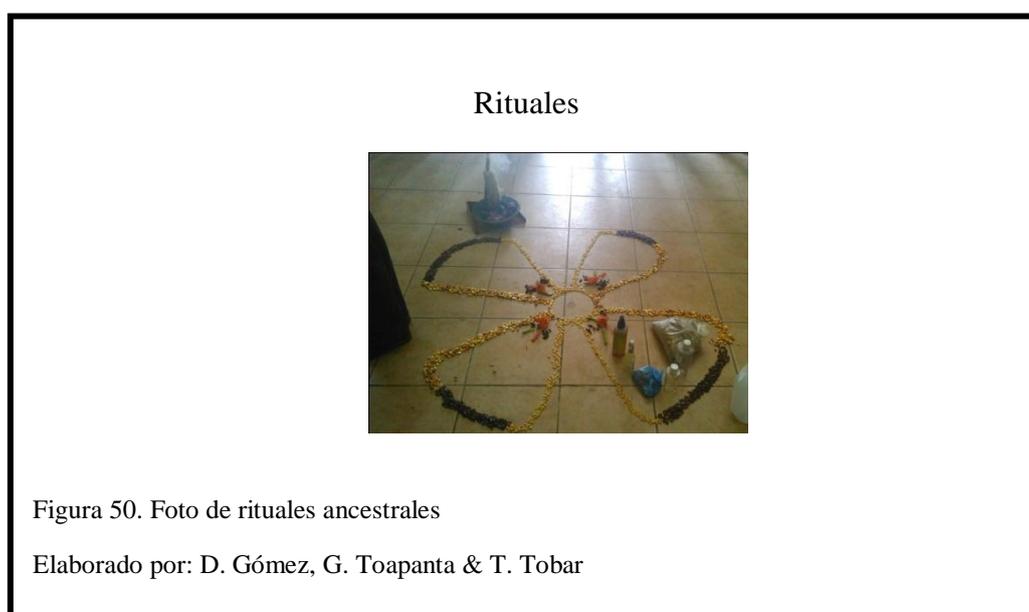
#### **3.6.1.1. Producto**

En este caso específico, el producto turístico resulta ser la propia comunidad la Toglla, con sus atractivos naturales, culturales, tradiciones, costumbres y los

servicios que se plantean en este estudio. Estos se presentarán en diferentes actividades durante la estadía en la Comunidad La Toglla, para ofrecer una alternativa de turismo a los posibles clientes. El Centro de Turismo Comunitario ofrecerá servicios de alojamiento, alimentación, guías nativos, artesanías elaboradas a base de crin de caballo, visita a las aguas termales, caminatas al cerro Ilaló, sembríos, conocimiento y vivencias de tradiciones ancestrales.

### Rituales Ancestrales

A la llegada de los Turistas, se procede a realizar un ritual de bienvenida, el mismo que tiene como objeto, bendecir las distintas actividades turísticas que se van a realizar en la comunidad. A continuación se muestra las fotos de uno de los rituales indicados.



### Caminata al cerro Ilaló

La caminata al cerro Ilaló comprende en un recorrido turístico aproximado de 5 horas en donde todas las personas pueden disfrutar de una armonía y demás placeres que nos brinda la naturaleza, a su vez los guías nativos informan acerca del cuidado que se practica en la comunidad para conservar los recursos naturales. En las paradas de descanso el guía nativo relata distintas leyendas que tiene el cerro Ilaló mantenidas a través del tiempo.

Al llegar al cerro los guías, imparten charlas acerca de las creencias que tienen las personas de la comunidad, y realizan juegos ecológicos que ayudan a la concientización para conservar el medio ambiente.

### Caminatas al cerro Ilaló



Figura 51. Foto de una caminata al cerro Ilaló

Elaborado por: D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### Visita a las Aguas Termales

La caminata hacia las Aguas Termales tiene la duración de 30 minutos, ya que se encuentran ubicadas a la orilla del Rio San Pedro. El recorrido inicia desde la Vía Intervalles, junto al Bar – Restaurante “El Gran Cañón”.

Las aguas termales tienen una riqueza hidro-termal debido a que se encuentra situada en las faldas del cerro Ilaló, las mismas que tiene una temperatura media y dan mucha energía a las personas. La visita a las aguas termales tendrá una connotación de ritual y practicas medicinales para los turistas y visitantes.

### Caminatas a las aguas termales



Figura 52. Foto de las aguas termales

Elaborado por: D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### Visitas a los sembríos

Como parte del paquete turístico se ofrece visitas a los distintos terrenos de siembras de maíz, alverja y frejol que tienen las personas de la comunidad, para que los turistas conozcan el proceso que se debe realizar para cosechar dichos alimentos.

### Visita a los sembríos de la Comunidad



Figura 53. Sembríos de la Comunidad

Fuente: Los autores

## Visita a los talleres artesanales

Otra de las actividades a realizarse dentro de los paquetes turísticos es la visita a los talleres que elaboran artesanías a base de crin de caballo. Ya que por ser una tradición de los ancestros de la comunidad es importante que los turistas conozcan acerca de la elaboración de los siguientes productos, los mismos que pueden ser adquiridos en su momento:

- Cedazos.
- Aretes.
- Pulseras.
- Collares.
- Cepillos.



## Paquetes turísticos

Las actividades antes mencionadas, se las contemplara dentro de diferentes paquetes turísticos, que se ofrecerán a los distintos segmentos de mercado, teniendo en cuenta que los turistas son los que permanecen más de 24 horas en un lugar, y el otro segmento son para los visitantes que permanecen menos de 24 horas. Con ese antecedente se ofrece los siguientes paquetes turísticos:

### Paquete # 1

- 3 días/2 noches.
- Bebida autóctona de bienvenida Chaguarmishqui.

- Noches de alojamiento en la comunidad.
- Alimentación: desayuno/almuerzo/Cena.
- Actividades: Aguas termales/Caminatas al Cerro Ilaló / Visitas a los sembríos / rituales / visita a los talleres de artesanías.
- Precio: \$120.

#### Paquete # 2

- Bebida autóctona de bienvenida Chaguarmishqui.
- Alimentación: desayuno/almuerzo.
- Actividades: Aguas termales / visita a talleres de artesanías.
- Retorno.
- Precio: \$40.

#### Marca

“Toglla” es la marca que se propone para que los turistas y visitantes identifiquen al CTC como un destino turístico atractivo y natural y a futuro será patentado y registrado con el derecho de propiedad.

#### Logotipo

Para establecer el logotipo de se tomó como base el nombre de la palabra quichua “Toglla” que significa nudo. Tiene la imagen principal del cerro Ilaló que es uno de los mejores atractivos turísticos que tiene la comunidad, las hojas verdes que representa la flora. En medio del cerro esta una casita pequeña que representa el hostel que se construirá para prestar el servicio de alojamiento.

En el logo tiene el color verde que representa la naturaleza y la esperanza de la población comunitaria, hacia un nuevo emprendimiento.



## Slogan

Los servicios turísticos que ofrece la comunidad La Toglla se basan en la conservación de las culturas y tradiciones de sus ancestros, y por ellos se ofrece un turismo diferente con vivencias únicas para los turistas y visitantes. A continuación se propone el siguiente slogan:

*AL PIE DEL ILALÓ, CON CULTURA Y TRADICIÓN, VISITA LA TOGLLA, PARA  
DISFRUTAR DE UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA DIFERENTE*

### 3.6.1.2. Precio

Las estrategias de precio tienen que ver principalmente con la necesidad de dotar a la Toglla de ingresos que mantengan el interés de la población por el Turismo Comunitario, a la vez que resulten razonables para los visitantes. En tal sentido, se plantean las siguientes estrategias:

- Precios promocionales por lanzamiento de la Toglla como destino turístico, con especial atención a grupos familiares de 4 o más personas, incentivando a permanecer dos días como mínimo en la comunidad.
- Precios especiales para parejas jóvenes en luna de miel.
- Precios especiales para grupos de amigos en fechas festivas.

Con esta base, se plantean dos tipos de precio que deben ser cobrados: estadía con hospedaje y actividades sin hospedaje, según el siguiente detalle:

Tabla 11. Precios paquetes turísticos

Servicios	Días	Precio por persona
Paquete # 1 completo (incluye hospedaje)	3 días/2 noches	\$ 120,00
Paquete # 2 Full day	1 día entero	\$ 40,00

Nota: Paquetes turísticos

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### 3.6.1.3. Plaza

El centro de Turismo Comunitario La Toglla está ubicado en la Parroquia Guangopolo – Provincia de Pichincha. La cual tiene excelente acceso por la Vía Intervalles, lo que facilita la llegada de los Turistas a la Comunidad. La Administración del centro de Turismo Comunitario estará, junto a la casa comunal, donde se realizarán todas las actividades de coordinación que se especifican en el área administrativa.

En este caso, se considera que los canales de distribución para llegar a un mayor público son las agencias de turismo, por lo que las estrategias deben ser definidas con la finalidad de lograr el mayor beneficio posible para la comunidad en los procesos de negociación con los intermediarios de los servicios turísticos, que podrían plantear la incorporación de La Toglla dentro de paquetes turísticos, productos turísticos por excelencia, pero que en este momento no incluyen a esta comunidad. La Comunidad tendrá alianzas estratégicas con Operadora de Turismo “Maquita”.

### 3.6.1.4. Promoción

La promoción, por tanto, se apoya sobre todo en los precios que se puedan aplicar en circunstancias especiales. Sin embargo, también se deben considerar los medios a través de los cuales se difundirá la imagen de la comunidad la Toglla como destino turístico. En este sentido, se plantean las siguientes estrategias de promoción:

- Solicitud a los medios de comunicación escrita (periódicos, revistas) a visitar la comunidad, se puede realizar alianzas con la nueva revista digital que lanzó Ecuador Travel las mismas que son publicadas en la página web [www.viajaenecuador.com/revistas](http://www.viajaenecuador.com/revistas)
- Diseño de página web de la comunidad, con publicidad patrocinada en Google, de forma que se pauté publicidad al mundo.
- Mejora de la página web de la comunidad en Facebook.
- Creación de una cuenta en Twitter.
- Creación de cuenta en Viajeros.com, Trip Advisor y en Booking, que son portales de impulso a destinos turísticos y hospedajes, de gran acogida entre los turistas que optan por un viaje sin intermediación (agencias de viajes).

#### Publicidad

La publicidad será responsabilidad del área de marketing, quienes darán a conocer el Centro de Turismo Comunitario en los distintos sectores a través de los siguientes medios:

- Trípticos y hojas volantes.
- Valla publicitaria.
- Página web.
- Publicidad móvil en buses.

Actualmente no se contará con medios de comunicación como la televisión, radio, y prensa porque incurren demasiados gastos, lo que hará que nuestro servicio incremente de precio, aunque no se descarta la posibilidad futura de utilizar estos medios.

#### Diseño de tríptico y hojas volantes

Se imprimirán 1.000 trípticos y hojas volantes cada trimestre, los mismos que serán elaborados en papel couché brillante. Estos tendrán información turística de la Toglla, ubicación, y atractivos que ofrece.

### Tríptico parte delantera



Figura 57. Tríptico parte delantera

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

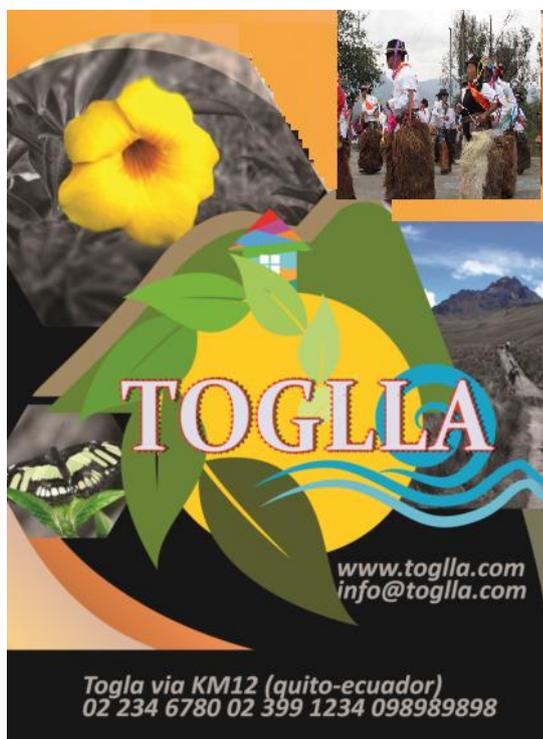
### Tríptico parte posterior



Figura 58. Tríptico parte posterior

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

## Hojas volantes



o

Figura 59. Hojas volantes

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Tabla 12. Presupuesto de los trípticos y hojas volantes

DESCRIPCION	TAMAÑO	CANTIDAD		VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
		SEMESTRAL	ANUAL		
Tripticos	30 cm x 15 cm	1000	2000	0,18 ctvs.	360,00
Hojas volantes	15 cm x 10 cm	1000	2000	0,16 ctvs.	320,00

Nota: Presupuesto trípticos y hojas volantes

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

## Colocación vallas publicitarias

Se colocará estratégicamente una valla estándar de 8 x 4 metros, soportada por 3 parantes de 7 metros de alto. La valla publicitaria estará elaborada en lona vinílica y estará ubicada en la Avenida Ilaló y la Vía Intervalles.

Tabla 13. Presupuesto vallas

DESCRIPCION	TAMAÑO	TIEMPO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Vallas Publicitarias	8 m x 8 m	6 meses	800,00	4.800,00

Nota: Presupuesto vallas

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

## Diseño de página web

El diseño de la página web contendrá la siguiente información:

### Introducción

### Antecedentes

- Misión
- Visión
- Ubicación

### Comunidad

- Cultura
- Infraestructura

### Servicios

- Hospedaje
- Alimentación
- Tienda artesanal

### Paquetes turísticos

- Actividades turísticas
- Promociones

### Galería

- Fotos
- Videos

#### Reservaciones

- Teléfonos de contacto
- Mail

Tabla 14. Presupuesto página web

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Diseño Pagina web	800,00

Nota: Presupuesto página web

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

#### Publicidad Móvil en buses

La publicidad se la hará en publicidad móvil para buses, esto se lo colocará en parte posterior del bus y se lo contrata con la empresa Publimovil.

Tabla 15. Presupuesto publicidad en buses

DESCRIPCION	TAMAÑO	VALOR MENSUAL	TIEMPO	# UNIDADES	VALOR TOTAL
Alquiler de buses	2 m x 1,60 m	120,00	3 meses	3	1.080,00

Nota: Presupuesto publicidad en buses

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

El presupuesto total estimado para la publicidad para un año es de \$ 7.360,00

### Publicidad en buses



Figura 60. Publicidad móvil

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### 3.7 Área de Finanzas

Para el área de finanzas la propuesta contempla la implementación de un software contable que permita el registro de transacciones que generaría la actividad del Turismo Comunitario este sistema a implementar es de suma importancia ya que proveerá de información confiable y oportuna cuando se la requiera, adicionalmente se requerirá de una capacitación en el manejo de dicho software.

La cotización del software y su implementación se lo realizo a la empresa SPS Grupo Empresarial, y presenta los siguientes costos

Tabla 16. Presupuesto software contable

DESCRIPCION	TIPO ARRIENDO	TIEMPO	NUMERO DE EQUIPOS	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
Sistema financiero contable ( sifacon)	AnuaL	12 meses	4	150,00	600,00
Costo de implementacion	1 vez	3 dias	4 (personas)	75,00	300,00
Total					900,00

Nota: Presupuesto software contable

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar.

Tabla 17. Adecuación área de finanzas

DESCRIPCION	VALOR
1 Computador intel core i3	450,00
1 Escritorio	150,00
1 Silla	50,00
1 Archivador	80,00
1 Impresora Epson con sistema de tinta continua	300,00
1 Impresora matricial	260,00
1 Calculadora	10,00
1 Teléfono	20,00
<b>TOTAL:</b>	<b>1.320,00</b>

Nota: Adecuación área de finanzas

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar.

### Plan Operativo Anual

A continuación se describe el plan operativo anual a implementarse en cada área que contempla el plan turismo de Turismo Comunitario el mismo que servirá de guía para el desarrollo del proyecto.

Tabla 18. Plan Operativo Anual

Centro de Turismo Comunitario La Toglla						
Por medio del POA nos permitirá planificar las actividades anuales que permitirán la verificación de estrategias que se realizarán para mejorar efectivamente la gestión del Centro comunitario de la Comuna de la Toglla, permitiendo conocer presupuesto, tiempo y avance de las mismas						
OBJETIVO.- Fortalecer el turismo comunitario en la Comunidad la Toglla, a través del desarrollo y mejora Administrativa, donde, por medio de una gestión eficiente y ordenada, se implementen estrategias en las áreas operativa, financiera, marketing y talento humano. Formando una especialización técnica en turismo, con la finalidad de generar capacidades en la población, sobre los recursos naturales y culturales contribuyendo a la economía de la comunidad a través de un turismo comunitario ambientalmente responsable.						
META.- En el primer año de implementación del POA se cree un producto turístico natural y cultural que aporte al desarrollo económico de la Comuna la Toglla y promueva la actividad turística sostenible del sector.						
Área	Objetivo	Estrategias	Actividades	Responsable	Medio de verificación	Presupuesto
Administración	Dotar a la comunidad de La Toglla de una sección administrativa eficiente en el manejo de la organización.	Planificación del Centro de Turismo Comunitario	Constitución del Centro de Turismo Comunitario	Asamblea de la comunidad	Registros e informes	\$ 1.500,00
			Direccionamiento estratégico	Administrador		
		Organización de actividades	Definición de funciones	Administrador		
			Diseñar un sistema de Dirección	Definición del estilo de Liderazgo		
		Diseño de sistemas de comunicación				
Diseñar un sistema de Control	Evaluación periódica de funciones	Administrador				
Talento Humano	Fundamentar los requerimientos de capacitación en temas de administración, hospedaje, alimentación y guiaje para el correcto desarrollo de las actividades propias del turismo comunitario.	Priorización del talento humano local, y en su ausencia, convocar personal externo	Evaluación de perfiles profesionales de los comuneros.	Director de talento humano	Planes y documentos relativos a la contratación y capacitación de personal	\$ 1.500,00
			Selección del personal indicado			
			Capacitación del personal seleccionado			
Operaciones	Consolidar los servicios de hospedaje, alimentación y guiaje para los visitantes de la comunidad La Toglla.	Construcción del hostel comunitario y mobiliario	Presupuesto, contratación de la empresa constructora y ejecución del proyecto	Asamblea de la comunidad	Visitas a la construcción e inauguración del hostel	\$ 162.130,61
			Facturas y registros contables inversión mobiliario		\$ 7.619,99	
		Organización de los alimentos y bebidas	Materias que deben conocer los responsables de Alimentos y bebidas	Jefe de Operaciones		\$ 15.183,10
		Valoración de los atractivos turísticos	Adecuación de los atractivos naturales existentes	Jefe de Operaciones	Facturas y registros contables adecuaciones	\$ 720,00
		Organización de la guía	Descripción de las actividades de los guías	Jefe de Operaciones		\$ 0,00
Valoración de las manifestaciones culturales	Difusión de estas manifestaciones	Jefe de Operaciones	Facturas y registros contables revistas informativas	\$ 250,00		
Marketing	Ejecutar un Mix de marketing que permita el posicionamiento de La Toglla como destino turístico preferente en el cantón Rumiñahui.	Identificación clara y directa del producto turístico	Descripción detallada de la oferta turística de la Toglla, remarcando el diferencial frente a otros productos similares en la provincia	Director de Marketing	Diseño de página web y publicidad en general	\$ 7.360,00
			Definición de precios por paquete	Director de Marketing	Revisión de los bocetos y diseños publicitarios.	
		Descripción de la plaza en que se comercializará el producto	Identificación del espacio geográfico en que se ofertará La Toglla	Director de Marketing	Evidencia física del material publicitario.	
		Diseño de las campañas promocionales y publicitarias	Diseño de página web, trípticos, hojas volantes y contratación de una valla publicitaria	Director de Marketing		
Finanzas	Desarrollar un sistema apropiado de gestión y control de las finanzas para las diferentes áreas del turismo comunitario en La Toglla.	Uso de tecnologías informáticas	Contratar y capacitar al personal responsable del área financiera del manejo del Sistema Financiero Contable SIFACON	Director de Finanzas	Facturas del sistema contratado.	\$ 2.400,00
Total						\$ 193.837,19

### 3.7.1 Estudio financiero del proyecto

#### 3.7.1.1 Inversión inicial

La inversión total en activos fijos para el presente proyecto es \$ 174.394,60 que se utilizará para brindar un servicio de calidad a los turistas.

Tabla 19. Inversión Activos fijos

<b>ACTIVO</b>		<b>174.394,60</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
<b>EDIFICIOS</b>		162.130,61
Obra civil (Hostal Comunitario)	162.130,61	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		7.619,99
Mobiliario Habitaciones	4.640,00	
Juega de sala	470,00	
Muebles de cocina	829,99	
Muebles de Comedor	1.400,00	
Muebles de Oficina	280,00	
Activos Operativos	-	2.091,00
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		2.103,00
Equipos de cocina	1.513,00	
Equipos de Oficina	590,00	
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>		450,00
Computador	450,00	

Nota: Inversión activos fijos

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

#### 3.7.1.1 Gastos iniciales

Los gastos iniciales en los que se incurrirá tendrán como objetivo generar la operatividad de los servicios que se va a ofrecer.

A continuación se detalla cada tipo de recursos a utilizarse.

Tabla 20. Gastos iniciales

ADECUACION BAÑOS		886,41
Toallas	208,50	
Cortina de baño	54,00	
Basurero	143,91	
Espejo	480,00	
ADECUACION COCINA		31,98
Basurero	31,98	
ADECUACION HABITACIONES		1.288,82
Juegos de sábanas dos plazas	416,00	
Almohadas	62,82	
Edredones	810,00	
ADECUACIONES ATRACTIVOS TURISTICOS		720,00
Vallas informativas de destino	500,00	
Pictograma de Atractivos Naturales	90,00	
Pictograma Atractivos Culturales	20,00	
Pictograma de Atractivos Turísticos	10,00	
Pictograma de Restricciones	100,00	
CAPACITACION		1.500,00
Atención al cliente	160,00	
Lengua extranjera	1.000,00	
Registro de ingresos y salidas	15,00	
Gestión de cobro	15,00	
Primeros auxilios	150,00	
Técnicas de animación grupal	40,00	
Seguridad e higiene alimentaria	80,00	
Seguridad e higiene	40,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.400,00
Sistema Financiero Contable "SIFACON"	600,00	
Costo de Implementación "SIFACON"	300,00	
Gastos de Organización y Constitución	1.500,00	
GASTO PUBLICIDAD		7.610,00
Revistas de información	250,00	
Trípticos	360,00	
Hojas volantes	320,00	
Vallas Publicitarias	4.800,00	
Diseño Pagina web	800,00	
Alquiler de buses	1.080,00	
UTENCILLOS DE COCINA		250,98
Escurreidor de platos	26,00	
Vajilla	175,00	
Juego de cubiertos	49,98	
VARIOS		200,00
Gastos varios	200,00	
<b>TOTAL GASTOS INICIALES</b>		<b>14.888,19</b>

Notas: Detalle gastos iniciales

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### 3.7.1.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo a requerir será para cubrir 3 meses los sueldos del personal requerido, así como también los alimentos, bebidas y pago de servicios básicos. Es de suma importancia provisionar estos recursos económicos ya que el CTC tendrá que cubrir mensualmente el financiamiento requerido.

Tabla 21. Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>PROVISION 3 MESES</b>
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>	
Sueldos administrativos	4.903,97
Sueldos operativos	6.272,34
Sueldos ventas	1.632,18
Gastos operativos (alimetacion y bebidas)	2.160,00
<b>SERVICIOS PUBLICOS</b>	
Agua	105,00
Luz	150,00
Teléfono	90,00
Servicio internet	60,00
Alquiler de transporte	360,00
<b>ALIMENTACION Y BEBIDAS</b>	
Paquete I	13.562,50
Paquete II	1.620,60
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	
Utiles de aseo en general	960,00
<b>TOTAL:</b>	<b>31.876,59</b>

Nota: Provisión de gastos para tres meses

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

### 3.7.1.3 Financiamiento

El financiamiento total del proyecto se encuentra estructurado de la siguiente forma:

Tabla 22. Financiamiento

<b>CONCEPTO</b>	<b>FINANCIAMIENTO</b>		
	<b>RECURSOS</b>	<b>CRÉDITO</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>PROPIOS</b>	<b>BANCARIO</b>	
ACTIVO	-	174.394,60	174.394,60
TOTAL GASTOS INICIALES	7.500,00	7.388,19	14.888,19
CAPITAL DE TRABAJO	-	31.876,59	31.876,59
<b>TOTAL:</b>	<b>7.500,00</b>	<b>213.659,37</b>	<b>221.159,37</b>

Nota: Financiamiento total

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

El financiamiento para el proyecto se lo realizara aplicando a un crédito directo en la Corporación Financiera Nacional (CFN) la cual ofrece una tasa anual de 10.00% anual para créditos de 7 a 10 años plazo.

Tabla 23. Amortización Préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
Capital	213.659,37				
Plazo años	10				
Interés	10,00%				
Pagos	Anual				
FECHA DE PAGO	CUOTA	PAGO	INTERESES	ABONO	SALDO
	0				213.659,37
01/06/2015	1	34.772,08	21.365,94	13.406,14	200.253,23
01/06/2016	2	34.772,08	20.025,32	14.746,76	185.506,48
01/06/2017	3	34.772,08	18.550,65	16.221,43	169.285,05
01/06/2018	4	34.772,08	16.928,50	17.843,57	151.441,47
01/06/2019	5	34.772,08	15.144,15	19.627,93	131.813,54
01/06/2020	6	34.772,08	13.181,35	21.590,73	110.222,81
01/06/2021	7	34.772,08	11.022,28	23.749,80	86.473,01
01/06/2022	8	34.772,08	8.647,30	26.124,78	60.348,24
01/06/2023	9	34.772,08	6.034,82	28.737,26	31.610,98
01/06/2024	10	34.772,08	3.161,10	31.610,98	0,00
		<b>TOTAL:</b>	<b>134.061,42</b>	<b>213.659,37</b>	

Años	1	2	3	4	5
<b>Gastos Financieros (intereses)</b>	21.365,94	20.025,32	18.550,65	16.928,50	15.144,15
<b>Pago de Capital</b>	13.406,14	14.746,76	16.221,43	17.843,57	19.627,93
Años	6	7	8	9	10
<b>Gastos Financieros (intereses)</b>	13.181,35	11.022,28	8.647,30	6.034,82	3.161,10
<b>Pago de Capital</b>	21.590,73	23.749,80	26.124,78	28.737,26	31.610,98

Nota: Tabla de amortización crédito directo a 10 años plazo

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

$$CUOTA = P \left( \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

$$CUOTA = 213.659,37 \left( \frac{0,10(1+0,10)^{10}}{(1+0,10)^{10} - 1} \right)$$

$$CUOTA = 213.659,37 \left( \frac{0,10(1+0,10)^{10}}{(1+0,10)^{10} - 1} \right)$$

$$CUOTA = 34.772,08$$

Tabla 24. Depreciaciones

CONCEPTO	%	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL 0%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
Obra civil (Hostal Comunitario)	5%	162.130,61	0,00	162.130,61	20	8.106,53
MUEBLES Y ENSERES	10%	7.619,99	0,00	7.619,99	10	762,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	10%	2.103,00	0,00	2.103,00	10	210,30
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	33%	450,00	0,00	450,00	3	150,00
ACTIVOS OPERATIVOS	20%	2.091,00	0,00	2.091,00	5	418,20
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL</b>						<b>9.647,03</b>

Renovación activos operativos año 5

CONCEPTO	%	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL
ACTIVOS OPERATIVOS	20%	2.518,61	0,00	2.518,61	5	503,72

Nota: Depreciación activos fijos según el método de línea recta.

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Los activos operativos contemplan colchones, cortinas, entre otros se los renovará cada 5 años.

Tabla 25. Proyección de sueldos área administrativa

AÑO	CARGO	DIAS TRABAJADOS	SUELDO	RECARGOS LEGALES					TOTAL SUELDOS Y SALARIOS	PROVICION PARA LIQUIDACION	COSTO TOTAL ANUAL
				AP. PATRONAL 12,15%	13 SUELDO	14 SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES			
2016	Total Sueldos	360	36.159,05	4.393,33	3.013,25	2.395,11	-	1.506,63	47.467,38	3.766,57	51.233,95
2017	Total Sueldos	360	36.162,18	4.393,70	3.013,51	2.493,07	3.012,31	1.506,76	50.581,53	3.766,89	54.348,42
2018	Total Sueldos	360	36.165,30	4.394,08	3.013,78	2.595,04	3.012,57	1.506,89	50.687,65	3.767,22	54.454,87
2019	Total Sueldos	360	36.168,42	4.394,47	3.014,04	2.701,17	3.012,83	1.507,02	50.797,95	3.767,54	54.565,49
2020	Total Sueldos	360	36.171,55	4.394,84	3.014,30	2.811,65	3.013,09	1.507,15	50.912,57	3.767,87	54.680,44
2021	Total Sueldos	360	36.174,67	4.395,22	3.014,56	2.926,65	3.013,35	1.507,28	51.031,72	3.768,19	54.799,92
2022	Total Sueldos	360	36.177,79	4.395,60	3.014,82	3.046,35	3.013,61	1.507,41	51.155,57	3.768,52	54.924,09
2023	Total Sueldos	360	36.180,91	4.395,98	3.015,08	3.170,94	3.013,87	1.507,54	51.284,32	3.768,85	55.053,17
2024	Total Sueldos	360	36.184,04	4.396,36	3.015,34	3.300,64	3.014,13	1.507,67	51.418,17	3.769,17	55.187,34
2025	Total Sueldos	360	36.187,16	4.396,74	3.015,60	3.435,63	3.014,39	1.507,80	51.557,32	3.769,50	55.326,81

Nota: Proyección de sueldos área administrativa, operativa y ventas.

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

La proyección de sueldos del área administrativa, operativa y de ventas se lo realizó en función de cada tipo de contrato; para el área administrativa y ventas contrato a plazo fijo y para el área operativa contrato a tiempo parcial.

Tabla 26. Gastos operativos

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	Glb	0,00	0,00	50,00	600,00
Agua	Glb	0,00	0,00	35,00	420,00
Teléfono	Glb	0,00	0,00	30,00	360,00
Internet	Glb	0,00	0,00	20,00	240,00
Gas	Tanque	2,00	3,50	7,00	84,00
Artículos de limpieza	Glb	12,00	8,00	96,00	1.152,00
<b>Total</b>				<b>238,00</b>	<b>1.152,00</b>

DETALLE	CANTIDAD	COSTO/UN IT	COSTO POR PERSONA
Costo desayuno	3	1,50	4,50
Costo almuerzo	3	2,20	6,60
Costo merienda	2	2,20	4,40

**Total costo alimentación por persona paquete 1      15,50**

**Total costo alimentación por persona paquete 2      3,70**

PAQUETES	PUBLICO OBJETIVO	COSTO POR PAQUETE
1	875	13.562,50
2	438	1.620,60

**Total costo alimentación y bebidas      15.183,10**

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Suministros de limpieza	\$ 80,00	960,00

Nota: Gastos operativos anuales

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

Los gastos operativos a considerarse son pagos a servicios básicos, alimentos y bebidas para los turistas así como también suministros de limpieza en general.

Tabla 27. Proyección de Ingresos

SERVICIOS	DÍAS	PRECIO POR PERSONA
Paquete # 1 completo (incluye hospedaje)	3 días/2 noches	120,00
Paquete # 2 Full day	1 día entero	40,00

	La Toglla	Ingresos proyectados primer año
Total de turistas interesados		
Paquete 1	875	105.054,00
Paquete 2	438	17.509,00
Total	1.313	122.563,00

### PROYECCIÓN DE INGRESOS

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Paquete # 1 completo (incluye hospedaje)	105.054,00	109.350,71	113.823,15	118.478,52	123.324,29	128.368,25	133.618,52	139.083,51	144.772,03	150.693,21
Paquete # 2 Full day	17.509,00	18.225,12	18.225,12	18.225,12	18.225,12	18.225,12	18.225,12	18.225,12	18.225,12	18.225,12
TOTAL DE INGRESOS	122.563,00	127.575,83	132.048,27	136.703,64	141.549,41	146.593,37	151.843,63	157.308,63	162.997,15	168.918,32

Nota: Proyección de ingresos por paquete turístico

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

La proyección de ingresos se la realizó en base a lo determinado en el mercado objetivo, la misma que está en función de la capacidad instalada de los servicios turísticos.

Tabla 28. Flujo de Caja proyectado

DESCRIPCIÓN		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos totales		122.563,00	127.575,83	132.048,27	136.703,64	141.549,41	146.593,37	151.843,63	157.308,63	162.997,15	168.918,32
Sueldos operativos		25.089,36	26.619,06	26.659,77	26.702,08	26.746,07	26.791,79	26.839,32	26.888,74	26.940,11	26.993,53
(-) Costo operacional		20.673,29	21.518,83	22.398,95	23.315,06	24.268,65	25.261,24	26.294,42	27.369,87	28.489,29	29.654,50
<b>(=) Utilidad bruta</b>		<b>76.800,35</b>	<b>79.437,94</b>	<b>82.989,56</b>	<b>86.686,49</b>	<b>90.534,69</b>	<b>94.540,35</b>	<b>98.709,89</b>	<b>103.050,03</b>	<b>107.567,75</b>	<b>112.270,29</b>
(-) Sueldos administración y marketing		26.144,59	27.729,36	27.795,10	27.863,41	27.934,37	28.008,13	28.084,77	28.164,43	28.247,23	28.333,29
(-) Gastos administración		6.900,00	5.682,21	5.914,61	6.156,52	6.408,32	6.670,42	6.943,24	7.227,22	7.522,81	7.830,50
(-) Gastos de venta		7.610,00	7.921,25	8.245,23	8.582,46	8.933,48	9.298,86	9.679,18	10.075,06	10.487,13	10.916,06
(-) Depreciación		9.647,03	9.647,03	9.647,03	9.497,03	9.497,03	9.582,55	9.582,55	9.582,55	9.582,55	9.582,55
(-) Amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Interés financieros		21.365,94	20.025,32	18.550,65	16.928,50	15.144,15	13.181,35	11.022,28	8.647,30	6.034,82	3.161,10
<b>Utilidad antes de participación trabajadores</b>		<b>5.132,80</b>	<b>8.432,76</b>	<b>12.836,94</b>	<b>17.658,57</b>	<b>22.617,34</b>	<b>27.799,03</b>	<b>33.397,86</b>	<b>39.353,46</b>	<b>45.693,20</b>	<b>52.446,80</b>
(-) 15% Utilidad reparto a trabajadores		0,00	1.264,91	1.925,54	2.648,79	3.392,60	4.169,85	5.009,68	5.903,02	6.853,98	7.867,02
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>5.132,80</b>	<b>7.167,85</b>	<b>10.911,40</b>	<b>15.009,78</b>	<b>19.224,74</b>	<b>23.629,18</b>	<b>28.388,18</b>	<b>33.450,44</b>	<b>38.839,22</b>	<b>44.579,78</b>
(-) 22% Impuesto renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad neta del ejercicio</b>		<b>5.132,80</b>	<b>7.167,85</b>	<b>10.911,40</b>	<b>15.009,78</b>	<b>19.224,74</b>	<b>23.629,18</b>	<b>28.388,18</b>	<b>33.450,44</b>	<b>38.839,22</b>	<b>44.579,78</b>
(+) Depreciación		9.647,03	9.647,03	9.647,03	9.497,03	9.497,03	9.582,55	9.582,55	9.582,55	9.582,55	9.582,55
(-) Activos Fijos	<b>(174.394,60)</b>										
(-) Capital de Trabajo	<b>(31.876,59)</b>										
(+) Recuperación Capital de trabajo											31.876,59
(+) Prestamo	<b>213.659,37</b>										
(-) Gastos iniciales	<b>(14.888,19)</b>										
(-) Amortización del Prestamo		13.406,14	14.746,76	16.221,43	17.843,57	19.627,93	21.590,73	23.749,80	26.124,78	28.737,26	31.610,98
<b>Flujo de Fondos del Inversionista</b>	<b>-7.500,00</b>	1.373,68	2.068,12	4.336,99	6.663,24	9.093,84	11.621,00	14.220,93	16.908,22	19.684,51	54.427,94

Nota: Flujo de caja proyectado a 10 años

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

En el flujo de caja proyectado se puede visualizar que los flujos de efectivo para los diez primeros años son positivos, lo cual evidencia la viabilidad del proyecto.

Tabla 29. Balance General proyectado

PERIODO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>ACTIVO</b>											
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>											
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	46.764,78	48.138,46	50.206,58	54.543,58	61.206,82	70.300,65	79.403,04	93.623,98	110.532,19	130.216,71	152.768,06
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>46.764,78</b>	<b>48.138,46</b>	<b>50.206,58</b>	<b>54.543,58</b>	<b>61.206,82</b>	<b>70.300,65</b>	<b>79.403,04</b>	<b>93.623,98</b>	<b>110.532,19</b>	<b>130.216,71</b>	<b>152.768,06</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>											
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	174.394,60	174.394,60	174.394,60	174.394,60	174.394,60	174.394,60	176.913,21	176.913,21	176.913,21	176.913,21	176.913,21
(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		9.647,03	19.294,06	28.941,09	38.438,12	47.935,15	57.517,70	67.100,25	76.682,80	86.265,35	95.847,90
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>174.394,60</b>	<b>164.747,57</b>	<b>155.100,54</b>	<b>145.453,51</b>	<b>135.956,48</b>	<b>126.459,45</b>	<b>119.395,51</b>	<b>109.812,96</b>	<b>100.230,41</b>	<b>90.647,86</b>	<b>81.065,30</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>221.159,37</b>	<b>212.886,03</b>	<b>205.307,12</b>	<b>199.997,09</b>	<b>197.163,30</b>	<b>196.760,10</b>	<b>198.798,55</b>	<b>203.436,94</b>	<b>210.762,60</b>	<b>220.864,56</b>	<b>233.833,36</b>
<b>PASIVO</b>											
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES POR PAGAR DEL EJERCICIO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>											-
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>											
OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS	213.659,37	200.253,23	185.506,48	169.285,05	151.441,47	131.813,54	110.222,81	86.473,01	60.348,24	31.610,98	0,00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>213.659,37</b>	<b>200.253,23</b>	<b>185.506,48</b>	<b>169.285,05</b>	<b>151.441,47</b>	<b>131.813,54</b>	<b>110.222,81</b>	<b>86.473,01</b>	<b>60.348,24</b>	<b>31.610,98</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>213.659,37</b>	<b>200.253,23</b>	<b>185.506,48</b>	<b>169.285,05</b>	<b>151.441,47</b>	<b>131.813,54</b>	<b>110.222,81</b>	<b>86.473,01</b>	<b>60.348,24</b>	<b>31.610,98</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>											
CAPITAL SUSCRITO o ASIGNADO	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00	7.500,00
GANANCIAS ACUMULADAS		-	5.132,80	12.300,65	23.212,04	38.221,83	57.446,56	81.075,74	109.463,92	142.914,36	181.753,58
(-) PÉRDIDAS ACUMULADAS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
GANANCIA NETA DEL PERIODO		5.132,80	7.167,85	10.911,40	15.009,78	19.224,74	23.629,18	28.388,18	33.450,44	38.839,22	44.579,78
(-) PÉRDIDA NETA DEL PERIODO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>7.500,00</b>	<b>12.632,80</b>	<b>19.800,65</b>	<b>30.712,04</b>	<b>45.721,83</b>	<b>64.946,56</b>	<b>88.575,74</b>	<b>116.963,92</b>	<b>150.414,36</b>	<b>189.253,58</b>	<b>233.833,36</b>

Nota: Balance general proyectado a 10 años

Elaborado por D. Gómez, G. Toapanta & T. Tobar

El balance general muestra la estructura financiera que tendrá el proyecto para su tiempo proyectado.

## Evaluación económica de proyecto

Tabla 30. Calculo de la TMAR

INVERSION	VALOR	%	TASA	TMAR
PASIVO	213.659,37	96,61%	10,00%	10%
PATRIMONIO	7.500,00	3,39%	15%	1%
	221.159,37	100,00%		10%

La TMAR constituye la tasa mínima aceptable, que para este proyecto es del 10%

### Calculo del VAN

$$VAN = -7.500 + \left[ \frac{1373,68}{(1+0,10)^1} + \frac{2.068,12}{(1+0,10)^2} + \frac{4.336,99}{(1+0,10)^3} + \frac{6.663,24}{(1+0,10)^4} + \frac{9.093,84}{(1+0,10)^5} + \frac{11.621,00}{(1+0,10)^6} + \frac{14.220,93}{(1+0,10)^7} + \frac{16.908,22}{(1+0,10)^8} + \frac{19.684,51}{(1+0,10)^9} + \frac{54427,94}{(1+0,10)^{10}} \right]$$

$$VAN = -7.500,00 + 1.246,88 + 1.703,94 + 3.23,43 + 4.523,13 + 5.603,24 + 6.499,41 + 7.219,33 + 7.791,21 + 8.233,23 + 20.663,59$$

$$VAN = 59.227,37$$

$$VAN = 59.227,37 > \$ 0$$

En el cálculo del VAN podemos evidenciar que el proyecto es viable porque nos refleja un valor mayor a 0.

### Tasa verdadera de retorno

$$\begin{aligned} VF &= 54.427,94 (1 + 0,10)^0 &= & 54.427,94 \\ VF &= 19.684,51 (1 + 0,10)^1 &= & 21.686,34 \\ VF &= 16.908,22 (1 + 0,10)^2 &= & 20.522,06 \\ VF &= 14.220,93 (1 + 0,10)^3 &= & 19.015,73 \\ VF &= 11.621,00 (1 + 0,10)^4 &= & 17.119,46 \\ VF &= 9.093,84 (1 + 0,10)^5 &= & 14.758,94 \\ VF &= 6.663,24 (1 + 0,10)^6 &= & 11.913,93 \\ VF &= 4.336,99 (1 + 0,10)^7 &= & 8.543,19 \\ VF &= 2.068,12 (1 + 0,10)^8 &= & 4.488,17 \\ VF &= 1.373,68 (1 + 0,10)^9 &= & 3.284,29 \end{aligned}$$

$$VF = 175.760,05$$

$$TVR = \sqrt[10]{175.760,05/7500} - 1$$

$$TVR = 0,37 > 0,10$$

El proyecto es factible porque al realizar el cálculo del TVR nos refleja una tasa del 37% que es mayor que la TMAR 10%.

Relación beneficio costo

$$RBC = \frac{\frac{175.760,05}{(1+0,10)^{10}}}{7.500}$$

$$RBC = \frac{\frac{66.727,37}{2,63}}{7.500}$$

$$RBC = \frac{25.333,07}{7.500}$$
$$RBC = 3,38$$

$$RBC = 3,38 > 1,00$$

La RBC demuestra la factibilidad del proyecto al reflejar un valor mayor a 1.

## CONCLUSIONES

Este estudio permite formular las siguientes conclusiones:

- La comunidad La Toglla, perteneciente a la parroquia rural de Guangopolo, es una agrupación humana que busca mejorar sus condiciones materiales de existencia. En este propósito, desarrollan diversas actividades agrícolas, pecuarias y comerciales, siendo el turismo un rubro en el que tienen poca experiencia, pero desarrollan su interés impulsados por la iniciativa e interés principalmente de su presidente.
- El diagnóstico de la gestión del Turismo Comunitario permitió evidenciar la informalidad de sus procedimientos, y que en la actualidad se carece de personería jurídica, RUC y otros requisitos indispensables para llevar adelante el Turismo Comunitario.
- La iniciativa individual de algunos comuneros hizo que se reciba a turistas en sus domicilios particulares, pero sin promoción ni registro que permita medir el flujo de visitantes que tiene la comunidad.
- El guiaje es practicado por algunos comuneros, pero también de manera eventual e informal, careciéndose de información que permita al visitante tener conocimiento de las diversas actividades que podría desarrollar en la comunidad.
- Fueron encuestados tanto habitantes del cantón Rumiñahui, por ser el mercado natural de la comunidad, como comuneros de la Toglla, a fin de precisar el interés por participar en este plan de mejoramiento.
- Existe interés en los turistas encuestados por visitar la parroquia rural, aunque la mayoría de ellos no tienen interés por pernoctar en el lugar. Sin embargo, también se constituyen en un mercado objetivo que debe ser tomado en cuenta.
- Los comuneros también expresaron su interés por participar en este plan, recibiendo la capacitación respectiva, así como participando en las labores comunitarias que se demanden para adecuar las vías de acceso, la construcción del hostel comunitario y

otras tareas encaminadas a desarrollar apropiadamente las actividades propias del Turismo Comunitario.

- Los comuneros participarían, además, en las áreas de administración, operaciones, marketing, finanzas y talento humano en función a sus capacidades y preparación, pero están dispuestos a contratar personal externo donde sea necesario.
- Las encuestas aplicadas a los turistas y los comuneros, evidencia el interés que existe por impulsar la oferta turística de la comunidad La Toglla. Esto se refleja tanto en los porcentajes de turistas nacionales y extranjeros que no conocen la comunidad, pero les gustaría conocerla, así como los comuneros que tienen interés en participar en cualquiera de las áreas que permitan desarrollar el turismo comunitario.
- Con esta base, se identifican las actividades y tareas necesarias para mejorar la gestión turística en la comunidad, de forma que se consolide como un destino turístico dentro del cantón Rumiñahui. Esta información fue lograda aplicando instrumentos de investigación directa en la comunidad y los turistas del área urbana del cantón.
- Por tanto, se considera necesario desarrollar actividades y estrategias que permitan formalizar y desarrollar las áreas de Administración, Marketing, Finanzas, Operaciones y Talento Humano.
- En el primer caso, se plantea la importancia de constituir el Centro de Turismo Comunitario La Toglla, con una estructura orgánica y funciones definidas para los miembros de la directiva y la Asamblea, entre otros.
- En el Área de Talento humano se considera principalmente la identificación del requerimiento de personal, las remuneraciones que gozarán y la capacitación que deben recibir.
- En el área Operativa, se plantea la importancia de construir un hostel comunitario, para lo cual se formulan los requerimientos financieros específicos, así como el detalle del mobiliario, alimentos y bebidas, guianza, atractivos turísticos y manifestaciones culturales.

- En el Área Financiera, destaca el capital de trabajo requerido, que es de \$ 31.876,59, con previsión para 3 meses. Se considera un financiamiento bancario por \$ 213.659,37. Del análisis financiero, se aprecia un VAN de \$ 59.227,37, una TVR del 37%, y una Relación Beneficio Costo de 3,38, superior a 1, demostrándose la viabilidad del proyecto.
- Finalmente, en el área de Marketing se plantea un mix de marketing, que consolide las características del producto, plaza, precio y promoción.

## RECOMENDACIONES

- Desarrollar investigaciones similares en otras comunidades rurales de la provincia Pichincha, donde exista el potencial para atraer turistas, así como la disposición de los pobladores a participar en este tipo de experiencia. Esto se logrará tanto por el interés de los egresados y maestrantes de las diversas carreras y especialidades comerciales, empresariales y turísticas, así como por el requerimiento o interés de las comunidades organizadas para recibir este tipo de asesoramiento.
- Difundir los principios y beneficios de la Economía Popular y Solidaria, de forma que prime el bienestar colectivo sobre el individual, y los grupos humanos sean capaces de obtener beneficios con sus conocimientos, talentos, habilidades y destrezas. Esto será posible llegando a las organizaciones comunarias y sus representantes, de forma que se socialice los puntos más relevantes de esta política estatal de impulso a la economía de los sectores deprimidos.
- Involucrar a más entidades públicas en este tipo de iniciativas, de forma que se disponga de mayores recursos para mejorar las condiciones de vida de las comunidades humanas, asegurando la protección del medio ambiente.
- Motivar a las agencias de turismo su participación en este tipo de proyectos, así como su inclusión en sus ofertas a nivel nacional e internacional, de forma que se beneficien tanto las comunidades humanas que reciben a los visitantes, como las propias agencias, que hallarían en esta oferta un nuevo nicho de mercado. Se plantea, para ello, una mayor aproximación entre el sector público y privado, los actores sociales de mayor interés, mediante la generación de espacios de discusión y diálogo en el que se aborden estos y otros temas de interés.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*.
- Cectur. (3 de Marzo de 2012). Recuperado el 30 de Diciembre de 2014, de [http://www.udefa.edu.ve/ver\\_contenido.php?id=36](http://www.udefa.edu.ve/ver_contenido.php?id=36)
- Chiavenato, I. (2006). *Gestión del Talento Humano*. México: Prentice Hall.
- Chiavenato, I. (2010). *Introducción a la teoría general de la administración de empresas*. México: McGraw Hill.
- Clementes, R. (s.f.).
- Coraggio, J. (2011).
- De la Torre, Ó. (1980). *Turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- FEPTCE. (2007). *Manual de Calidad para la gestión del Turismo Comunitario*. Quito: FEPTCE.
- Gedda, M. (3 de Agosto de 2011). Recuperado el 30 de Noviembre de 2014, de [http://www.turismocomunitario.cl/wp-content/uploads/2011/08/Capacitacion\\_MGedda.pdf](http://www.turismocomunitario.cl/wp-content/uploads/2011/08/Capacitacion_MGedda.pdf)
- Gurría Di-Bella, M. (2012). *Introducción al turismo*. México: Trillas.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Hostal Zodiaco. (7 de Enero de 2014). Recuperado el 29 de Enero de 2015, de <https://www.facebook.com/zodiacoautohostal>
- INEC. (19 de Marzo de 2013). *INEC*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2013, de Sitio web del INEC: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing*. México: Pearson.
- Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria. (2013).
- Londoño, M. (2012). *No sin mi cliente. Gestión de quejas y reclamaciones*. Madrid: FUNDACIÓN CONFEMETAL.
- Lucio, I. S. (s.f.). *Modelos de Gestión Comunitaria*.
- Marcillo, C., & Salcedo, A. (2010).

- Martinic, S. (3 de Marzo de 2011). Recuperado el 19 de Diciembre de 2014, de [http://webs.uvigo.es/pmayobre/master/textos/maria\\_mendez/disenos\\_proyectos.pdf](http://webs.uvigo.es/pmayobre/master/textos/maria_mendez/disenos_proyectos.pdf)
- Ministerio de Turismo. (8 de Enero de 2012). *Servicios del Ministerio de Turismo*. Obtenido de [http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis\\_Turismo\\_folleto\\_espanol\\_completo.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf)
- Ministerio de Turismo. (11 de Octubre de 2014). Recuperado el 25 de Enero de 2015, de <https://www.turismo.gob.ec/llegada-de-turistas-a-ecuador-crece-en-14-5/>
- Ministerio de Turismo. (Enero de 2015). *Servicios del Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-ENERO-2015-compress.pdf>
- Münch, L., & Ángeles, E. (1990). *Métodos y Técnicas de Investigación para Administración e Ingeniería*. México: Trillas.
- Organización Internacional de Estandarización. (2010).
- Ossorio, M. (2003). *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales*. Buenos Aires: Heliasta.
- Porter, M. (2006). *Estrategia y ventaja competitiva*. Bogotá: Deusto.
- Quito Turismo. (16 de Mayo de 2013). Recuperado el 12 de Enero de 2015, de [http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion\\_referencial/C%20PLAN-MICE.pdf](http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/C%20PLAN-MICE.pdf)
- Reyes Ponce, A. (2004).
- Robbins, S., & Decenzo, D. (2002).
- Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: ABYA-YALA.
- Samana. (2010). *Ecuador, sus Islas Galápagos, guía para viajeros*. Quito: Cuatro vientos S.R.L.
- SRI. (5 de Enero de 2015). Recuperado el 28 de Febrero de 2015, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion>
- Werther, W., & Davis, K. (2010). *Administración de personal y recursos humanos*. México: McGRAW-HILL.

## ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a los turistas

### Universidad Politécnica Salesiana Administración de Empresas

#### Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros de la ciudad de Quito

##### Objetivo:

Conocer la demanda y las expectativas de los posibles clientes del Turismo Comunitario.

Agradecimiento.

##### DATOS GENERALES

**Sexo:** Hombre ..... Mujer .....

**Nacionalidad:** Ecuatoriano ..... Extranjero .....

**Edad:** .....

##### Instrucciones:

Marque su respuesta con una X en la línea punteada.

##### CUESTIONARIO

1. ¿Cuántas veces ha visitado las parroquias rurales de Quito?
  - a) Primera vez .....
  - b) Dos veces .....
  - c) 3 veces o más .....
  
2. ¿Con quién viaja?
  - a) Solo .....
  - b) Pareja .....
  - c) Familia .....
  - d) Grupo organizado por agencia de viajes .....
  - e) Amigos Número de personas .....
  
3. ¿Qué tipo de Turismo le interesa practicar en la Toglla?
  - a) Turismo de Aventura .....
  - b) Turismo Científico .....
  - c) Ecoturismo .....
  - d) Turismo Cultural .....
  
4. ¿Cómo se enteró de los atractivos turísticos que ofrece la Toglla?
  - a) Prensa .....
  - b) Internet .....
  - c) Libros .....
  - d) Guías de viaje .....
  - e) Agencia de viajes .....
  - f) Amigos .....
  - g) Familiares .....
  - h) Televisión .....
  - i) Llegué sin información .....

5. ¿Qué considera usted lo más importante en la Toglla, califique del 1 (menor importancia) al 5 (mayor importancia)?

- a) La Naturaleza .....
- b) Grupos étnicos .....
- c) Shamanismo .....
- d) Aventura .....
- e) Turismo de Entretenimiento .....

6. ¿Cuál es el aspecto del turismo hacia culturas ancestrales andinas que más le importaría conocer? Califique con 5 (Muy importante), 3 (Medianamente importante) y 1 (Baja importancia)

- a) Apoyo a la protección de la naturaleza .....
- b) Apoyo a la preservación de las culturas ancestrales .....
- c) Recreación Personal .....
- d) Educación y aprendizaje .....
- e) Generación de ingresos económicos para apoyar a la comunidad .....

**7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en la Toglla, marque con una X. Usted tiene varias posibilidades de elección**

- a) Caminatas .....
- b) Paseos por ríos .....
- c) Observación de animales en su hábitat natural .....
- d) Observación de Plantas medicinales .....
- e) Curaciones .....
- f) Compartir actividades cotidianas (siembras, cosechas) .....
- g) Participación en fiestas .....
- h) Danzas y pintura corporal .....
- i) Oralidad: leyendas y mitos de las comunidades .....
- j) Compra de artesanías .....
- k) Preparación de alimentos .....

**8. ¿Cuál sería el tiempo de visita del que usted dispondría, para realizar dichas actividades?**

- a) Un día .....
- b) Entre 2 y 4 días .....
- c) 5 días o más .....

**9. ¿Qué servicios turísticos le gustaría que se ofreciera en la Toglla?**

Marque con una (E ) los esenciales y con una (A) los adicionales.

- a) Guías bilingües .....
- b) Alojamiento comunitario .....
- c) Tiendas de Recuerdos .....
- d) Centro de información Turística .....
- e) Gastronomía Típica .....
- f) Investigación Antropológica .....
- g) Centro de Interpretación Ambiental .....
- h) Voluntariado .....

*¡Muchas Gracias!*

Anexo 2. Encuesta a los comuneros

**Universidad Politécnica Salesiana**

**Encuesta aplicada a los comuneros de la parroquia Guangopolo – Comunidad La Toglla**

**Objetivo:**

Medir su interés por desarrollar el Turismo Comunitario en la comunidad La Toglla

Agradecimiento.

Datos Generales.

**Nombre:**

**Fecha:**

**Instrucciones:**

Marque con una X en la línea punteada de su respuesta.

**CUESTIONARIO**

1. ¿Sabe usted qué es el Turismo Comunitario?

- a) Sí ..... b) No .....

2. ¿Le gustaría participar en una iniciativa colectiva para impulsar el Turismo Comunitario en la Toglla?

- a) Sí ..... b) No .....

3. En caso positivo, ¿con qué actividad le gustaría participar?

- a) Administración .....  
b) Guianza .....  
c) Hospedaje .....  
d) Alimentación .....

4. ¿Cuál de estas motivaciones se podría aprovechar en la Comunidad La Toglla para practicar el Turismo Comunitario? Usted puede escoger varias respuestas.

- a) Naturaleza .....  
b) Cultura .....  
c) Tradiciones .....  
d) Historia .....

5 ¿Usted habla el idiomas inglés?

- Sí ..... b) No .....

6. ¿Cuáles son los servicios indispensables requeridos por los turistas al momento de participar del Turismo Comunitario?

- a) Dominio del idioma inglés por parte de los guías .....  
b) Mayor organización por parte de las comunidades .....  
c) Visitas o excursiones a los alrededores de la comunidad .....  
d) Actividades dentro de la comunidad .....

7. ¿De acuerdo al tipo de turista que gusta del Turismo Comunitario, cuál es la alimentación requerida por ellos?

- a) Nacional .....  
b) Típica de la zona .....  
c) Internacional .....

8. ¿Cuál es el precio referencial diario por persona de acuerdo a su experiencia?
- a) \$ 10 o menos                    .....
  - b) \$ 11-25                            .....
  - c) \$ 26-50                            .....
  - d) \$ 51 o más                        .....
9. ¿Qué tipo de comunicación es la más efectiva para coordinar la comercialización con las comunidades?
- a) Teléfono                            .....
  - b) Fax                                    .....
  - c) Internet                             .....
10. ¿Cómo considera usted que las comunidades deben realizar la promoción de su productos y servicios?
- a) Ferias                                .....
  - b) Revistas                             .....
  - c) Internet                              .....
11. ¿En qué temas considera usted que necesitan fortalecer sus capacidades las comunidades?
- a) Atención al cliente                .....
  - b) Manejo de desechos                .....
  - c) Manipulación de alimentos       .....
  - d) Animación turística                .....
  - e) Guianza                              .....
  - f) Administración                     .....
  - g) Presupuestos                        .....
  - h) Idioma                                .....

*¡Muchas Gracias!*

Anexo 3. Ficha de inscripción RUC

 <b>FICHA DE REQUISITOS SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</b>							
REQUISITOS GENERALES PARA INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE RUC SOCIEDADES							
DOCUMENTOS	SOCIEDADES PRIVADAS				SOCIEDADES PÚBLICAS	OBSERVACIONES ESPECÍFICAS	
	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, SUCURSALES EXTRANJERAS	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	CIVILES Y COMERCIALES	CIVILES, DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTÓNOMOS CON O SIN PERSONERÍA JURÍDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACIÓN, CONSORCIO DE EMPRESAS, EMPRESAS UNIPERSONALES	ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO Y BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA (SEPS)		SECTOR PÚBLICO Y EMPRESAS PÚBLICAS
Formulario	RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI). RUC 01-B se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz					Los formularios deben ser firmados por el representante legal, apoderado o liquidador designado, según corresponda	
Identificación de la sociedad	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para los establecimientos permanentes de las compañías extranjeras deberán presentar la resolución otorgada por la Superintendencia de Compañías que autoriza a la sucursal de la compañía extranjera a operar en el país		Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales, y Sociedades Civiles comerciales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la publicación en el Registro Oficial del Decreto Ejecutivo, Acuerdo Ministerial o Resolución por medio del cual se otorga personería jurídica	Original y copia del Registro Oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública; u, original y copia de la Ley, Decreto, Ordenanza o Resolución que aprueba la creación de la institución, empresa pública o ente contable independiente o desconcentrado	Este documento establece la creación de la sociedad, el mismo que le otorga su personería jurídica
	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir la hoja de datos generales y accionistas						Las hojas de datos generales se componen de: datos generales y socios/accionistas, excepto en las sucursales extranjeras quienes no presentan la hoja de accionistas
Representación	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir el nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para las sucursales extranjeras y establecimientos permanentes, se solicitará original y copia certificada del poder conferido al Mandatario de la compañía Extranjera inscrito en el Registro Mercantil. En el caso de que el nombramiento de representante legal no se encuentre disponible en la página web de la Superintendencia de Compañías se solicitará el requisito en original y copia	Original y copia inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales y Civiles Comerciales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia del documento o acto administrativo que lo acredite como representante legal, emitido por la máxima autoridad	Para el caso de Sociedades sin fines de lucro, la fecha del nombramiento será aquella que consta como de legalización ante el organismo competente o la fecha del acta de la asamblea en la que se eligió la directiva. Los nombramientos de representantes legales de entidades de culto religioso deberán estar inscritos en el Registro de la Propiedad. La fecha de registro del nombramiento en el sistema es la fecha de emisión del documento en el que exista una delegación expresa de funciones y responsabilidades tributarias como representante legal. Para sociedades públicas se podrá aceptar la acción de personal siempre y cuando se especifique que cumplirá con las funciones indicadas, el cargo y la fecha de vigencia. En el caso que el nombramiento de representante legal se encontrara caducado y no se ha gestionado una actualización posterior del mismo, se podrá presentar la certificación emitida por el Registro Mercantil o Registro de la Propiedad indicando que no existe un nombramiento registrado con posterioridad en dicho organismo.	
Documento de Identificación del Representante Legal y documento de ubicación de la	REMITIRSE A LA HOJA DE IDENTIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A REQUISITOS GENERALES PARA VERIFICAR LA IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL Y LA UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD						

Fuente: (SRI, 2015)

Anexo 4. Solicitud de registro centros turísticos comunitarios

.....,a.....de.....del 20.....

Yo, ..... en calidad de  
Representante Legal de la Comunidad ..... con  
cedula de ciudadanía No. ....Nombramiento que fue  
aprobado en fecha .....solicito al (a la ) señor (a)  
Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales  
vigentes, Registrar las actividades turísticas que se desarrollarán en nuestra  
Comunidad, y que tienen las siguientes características:

Personería Jurídica: .....

Ubicación de la Comunidad:.....

Provincia	Cantón	Ciudad
-----------	--------	--------

Contactos de la Comunidad: e-mail..... Teléfono:.....

Página Web .....

Fecha de Constitución:.....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Descripción de las Actividades Turísticas:

Alojamiento:.....

Alimentos y Bebidas.....

Otros.....

Observaciones:.....

.....  
.....

**Atentamente,**

\_\_\_\_\_  
**REPRESENTANTE LEGAL DE LA COMUNIDAD**

## **REQUISITOS PARA REGISTRO CENTROS TURÍSTICOS**

### **COMUNITARIOS**

- 1. Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- 2. Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- 3. Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- 4. 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.
- 5. 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.
- 6. Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- 7. 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.
- 8. Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- 9. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. ( firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).