

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL
DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD
KICHWA “SINCHI PURA” – PARROQUIA TALAG - CANTÓN TENA-
PROVINCIA NAPO.**

AUTORAS:

**CARLA ELIZABETH BALSECA BELTRÁN
JOHANNA ESTEFANIA ROMO PACHECO**

DIRECTORA:

LORENA GUERRERO

Quito, noviembre del 2013.

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Nosotras: Carla Elizabeth Balseca Beltrán y Johanna Estefanía Romo Pacheco autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial o de este trabajo de grado y reproducción sin fines de lucro.

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

Quito, noviembre del 2013

Carla Elizabeth Balseca Beltrán
CI: 1721599213

Johanna Estefanía Romo Pacheco
CI: 1724346513

DEDICATORIA

Carla Elizabeth Balseca Beltrán

Este trabajo de grado está dedicado a:

Mis padres Elías y Aida ya que esta es la recompensa por su lucha y dedicación hacia nosotros. Por sacarnos adelante a pesar de las adversidades, siendo muestra de coraje y superación.

Mis hermanos Karina, Diego y Vicky por siempre estar a mi lado e influir en mi vida para lograr mis metas, brindándome apoyo, amor y sobre todo guiar mi camino.

Los luceros de mi vida Mathy y Arely por llegar a iluminar mi existencia y llenar mis días de dulzura.

Giovanny, que ha sido la persona que ha estado conmigo en todas las etapas de mi vida apoyándome y siendo ejemplo de perseverancia y constancia.

Mi compañera y amiga Johanna por brindarme su amistad y compartir y acompañarme en esta etapa tan importante de nuestras vidas.

Johanna Estefanía Romo Pacheco

Este trabajo de grado está dedicado:

A Dios, Por haberme permitido llegar a este punto de mi vida, brindándome salud y paciencia necesaria para poder culminar esta etapa con éxito.

A mi madre Natalia, Por siempre estar a mi lado, por ser mi ejemplo de lucha y constancia, y no permitirme desvanecer cuando se ha oscurecido el camino, por siempre enseñarme a ser mejor persona a través de sus consejos y su amor, porque todos los triunfos de mi vida se lo debo a este ser excepcional .

A mis hermanos Luis, Daiyara, Esteban y Abigail. Por su apoyo y por llenarme de aliento cuando ha sido necesario, recordarme lo importante que es alcanzar los sueños, y por llenar de alegría cada momento de mi vida.

A mi amiga Carla, Por acompañarme en este duro camino, brindándome su amistad incondicional y la comprensión necesaria para alcanzar nuestro objetivo.

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a la Universidad Politécnica Salesiana, por habernos acogido en su seno durante esta etapa tan importante de nuestras vidas por ser templo de enseñanza.

A todos y cada uno de los profesores con los que tuvimos el agrado de compartir durante nuestra estancia en esta tan prestigiosa institución ya que cada uno de ellos aportaron en nuestra educación.

Agradecemos a la profesora Lorena Guerrero, tutora y guía de este trabajo de grado por su paciencia y dedicación sobre todo por compartir con nosotras su experiencia y orientarnos de forma acertada durante la elaboración del presente proyecto.

Un reconocimiento a los miembros de la Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” quienes incondicionalmente nos abrieron las puertas de sus hogares de forma amable y considerada, pero sobre todo a la señora Lidia Cerda quien de manera desinteresada nos brindó el apoyo y la información necesaria sobre el Centro de Turismo Comunitario que fue de vital importancia para el desarrollo de la presente investigación.

Por último queremos agradecer a todas y cada una de esas personas que han aportado de forma directa o indirecta en la culminación de esta meta tan anhelada.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
GENERALIDADES	3
1.1. Antecedentes	3
1.1.1. Evolución del turismo	3
1.1.1.1. Edad antigua.....	3
1.1.1.2. Edad media.....	4
1.1.1.3. Edad moderna.....	5
1.1.1.4. Edad contemporánea	5
1.1.2. Antecedentes del turismo a nivel nacional	7
1.1.3. Antecedentes del turismo a nivel regional	10
1.1.3.1. Provincia Napo	10
1.1.3.2. Ciudad Tena	12
1.1.3.3. Turismo comunitario en Ecuador.....	13
1.2. Justificación.....	16
1.3. Objetivos del proyecto	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	18
CAPÍTULO 2	
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
2.1. Análisis de la situación.....	19
2.1.1. Ubicación del Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”	21
2.1.2. Infraestructura	23
2.2. Contextualización del problema de investigación.....	25
2.2.1. El problema de investigación:	25
2.2.2. Principales causas:.....	25
2.2.3. Principales consecuencias o efectos:	25
2.2.4. Esquema árbol de problemas.....	26
2.3. Formulación del problema de investigación	26
2.3.1. Pregunta de investigación.....	26
2.3.2. Respuesta de investigación.....	26

2.4.	Sistematización del problema de investigación.....	26
2.5.	Objetivos	27
2.5.1.	Objetivo general	27
2.5.2.	Objetivos específicos.....	27
CAPÍTULO III		
MARCO TEÓRICO		
3.1.	Bases teóricas	28
3.1.1.	Marco teórico conceptual	28
3.1.1.1.	Administración	28
3.1.1.2.	Modelos de gestión administrativa (MGA).....	43
3.1.1.3.	Turismo	48
3.1.1.4.	Turismo comunitario (TC)	50
3.1.2.	Marco referencial	56
3.1.2.1.	Comunidad Machacuyacu	56
3.1.2.2.	Comunidad Tunibamba	59
3.1.2.3.	Comunidad Agua Blanca	60
3.2.	Bases jurídicas.....	62
3.2.1.	Constitución del Ecuador	62
3.2.2.	Ley de turismo del Ecuador	63
3.2.3.	FEPTCE	64
CAPÍTULO IV		
MARCO METODOLÓGICO		
4.1.	Tipo de investigación	65
4.2.	Diseño de la investigación.....	65
4.2.1.	Métodos de investigación.....	66
4.3.	Población y muestra	66
4.4.	Tipo de muestreo	67
4.4.1.	Determinación de la muestra.....	67
4.4.1.1.	Afluencia de turistas al cantón Tena desde el año 2011 al 2013.....	68
4.4.1.2.	Segmentación de mercado.....	71
4.4.1.3.	Motivación de viaje	72
4.4.1.4.	Cálculo de la muestra	72

4.4.1.5. Agencias de viajes	73
4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	74
4.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	74
4.6.1. Análisis de las entrevistas	74
4.6.1.1. Entrevista aplicada a la líder del etc.....	75
4.6.1.2. Entrevista aplicada a un miembro del etc.....	77
4.6.2. Análisis de la encuesta para la agencia de viajes.	79
4.6.3. Tabulación de las encuestas	80
4.6.3.1. Tabulación de encuestas a turistas nacionales.....	80
4.6.3.2. Tabulación de encuestas a turistas extranjeros.....	94
4.6.4. Análisis de los datos recolectados.....	107
4.6.4.1. Análisis de las entrevistas.	107
4.6.4.2. Análisis de las encuestas.	107
CAPÍTULO V	
PROPUESTA Y RESULTADOS	110
5.1. Componentes: desarrollo de modelos	110
5.1.1. Matriz foda	110
5.1.1.1. Importancia.....	110
5.1.2. Modelo de gestión administrativa bajo el proceso administrativo.	110
5.1.2.1. Planificación.....	110
5.1.2.2. Organización	114
5.1.2.3. Dirección.	114
5.1.2.4. Control.....	115
5.2. Modelo de gestión administrativa para el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”.	116
5.2.1. Matriz FODA	116
5.2.1.1. Fortalezas	116
5.2.1.2. Debilidades.....	117
5.2.1.3. Oportunidades	117
5.2.1.4. Amenazas	117
5.2.1.5. Esquema matriz foda.....	118
5.2.2. Cruces estratégicos	118
5.2.2.1. Estrategias FA	118

5.2.2.2. Estrategias FO	119
5.2.2.3. Estrategias DO.....	119
5.2.2.4. Estrategias DA.....	120
5.3. Planificación.....	121
5.3.1. Cultura organizacional.	121
5.3.1.1. Filosofía institucional.....	121
5.4. Organización	128
5.4.1. Estructura organizacional.....	128
5.4.2. Manual de funciones	129
5.4.2.1. Gerente general	129
5.4.2.2. Administrador – líder	130
5.4.2.3. Apoyo de administración	131
5.4.2.4. Área de cocina.....	132
5.4.2.5. Área de esparcimiento	133
5.4.2.6. Área de mantenimiento	135
5.5. Dirección	139
5.5.1. Factores humanos y motivación.....	139
5.5.2. Liderazgo.....	139
5.5.3. Comunicación.....	139
5.5.4. Toma de decisiones	139
5.6. Control.....	140
5.6.1. Indicadores de gestión.....	140
CONCLUSIONES.....	144
RECOMENDACIONES.....	146
LISTA DE REFERENCIAS	148
ANEXOS.....	153

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Glosario de términos	153
Anexo 2 Ley de Turismo (Capítulo II, Capítulo IV y Capítulo V)	154
Anexo 3 Reglamento para el registro de Centros Turísticos Comunitarios	155
Anexo 4 Código de operaciones de FEPTCE	156
Anexo 5 Entrevista a miembros del CTC “Sinchi Pura”	157
Anexo 6 Formato de encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros	158
Anexo 7 Encuesta agencia de viajes	159
Anexo 8 Documentos legales del CTC” Sinchi Pura”	160
Anexo 9 Cronograma de actividades	161

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ubicación del CTC "Sinchi Pura"	21
Ilustración 2: Volcán Sumaco	22
Ilustración 3: Cabañas CTC	23
Ilustración 4: Cabañas CTC	24
Ilustración 5: Cabañas CTC	24
Ilustración 6: Esquema árbol de problemas	26
Ilustración 7: Proceso Administrativo	33
Ilustración 8: Desarrollo del Modelo de Gestión Administrativa	46
Ilustración 9: Segmentación de Mercado	71
Ilustración 10: Pregunta 1 Encuestas Turistas Nacionales	81
Ilustración 11: Pregunta 2 Encuestas Turistas Nacionales	82
Ilustración 12: Pregunta 3 Encuestas Turistas Nacionales	83
Ilustración 13: Pregunta 4 Encuestas Turistas Nacionales	84
Ilustración 14: Pregunta 4.1 Encuestas Turistas Nacionales	85
Ilustración 15: Pregunta 5 Encuestas Turistas Nacionales	86
Ilustración 16: Pregunta 6 Encuestas Turistas Nacionales	87
Ilustración 17: Pregunta 7 Encuestas Turistas Nacionales	88
Ilustración 18: Pregunta 8 Encuestas Turistas Nacionales	89
Ilustración 19: Pregunta 9 Encuestas Turistas Nacionales	90
Ilustración 20: Pregunta 10 Encuestas Turistas Nacionales	91
Ilustración 21: Pregunta 11 Encuestas Turistas Nacionales	92
Ilustración 22: Pregunta 12 Encuestas Turistas Nacionales	93
Ilustración 23: Pregunta 1 Encuestas Turistas Extranjeros	94
Ilustración 24: Pregunta 2 Encuestas Turistas Extranjeros	95
Ilustración 25: Pregunta 3 Encuestas Turistas Extranjeros	96
Ilustración 26: Pregunta 4 Encuestas Turistas Extranjeros	97
Ilustración 27: Pregunta 4.1 Encuestas Turistas Extranjeros	98
Ilustración 28: Pregunta 5 Encuestas Turistas Extranjeros	99
Ilustración 29: Pregunta 6 Encuestas Turistas Extranjeros	100
Ilustración 30: Pregunta 7 Encuestas Turistas Extranjeros	101

Ilustración 31: Pregunta 8 Encuestas Turistas Extranjeros	102
Ilustración 32: Pregunta 9 Encuestas Turistas Extranjeros	103
Ilustración 33: Pregunta 11 Encuestas Turistas Extranjeros	104
Ilustración 34: Pregunta 12 Encuestas Turistas Extranjeros	105
Ilustración 35: Pregunta 12 Encuestas Turistas Extranjeros	106
Ilustración 38: Estructura Organizacional	128

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Síntesis de las operaciones de Turismo Comunitario de Ecuador	55
Tabla 2: Afluencia de Turistas al Cantón Tena del año 2011 al 2013	68
Tabla 3: Afluencia de Turistas en el año 2012	69
Tabla 4: Motivación de Viaje	72
Tabla 5: Total Turistas visitantes por vacaciones	72
Tabla 6: Total Muestra	73
Tabla 7: Pregunta 1 Encuestas Turistas Nacionales	81
Tabla 8: Pregunta 2 Encuestas Turistas Nacionales	82
Tabla 9: Pregunta 3. Encuestas Turistas Nacionales	83
Tabla 10: Pregunta 4. Encuestas Turistas Nacionales	84
Tabla 11: Pregunta 4.1 Encuestas Turistas Nacionales	85
Tabla 12: Pregunta 5. Encuestas Turistas Nacionales	86
Tabla 13: Pregunta 6. Encuestas Turistas Nacionales	87
Tabla 14: Pregunta 7. Encuestas Turistas Nacionales	88
Tabla 15: Pregunta 8. Encuestas Turistas Nacionales	89
Tabla 16: Pregunta 9. Encuestas Turistas Nacionales	90
Tabla 17: Pregunta 10. Encuestas Turistas Nacionales	91
Tabla 18: Pregunta 11. Encuestas Turistas Nacionales	92
Tabla 19: Pregunta 12. Encuestas Turistas Nacionales	93
Tabla 20: Pregunta 1. Encuestas Turistas Extranjeros	94
Tabla 21: Pregunta 2. Encuestas Turistas Extranjeros	95
Tabla 22: Pregunta 3. Encuestas Turistas Extranjeros	96
Tabla 23: Pregunta 4. Encuestas Turistas Extranjeros	97
Tabla 24: Pregunta 4.1 Encuestas Turistas Extranjeros	98
Tabla 25: Pregunta 5. Encuestas Turistas Extranjeros	99
Tabla 26: Pregunta 6. Encuestas Turistas Extranjeros	100
Tabla 27: Pregunta 7. Encuestas Turistas Extranjeros	101
Tabla 28: Pregunta 8. Encuestas Turistas Extranjeros	102
Tabla 29: Pregunta 9. Encuestas Turistas Extranjeros	103

Tabla 30: Pregunta 10. Encuestas Turistas Extranjeros	104
Tabla 31: Pregunta 11. Encuestas Turistas Extranjeros	105
Tabla 32: Pregunta 12. Encuestas Turistas Extranjeros	106
Tabla 33: Matriz FODA	118
Tabla 34: Políticas, estrategias, objetivos e indicadores	143

RESUMEN

El Ecuador ha visto que el turismo es una gran oportunidad de generar ingresos significativos que ayudan a su economía, ofreciendo diversidad de formas de turismo, entre estos el Turismo Comunitario.

El Turismo Comunitario es una actividad económica practicada por miembros de una comunidad cuyo producto a ofrecer es la convivencia mediante el intercambio de costumbres y creencias entre los nativos y los visitantes. Fue creado con el objetivo de salvaguardar la identidad ancestral y los recursos naturales de las comunidades.

Gracias al Plan Nacional del Buen Vivir vigente se ha brindado apoyo a sectores olvidados y desprotegidos como las comunidades indígenas, otorgando planes de desarrollo económico, social y cultural. Uno de los impulsos, es el apoyo en la creación de Centros de Turismo Comunitario que son establecimientos ubicados dentro de las comunidades que brindan a sus visitantes servicio de hospedaje, alimentación tradicional y realización de actividades propias de la zona.

La Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” ubicada en Tena provincia Napo, con el afán de mejorar la calidad de vida de sus miembros, crea su Centro de Turismo Comunitario en el año 2011, sin embargo debido a la desinformación de los dirigentes y comuneros sobre el correcto manejo administrativo ha realizado sus operaciones empíricamente y no han logrado prestar un servicio de calidad lo que ha provocado que no se logre obtener los réditos económicos esperados.

La presente investigación tiene por objeto brindar al CTC “Sinchi Pura” un Modelo de Gestión Administrativa para el correcto desarrollo del Turismo Comunitario que pretende mejorar eficiente y eficazmente las actividades que este Centro desarrolla con el objetivo de llegar a la efectividad en sus procesos.

ABSTRACT

Ecuador has seen tourism as a great opportunity to generate significant revenue and help with its economy, offering diverse forms of tourism among these we have the communitarian Tourism.

The Communitarian Tourism is an economic activity practiced by members of a community whose offering product is coexistence, customs and beliefs exchange between natives and visitors. Its objectives are ancestral identity and community natural resources safeguarding.

Due to The Good Living National Plan in force, government has provided support to neglected and vulnerable sectors such as indigenous communities, providing them with economic, social and cultural development plans. One of these mentioned means is related with the communitarian tourism centers creation which are establishments located within communities that provide visitors hosting service, traditional food and activities inherent in the area.

The “Sinchi Pura” Kichwa Community located in Tena within Napo province, in an effort to improve its members life quality, created their Community Tourism Center in 2011; but due to leaders misinformation and a lack of proper administrative management, it has operated empirically and have failed in providing a quality service which has resulted in a failure achieving the economical revenue expected.

This research aims to provide the CTC “Sinchi Pura” an Administrative Management Model for the proper communitarian tourism development which pretend efficiently and effectively improve all activities taking place into the center and at the end reaches the process effectiveness.

INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador ha ido tomando mucha fuerza debido al aumento considerable de visitantes que se sienten atraídos por la belleza natural y arquitectónica de nuestro país, que buscan una experiencia única en la práctica de los diferentes tipos de turismo que ofrece.

Gracias a las gestiones gubernamentales que promueven constantemente el desarrollo de esta industria, las regiones de nuestro país se han visto beneficiadas con el incremento de visitantes a su zona lo que ayuda económicamente a los pobladores gracias a los réditos que esta actividad arroja.

El turismo comunitario es una actividad económica que desarrollan las Comunidades Indígenas del país con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los miembros, además de conservar los recursos naturales, a través de la explotación sostenible de la zona y a su vez pretende mostrar al mundo la riqueza natural y ancestral que posee de una manera auténtica a quienes los visitan.

La Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” ha venido desarrollando legalmente el Turismo Comunitario desde el año 2011 con la inscripción en el Ministerio de Turismo de su Centro de Turismo Comunitario, debido al manejo de una administración empírica, la falta de alternabilidad de dirigentes, carencia de filosofía organizacional, la inexistencia de un manual de funciones, entre otros factores han provocado que el Centro no progrese y por ende la comunidad no ha recibido los réditos económicos esperados.

Además, la falta de compromiso de los miembros de la comunidad con el Centro de Turismo Comunitario ha ocasionado que los comuneros prefieran practicar otro tipo de actividades de forma individual como la ganadería, la agricultura y la pesca, impidiendo el desarrollo y el perfeccionamiento de esta actividad en la zona.

Durante el desarrollo de la presente investigación se puede apreciar que la demanda del turismo comunitario entre los consumidores es alta, lo que nos ha originado la necesidad de brindar una ayuda técnica a la comunidad que mejore su proceso administrativo y maneje su centro con mira empresarial.

El presente proyecto mediante el Diseño de un Modelo de Gestión Administrativa pretende brindar a la Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” un mecanismo organizado de manejo de su Centro en el cual se definan actividades específicas para cumplir con los elementos del PA que son: Planificación, Organización, Dirección y Control. La correcta aplicación del Modelo propuesto garantizará el progreso paulatino del Centro ya que logrará que los miembros de la comunidad alineen sus esfuerzos a los objetivos institucionales anhelados.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

Se dice que turismo es: “El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”. (Walter Hunziker - Kurt Krapf, 1942, Pág. 5).

Alrededor del mundo, el turismo se ha convertido en uno de los principales ingresos que aportan a las economías de los países en los cuales se desarrolla esta actividad, razón por la cual los gobiernos han dedicado todo su esfuerzo en la búsqueda de su permanente desarrollo. Ejemplo de esto son las políticas que incentivan su crecimiento como la reducción de impuestos y la creación de zonas protegidas. Además de las estrategias gubernamentales, es necesario promover la creación de una infraestructura adecuada que facilite las comunicaciones y el acceso a lugares turísticos. Es por ello que los estados dedicados a su explotación se ven en la necesidad de realizar inversiones en la construcción y/o mejoramiento de carreteras y aeropuertos, facilitando así la movilización de los turistas dentro del territorio.

Desde tiempos remotos al ser humano se le identifica por su interés en conocer diferentes lugares y entornos, es por ello que esta actividad conocida como turismo, ha evolucionado a través del tiempo.

1.1.1. Evolución del Turismo

1.1.1.1. Edad Antigua

En esta época las motivaciones de los viajeros eran similares a las actuales, ya que lo hacían por interés político, económico, religioso o curioso.

El imperio romano dio unidad política al mundo antiguo impulsando los viajes con la creación de la vía Apia; alrededor de la cual se creó una red de caminos que se

extendió hasta el sur de Italia, obviamente estos desplazamiento fuera de su lugar de origen inducían los viajes de placer.

La Ley de Hospitalidad: Cualquier viajero que acudía con un fin pacífico podía acogerse a dicha Ley mediante la cual, los jefes locales les brindaban alojamiento y comida de forma gratuita. La aparición del cristianismo y su rápida expansión trajo nuevas formas de actuar con sus semejantes.

Los romanos viajaban a Egipto y Grecia, a zonas marítimas de veraneo, a baños y sepulcros, a ciudades como Herculino y Pompeya, enterrados durante siglos bajo la lava, procedentes de las erupciones del monte Vesubio. Son un testimonio de las costumbres de los romanos durante su período vacacional. Ejemplo: tabernas, bares, restaurantes, intactos y que se vistan en estos momentos. (Barbara Marina Cruz Alba, Rodolfo Isidro Jiménez Gonzáles, 2009)

1.1.1.2. Edad Media

En la edad media el turismo se vio reducido notablemente por ser una actividad agotadora y peligrosa en ese entonces. Debido a la caída del imperio Romano, la Ley de Hospitalidad se vio eliminada, además de esto los enfrentamientos religiosos generaron inseguridad para el ser humano.

La caída del imperio Romano supuso una interrupción a muchos de los avances logrados, los caminos no se mantuvieron en buen estado, convirtiéndose en peligrosos e inseguros, pues los ladrones acechaban para atacar a aquellos que se arriesgaban a viajar. La mayor parte de la sociedad estaba aferrada a sus tierras. Para muchos era inconcebible viajar por placer.

La expansión del cristianismo y el Islam trajeron conflictos entre religiones, dando lugar a Las Cruzadas o Guerra Santa, que llevaron a decenas de miles de europeos al Oriente Medio. Posterior a Las Cruzadas aparece la orden de San Juan de Jerusalén, integrada por un grupo de caballeros hospitalarios cuya finalidad era brindar protección a los peregrinos y defender los lugares santos, lo que permitió el auge del turismo religioso. (Barbara Marina Cruz Alba, Rodolfo Isidro Jiménez Gonzáles, 2009)

1.1.1.3. Edad Moderna

En esta época las grandes personalidades viajaban acompañadas de sus sirvientes, cada vez más numerosos. Los espacios reducidos en los palacios hacen necesaria la creación de nuevas infraestructuras, más amplias y que den cabida a la comitiva de los viajeros. Como respuesta a esta necesidad aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel. “Esta época es también de las grandes expediciones marítimas españolas, británicas y portuguesas; que despertaron la curiosidad y el interés por viajar. Hay un resurgir del turismo que habían decaído durante la Edad Media”. (Mendoza, 2008, pág. 2).

1.1.1.4. Edad Contemporánea

La Revolución Industrial consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

El invento del tren a vapor supone una reducción significativa en el tiempo destinado a la movilización. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos. Comienza a surgir el turismo de montaña o salud: se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha, etc.).

En 1841 Thomas Cook dirige el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico, se considera un rotundo éxito por la creación del primer paquete turístico, despertando el interés en esta actividad económica. En 1851 se crea la primera Agencia de Viajes del mundo “Thomas Cook and Son”. (Mendoza, 2008, pág. 3)

En los años 70’s surge la gran crisis energética, ésta junto al aumento en la inflación reducen los ingresos económicos de las personas; las familias de la época se ven obligadas a dejar a un lado las actividades de esparcimiento y recreación, ocasionando un deterioro en la industria turística que duró aproximadamente hasta 1978.

Una vez superada la crisis, en la década de los 90's la industria del turismo crece con madurez, con lo cual las empresas dedicadas a esta actividad alcanzan un desarrollo operativo, organizado y estratégico.

Gracias al constante crecimiento de la industria, esta actividad se consolida en un ingreso importante a las economías de varios países, lo que estimula el interés de los gobiernos hacia el desarrollo del turismo.

Según proyecciones de la OMT (Organización Mundial del Turismo), la industria turística ocupará para el 2020 el primer lugar en importancia para la economía mundial. Actualmente ocupa el segundo puesto después del petróleo. Este hecho es muy importante, especialmente para los países que esperan mejorar su balanza de pagos a través de esta industria y asegurar su competitividad frente a otros países por intermedio del aprovechamiento de todos los recursos naturales con que cuentan. (Mendoza, 2008, pág. 5)

El desarrollo de los mercados, tecnología e innovación ha supuesto una mayor necesidad del ser humano por desplazarse a diferentes destinos. Surgiendo así la división del turismo por motivo de viaje en:

Turismo de Negocios: Se genera cuando una persona viaja por negocios y no necesariamente recorre el lugar de destino.

Turismo cultural y científico: Es el más conocido y antiguo, se considera como tal cuando una persona visita un lugar diferente al de su residencia con el objetivo de conocer manifestaciones artísticas, culturales, arqueológicas, entre otras.

Turismo interno: Se da cuando los residentes de un país, nacidos en él o extranjeros, viajan dentro de su territorio nacional.

Turismo Rural: Se desarrolla comúnmente por familias, las cuales viajan a destinos campestres con el objetivo de tener contacto con la naturaleza.

Turismo de descanso o esparcimiento: Es el que más se apega al concepto de turismo en general, pues para realizarlo es necesario un cambio de ambiente.

Turismo Comunitario: Se da cuando un grupo de personas deciden visitar comunidades indígenas, convivir con ellas, con sus costumbres, degustar comida

típica y adaptarse a sus formas de vivir. (Barona Ortiz Rosa Gabriela, Paz Robalino Cristian Geovanny, 2011, pág. 25)

El turismo en todas sus expresiones a más de ser una fuente de ingresos es también una alternativa que los visitantes y residentes tienen para compartir creencias, costumbres, religiones, vestimenta, etc.

A pesar de no poseer la infraestructura adecuada y no contar con un marco jurídico establecido, los países de América Latina se muestran como atractivos principales en el turismo mundial. Ecuador ocupa el octavo lugar entre los países más visitados debido a sus innumerables atractivos naturales, gastronomía, cultura y su gente.

1.1.2. Antecedentes del turismo a nivel nacional

Ecuador es un país pequeño que se encuentra ubicado en América del Sur, privilegiado por su ubicación geográfica. Cuenta con apenas 256 mil km² de superficie y sus límites geográficos son: Al norte con Colombia; al sur y al este con Perú; y, al oeste con el Océano Pacífico. Por Ecuador atraviesa la línea ecuatorial terrestre lo cual favorece al clima; además la presencia de la Cordillera de los Andes es uno de los factores que hace de este territorio un país mega diverso y que lo divide en tres regiones: Costa, Sierra y Amazonia, cada una con un clima, flora y fauna diferente. A mil kilómetros al este de la Costa se encuentran las Islas Galápagos, denominadas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 1978.

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde se concentra la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el País con mayor biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora viven en 26 áreas protegidas por el Estado.

Ecuador es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la cordillera de Los Andes, con 70 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo, con 6310 msnm. Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. En el territorio ecuatoriano, que incluye las Islas Galápagos 1000 km al oeste de la costa, se encuentra la biodiversidad más densa del planeta. (Fundación, 2008)

El turismo en el Ecuador se inicia con el intento de crear una primera línea aérea que se denominaba PANAGRA en la década de los 40's. Esta línea aérea pretendía realizar viajes internos con destinos a Quito, Loja, Cuenca, Guayaquil, Manta y Esmeraldas. PANAGRA inició ofreciendo un paquete turístico de 21 días por Sudamérica, en el cual estaba incluido Ecuador. Gracias a su experiencia logró impulsar a varios empresarios nacionales, quienes fundaron la primera agencia de viajes en Ecuador llamada ECUATORIAN TOURS.

En 1948, en el Gobierno de Galo Plaza Lazo, se llevó a cabo la primera promoción de la industria turística creando la "Oficina de Turismo" la cual impulsó al Ecuador en Estados Unidos. Gracias a esta gestión se logran abrir dos nuevas agencias de turismo: Metropolitan Touring y Turismundial. Con el pasar del tiempo el Gobierno crea la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETURISMO) con el objetivo de promover esta actividad.

Con la creación de la Corporación, la industria del turismo creció notablemente en el sector privado. Dando apertura a varias empresas de turismo en todo el País. Debido a la magnitud de la industria el Gobierno se ve obligado a crear un ente regulador que la administre adecuadamente.

El Ministerio de Información y Turismo fue creado el 10 de agosto de 1992, al inicio del gobierno de Sixto Durán Ballén, quien visualizó al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social de los pueblos. Frente al crecimiento del sector turístico, en junio de 1994, se tomó la decisión de separar al turismo de la información, para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer esta actividad. (Yanchapaxi, 2010)

Actualmente el Ministerio de Turismo es el ente que regula, planifica, gestiona, promociona, difunde y controla la industria del turismo en el Ecuador lo que ha impulsado al crecimiento paulatino de este sector, basando sus actividades en tres ejes principales y estratégicos que son:

Turismo consciente.- Este concepto busca un equilibrio entre visitantes, anfitriones, cultura y naturaleza, basándose en los valores de ética y respeto por la vida.

Oferta de calidad.- Busca que esta actividad se realice de manera adecuada, de acuerdo con estándares internacionales de calidad, que garanticen la estadía satisfactoria de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Turismo interno.- Está enfocado a la motivación de visitar nuestro propio País para conocerlo, recorrerlo y enriquecernos de la belleza, costumbres y creencias que poseemos.

El gobierno ecuatoriano busca que la actividad turística se constituya en una de las fuentes principales de ingreso para la economía del País. Mejorando continuamente el sistema vial y los aeropuertos lo cual ha contribuido al desarrollo de la industria optimizando el tiempo de desplazamiento de los turistas.

El Turismo en el Ecuador representa el 4.2% que es equivalente a 680 millones de dólares al año, económicamente esta cantidad es importante tomando en cuenta que cerca del 80% del Presupuesto General de Estado, se financia con la venta de petróleo y sus derivados. Es decir que el turismo es el segundo ingreso de la economía del País. (Gastronómicas, 2012)

El Ecuador en el 2012 recibió la visita de 1.271.953 extranjeros existiendo un crecimiento del 10% con respecto al 2011 según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador.

1.1.3. Antecedentes del turismo a nivel regional

La Región Amazónica constituye una de las cuatro regiones que conforman el Ecuador. Con una superficie de 120.000 km² posee gran variedad de bosques tropicales típicos. Esta región es la más abundante en flora y fauna. Está conformada por seis provincias: Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Cada una de ellas cuenta con atractivos turísticos llamativos y únicos.

Las plantas medicinales que se pueden hallar en esta Región son fuente de estudio científico. Los árboles que crecen en la zona son cotizados por las industrias madereras además de metales preciosos que se pueden encontrar como oro y cobre lo que han logrado que la Amazonia sea un lugar de elección para muchos visitantes.

Esta región se caracteriza por ser multiétnica, entre las principales etnias encontramos; Kichwa, Shuar, Achuar, Shiwiar, Zaparos, Waorani (Tagaeris), Andoas, Secoyas y Cofanes, entre otras, no muy conocidas porque no desean tener contacto con otras civilizaciones.

La economía de estas etnias se basa principalmente en la agricultura, ganadería y pesca, lo cual les ha permitido sobrevivir en su medio ambiente. Actualmente el contacto de personas con estas etnias les ha dado la opción de recibir turistas en el seno de sus comunidades.

Es por ello que esta Región es muy visitada. Llegar a la Amazonia es una expresión al máximo de compartir con la naturaleza y las costumbres de nuestros antepasados que todavía la gente de este sector mantiene, hoy en día es una lucha incansable por crear conciencia en los seres humanos de que la naturaleza y su biodiversidad es lo último que nos queda y es deber de todos luchar para mantenerla intacta.

1.1.3.1. Provincia Napo

Está ubicada en la región amazónica del Ecuador, su nombre nace por el río Napo que atraviesa sus tierras, está conformada por cinco cantones que son: Archidona, Tena, Quijos, Chaco y Carlos Julio Arosemena Tola.

Esta Provincia tiene una posición privilegiada pues su extensión se encuentra en la ceja de la cordillera oriental y descansa en plena llanura amazónica. Es muy rica en costumbres y tradiciones, por ello sus principales atractivos están enfocados en conocer la naturaleza propia y a los nativos que viven en ella,

La provincia de Napo posee importantes atractivos turísticos para quienes gustan de la selva tropical, de los paseos en bote por sus ríos o simplemente por observar la fauna y flora. El visitante de esta provincia se caracteriza por el deseo de relacionarse con los integrantes de las diversas etnias y por conocer sus extraordinarias culturas y tradiciones. (Ecuale, 2013)

Entre los lugares más visitados en esta provincia está la ciudad del Tena por ser su capital, seguida de las Cavernas Jumandy ubicadas en el Cantón Archidona y de las conocidas playas de Misahualli. Napo se ve atravesado por anchos ríos los cuales son utilizados para los deportes extremos como el kayak y el rafting, así mismo para la pesca.

El río Napo no solamente es el más importante de la provincia sino "el más imponente y primero de la República". Su origen está en el río Jatun-Yacu que recoge las aguas de los ríos que se forman en los páramos orientales del Cotopaxi, en los del Quilindaña y en los deshielos del Antisana. Antes de internarse en la Región Amazónica recibe las aguas del río Mulatos. Después de la confluencia con el Anzu recibe el nombre de Napo y empieza a ser navegable. (Ecuale, 2013)

El clima de esta provincia es tropical-húmedo, con temperatura promedio de 25° y humedad en el 90%, aparte cuenta con volcanes y nevados muy conocidos como son el Antisana, Sumaco y parte del Reventador.

La provincia de napo es reconocida como territorio ecológico y turístico, es por ello que recorrerla se convierte en una experiencia inolvidable, su naturaleza y sus manifestaciones culturales hacen de esta uno de los mejores sitios para ser visitados

1.1.3.2. Ciudad Tena

San Juan de los Dos Ríos del Tena, conocido como Tena, es la Ciudad más grande y capital de la provincia de Napo, nombrada así por sus dos ríos Pano y Tena que se unen en el centro de la Ciudad. Está ubicada a 186 km de Quito, en el centro sur de la provincia de Napo y está compuesta por las siguientes parroquias: Tena (urbana), Ahuano, Tálag, Chontapunta, Misahuallí, Pano, Puerto Napo y Muyuna

Al ser la capital de la provincia, en esta se encuentra toda la administración provincial. La Ciudad fue fundada el 15 de noviembre de 1560 por el General Gil Ramírez Dávalos, es por ello que su principal avenida la cual atraviesa toda la Ciudad tiene como nombre la fecha de su fundación. Tena conocida como la tierra de la orquídea, guayusa y canela es la más comercial de la provincia, aquí es donde los ofertantes de las comunidades exponen sus productos a la venta y a su vez se abastecen de materia prima y suministros para sus cosechas.

Tena es la ciudad más poblada de la provincia de Napo con alrededor de 28.800 habitantes según datos del INEC del censo realizado en el 2010. Su principal actividad económica está relacionada con la agricultura y la ganadería siendo los principales productos el café, cacao, plátano, maíz, naranjilla, caña de azúcar, yuca, chonta, etc.

Sus manifestaciones culturales son uno de sus principales atractivos, en esta Ciudad hay dos tipos de nacionalidades la Kichwa y la Huaorani ubicadas en las parroquias de Tena: Ahuano, Chontapunta, Pano, Puerto Napo, Puerto. Misahuallí, Tálag y Muyuna. Estas nacionalidades se encuentran agrupadas por comunidades aledañas a cada parroquia, por eso cada una de ellas tienen sus directivas bien establecidas, convirtiéndolas en asentamientos debidamente organizados y unidos.

Esta hermosa ciudad se encuentra rodeada de muchos atractivos turísticos: zoológico, balnearios, naturaleza, reservas, etc., lo que ha promovido el crecimiento de la industria, llamando la atención de muchas empresas externas que han apostado por invertir en Tena y sus alrededores, esto también ha ocasionado que las comunidades aledañas

empiecen a explotar sus recursos naturales para obtener beneficio de este acelerado incremento turístico.

En tres años la Ciudad cambió su forma de vida. Se abrieron decenas de agencias operadoras de turismo, locales que ofrecen servicios de internet, restaurantes y hoteles. El movimiento es incesante a toda hora.

Por sus características en la infraestructura y planta turística, Tena es considerado un importante eje distribuidor de turismo en la Amazonía. (Ecuale, 2013)

En las parroquias del cantón Tena se encuentran varios atractivos turísticos, así tenemos que la parroquia Tálag ofrece a sus visitantes: Museo Étnico de la comunidad Serena, Asociación Agro Forestal Pecuaria Artesanal y Centros de Turismo Comunitario Kichwa “Sinchi Pura” y Shandia, Parque Nacional Llanganates, Remanso San Carlos, Laguna Azul entre otros, que reciben la visita de cientos de turistas dándoles hospitalidad y buen servicio.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena ha creado una cultura turística en los habitantes de este lugar haciendo arduas campañas de concientización de la importancia que tiene el turismo sustentable para el progreso económico del Cantón, además de brindar información de los sitios turísticos en la Ciudad, tanto de forma personal como de manera virtual.

Su belleza natural ha hecho de Tena la puerta principal para conocer la Amazonia, la gente prefiere la naturaleza pura como principal destino en sus viajes, hoy en día las diversas estrategias de hacer turismo han aumentado, siendo el turismo comunitario una de las alternativas más requeridas por los nativos.

1.1.3.3. Turismo Comunitario en Ecuador

En 1978 se funda la Federación de Organizaciones Indígenas del Napo FOIN. Actual FONAKIN quienes dieron inicio a las operaciones del Turismo Comunitario en la provincia de Napo con el apoyo de los dirigentes y gobernantes.

En 1980 se crea la Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonia Ecuatoriana, quienes a nivel regional brindaban apoyo en el desarrollo de esta actividad económica.

En la Amazonia Ecuatoriana el turismo comunitario apareció en el año de 1988 desarrollado por la comunidad Kichwa de Capirona, quienes vieron en esta actividad una alternativa de ingreso económico, además de una manera de rechazo y manifestación a que las petroleras abusaran de su paisaje y riqueza natural y pasaran por sus tierras su maquinaria.

La comunidad comenzó el desarrollo del turismo de una manera arcaica y sin bases. Pocos comuneros hablaban español lo que les dificultaba la comunicación con los visitantes. Pero el querer lograrlo hizo que buscaran respaldo en varias entidades como por ejemplo FOIN hoy FONAKIN presidida por Ignacio Grefa y la Fundación Biológica Científica Jatun Sacha dirigida por David Neil que apoyaron a la Comunidad con 400.000 sucres con lo que pudieron construir sus cabañas para atender a sus turistas. Solicitaron también apoyo del Jardín Botánico de la Estación Biológica Jatun Sacha, quienes los proveían de apoyo técnico para capacitar a los guías sobre los nombres científicos de plantas medicinales. La Agencia de Viajes Napo Tour y el Hotel Anaconda de propiedad de la familia Hurtado de Tena, instruyeron a dos mujeres de la comunidad de manera práctica en la preparación de alimentos y otros servicios hoteleros.

La Fundación Ayuda en Acción de España, dirigida por José María Egas en Tena, apoyó el mejoramiento de la infraestructura turística, promoción y capacitación de la comunidad en el tema de servicios hoteleros y administración siendo los primeros capacitadores, de esta manera la comunidad Kichwa Capirona logra plantar sus bases para convertirse en un fuerte potencial del turismo comunitario en el Napo, ante esto varias comunidades desean realizar esta actividad por lo cual ya habían tenido una base de estructuración y modelo a seguir. “En el 2002 se crea la Federación Plurinacional Nacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) quien es la encargada de

regular las operaciones del turismo comunitario de las comunidades indígenas del País” (FEPTCE, 2009).

Por definición el turismo comunitario en Ecuador, complementa, no subsume el funcionamiento económico de la comunidad, la diversidad económica es la salvaguarda de las comunidades. Su funcionamiento no se basa en el empleo por cuenta ajena, y en mayor o menor grado, según los casos, debe generar directa o indirectamente beneficios tangibles para la comunidad. (Ruiz, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 404)

Para el correcto desarrollo del TC es necesario que las comunidades que lo realizan tengan clara la forma de manejar un CTC, a fin de lograr que el desarrollo de esta actividad tenga éxito, además de entender que el Turismo Comunitario es un ingreso económico fundamental para la comunidades que lo desarrollan, pero no deja de ser complementaria, por eso es olvidada y no explotada, como es el caso del estudio de la comunidad de “Sinchi Pura”, que a pesar de los beneficios y atractivos naturales que posee, ha dejado a un lado la explotación del turismo comunitario y ha provocado que sus integrantes se hayan dedicado 100% a las actividades agrícolas.

El turismo no deja de ser una actividad complementaria a las economías kichwas, basadas en las producciones agrarias que se orienta en el mercado pero sobre todo en el autoconsumo que proporcionan el cultivo de la chacra, esto ocurre en varias comunidades donde el turismo no es la actividad principal, pero aun así, es lo suficientemente relevante como para constituir un acicate del proceso comunitario, en este sentido se puede determinar que el turismo comunitario construye comunidad ya que este se desarrolla bajo intereses comunes que son 3: formalización de tierras en propiedad colectiva, los fondos destinados a las necesidades colectivas de la comunidad se consolidan y agrandan con el aporte del turismo, la participación en las asambleas y mingas, así los procesos de fortalecimiento de la comunidad a través de la actividad turística solo son comprensibles desde la existencia de una organización que permite traducir el lenguaje comunitario el hecho turístico y viceversa para de esta manera lograr insertarse en el mercado de manera diferenciada y tener éxito en su desarrollo turístico. (Ruiz, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 408)

A más de tener una estructura definida para el desarrollo del TC una parte importante es el liderazgo que se maneje en estos, ya que de este depende el progreso de las comunidades “Liderazgo y comunidad no solo no se excluyen sino que conviven en una singular armonía tensionada que resultan adoptantes para el turismo” (Ruiz, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008).

A diferencia de otra fuente de ingresos el TC impulsa al trabajo común de los miembros de las comunidades ya que todos son socios de este negocios es decir no se trata de empleo más bien ellos son los dueños de este negocio, lo que impulsa a que den lo mejor de ellos por algo que es suyo, es por eso que “ciertos líderes promueven un sueño, una ideas, un proyecto que solo puede cumplirse colectivamente, y que se concreta en valorar la cultura tradicional y moderna a través de la más globalizada y moderna de las actividades, el turismo” (Ruiz, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 409).

El turismo comunitario en la actualidad se ha convertido además de un ingreso económico para las comunidades, en un mecanismo sólidamente arraigado, que no permite que sus tradiciones se pierdan, más bien las promueve y las muestra al mundo exterior con originalidad y orgullo. “Para las asociaciones y organizaciones indígenas y campesinas, así como para las comunidades, el turismo comunitario se convierte en un medio de reivindicación y autogestión de sus territorios y recursos, que sirve para reclamar un lugar en el Estado y en el Mercado” (Ruiz, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 403).

1.2. Justificación

El Turismo Comunitario en la actualidad se ha convertido en un mecanismo de ingreso para las comunidades que lo desarrollan, la correcta explotación de este recurso puede tener como resultado un progreso paulatino de las Comunidades que cuentan con este servicio. Una de las características que tiene este mecanismo de ingreso es que el rédito que se consigue con la ejecución de este, es repartido en partes exactamente iguales

para cada familia perteneciente a la comunidad, lo que hace que todos colaboren de manera equitativa.

La Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” ha venido desarrollando desde el año 2011 su actividad como Centro de Turismo Comunitario, a pesar del progreso obtenido, este recurso no ha sido explotado de manera adecuada. Cuenta con un manejo administrativo deficiente, lo que ha provocado que este no cumpla con su objetivo de convertirse en una de las principales fuentes de ingreso para la comunidad y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Por esto los comuneros han decidido dejar a un lado esta actividad y dedicarse individualmente a la agricultura, como medio de progreso o migrar hacia las grandes ciudades en busca de un futuro mejor. Abandonando la actividad turística la cual es acogida por extranjeros que miran en esta industria una fuente grande de ingresos económicos.

El presente estudio, a partir del Diseño de un Modelo de Gestión Administrativa proporcionará a la comunidad “Sinchi Pura” un mecanismo que les ayudará a desarrollar el Turismo Comunitario de una manera técnica, lo que les permitirá aprovechar oportunidades, aumentar el número de visitantes al Centro y mantener a sus consumidores satisfechos. Además apoyará y mejorará el manejo administrativo del Centro, con lo cual se conseguirá que los miembros de la Comunidad adopten una visión empresarial y el interés en la explotación del mismo aumente. Dejando a un lado su pensamiento de inferioridad y comprendan que la explotación del TC ayuda a que las raíces ancestrales de nuestro País no se pierdan.

El intentar cambiar la visión de los comuneros no quiere decir que se les inducirá a que dejen a un lado sus actividades agrícolas, como es el cultivo de la chacra, sino que esta sea complementada con el TC.

El modelo brindará estrategias de mejora lo que ayudará al Centro a aprovechar al máximo sus recursos e incrementar los ingresos de la Comunidad por la explotación del Turismo Comunitario lo que mejorará el estilo de vida de los comuneros. Adicional

impulsará el liderazgo que es el pilar fundamental en el desarrollo y sostenimiento del CTC, cabe recalcar que la implementación de un MGA en el CTC pretende solamente ampliar su visión empresarial mas no cambiar sus costumbres ni su forma de vivir.

1.3. Objetivos del proyecto

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un Modelo de Gestión Administrativa que brinde una ayuda social y solidaria a la Comunidad Kichwa “Sinchi Pura”, además de obtener nuestro título de grado con la satisfacción del deber cumplido.

1.3.2. Objetivos específicos

- Brindar información acerca del manejo del Turismo en el cantón Tena.
- Establecer conceptos y explicar metodológicamente que es el turismo comunitario y como se maneja en las comunidades que lo practican.
- Establecer los conceptos y parámetros que rigen los modelos de gestión administrativa.
- Hacer un análisis de la situación actual del Centro de Turismo Comunitario Sinchi-Pura.
- Determinar principales causas y consecuencias del manejo administrativo actual del Centro de Turismo Comunitario Sinchi-Pura
- Brindar a la Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” un mecanismo de mejora en el manejo de su Centro de Turismo Comunitario mediante el desarrollo del presente proyecto.
- Plantear soluciones factibles, garantizando su correcta aplicación
- Dar seguimiento a las soluciones planteadas y verificar que los objetivos propuestos por el Centro de Turismo Comunitario, se cumplan de manera satisfactoria.

CAPÍTULO II

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Análisis de la situación

“Sinchi Pura”, en el 2003 fue reconocida como comunidad por el Ministerio de Bienestar Social, hoy MIES según el Acuerdo Ministerial 229. En el 2009 se autodefinen como Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” y se solicita al Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE) el reconocimiento legal y el registro de su estatuto, en cumplimiento de la Ley Orgánica de las Instituciones Públicas de los Pueblos Indígenas del Ecuador que se Autodefinan como Comunidades de Raíces Ancestrales.

La Comunidad está conformada por 103 personas agrupadas en 17 familias según datos registrados en el INEC en el Censo del 2010. Para sustento de cada hogar practican principalmente la agricultura y ganadería.

La Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” en afán de mejorar el estilo de vida de los comuneros y bajo la ayuda del **Programa** de Pequeñas Donaciones (PPD), quienes inicialmente apoyaron esta idea, crea el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura” y es reconocido como tal desde el año 2011, conforme el certificado otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

El **Programa de Pequeñas Donaciones (PPD)** es un fondo semilla que busca dar respuestas locales a problemas ambientales globales, mediante aportes económicos a pequeña escala destinados a Organizaciones Comunitarias de Base (OCB) u Organizaciones no Gubernamentales (ONG) con quienes éstas pueden asociarse basando su trabajo en la participación comunitaria. (PPD Programa de Pequeñas Donaciones, 2013)

Actualmente el Centro de Turismo Comunitario gracias a la intervención de su Presidenta, ha facilitado el desenvolvimiento de este servicio en la comunidad. A su vez, este proyecto ha brindado posibilidades de comunicación entre la comunidad y el Gobierno Nacional.

El terreno y las cabañas donde se desarrolla el turismo comunitario en sus inicios fueron de propiedad de la señora Lidia Cerda (Presidenta), quién con el objetivo de ayudar a la comunidad a obtener un bienestar económico común, decide realizar el traspaso de estas tierras a nombre de la Comunidad.

El Centro Turístico cuenta con 9 cabañas con capacidad de hospedaje de hasta 50 personas. El desarrollo del acogimiento, hospedaje y alimentación de los turistas es responsabilidad estricta de las mujeres de la comunidad, mientras que los hombres sirven de guías de senderismo para los visitantes. A diferencia de otras comunidades, el trabajo femenino en “Sinchi Pura” es reconocido, empezando por resaltar que la persona que los dirige es una mujer.

Los réditos obtenidos por este servicio son repartidos en partes exactamente iguales para todas las familias socias de la comunidad, en este tipo de estructura no se reconoce a la persona que ha trabajado con mayor ímpetu. Recalcando que los Centros de Turismo Comunitario lo que buscan es el bien común para todos los socios.

La señora Lidia Cerda es quien se encarga de contactar a los visitantes, comunicar a los comuneros de su llegada y designar funciones a cada uno de los miembros de la Comunidad para poder satisfacer las necesidades de los turistas, este sistema de administración de personal se lo realiza de manera empírica, además de las gestiones de manejo de todo el Centro. Las instalaciones son usadas y adecuadas para los turistas solamente cuando tienen aviso con antelación de que los visitarán, mientras tanto la conservación del lugar no está al día, es decir no se encuentran listos para alguna eventualidad.

A pesar de que esta Comunidad cuenta con una ventaja para con otras comunidades aledañas por tener un Centro de Turismo establecido. Los resultados obtenidos hasta el momento no han sido los esperados provocando que el desarrollo de esta actividad se lo realice como una alternativa de ingreso.

Debido a este sinnúmero de razones el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura” no ha cumplido con su objetivo general que era de convertirse en la primera fuente de

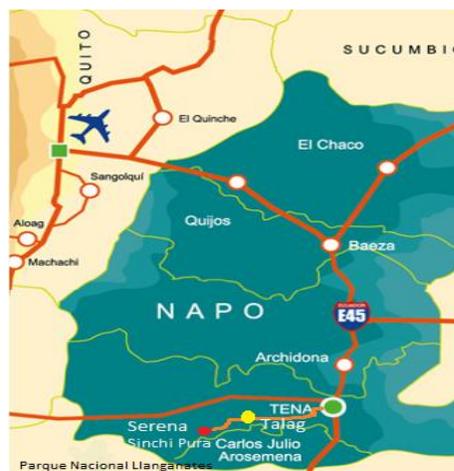
ingresos de la Comunidad, lo que ha traído como consecuencia que los miembros de esta se hayan dedicado en primer plano a la agricultura como fuente de sustento.

La presente investigación tiene por objeto cambiar la perspectiva y visualización que tienen los comuneros para el turismo comunitario refiriéndose con esto, a convertir al Centro de Turismo Comunitario en un centro de ejemplo para otras comunidades con un manejo de gestión administrativa actualizada, que les permita estar preparados para la llegada de turistas en todo momento, así como fomentar la difusión del Centro de manera progresiva y rápida, buscar contactos capaces de proporcionar al Centro de Turismo visitantes todos los días del año.

2.1.1. Ubicación del Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”

La comunidad Kichwa “Sinchi Pura” está ubicada en la parroquia Tálaga, cantón Tena, Provincia de Napo, aproximadamente a 22 kilómetros de la ciudad del Tena, en la zona de amortiguamiento de la conservación del Parque Llanganates.

Ilustración #1 Ubicación del CTC “Sinchi Pura”



Elaborado por: Carla Balseca y Johanna Romo

Tena se encuentra a 5 horas de Quito, las carreteras son asfaltadas y en excelente estado, su demora varía de acuerdo al transporte. Existen varias cooperativas de buses que llegan hasta Tena, entre las que tenemos las Cooperativas de Transporte Expreso Baños, Flota Pelileo, Amazonas y Baños

Partiendo del Tena la carretera es de primer orden hasta la parroquia de Tálag y posteriormente lastrado hasta el puente del Río Jatunyacu, luego de cruzar el río se debe caminar 10 minutos por una carretera hasta llegar a la comunidad “Sinchi Pura”.

El sector tiene una temperatura aproximada de 25° centígrados, por encontrarse en la Amazonia Ecuatoriana, las lluvias son constantes y el clima es húmedo, gracias a su ubicación geográfica, es rica en recursos naturales, lo que la convierte en una buena opción para visitarla. Cuenta con un ambiente típico y tradicional de una comunidad Kichwa, además de su privilegiado entorno que es apto para el esparcimiento sano, por las bondades de la naturaleza.

“Sinchi Pura” está conformado por 10 atractivos turísticos de los cuales el 80% son naturales y el 20% manifestaciones culturales, los cuales son:

- El río Jatun Yaku catalogado como de categoría III para deportes acuáticos, el cual se encuentra junto a las cabañas de CTC.
- El volcán Sumaco, que es uno de los menos conocidos de nuestro país, por su ubicación, pero desde el mirador se puede admirar este majestuoso volcán.

Ilustración #2 Volcán Sumaco



Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

- El Mirador Pasurko desde donde se puede admirar el volcán Sumaco, el cual se encuentra construido en las orillas del Río Jatun Yaku que cuenta con 6 hamacas para que los visitantes puedan tener un momento de relajación y esparcimiento.

- Los petroglifos de Pumarumi, que es una roca que tiene 4 figuras que simbolizan la religiosidad y la cultura de los Yachajs o Shamanes, que no es más que una herencia para las futuras generaciones.
- En los brazos del río Jatunyacu se encuentran las Cascadas como Pimpilala y Suyu Yaku, que ayudan al relajamiento de los visitantes.
- La laguna Waysa Yaku.
- La playa de Yurak Yaku.

2.1.2. Infraestructura

Las instalaciones del CTC “Sinchi Pura”, fueron construidas por la Sra. Lidia Cerda, las cuales son rústicas y brindan un ambiente de naturaleza y relajación.

El CTC “Sinchi Pura” cuenta con 9 cabañas, hechas con madera y paja, las cuales cuentan con electricidad, los servicios higiénicos y duchas se encuentran junto a las cabañas los mismos que son públicos para todos los visitantes,

Ilustración #3 Cabañas CTC



Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Existen cabañas con diferente capacidad. Cabañas para 2 personas que cuenta con dos camas rústicas hechas con madera, colchón en cada una de ellas, sábanas, almohadas, toldos, velador, toallas.

Ilustración #4 Cabañas CTC



Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Cabañas para 12 personas que cuentan con literas elaboradas rústicamente con madera, luz eléctrica, colchones en cada cama, toldos, veladores, toallas.

Ilustración #5 Cabañas CTC



Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

El CTC cuenta con:

- Un comedor general que se encuentra elaborado rústicamente y es al aire libre con el objeto de que sus visitantes puedan compartir con la naturaleza al momento de alimentarse.
- El mirador Pasurko, elaborado rústicamente, desde donde se puede admirar el volcán Sumaco, el cual que se encuentra construido en las orillas del Río Jatun Yaku que cuenta con seis hamacas para que los visitantes puedan tener un momento de relajación y esparcimiento así mismo el CTC cuenta con una cocina donde se preparan los alimentos.
- Una cancha de fútbol que está a disposición de los visitantes. Junto al CTC se encuentra la casa de la señora Lidia Cerda que muchas veces si la capacidad de

las cabañas no es suficiente para hospedar a los visitantes, sirve como lugar de hospedaje.

2.2. Contextualización del problema de investigación

2.2.1. El problema de investigación:

El Centro de Turismo Comunitario no deja los réditos esperados por la comunidad acorde a su potencial turístico

2.2.2. Principales causas:

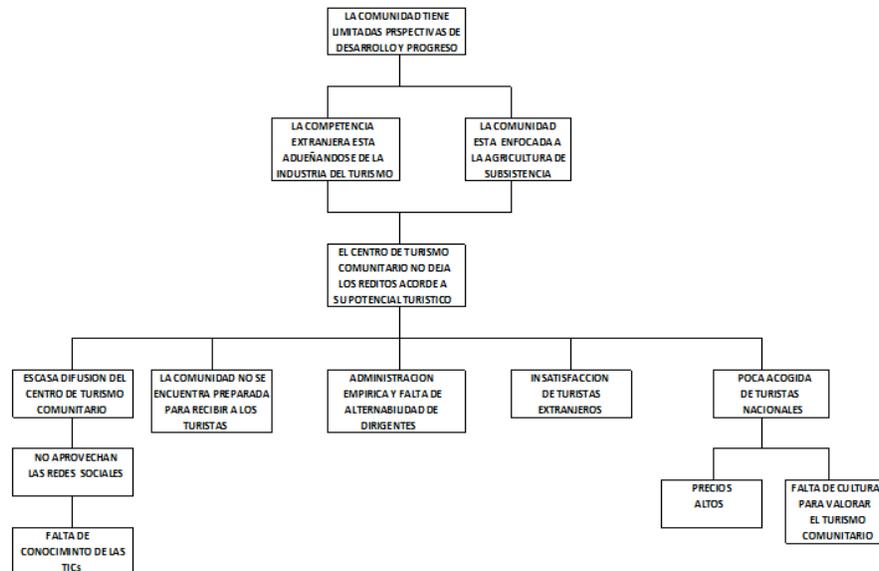
- Escasa difusión del Centro de Turismo Comunitario;
- No se aprovechan las redes sociales;
- Falta de conocimiento de las tecnologías de información y comunicación;
- La Comunidad no se encuentra preparada para recibir a los turistas;
- Administración empírica, falta alternabilidad de dirigentes;
- Precios altos;
- Poca acogida de los turistas nacionales;
- Insatisfacción de turistas extranjeros;
- Falta de cultura para valorar el Turismo Comunitario.

2.2.3. Principales consecuencias o efectos:

- La competencia extranjera se está adueñando de la industria del turismo en este sector.
- El progreso de la comunidad se está enfocando solamente en la explotación de la agricultura olvidando otros sectores productivos como es el turismo.
- La comunidad tiene limitadas perspectivas de desarrollo y de progreso.

2.2.4. Esquema árbol de problemas

Ilustración #6 Esquema árbol de problemas



2.3. Formulación del problema de investigación

2.3.1. Pregunta de investigación

¿Por qué la Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” ha limitado su progreso enfocándose solamente en la explotación de la agricultura?

2.3.2. Respuesta de investigación

Porque el desarrollo del servicio de Turismo Comunitario no deja los réditos esperados por la comunidad.

2.4. Sistematización del problema de investigación

¿Por qué el promedio de visitas al Centro de Turismo Comunitario es bajo?

Porque existe una escasa difusión del CTC.

¿Porque la administración que maneja el Centro de Turismo Comunitario no ha tenido éxito?

Porque la administración es manejada empíricamente y no existe alternabilidad de dirigentes.

¿Por qué el servicio que brinda el Centro de Turismo Comunitario no está dirigido a todo el público?

Porque los precios son altos

2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo General

Diseñar un Modelo de Gestión Administrativa para mejorar las operaciones del Centro de Turismo Comunitario que permita a la Comunidad incrementar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.

2.5.2. Objetivos Específicos

- Promover la difusión del Centro de Turismo Comunitario utilizando las nuevas herramientas de comunicación.
- Mejorar el manejo administrativo del Centro de Turismo Comunitario.
- Capacitar a los integrantes del Centro de Turismo Comunitario sobre la importancia de encontrarse preparados siempre para la llegada de turistas.
- Determinar si los precios del servicio que brinda el Centro de Turismo Comunitario están acorde al alcance de turistas nacionales y extranjeros.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. Bases teóricas

3.1.1. Marco teórico conceptual

3.1.1.1. Administración

3.1.1.1.1. Definiciones

La administración es el arte y ciencia de manejar adecuadamente una organización con el propósito de que esta logre alcanzar sus objetivos, la aplicación de la administración en una organización garantizará su éxito, es por esto que el manejo y aplicación de la administración como ciencia en el CTC, brindará a éste, un modelo definido de gestión administrativa para que alcance el éxito en sus labores.

La administración como tal, se ha venido practicando desde la aparición del hombre en la tierra ya que ellos distribuían funciones a sus subordinados, preveían el mal tiempo y para soportar estos inconvenientes se provisionaban de comida, vestimenta, etc. La administración moderna como tal da inicio en el siglo XIX.

Los economistas clásicos, como Adam Smith y John Stuart Mill, proporcionaron un fondo teórico a la asignación de los recursos, a la producción y a la fijación de precios. Al mismo tiempo, innovadores como Eli Whitney, James Watt y Matthew Boulton desarrollaron herramientas técnicas de producción tales como la estandarización, procedimientos de control de calidad, contabilidad analítica y planeamiento del trabajo.

Para fines del siglo XIX, Léon Walras, Alfred Marshall y otros economistas introdujeron una nueva capa de complejidad a los principios teóricos de la Administración. Joseph Wharton ofreció el primer curso de nivel terciario sobre Administración en 1881. (Cruz, 2004)

La definición de la Administración de forma técnica nos dice que:

La Administración (lat. ad, hacia, dirección, tendencia, minister, subordinación, obediencia) es la ciencia social y técnica encargada de la planificación,

organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo de los fines perseguidos por la organización. (Cruz, 2004)

A partir de esta definición se entiende que la administración es la ciencia que nos enseña la forma en la que debemos planificar, organizar, dirigir y controlar una organización para que ésta de resultados positivos “La administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laborar en grupos y alcancen con eficiencia metas seleccionadas” (Deaguate.com, 2011).

3.1.1.1.2. Características

La administración tiene las siguientes características

1. **Universalidad:** Existe en cualquier grupo social y es susceptible de aplicarse lo mismo en una empresa industrial, el ejército, un hospital, una escuela, etc.
2. **Valor Instrumental:** Dado que su finalidad es eminentemente práctica, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma: mediante ésta se busca obtener un resultado.
3. **Unidad Temporal:** Aunque para fines didácticos se distingan diversas fases y etapas en el proceso administrativo, esto no significa que existan aisladamente. Todas las partes del proceso administrativo existen simultáneamente.
4. **Amplitud de ejercicio:** Se aplica en todos los niveles o subsistemas de una organización formal.
5. **Especificidad:** Aunque la administración se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que le proporcionan su carácter específico.
6. **Interdisciplinariedad:** La administración es afín a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo.
7. **Flexibilidad:** los principios administrativos se adaptan a las necesidades propias de cada grupo social en donde se aplican. La rigidez en la administración es inoperante. (Escoto, 2011)

La Administración es aplicable en todo tipo de organizaciones sean estas con o sin fines de lucro además brinda un mecanismo de control para los procesos de cada individuo dentro de la organización.

3.1.1.1.3. Importancia

Una vez revisadas las características de la Administración es necesario señalar su importancia ya que estos argumentos la convierten en una disciplina.

Universalidad: Con la universalidad de la administración se demuestra que ésta es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social.

Simplificación del Trabajo: Simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad.

Productividad y Eficiencia: La productividad y eficiencia de cualquier empresa están en relación directa con la aplicación de una buena administración.

Bien común: A través de los principios de administración se contribuye al bienestar de la comunidad, ya que proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos. (Escoto, 2011)

La Administración es interdisciplinaria, esto quiere decir que se complementa con otras ciencias para su correcto desarrollo además, es una herramienta muy importante que ayuda a las organizaciones a manejar sus procesos adecuadamente con el objeto de optimizar sus recursos y mejorar sus actividades y por ende alcanzar sus fines y metas.

La aplicación de la Administración en el CTC será de gran ayuda ya que nos brindará un mecanismo basado en teorías ya aplicadas que han dado resultado, dicho mecanismo ayudará al CTC a aprovechar todo su potencial.

Las funciones que cumple la Administración dentro de una organización permiten garantizar que su correcta aplicación está orientada al desarrollo y progreso de la organización por cuanto abarca cada uno de los ámbitos de esta.

La aplicación de cada una de las funciones en el presente proyecto, ayudará a que se mejore su manejo administrativo y por ende logre cumplir su objetivo principal que es optimizar el desarrollo del CTC para aumentar sus ingresos por este concepto.

3.1.1.1.4. Tipos de administración

- **Administración por objetivos APO**

APO es un sistema creado y diseñado con el objeto de que los subordinados y sus superiores logren establecer juntos objetivos con relación a su desempeño, una vez establecidas estas metas sean revisadas según su avance periódicamente y se asignen recompensas con base al avance obtenido.

La APO hace que los objetivos sean operativos mediante un proceso que los lleva a bajar en forma de cascada por toda la organización. Los objetivos generales de la organización se traducen en objetivos específicos para cada nivel subsiguiente (división, departamento, individual). Como los gerentes de las unidades bajas participan en el establecimiento de sus propias metas, la APO funciona de la base hacia arriba y también de la cima hacia abajo. El resultado es una pirámide que liga los objetivos de un nivel con los del siguiente.

La administración por objetivos “es un modelo de administración a través del cual todos los gerentes de un organización establecen metas para sus administraciones, al inicio de cada período o ejercicio fiscal, de preferencia coincidiendo con el ejercicio fiscal de la empresa, en constancia con las metas generales de la organización fijadas por los accionistas, a través de la dirección. Un objetivo debe ser cuantificable, complejo, relevante y compatible. Un objetivo es una declaración escrita, un enunciado, una frase; es un conjunto de números. Son números que orientan el desempeño de los gerentes hacia un resultado medible, complejo, importante y compatible con los demás resultados”. (Stephen P. Robbins, 2002, pág. 86)

Este es un modelo de administración que proporciona a las organizaciones un mecanismo de interrelación jefe-empleado lo que tendrá como resultado un ambiente apropiado de trabajo, en el caso del CTC este modelo podría ser aplicado con la diferencia que en los CTC como se había puntualizado no es una organización estructurada con empleados, sino con socios, por tal razón la aplicación de este modelo

ayudaría a mantener una buena relación entre los dirigentes del CTC y los demás integrantes del mismo, con el objeto de plantear objetivos comunes.

- **Administración de Negocios:** se refiere a los principios y técnicas administrativas aplicables en las actividades de carácter mercantil y en general a esa numerosa variedad de transacciones en asuntos comerciales.
- **Administración de Empresas:** se refiere al conjunto de principios y técnicas administrativas aplicables tanto a la organización como a los procesos operativos en las empresas de toda clase: industriales, ganaderas, agrícolas de servicios, etc.
- **Administración Pública:** se refiere tanto al aparato del Estado, es decir, al ente Estado como a los demás entes departamentales, municipales y del sector descentralizado. También denota el conjunto de procesos y operaciones administrativos del sector público y frecuentemente, con esta denominación nos referimos al conjunto de funcionarios que trabajan en las instituciones oficiales.
- **La Administración Internacional:** Se centra en la operación de empresas internacionales en países extranjeros. Trata temas administrativos que se relacionan con el flujo de personas, mercancías y dinero con el propósito final de administrar mejor en situaciones.
- **La Administración Comparativa:** Se define como el estudio y el análisis de la administración en diferentes ambientes y de las razones por las cuales las empresas obtienen resultados diferentes en diversos países. La administración es un elemento importante para el crecimiento económico y el mejoramiento de la productividad. (ACADEMIA- comunicacion digital de conocimiento, 2013)

3.1.1.1.5. Proceso Administrativo (PA)

Como se había tratado en el tema anterior la administración comprende de funciones que le permiten desarrollarse con éxito, el proceso administrativo a su vez también comprende de funciones similares las cuales son planeación, organización, dirección y control de los procesos que se desarrollan en una organización, a continuación hablaremos de cada una de ellas, sus características principales que nos brindará una pauta para el diseño de nuestro modelo.



Fuente: Proceso Administrativo Munch Galindo

3.1.1.1.5.1.Planeación

Para un gerente y para un grupo de empleados es importante decidir o estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. El siguiente paso es alcanzarlos. Esto origina las preguntas de que trabajo necesita hacerse. ¿Cuándo y cómo se hará? ¿Cuáles serán los componentes necesarios del trabajo, las contribuciones y cómo lograrlo? En esencia, se formula un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia delante. (Pacheco, 2006)

Importancia

La planeación es importante ya que propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización eficaz de los recursos, además reduce al máximo los niveles de incertidumbre que se puedan presentar en el futuro. La planeación prepara a la empresa para afrontar adversidades que se presenten en los procesos al eliminar la improvisación impulsa a la eficiencia.

Características de la planeación

1. Es un proceso permanente y continuo.
2. Está orientada hacia el futuro.
3. Busca la racionalidad en la toma de decisiones.
4. Busca seleccionar un curso de acción entre varias alternativas.
5. Es sistemática.

6. Es repetitiva.
7. Es una técnica cíclica.
8. Es una función administrativa que interactúa con los demás.
9. Es una técnica de coordinación e integración.
10. Es una técnica de cambio e innovación.

(Costa, 2013)

Actividades importantes de la planeación

La Planeación al ser una función del Proceso Administrativo tiene actividades por cumplir las mismas que son:

- a. Aclarar, amplificar y determinar los objetivos.
- b. Pronosticar.
- c. Establecer las condiciones y suposiciones bajo las cuales se hará el trabajo.
- d. Seleccionar y declarar las tareas para lograr los objetivos.
- e. Establecer un plan general de logros enfatizando la creatividad para encontrar medios nuevos y mejores de desempeñar el trabajo.
- f. Establecer políticas, procedimientos y métodos de desempeño.
- g. Anticipar los posibles problemas futuros.
- h. Modificar los planes a la luz de los resultados del control. (Pacheco, 2006)

Estas actividades nos ayudarán a darle a la planificación un enfoque, es decir pautas a cumplir, con el objeto de saber cuáles son las principales funciones de la planeación dentro del proceso administrativo.

3.1.1.1.5.2.Organización

Una vez definido y realizado el plan de acción, se debe distribuir organizadamente las actividades a realizarse entre los miembros del grupo e indicar la importancia de que los integrantes del plan realicen bien su trabajo, se debe acondicionar todos los recursos para la puesta en marcha del plan.

Estas actividades deben ser distribuidas de manera estratégica a fin de que exista ahorro en recursos y satisfacción de los integrantes del plan.

Importancia de la Organización.

La organización como parte del PA es importante ya que es de carácter continuo es decir, que el plan está sujeto a cambios constantemente según la necesidad, nos ayuda a determinar el camino adecuado a seguir para lograr los objetivos planteados ya que proporciona métodos que pueden ser adoptados para que las actividades se desempeñen de forma eficiente, eliminando la lentitud en los procesos lo cual reduce costos e incrementa la productividad.

Una buena organización ahorra tiempo y dinero ya que logra eliminar en gran proporción la duplicidad de esfuerzos que delimitan funciones y responsabilidades entre los miembros de la organización.

Características de una correcta organización

- La organización debe ser estructurada en función de las características específicas de la organización.
- La estructura de la organización debe ser flexible.
- Cuando se diseñe la organización se debe tomar en cuenta las aptitudes de los miembros de la organización.
- La organización debe estar orientada a cumplir los objetivos organizacionales
- Se debe realizar dentro de la organización una distribución de responsabilidades que vaya de la mano con la delegación de cargos.

Actividades importantes de la organización.

Según Rosa Aguilar las actividades de la organización son:

- a. Subdividir el trabajo en unidades operativas.
- b. Agrupar las obligaciones operativas en puestos.
- c. Reunir los puestos operativos en unidades manejables y relacionadas.
- d. Aclarar los requisitos del puesto.
- e. Seleccionar y colocar a los individuos en el puesto adecuado.
- f. Utilizar y acordar la autoridad adecuada para cada miembro.
- g. Proporcionar facilidades personales y otros recursos.
- h. Ajustar la organización a la luz de los resultados del control.

La organización dentro del proceso administrativo es un complemento de la planeación ya que en este se puede lograr distribuir adecuadamente las actividades y responsabilidades en cualquier organización como es el caso de CTC, ya que este para su correcto desarrollo requiere de una distribución inteligente de las actividades.

3.1.1.1.5.3.Dirección

Una vez obtenido el plan y teniendo distribuidas las actividades el siguiente paso es la ejecución o puesta en marcha, que no es más que la unión de esfuerzos de cada uno de los miembros de la organización, alineando sus actividades para cumplir los objetivos organizacionales.

Conducir, guiar y supervisar los esfuerzos de los subordinados para ejecutar planes y lograr objetivos de un organismo social son las funciones de la dirección dentro del PA de una organización.

Elementos e importancia de la dirección

La Dirección debe garantizar la ejecución de los planes realizados, brindar motivación y proporcionar una guía a sus subordinados, lo que aumentará la comunicación entre los miembros. La Dirección debe ir acompañada de la supervisión de trabajos ya que de este depende el correcto desempeño para alcanzar las metas.

La dirección es importante por cuanto permite ejecutar la planeación y organización programada respetando la estructura organizacional, incrementando la productividad, eficacia en los sistemas y en el funcionamiento de lo planeado.

Características de la dirección.

Según Juana Villalva las características son:

Unidad de mando que consiste en hacer énfasis en que cada subordinado debe rendir cuentas a un solo supervisor.

Delegación.- Es la asignación de tareas.

Amplitud de control.- Es la cantidad de personas que un jefe puede supervisar.

Actividades importantes de dirección.

- a. Poner en práctica la filosofía de participación por todos los afectados por la decisión.
- b. Conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo.
- c. Motivar a los miembros.
- d. Comunicar con efectividad.
- e. Desarrollar a los miembros para que realicen todo su potencial.
- f. Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho.
- g. Satisfacer las necesidades de los empleados a través de esfuerzos en el trabajo.
- h. Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.

(Pacheco, 2006)

La dirección es eficiente siempre y cuando esté encaminada a lograr los objetivos organizacionales, para lo cual se debe crear un líder de mando que distribuya las actividades y las controle, además que garantice una buena comunicación entre los miembros de la organización eliminando conflictos.

3.1.1.1.5.4.Control

El control es una etapa muy importante pues aunque las organizaciones cuenten con un plan magnífico, una excelente organización y dirección, si los directivos de las empresas no controlan las actividades del plan estas podrán fracasar.

Considerando que en el desarrollo de las actividades se pueden presentar discrepancias, malas interpretaciones y obstáculos inesperados lo que puede afectar al resultado final del plan, para esto es necesario realizar un control constante de las actividades de cada uno de los integrantes de la empresa que forman parte del plan.

El control es importante debido a que ayuda a crear mejor calidad en los resultados obtenidos, tomando en cuenta que el plan establecido está sujeto a cambios lo que logrará agregar valor y aumentar el trabajo en equipo.

Importancia del Control

El control dentro del PA es importante porque permite a la organización crear mejor calidad, enfrentando el cambio de forma eficiente produciendo ciclos más rápidos en los procesos agregando valor al producto o servicio, además facilita la delegación de funciones y fomentando el trabajo en equipo.

Características del Control

Garantía del Objetivo.- debe contribuir a la consecución de objetivos mediante la verificación oportuna de las discordancias con los planes a emprender la acción correctiva

Definición de los estándares.- el control debe hacerse en estándares objetivos, precisos y establecidos de manera conveniente. La fijación de estándares de desempeño y de calidad

Excepción.- Cuanto más concentre un administrador sus esfuerzos de control en desvíos y excepciones, más eficientes serán los resultados de ese control.

Acción.- el control sólo se justifica cuando indica disposiciones capaces de corregir los desvíos detectados o comprobados, respecto de los planes. (García, 2013)

Actividades importantes de control

- a. Comparar los resultados con los planes generales.
- b. Evaluar los resultados contra los estándares de desempeño.
- c. Idear los medios efectivos para medir las operaciones.
- d. Comunicar cuales son los medios de medición.
- e. Transferir datos detallados de manera que muestren las comparaciones y las variaciones.
- f. Sugerir las acciones correctivas cuando sean necesarias.
- g. Informar a los miembros responsables de las interpretaciones.
- h. Ajustar el control a la luz de los resultados del control (García, 2013).

El control se puede realizar mediante informes, auditorías y estudios de tiempo, los que se pueden realizar de forma preliminar, concurrente o como retroalimentación.

El correcto manejo de estas funciones del PA garantizará el éxito en la administración de una organización ya que la una depende de la otra para su ejecución, cada uno es tan

o más importante que el otro, es por esto que el PA dentro de cualquier organización pretende brindar mecanismos para que se logre obtener una correcta planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas ahorrando costos y aprovechando al máximo los recursos con los que cuenta la empresa.

La presente investigación está encaminada a fomentar una correcta administración en el CTC, es por esto que el manejo del PA será de vital importancia para lograr el éxito en sus funciones, además de alcanzar los objetivos que este se ha propuesto.

3.1.1.1.6. Enfoques de la Administración

3.1.1.1.6.1. Administración bajo el enfoque capitalista

Después de haber analizado la administración en su estructura normal y cotidiana, entraremos a estudiar sobre la administración capitalista, partiremos por la definición de Estado según Antonio Gramsci que nos dice que “El Estado como un complejo global de actividades teóricas y prácticas con las cuales la clase dominante no sólo justifica y conserva su dominación, sino que logra preservar el consenso activo de quienes son gobernados” (Hernandez, 1979). El capitalismo favorece a unos pocos que tienen poder y deja a un lado a los que no lo tienen, para de esta manera aumentar las ganancias que tienen los poderosos.

Las economías capitalistas han impulsado a la creación de los monopolios y oligopolios en el Ecuador como en el mundo “Las oligarquías monolíticas no dependieron del Estado para su estabilidad, esta se encontraba mucho más que en él, en su situación objetiva de poder, es decir, en sus enraizamientos sociales y económicos en la estructura social. Para ellas, el Estado era principalmente un instrumento, pero nunca una fuente de poder” (Hernandez, 1979). El capitalismo pretendía impulsar a pocos y aplastar a muchos.

La economía capitalista dio paso a un proceso que en realidad anima al canibalismo económico entre seres humanos y que terminó por alentar la especulación financiera, ya no solo en el ámbito de la especulación de los capitales, sino también en el energético, alimentario y de la vivienda. (Coraggio J. , 2011, pág. 25)

Las economías capitalistas lograron que existiera “la exclusión masiva del empleo, la erosión de los salarios y de los derechos sociales, la concentración ampliada de la riqueza, la liberación de un mercado globalizado feroz en sus castigos al que no puede competir” (Caraggio, 2011, pág. 19). Lo que generó caos en el Ecuador aumentando el desempleo y olvidando a las personas vulnerables como son los indígenas.

En el régimen capitalista se manejaba una administración donde los únicos que mandaban eran los dueños de las riquezas mientras que los obreros o la mano de obra eran discriminados y atropellados. Los pueblos indígenas eran aislados, no eran tomados en cuenta y no se consideraban como parte del País, eran tomados como esclavos.

3.1.1.1.6.2. Administración bajo el enfoque de la Economía Social y Solidaria

El enfoque de la Economía Social y Solidaria que es la vigente en el Ecuador después de la nueva Constitución de Montecristi, que engloba aspectos que defienden las economías comunitarias que es el tema que nosotros desarrollaremos en la presente investigación.

Definición de Economías Sociales y Solidarias.

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.

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”. (Coraggio J. , 2011, pág. 49)

Es la economía del buen vivir que se basa en la solidaridad la que ha logrado que el Ecuador pueda “superar la estructura concentradora de la propiedad empresarial y el

abuso de la posición de predominio en el mercado por parte de pocos y poderosos grupos empresariales” (Coraggio J. , 2011, pág. 52).

La economía del buen vivir se enfoca a fomentar el desarrollo de las comunidades como ente económico ya que;

El Buen Vivir, en suma, aparece como una oportunidad para construir otra sociedad sustentada en la convivencia del ser humano en diversidad y armonía con la Naturaleza, a partir del reconocimiento de los diversos valores culturales existentes en cada país y en el mundo. (Coraggio J. L., 2011, pág. 18)

La economía del buen vivir es totalmente distinta a la capitalista. Promueve al desarrollo de todas las áreas de un país, pero no quiere decir que a partir del manejo de esta economía, el Ecuador se convertiría en un paraíso armonioso, siempre existirán contradicciones en la sociedad debido a que nunca una economía mantendrá feliz a toda la sociedad.

Una economía social y solidaria aspira construir relaciones entre la sociedad y la suficiencia que es superior a la eficiencia, pero sustentada en la solidaridad, esto quiere decir que se logre llegar a la suficiencia pero sin aplastar a nadie.

La constitución del Ecuador especifica en el artículo 276 que:

El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y

de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.

5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural. (Ecuador, Constitución Política de la República del Ecuador, 2008).

El objetivo de las economías sociales y solidarias en el Ecuador permitirá tener una vida digna a cada uno de las habitantes del país incluyéndolos en planes de desarrollo común. Se eliminó la tercerización laboral, lo que hizo que los empleadores se hicieran responsables por sus empleados dignificando así el trabajo de las personas, además de obligar a las empresas a brindar beneficios a sus empleados penalizando los incumplimientos y dando prioridad al trabajador, a diferencia de la economía capitalista que beneficiaba a la empresas y dejaban a un lado al trabajador.

La Economía del Buen vivir dignifica el trabajo y por ende al trabajador, brindando bases de equidades en todos los ámbitos de la sociedad como por ejemplo las finanzas populares que promueven el desarrollo y la banca pública de fomento, impulsan al ahorro interno y el ahorro popular lo que garantiza el desarrollo y superación en la calidad de vida de los que hasta ahora han sido marginados, como por ejemplo la Comunidad Kichwa “Sinchi Pura” que actualmente ha logrado mantener diálogos con autoridades del País, para alcanzar microcréditos a fin de apoyar al desarrollo del CTC, además de la autogestión con el objeto de recibir ayuda del Ministerio de Turismo, es decir, a partir del surgimiento de la Economía del Buen Vivir las comunidades indígenas tienen acercamiento con las autoridades, buscando generar autoempleo en su comunidad, basándose en el desarrollo del CTC.

3.1.1.2. Modelos de Gestión Administrativa (MGA)

3.1.1.2.1. Modelo

“Un modelo es una descripción usada para representar relaciones complejas en términos fáciles de entender” (Guzmán, 2009, pág. 209). Es por ello que muchas ciencias utilizan diversos modelos para que su complejidad no sea extensa. En la administración estos modelos buscan aclarar la relación que existe entre las partes que integran el proceso administrativo, y en la gestión los modelos buscan dar un estándar idóneo en los procesos, que se ajuste a las necesidades de la empresa y que este pueda ser copiado o imitado dentro de toda la organización.

3.1.1.2.2. Gestión

“La gestión es la acción y efecto de gestionar o de administrar, es ganar, es hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera”. (Carod Miguel, 2013, pág. 136). Entendemos por gestión a todos los trámites pertinentes que se deben realizar para lograr alcanzar un objetivo.

3.1.1.2.3. Modelo de Gestión Administrativa

Un modelo de gestión administrativa (MGA) es una referencia que tienen las altas gerencias para administrar de mejor manera una empresa, un modelo proporciona una fácil comprensión de la complejidad de una empresa, donde la detección de sus necesidades sea inmediata y que se puedan establecer las soluciones oportunas para dichas necesidades. Estos modelos de administración pueden ser utilizados tanto por empresas del sector público como privado, cabe recalcar que de acuerdo a la naturaleza de la organización estos modelos varían, por ejemplo: si la empresa es del sector privado el modelo estará enfocado en adquirir mayores ganancias y si la empresa pertenece al sector público el modelo estará enfocado en brindar un mejor servicio a los ciudadanos.

La integración de toda la empresa es necesaria para lograr una correcta implementación de los MGA, se necesita de un estudio minucioso de la situación actual de la empresa donde se determinen cuáles son los procesos administrativos y todo lo que intervenga

para que estos se lleven a cabo como es el personal, los materiales, etc., así mismo del producto o servicio que se está ofertando. Partiendo de este estudio se establecen los seguimientos y controles pertinentes para los procesos internos de una organización y estos ayudarán a mejorar la toma de decisiones.

3.1.1.2.4. Importancia del modelo de gestión administrativo

Es importante tener un modelo de gestión administrativo ya que ayuda a que los procesos se los realice de forma más eficiente, esto quiere decir que permitirá una utilización eficaz del tiempo durante la ejecución de las actividades que se realizan en la organización, consiguiendo que la empresa tenga mayor productividad lo que aumentará las satisfacción del usuario.

Lo que buscan los MGA es que dichos procesos se los realice de una forma más ágil, donde se pueda obtener información precisa que ayude en el mejoramiento del servicio dado por la empresa.

3.1.1.2.5. Objetivos de los modelos de gestión administrativa

Los objetivos del control de gestión se enfocan específicamente en:

- Atribuir responsabilidades a los diferentes empleados mediante el establecimiento de objetivos y su posterior cumplimiento.
- Controlar la evolución de la empresa desde un punto de vista de valores económicos e indicadores de gestión.
- Establecer un sistema de planificación estratégica en la empresa a largo plazo.
- Optimizar el funcionamiento interno del sistema de información de la organización.
- Desarrollar el sistema de control mediante una evaluación del control de gestión que permita medir los aspectos clave del negocio.
- Medir la eficacia en la gestión de las estructuras jerárquicas y funcionales de la empresa. (Anthony, 2003, pág. 148)

3.1.1.2.6. Etapas de un modelo de gestión administrativa

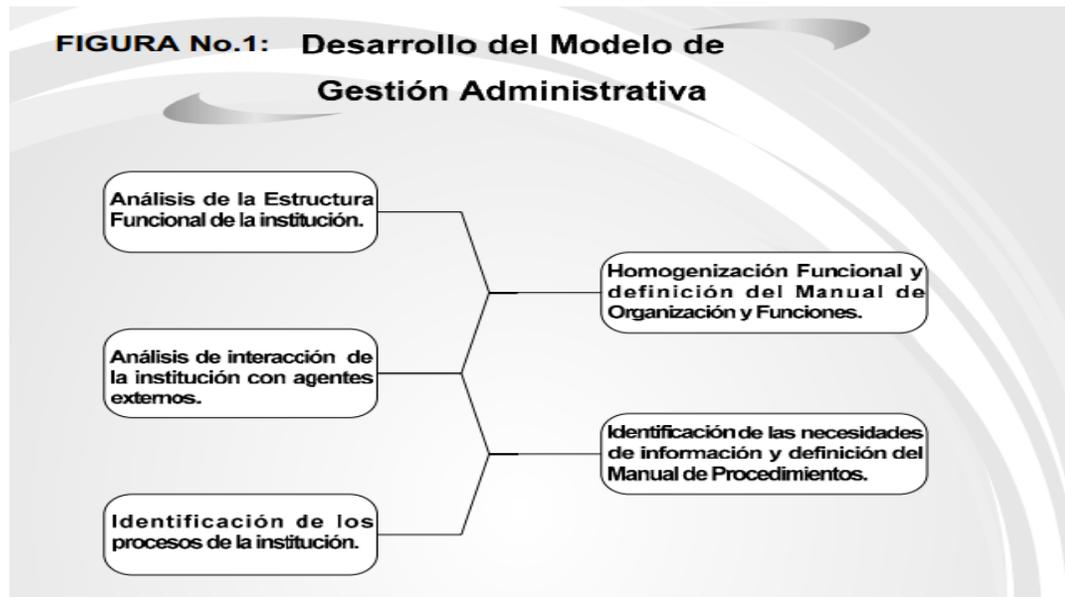
La elaboración de los MGA está conformada por las siguientes etapas:

- **Análisis de la estructura funcional:** en esta etapa se analiza y se describen las características, funciones y objetivos de cada una de las áreas que forman parte de los procesos y como se relacionan entre sí.
- **Análisis de las relaciones con terceros:** en esta se describe el tipo de relación que tiene la empresa con las demás entidades y clientes.
- **Identificación de los procesos de la institución:** se determina que es lo que exactamente se oferta.

Una vez realizado el análisis de la situación de la empresa se procede a establecer las tareas que se llevarán a cabo para implementar el MGA:

- **Homogenización de funciones:** este debe enfocarse a la optimización de recursos evitando que se produzca una duplicidad o redundancias de las funciones dentro de los procesos y se define el manual de la organización y las funciones.
- **Identificación de las necesidades de información:** aquí se establecen cuáles son las necesidades del proceso y lo que se debe hacer para satisfacerlas, y se define un manual de funciones.

A continuación se puede apreciar de forma gráfica las etapas de un modelo de gestión administrativa.



Fuente: (Cojutepeque, 2009)

3.1.1.2.7. Tipos de modelos de gestión administrativa

Según Robert Quinn existen cuatro tipos de MGA

- **Modelo del objeto racional.**-Este se enfoca en la toma de decisiones, donde estas deben ser oportunas y acertadas, buscando siempre el beneficio común de la organización.
- **Modelo del proceso interno.**-Se enfoca en establecer los procesos necesarios para que una entidad funcione de manera eficiente. Aquí se hace un análisis de la estructura funcional.
- **Modelo de relaciones humanas.**- Se enfoca en el desarrollo del talento humano, es aquí importante la motivación del personal pues son quienes ejecutan los procesos. Es necesario el compromiso y la moral.
- **Modelo de sistemas abiertos.**- Se enfoca en la adaptación a las políticas planteadas. Lo que busca este modelo es la optimización de los recursos utilizados por la empresa. “Énfasis en las relaciones de intercambio con el

entorno a través de entradas (insumos) y salidas (productos). Capacidad de adaptación”.

Estos cuatros modelos son pilares fundamentales para que una organización funcione de manera adecuada y que se puedan alcanzar los objetivos planteados.

3.1.1.2.8. Modelo de Gestión Administrativa Turística

Como podemos determinar de acuerdo con la información precedente, la aplicación de la administración como ciencia es esencial para el correcto desempeño de las organizaciones, en el caso del CTC se ha determinado que es viable implementar un MGA que brinde pautas a seguir para mejorar la administración de la organización, además de la gestión del mismo. Garantice que cada uno de los procesos que se lleven a cabo pueda ser controlado, además de designar funciones a cada uno de los miembros y brindar una estrategia competitiva que permita al CTC lograr el éxito en el desempeño de sus actividades.

Es este campo de la economía se aplican las mismas bases científicas de un MGA común, es decir los mismos principios y bases con la diferencia de que en este ámbito como es el turismo se evalúa la gestión ambiental.

Gestión Ambiental: no es más que el conjunto de acciones encaminadas al uso, conservación o aprovechamiento ordenado de los recursos naturales y del medio ambiente en general. Implica la conservación de especies amenazadas y toda actividad humana y que transcurren o afectan al medio en mayor o menor grado, es decir orientar el uso del suelo sea este como urbanización, como zona ecológica, respetando sus componentes y preservándolo.

Una vez que se ha determinado el uso del suelo se debe diseñar una estrategia para gestionar el uso que se ha propuesto dar a este, en el caso de CTC se ha destinado el suelo como un medio de restauración de la cultura Kichwa en el Ecuador, es por esto que el espacio donde está ubicado el CTC se encuentra en su estado natural y no se ha permitido que la globalización deteriore sus orígenes.

Después de exponer brevemente sobre la gestión administrativa en el ámbito turístico entraremos a tratar temas como el turismo.

3.1.1.3. Turismo

En la actualidad todos los países dan a conocer sus atractivos naturales y turísticos para llamar la atención de visitantes, esto se debe a que el turismo se ha convertido en uno de los ingresos más importantes de las economías mundiales. Especialmente para los países que no poseen riquezas arquitectónicas, el explotar al máximo sus atractivos naturales se ha tornado en la mejor opción, sin contar que hoy la tendencia turística busca la relajación, la tranquilidad y la armonía con la naturaleza.

Se pueden diferenciar varios tipos de turismo en un país debido a que no siempre los residentes de un país prefieren hacer turismo en su propio territorio:

- **Turismo emisor.**- para un país, es el turismo que realizan las personas fuera de su país.
- **Turismo receptor.**-para un país, es el turismo que hacen los extranjeros dentro de su país.
- **Turismo nacionales.**- son aquellas personas que realizan turismo dentro de su propio país.
- **Turismo extranjero.**-son aquellas personas que realizan turismo fuera de su país.

Para la presente investigación se debe estudiar el turismo receptor y el turismo nacional, ya que estos son los que generan las ganancias directas a nuestro país en esta rama de servicio.

3.1.1.3.1. Impactos del turismo en el Ecuador

El constante crecimiento del turismo ha producido diferentes impactos tanto económica, social y ambientalmente.

3.1.1.3.1.1. Impacto económico

Ingresos económicos

El turismo ha sido fuente de ingreso para muchos países, en el Ecuador el turismo ocupa el cuarto lugar de los ingresos a nivel nacional después del petróleo, banano y camarón, representa el 4,2 % del PIB según datos del Banco Central del Ecuador. Además es considerado dentro del presupuesto de redistribución del País (obras) a nivel nacional,

El gasto que realizan los turistas dentro del país representa ganancia para todas las actividades que estén relacionadas al turismo, sin contar los benéficos para las personas que se encuentran en la región del centro turístico.

El turismo genera ingreso de divisas que se da cuando existe turismo emisor por el cambio de moneda.

Empleo

El turismo genera fuentes de empleo para los ecuatorianos. Es necesario mencionar que el empleo no es solo para las personas que forman parte de un centro de turismo, sino también para sus proveedores y para quienes tienen algún tipo de relación con el giro del negocio.

3.1.1.3.1.2. Impacto social

Idioma

A través del turismo se ha podido conocer y perfeccionar los diferentes idiomas del mundo, y también se da a conocer el nuestro, especialmente para quienes ejercen esta actividad, el conocer los idiomas de quienes lo visitan es vital debido a que mientras más comunicación exista con los clientes mayor será la satisfacción. De igual manera para los turistas conocer nuestro idioma es una de las razones por la que nos visitan.

Socio cultural

El turismo ha dado la oportunidad de que exista un intercambio cultural. Un turista no solo se enriquece de la cultura del lugar al que visita si no también enseña sus

costumbres y sus tradiciones en el lugar visitado. Lo que beneficia a todos los involucrados.

3.1.1.3.1.3. Impacto ambiental

El turismo en el Ecuador gira en torno a los atractivos naturales que posee. Gracias a esta actividad se ha intentado salvaguardar en su estado natural a los atractivos. Pero estos han sido deteriorados por actividades como la minería, la extracción de petróleo, las construcciones, etc.

El turismo genera un impacto en la naturaleza ya que la afluencia de personas que esta actividad demanda requiere de mayor consumo de agua, luz, y existen más residuos etc., que en tiempos pasados no eran considerados como amenaza para la naturaleza. El alto índice de desechos que genera la actividad turística ha causado alerta en el país, por lo tanto el Gobierno Nacional ha lanzado campañas para la concientización del medio ambiente y está promoviendo que el ecoturismo y el turismo comunitario se desarrollen de forma responsable ya que en esencia es el equilibrio entre la naturaleza y las personas.

Las entidades gubernamentales han decretado que toda actividad económica debe ser ejercida con responsabilidad social y ambiental. Dando responsabilidad a cada organización privada y pública por los daños ambientales y sociales que provocaren su actividad, imponiendo multas millonarias a los que agredan al medio ambiente. Gracias a esta clase de iniciativas el deterioro ambiental en el país ha ido disminuyendo, impulsando a la preservación de los recursos naturales.

3.1.1.4. Turismo comunitario TC

Se habla mucho sobre el impacto ambiental que han provocado las diferentes actividades industriales en el mundo. Partiendo de estas nuevas tendencias surge el denominado desarrollo sostenible que según la Organización Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas es “El que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Informe Brundtland, 1987).

El TC basa su esencia y filosofía en el Desarrollo Sostenible. Busca fortalecer las gestiones realizadas por la comunidad para su bienestar económico aprovechando los recursos naturales que poseen, así mismo desarrollando su capital humano sin olvidar la conservación de la naturaleza.

El TC tiene por objetivos:

- a) **Mejorar la 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.
- 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.
- 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. (Solis Carrion, 2011)

El TC nace de la necesidad de la comunidad por tener una fuente de empleo para los comuneros con el afán de disminuir su migración. La lucha de las comunidades para la preservación en estado natural de sus tierras es otro incentivo para la ejecución del TC.

Las organizaciones de turismo comunitario exhiben cuantitativa y cualitativamente los beneficios que a lo largo de estos años se han ido consolidando. Así, según la FEPTCE, en promedio, cada operación turística Comunitaria genera empleo directo a 15 personas cabezas de familia, al considerar que son 62 OTC los miembros de la FEPTCE, se puede extrapolar que de manera directa se benefician a 930 familias. Al considerar que la familia está constituida en promedio por 6 personas se beneficiaría a 5.580 personas. Como beneficiarios indirectos, se considera la participación de quienes alquilan caballos, botes, tiendas comunales, venta de artesanías, proyectos complementarios, entre otros. Se estima que de esta manera se beneficia indirectamente a 11.160 personas. (Solis Carrion, 2011, pág. 44)

El TC demanda de la participación de cada uno de los miembros del CTC, es por esto que el capital humano es de vital importancia convirtiéndolos en socios del establecimiento. Lo que logra que se comprometan con esta actividad. Existe una

distribución y realización de actividades equitativa ya que “No debería olvidarse que, sin la comunidad, ningún proyecto podrá tener éxito” (Solis Carrion, 2011, pág. 19).

Gracias a la aparición del TC se crea en 1993 la RICANCIE (Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para Convivencia Intercultural y Ecoturismo) con el objeto de mejorar las condiciones de vida de 200 familias indígenas mediante el proyecto de Ecoturismo Comunitario, para defender a estas de las madereras, petroleras y el turismo agresivo que se manejaban en este terreno, parte de este proyecto fue la comunidad Capirona la cual fue una de las pioneras en este proyecto que luego incluye a 9 comunidades aledañas. Este proyecto ayudo a concientizar tanto a los miembros de las comunidades como a los visitantes de la importancia de salvaguardar las raíces ancestrales, a valorar la selva, a preservar los arboles antes que venderlos; este proyecto ayuda con charlas a los interesados a administrar el dinero que se obtiene con las actividades comunitarias para conseguir el progreso de las comunidades indígenas. Una parte de los ingresos del turismo comunitario son destinados para la redistribución en su sector, esto quiere decir que cierta parte de las ganancias son destinadas para la construcción o adecuación de cosas que son útiles para la comunidad y que han sido descuidadas por los gobiernos.

Lo preocupante del turismo comunitario es que a pesar de tener las mejores intenciones en el desarrollo económico, social y ambiental, este no nace de la demanda de este servicio, al contrario se busca con lo ofertado atraer a la demanda, es por ello que esta clase de proyectos necesitan una gran ayuda para su difusión.

Principios del Turismo Comunitario

Según la declaración de San José sobre el turismo rural comunitario, existen 4 tipos de principios que debe regir el turismo en las comunidades que son:

- **Socialmente solidario.-** Se enfoca en ser solidario dentro de la comunidad y con las comunidades vecinas, procurando ser lo más equitativos posibles para el beneficio de todos.

- **Ambientalmente responsables.-** Este se enfoca el desarrollo sostenible. Donde se debe crear un ambiente de respeto con la naturaleza tanto de los anfitriones como de los visitantes.
- **Económicamente viable.-** Este se enfoca en la correcta gestión sobre las actividades y productos que se ofertarán dentro del turismo, las cuales generen ganancias acorde al trabajo realizado.
- **Culturalmente enriquecedor.-** Busca brindar una correcta demostración de cultura para los visitantes, sin perder su identidad ancestral.

3.1.1.4.1. Objetivo

El turismo comunitario persigue a los siguientes objetivos:

- Al entendimiento y la paz entre los pueblos que buscan un nuevo orden universal basado en la justicia social y la solidaridad;
- A la preservación de los recursos naturales y ambientales del planeta, en toda su riqueza y diversidad, para el disfrute de la presente y las futuras generaciones;
- Al fortalecimiento de la diversidad étnica y cultural, fuente de identidad y riqueza de los pueblos;
- Al desarrollo económico y la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de las comunidades que sufren de los estigmas de la pobreza. (Maldonado, 2006)

Entonces podemos decir que el turismo comunitario es una amplia gama de actividades de diferentes disciplinas ya que su objetivo no es solo económico y su gestión debe ser realizada de una forma impecable, por eso es necesario un MGA para poder simplificar la complejidad que estos centros representan.

3.1.1.4.2. Turismo comunitario en Ecuador

El turismo comunitario es una de las clases de turismo que ha ido tomando fuerza desde los años 80's en nuestro País, esto se debe a que Ecuador es rico en cultura, costumbres y naturaleza, por eso muchas comunidades indígenas han optado por mejorar su estilo de vida a través de este medio.

Los CTC han sido implementados en casi todo el País. Su constante crecimiento ha permitido que muchas comunidades puedan sustentarse y salir adelante pese a que ha habido un descuido por parte del Gobierno Nacional en cuanto a infraestructura, vías de acceso, agua potable, etc. Justamente debido a la escases de estos servicios es que las comunidades se han auto-gestionado para crear estos centros de turismo comunitario.

Su ente regulador es FEPTCE (Federación Plurinacional del Turismo Comunitario en el Ecuador), la cual desde su creación ha luchado junto a las comunidades para disminuir estas limitaciones, y son ellos quienes han propuesto un “Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador”, donde se determinan estándares de calidad para poder ofrecer un mejor servicio en estos centros.

Este conjunto de servicios recibe la visita de más de 32.000 turistas al año, con un promedio de gasto 35 dólares por día. El turismo comunitario para el año 2002, captó aproximadamente el 3.67% del total de ingresos al país. Apunta a un nuevo nicho de mercado, pues se recibe un creciente número de turistas provenientes principalmente de América del Norte y Europa Occidental. Aproximadamente el 65% del turismo que reciben las iniciativas es internacional, sin embargo cabe mencionar que capta un importante 35% de turismo nacional, hecho que fortalece las oportunidades de recreación y uso del tiempo libre a nivel de nuestro país, así como se convierte en un factor de interculturalidad. (Solis Carrion, 2011, pág. 45)

El crecimiento que ha tenido esta industria en el Ecuador, que a su vez ha permitido que la gente indígena del Ecuador pueda arraigarse más a sus raíces, reciben un estímulo para sentirse orgullosos de donde provienen y poder mostrar al mundo a través de sus artesanías, vestimenta, comida, bailes, alojamiento, etc., cuáles son sus costumbres ancestrales, ya que sus manifestaciones culturales han hecho de estos centros los más interesantes para conocer. En la siguiente tabla se puede apreciar cómo se está llevando el turismo comunitario por regiones y cuáles de las comunidades indígenas forman parte de este servicio.

Tabla #1 Síntesis de las operaciones de Turismo Comunitario de Ecuador agrupada en el FEPTCE

Regiones	operaciones de turismo comunitario por provincias y nacionalidades	Servicios y modalidades que ofertan	Proyectos complementarios que encadenan
costa	8 OTC Provincias: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos, El Oro. Pueblos: Montuvio, Mestizo, Afroecuatoriano, Manta	Turismo Científico (arqueológico, flora y fauna), Turismo de aventura Turismo de salud, Turismo histórico, Ecoturismo, Turismo convivencial, Agroturismo, Turismo de playa, Turismo místico, entre otros, Alojamiento: Casa de familias, cabañas, albergues, áreas de camping -Alimentos y bebidas: Bar, restaurante, comedor, cafetería -Guianza: nativos, naturalistas, especializados -Transporte: Terrestre, fluvial, lacustre, marítimo	Artesanías Apicultura Papel reciclado Pesca artesanal Reproducción de concha Criadero de pollos Huertos orgánicos Crianza de cangrejos Agricultura orgánica Forestación
sierra	36 OTC Provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Cañar, Azuay, Loja Nacionalidad Quichwa de la sierra. Pueblos: Puruwa, Kayambi, Otavalo, Pansaleo, Guaranka, Salasaca, Pilahuín, Cañari, Saraguro, Karanki, Pueblo mestizo	Similar, salvo turismo de playa	Artesanías: bufandas, sombreros, suéteres, gorras, guantes, medias, tagua, madera. Agroindustria (Lácteos, cárnicos, chocolates, turrone, hongos, mermeladas) Agricultura orgánica
amazonia	21 OTC Provincias: Napo, Pastaza, Zamora-Chinchi, Morona Santiago, Sucumbios, Orellana. Nacionalidades: Quichwa de la Amazonía, Huaorani, Shuar, Shiwar, Záparo	Similar, salvo turismo de playa	Artesanías; Collares, bisutería kichwa elaborados con semillas de monte. Fabricación de jabones naturales Cultivo de cacao Agricultura con productos de ciclo corto Zoocriaderos Piscicultura

Fuente: FEPTCE, (Solis Carrion, 2011)

El Ecuador ha formado parte de dos convenios para fomentar el turismo comunitario uno de ellos es en el ámbito internacional con la OIT (Organización Internacional del Trabajo), que según el acuerdo 169 fue aprobado por la Asamblea General el 13 de septiembre del 2007, donde los países integrantes se comprometen a velar por el bienestar y el mejoramiento de sus comunidades indígenas y la actividad turística es parte del desarrollo económico de dicho convenio.

En el ámbito nacional existe un acuerdo entre el Ministerio de Turismo y el FEPTCE el cual está orientado a la regularización y mejoramiento de estos centros a través de

diferentes programas que se están llevando a cabo como: la creación del Centro de Formación Turística e Inter aprendizajes en la cual los centros socializan sus experiencias para que comunidades nuevas las puedan tomar de referencia.

Entonces podemos decir que el Gobierno Nacional está tomando cartas en el asunto en cuanto al turismo comunitario que ha permanecido abandonado por años, es importante que se empiece a romper las barreras de comunicación que han tenido las comunidades indígenas con el Gobierno, por cuanto la creación de CTC no solo benefician a los integrantes de las comunidades sino que también aportan para el desarrollo de todo el País.

3.1.2. Marco Referencial

El turismo comunitario ha logrado impulsar al desarrollo de varias comunidades indígenas, por lo que es una alternativa de progreso para ellos ya que hasta el momento ha beneficiado a 15.000 personas.

3.1.2.1. Comunidad MACHACUYACU

Tomaremos como referencia la Comunidad Machacuyaku ubicada en el cantón Tena Provincia Napo la cual tiene 90 habitantes, inicia el TC en 1993 en el cual está involucrada toda la comunidad, su lengua es kichwa, los servicios que ofrece son rutas por la selva, vida en la comunidad. Machacuyaku ha recibido desde su inicio la visita de 150 turistas con una estancia promedio de 3 días hasta el 2007, según datos tomados de Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008).

Este centro de turismo comunitario fue creado con el objetivo de proporcionar a las mujeres y a las personas de la tercera edad una oportunidad de obtener ganancias, especialmente cuando apareció la explotación petrolera y maderera en el sector que amenazaba con la moral y riquezas de esta zona, tras varios consensos y charlas deciden implementar este centro.

Se ha elegido esta comunidad ya que se asemeja a la comunidad que está siendo estudiada. En esta comunidad el Turismo es solo un complemento de la economía ya que principalmente ellos desarrollan el cultivo de la chacra y la ganadería, como es el caso de “Sinchi Pura”.

Machacuyaku es una referencia de que la implementación de un MGA es de vital importancia para el progreso de los CTC.

El éxito de Machacuyaku, se vincula de forma directa con los procesos de participación de gestión y de repartos colectivos de beneficios que proporciona esta estructura organizativa que garantiza el control efectivo del grupo sobre el turismo, lo cual genera un efectivo empoderamiento colectivo sobre recursos y territorios. (Ruiz Ballesteros & Solis Carrión, 2007, pág. 25)

Machacuyaku distribuye sus ingresos de forma equitativa, lo que garantiza que se cumpla el objetivo del TC que es garantizar que todos los miembros de las comunidades aprovechen los ingresos que esta actividad deja.

Machacuyaku a través del turismo se construye como comunidad y la comunidad se construye del turismo, esto quiere decir que una particularidad de los CTC es que las comunidades a más de integrarse para esta actividad, comparten tierras, ingresos y las decisiones con respecto al futuro del CTC son tomados colectivamente.

De la mano de lo comunitario va el liderazgo lo cual es fundamental para el desarrollo de las comunidades es por esto que “la singular relación simbiótica entre los liderazgos y la comunidad explica en parte el surgimiento de iniciativas de naturaleza híbrida como el Turismo Comunitario” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 408), esto nos indica que el liderazgo en un CTC favorece a su éxito.

En la Comunidad “Sinchi Pura” existe este liderazgo y autogestión que es realizado por la señora Lidia Cerda quien brinda a la comunidad la pauta de emprendimiento y ganas de surgir ya que “Ciertos líderes promueven un sueño, una idea, un proyecto que solo

puede cumplirse colectivamente, que se concreta en valorar la cultura tradicional a través de la más globalizada y moderna de las actividades, El Turismo” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 410).

Además es muy acertado decir que “El líder se convierte en filtro y motor, en articulador, propulsor, un activo en términos empresariales, tan necesario como la comunidad” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008), es decir que sin la existencia de un líder eficaz el CTC no puede surgir y alcanzar sus objetivos.

Una vez analizado la importancia del liderazgo dentro de un CTC podemos recalcar que otro factor importante es que “no basta con la organización comunitaria y la existencia de sólidos liderazgos. “Está ampliamente reconocida la importancia de las intervenciones externas en las comunidades para el desarrollo del TC” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008), este es otro punto que en Machacuyaku ha logrado tener mayor efectividad, ya que para que este negocio puede crecer es necesaria la gestión con agentes externos (medios de comunicación , agencias de viajes , internet, etc.) por eso hay que recalcar que “la capacidad para captar, gestionar y articular intervenciones externas está en la base del éxito de muchas de las experiencias de TC” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008), para ello las comunidades deben tener claro que no son ajenas al proceso de globalización y sus distintas caras, las comunidades después de la intervención y habiendo captado la información deben seguir aplicando lo aprendido, pero sin perder el rumbo de la conceptualización de CTC.

Pero la intervención debe ser clave y acertada, pues ocurrió en la comunidad de Caguanapamba ubicada en el pueblo Cañari, quienes han obtenido reiteradas intervenciones de ONG’S y organismos internacionales, pero esto no ha dado frutos, debido a que sus intervenciones fueron hegemónicas (monitorizadas y patrocinadas exclusivamente por agentes externos) pero eran excluyentes, el haber cambiado la estructura de intervención y brindarles guías de estrategias para el desarrollo de TC es lo que ha dado buenos resultados. (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 418)

3.1.2.2. Comunidad Tunibamba

Esta comunidad está ubicada en la provincia de Imbabura en Cotacachi cuenta con aproximadamente 600 habitantes, sus principales actividades económicas son agricultura, ganadería, producción de ladrillos y servicios de construcción fuera de la comunidad, inicia el TC en el año 2001 en la cual se involucran solo 3 familias, desde el inicio del TC hasta el año 2007 ha recibido 500 visitantes con un promedio de estancia de 3 días según datos tomados de Ruiz Ballesteros & Solis Carrión

“La interacción de aspectos sociales y económicos es, según se evidencia en el caso de Tunibamba lo que permite a los agentes de TC el desarrollo de estrategias y tácticas de inserción al mercado desde las lógicas y cosmovisiones comunitarias” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008), este es el caso de una comunidad que está ubicada en la provincia de Imbabura en donde se ha determinado que las comunidades deben abrirse al conocimiento y experiencias exteriores y tratar de aprender de sus visitantes y a su vez los visitantes aprendan de ellos.

En esta comunidad a diferencia de Machacuyaku, el éxito de sus operaciones no ha regido solamente en el liderazgo sino también en alianzas estratégicas exteriores como podríamos mencionar proyectos en donde prima la comunicación y la relación humana entre los comuneros y los gestores de dichos proyectos de impulso.

Estas intervenciones externas deben garantizar el éxito de las actividades en la comunidad ya que es común saber que estas intervenciones se han distorsionado y los comuneros no las entiendan, lo que causaría malestar en ellos y rechazo a nuevas intervenciones.

La intervención externa en esta Comunidad como en muchas más se ha convertido en el elemento clave para la multiplicación de ideas y la aceleración de éxito dentro de las comunidades, ya que esta permite que el liderazgo deje de tener solo una visión comunitaria y más bien se enfoque hacia la explotación de todos los recursos con los que cuente la comunidad tanto en recursos humanos como naturales, de esta manera el líder deberá conseguir involucrar a la comunidad en cada uno de los proyectos externos

haciendo que estos participen en cada uno de los pasos y comprometiéndolos al éxito de cada uno de los proyectos de emprendimiento.

Además en esta comunidad se puede hablar de la interacción de los aspectos sociales y económicos que en los agentes del turismo comunitario es lo que les permite plantear nuevas ideas y estrategias de desarrollo del turismo, creando así la principal función del TC que es la convivencia, que no es más que permitir a los visitantes ingresar a la cotidianidad de las comunidades a cambio de una ayuda económica, lo que permitirá al visitante compartir la vida indígena, disfrutar de un entorno natural y deleitarse con tradiciones ancestrales todo esto dentro de un marco de respeto mutuo entre los nativos y los visitantes. Mediante este respeto se crearan lazos entre los visitantes y los anfitriones lo que constituye un factor importante en la transacción económica que define a todo mercado en este caso el Mercado del Turismo.

En el CTC “Sinchi Pura” pese a la agilización que tiene su líder, esta no ha logrado captar la ayuda externa necesaria para que la visita de turistas aumente, y como hemos visto el turismo comunitario no nace de las necesidades de los turistas sino de los comuneros, es por ello de vital importancia crear esta necesidad en la demanda, pero para esto se necesita de agentes externos estratégicos que ayuden en la difusión del centro.

3.1.2.3. Comunidad Agua Blanca

Agua Blanca ha recibido el apoyo de un grupo de arqueólogos mediante un proyecto de impulso del TC en el cual “reside tanto en la capacidad de nutrir, consolidar y potencializar el sistema organizativo comunitario como de canalizar la apropiación de cada uno de los proyectos en los comuneros” (Ruiz Ballesteros & Solis Carrión, 2007, p. 411).

La apropiación, que nos es más que “La noción que mejor se ajusta a la forma particular de relación de las comunidades con su producto turístico” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008, pág. 412), lo que quiere decir que cada miembro de la comunidad

tiene que hacer suyo, el sueño de lograr éxito en el CTC ya que cuando se haya entendido y asimilado este significado se logrará que cada persona miembro piense antes de actuar y sepa que cada acción tendrá repercusiones positivas o negativas dentro de su comunidad y sobre todo dentro del TC.

Si no existen niveles mínimos de apropiación en el desarrollo del TC en una comunidad, es muy probable que las ofertas turísticas que se den no sean razonables y mucho menos que estas ofertas puedan mantenerse en el futuro ya que mediante la apropiación impulsaremos la conservación ambiental y tradicional en los comuneros, lo que hará que ellos se sientan orgullosos de sus raíces y emanen ese orgullo a sus turistas, esto ayudará a que los visitantes disfruten de las manifestaciones ancestrales y logren contagiarse y apropiarse de cada una de las vivencias que tendrán en el CTC con el objetivo de que hagan suyas cada una de las actividades que en este se desarrollen.

En Agua Blanca se ha logrado un nivel de apropiación alto que los comuneros sienten un amor verdadero por el bosque seco, ruinas arqueológicas y por la laguna de agua sulfurosa en la que los nativos se bañan, a pesar de que estos recursos sean dispares, los comuneros han logrado apropiarse de cada uno de estos recursos lo que les permite compartir su orgullo y amor a los visitantes los cuales al término de su estancia quedan amándolos, lo que le permita a los visitantes que al recordar esta comunidad inmediatamente la asocien con cada uno de sus atractivos y lo sientan suyos.

“La Apropiación es la actitud de la comunidad y sus miembros ante el mundo que habitan” (Ruiz, Agustín, Cantero, & Del Campo, 2008, p. 412). No se podrá definir mejor la apropiación, es por esto que este factor es muy importante en el desarrollo del TC, al difundirlo en “Sinchi Pura” se logrará que cada uno de los miembros de la comunidad se apersonen de las responsabilidades y actividades que el CTC realice creando responsabilidad y amor por el trabajo, sus tradiciones y sus creencias. Es decir que el Turismo Comunitario se convierte en un simulacro en el cual el nativo es el actor y los visitantes los espectadores, la naturaleza el escenario y la vivencia el contenido de la obra.

Una vez analizados los mecanismos de manejo del TC podemos determinar que estos puntos deben estar incluidos y a su vez deben estar alineados a los puntos señalados con antelación, ya que son aspectos que han logrado que comunidades que practican el TC en el Ecuador, puedan alcanzar el éxito tanto económico como el objetivo nato del TC que es brindar al exterior una muestra de cultura y de tradición, sin dejar a un lado sus costumbres ancestrales y sus deseos de superarse.

3.2. Bases Jurídicas

Para el siguiente proyecto es necesario mencionar las siguientes leyes, artículos, normas y reglamentos que rigen el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario en el Ecuador.

3.2.1. Constitución del Ecuador

Dentro de la Constitución del Ecuador realizada por la Asamblea Nacional Constituyente, en el Título Tres conformada por los derechos, el Capítulo Cuarto hace referencia a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades:

Artículo 57: Se reconoce y garantizará 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.
4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.
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 comunitarias de posesión ancestral. (Constitución del Ecuador, 2011)

En la misma sección en el Capítulo Séptimo hace referencia a los Derechos de la Naturaleza, señalándose en parte de los artículos 71, y 74 que:

Artículo 71: El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Artículo 74: Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado. (Constitución del Ecuador, 2011)

Es por ello que, las tierras pertenecientes a las comunidades indígenas pese a ser propiedad neta de la comunidad, el Estado es quien garantiza la correcta explotación de los recursos naturales, en el caso de los CTC el ente que regula su funcionamiento es el Ministerio de Turismo como se había mencionado anteriormente, el cual con la colaboración del FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) y el CODEMPE (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador), son quienes velan por el correcto funcionamiento de estos centros. Para que un CTC pueda funcionar legalmente debe estar inscrito en el FEPTCE, ser reconocido por el CODEMPE y además estar inscrito en el Ministerio de Turismo.

3.2.2. Ley de Turismo del Ecuador

La Ley de Turismo en el Ecuador fue emitida el 27 de diciembre del 2002, donde se establecen las normas y preceptos que regulan el turismo en el Ecuador. Aquí se puede ver cuáles son las actividades que forman parte del servicio de turismo (Cap II. Art.5) y quienes las ejercen (Cap II. Art.7). Así mismo se determina que el ente que controla esta

industria es el Ministerio de Turismo (Cap IV). Esta Ley también menciona aspectos de las áreas protegidas y el correcto uso de los recursos naturales (Cap.V).

Véase anexo 1

La Ley de Turismo vigente en el Ecuador no se encuentra actualizada por lo que fue necesario acudir a la ley anterior para establecer el Acuerdo 2007-130 realizado entre el Ministerio de Turismo y el FEPTCE, donde se establece un Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios en el Ministerio de Turismo, el mismo que fue emitido en el año 2007, allí se determina cuáles son los servicios con relación a la industria del turismo que deberán llevar a cabo las comunidades y dónde y cómo se debe realizar el registro pertinente de los centros debidamente aprobados por la autoridad competente (CODEMPE). **Véase anexo 2**

3.2.3. FEPTCE

El FEPTCE es una entidad del gobierno, sin fines de lucro establecida según acuerdo N°59 por el Ministerio de Turismo, que está enfocada al desarrollo del turismo por parte de las comunidades del Ecuador buscando siempre el buen vivir .

El FEPTCE ha creado un CÓDIGO DE OPERACIONES, FEPTCE, el mismo que pretende dar soporte a todos los CTC para que logren obtener información y servicio de la Federación de forma normal y oportuna, brindando Normas Comunitarias, definiciones del Turismo Comunitario, un capítulo de Membresías en el cual se habla acerca de los miembros fundadores de la Federación y a su vez de los requisitos para ser miembro activo, entre otros puntos que serán de vital importancia para el desarrollo exitoso del TC. **Véase Anexo 3**

El Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura” ha cumplido con todos los requerimientos establecidos en la ley y por el Gobierno Nacional, para ejercer sus actividades turísticas.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de investigación

Una vez determinada cuáles han sido las causas por las que el CTC “Sinchi Pura” no ha logrado tener los réditos económicos que ha esperado, trayendo como consecuencia que el TC quede como una actividad complementaria, la presente investigación pretende brindar mecanismos de ayuda que le permitan al CTC desarrollar sus procesos de forma eficaz y eficiente haciendo que este logre tener el alcance que los miembros de la comunidad esperan.

El estudio de TC mediante el marco lógico causa-efecto nos permite saber las discrepancias que existen entre el manejo del CTC “Sinchi Pura” y otros CTC, para de esta manera conocer las falencias que “Sinchi Pura” tiene y a su vez lo que esto ha provocado en la comunidad.

Para lograr determinar los mecanismos de ayuda realizaremos una investigación, la misma que nos proporcionará información valiosa a fin de desarrollar estrategias de forma acertada y concisa. Para la presente investigación utilizaremos un tipo de investigación descriptiva- explicativa-cualitativa pues es necesario describir cada uno de los aspectos por los cuales el CTC no ha logrado cumplir su objetivo y a su vez hallar las estrategias para combatir estas, además de requerir de ayudas matemáticas para la comprensión de los datos que en la presente investigación se logre recoger.

4.2. Diseño de la investigación

Como se ha determinado, después de haber realizado el esquema causa efecto, el correcto desarrollo del TC beneficiará no solo a las comunidades que lo practiquen, sino también a la región en donde esta esté ubicada, ya que tendrá afluencia lo que le permitirá explotar otro recurso que este posea.

Para obtener datos exactos de las falencias que tiene el CTC, hemos decidido tomar en cuenta la opinión de la líder y de la persona que más le ayuda con respecto al desarrollo del centro, con la finalidad de conocer cuál es la situación actual de este y como se lo ha venido manejando. Además de auscultar también la opinión de los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la Ciudad de Tena y que han tenido o no la oportunidad de vivir una experiencia en un CTC, para con ello conocer si los servicios que “Sinchi Pura” ofrece en la actualidad son los adecuados y satisfacen las necesidades de los consumidores.

Una vez obtenida la información de estas personas se logrará obtener datos exactos con los que se pueda trabajar.

4.2.1. Métodos de Investigación

Para la presente investigación se ha decidido aplicar el método descriptivo-explicativo-deductivo.

Descriptivo por la relación de las variables, explicativo porque se ha utilizado el marco lógico causa-efecto y deductivo porque va de lo general a lo específico, ya que usaremos mecanismos que otros CT han utilizado para lograr éxito en el CTC “Sinchi Pura”.

4.3. Población y muestra

Para poder tener conocimiento del manejo interno del Centro se tomará la opinión de la Líder y de su ayudante, por tratarse de las personas que tienen más conocimiento de lo que sucede con el CTC.

Y para conocer lo que los consumidores opinan tomaremos como población los turistas tanto nacionales como extranjeros que han ingresado a la ciudad del Tena en el año 2012, según datos que posee la Unidad de Turismo del Cantón Tena, en el cual se aplicará un método de muestreo y se hallará la muestra con la cual partiremos para

realizar nuestra investigación y determinar ¿qué es lo que los consumidores desean obtener del servicio que brinda el CTC “Sinchi Pura”?

4.4. Tipo de muestreo

En la presente investigación adoptaremos el tipo de muestreo Probabilístico Estratificado ya que tomaremos como población los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Tena y el motivo de su viaje es Vacaciones, Recreación y Ocio, de esta manera estratificaremos la población para tener datos más acertados que nos permitan desarrollar eficientemente esta investigación.

4.4.1. Determinación de la Muestra

Para el estudio de la opinión de los turistas recogemos los datos proporcionados por la Unidad de Turismo y Biodiversidad del Catón Tena.

A continuación se detalla la información obtenida tanto de turismo nacional como del turismo receptor del año 2012, teniendo un total de turistas de 131.163 que han visitado el cantón Tena.

La segmentación se realizará de acuerdo a las preferencias de viaje que tienen los visitantes del Tena, información proporcionada también por la Unidad de Turismo y Biodiversidad.

El siguiente cuadro muestra el total de turistas tanto nacionales como extranjeros que han visitado el Tena desde el año 2011 hasta el primer semestre del 2013.

4.4.1.1. Afluencia de Turistas al Cantón Tena desde el año 2011 al 2013

Tabla # 2 Afluencia de Turistas al Cantón Tena del año 2011 al 2013

<u>AÑO 2011</u>				<u>AÑO 2012</u>			<u>AÑO 2013</u>		
MESES	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	7,629	1,450	9,079	6,922	729	7,651	9,375	1,996	11,371
FEBRERO	9,797	2,802	12,599	9,233	796	10,029	10,872	2,589	13,461
MARZO	11,881	2,849	14,730	6,110	450	6,560	9,718	2,461	12,179
ABRIL	11,075	1,987	13,062	7,548	625	8,173	9,411	2,054	11,465
MAYO	11,765	1,912	13,677	8,186	1,003	9,189	6,960	1,428	8,388
JUNIO	9,876	1,890	11,766	5,279	872	6,151	10,151	2,328	12,479
JULIO	8,202	2,642	10,844	12,442	3,122	15,564	10,828	3,962	14,790
AGOSTO	15,139	2,455	17,594	15,505	3,095	18,600			
SEPTIEMBRE	9,326	768	10,094	8,881	2,299	11,180			
OCTUBRE	12,275	2,005	14,280	10,225	2,568	12,793			
NOVIEMBRE	10,534	3,098	13,632	10,726	2,798	13,524			
DICIEMBRE	8,775	1,041	9,816	9,400	2,349	11,749			
TOTAL	126,276	24,899	151,173	110,457	20,706	131,163	67,315	16,818	84,133

Fuente: Dirección de Turismo, Cultura y Deportes, Unidad de Turismo y Biodiversidad, registro de afluencia de turistas al Cantón Tena

En el 2011 el Tena recibió la visita de 151.173 turistas, tanto nacionales como extranjeros. En el 2012 la demanda disminuyó a 131.163 turistas nacionales como extranjeros; y, en el año 2013 se han registrado 84.133 visitas hasta el mes de Julio que en comparación con Julio/2012 ha tenido un crecimiento del 32%, lo que garantiza éxito en el desarrollo de actividades turísticas.

Como se puede observar la afluencia de turistas en el Cantón es de gran importancia ya que se cuenta con una amplia cantidad de visitantes lo que nos proporciona una gran oportunidad de promocionar el CTC “Sinchi Pura”.

Para la recolección de información y el presente estudio utilizaremos los datos del 2012 ya que nos proporcionará cifras completas más acertadas y actualizadas.

AÑO 2012

Tabla # 3 Afluencia de Turistas en el año 2012

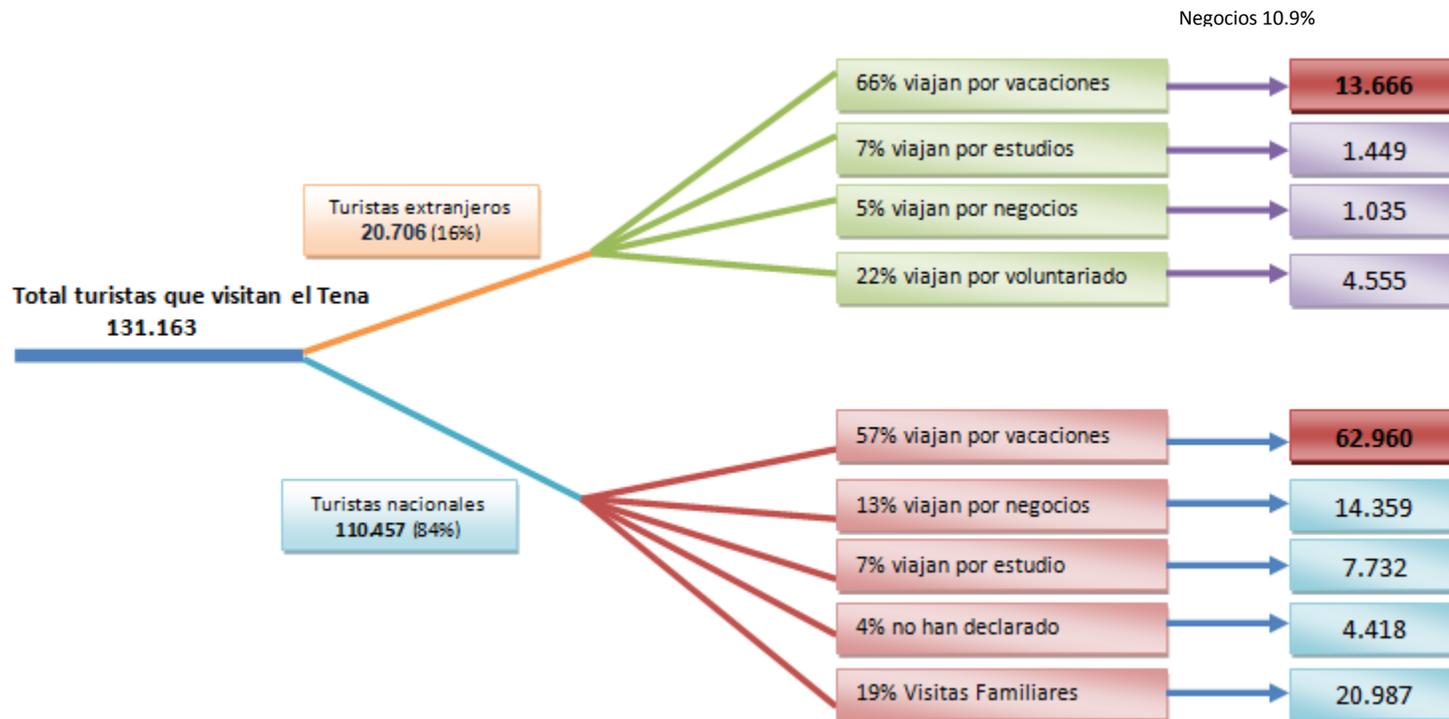
MESES	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	TOTAL
ENERO	6922	729	7651
FEBRERO	9233	796	10029
MARZO	6110	450	6560
ABRIL	7548	625	8173
MAYO	8186	1003	9189
JUNIO	5279	872	6151
JULIO	12442	3122	15564
AGOSTO	15505	3095	18600
SEPTIEMBRE	8881	2299	11180
OCTUBRE	10225	2568	12793
NOVIEMBRE	10726	2798	13524
DICIEMBRE	9400	2349	11749
TOTAL	110,457	20,706	131,163

Fuente: Dirección de turismo, cultura y deportes, unidad de turismo y biodiversidad, registro de afluencia de turistas al Cantón Tena, afluencia de turistas.

A continuación realizaremos una segmentación del total de turistas que han visitado el Tena según motivación de su viaje, de acuerdo a los datos obtenidos de la Dirección de Turismo y Biodiversidad, que nos permitirá saber exactamente a que segmento de mercado nos debemos dirigir.

4.4.1.2. Segmentación de Mercado

Ilustración #9 Segmentación de Mercado



Fuente: Dirección de turismo, cultura y deportes, unidad de turismo y biodiversidad, registro de afluencia de turistas al Cantón Tena, afluencia de turistas.

4.4.1.3. Motivación de Viaje

Tabla #4 Motivación de Viaje

TOTAL TURISTAS 131.163			
Nacionales 110,457		Extranjeros 20,706	
Vacaciones 57%	62,960	Vacaciones 66%	13,666
Negocios 13%	14,359	Estudios 7%	1,449
Estudios 7%	7,732	Negocios 5%	1,035
Visita Familia 19%	20,987	Voluntariado Cooperación	4,555
No declarado 4%	4,418	Técnica 22%	

Fuente: Dirección de turismo, cultura y deportes, unidad de turismo y biodiversidad, registro de afluencia de turistas al cantón Tena, afluencia de turistas

Como podemos observar son varias las motivaciones de viaje que tienen los turistas para visitar el Tena, pero a la que se debe aplicar la presente investigación es el segmento de mercado que visitan este Cantón por vacaciones, ya que son los turistas que conocen, exploran y los que serían los posibles visitantes del CTC, de acuerdo al siguiente resumen:

Tabla #5 Total Turistas visitantes por vacaciones

TOTAL TURISTAS VISITANTES POR VACACIONES 76,626			
Nacionales	62,960	Extranjeros	13,666
	82%		18%

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

4.4.1.4. Cálculo de la muestra

Dónde;

N= 76.626

P y Q=0.50 y 0.50

Z= 1.96

E= 0.05

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{76.626 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (76.626 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{73,591.61}{192.52}$$

n = 382

Aplicando la fórmula de cálculo de la muestra para poblaciones finitas ya que el universo es menor que 100.000 turistas, nos da un tamaño de muestra de 382 personas que deben ser encuestadas, la misma que se debe dividir entre turistas nacionales y extranjeros a los que se debe realizar la encuesta y que se describe a continuación.

Tabla #6 Total Muestra

Total Muestra 382	
Nacionales	313
Extranjeros	69

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Del total de la muestra se determina que se debe realizar el estudio a 313 turistas nacionales y a 69 turistas extranjeros.

4.4.1.5. Agencias de Viajes

El CTC “Sinchi Pura” ha trabajado con una agencia de viajes que le ha proporcionado visitantes al CTC, esta es River People. Para la presente investigación se requerirá saber si los servicios que el CTC les ha proporcionado ha satisfecho los requerimientos esperados por los turistas, saber que es lo que ellos requieren adicionalmente, además de sus sugerencias que permitirá al CTC ajustarse a sus requerimientos y cumplir al

máximo sus expectativas. Para obtener dicha información se aplicará una encuesta que nos permitirá saber con exactitud el grado de satisfacción.

4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para obtener información sobre el manejo interno del CTC se ha elegido como instrumento de recolección de datos, la entrevista, ya que al tratarse de una comunidad indígena hay complicaciones en la escritura del español. (Véase Anexo 4)

Para la recolección de datos de los consumidores, utilizaremos la encuesta como instrumento (Véase Anexo 5), por cuanto nos permitirá saber lo que ellos esperan del CTC; además por este medio se pretende obtener información acertada de las necesidades de nuestros consumidores y conocer si los turistas que visitan Tena estarían dispuestos a visitar el CTC “Sinchi Pura”.

El CTC “Sinchi Pura” desde su inicio ha trabajado en convenios y con la ayuda de una Agencia de Viajes, ya que la mayoría de clientes han sido turistas extranjeros, es por esto que han coordinado con los servicios de Agencia de Viajes River People, a la cual también se realizará una encuesta (Véase Anexo 6) para saber cuál es su opinión acerca de los servicios que el Centro ha brindado.

La presente investigación tiene por objetivo conocer qué necesita el Centro para mejorar sus funciones y también ayudar al CTC con estrategias adecuadas a fin de que puedan disponer de clientes todos los días del año, tanto nacionales como extranjeros.

4.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

4.6.1. Análisis de las Entrevistas

A continuación se detallan las preguntas que se realizaron a dos miembros del CTC para conocer el estado interno del mismo, sus falencias y necesidades.

4.6.1.1. Entrevista aplicada a la Líder del CTC.

Señora Lidia Cerda, líder del Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”.

1. ¿El CTC cuenta con misión, visión, objetivos y estrategias delimitadas?

La presente interrogante nos dice que el Centro de Turismo no cuenta con estos elementos fundamentales en una organización.

2. ¿Cree usted que es importante delimitar la misión, visión, objetivos y estrategias del CTC?

Dentro de la conversación se pudo apreciar que no conocen la importancia de implantar estos elementos fundamentales en la organización ya que nunca han trabajado con ellos.

3. Si le dijéramos que implementar la misión, visión, objetivos, estrategias en el CTC haría que cada miembro se comprometiera con el éxito del Centro, además de proporcionarles un tipo de inspiración para trabajar. ¿Usted lo implementaría?

Al haberle explicado de la importancia de implementar una misión, visión y objetivos a su Centro, nos manifiesta que estaría dispuesta a hacerlo ya que esto ayudará al progreso del Centro de Turismo y que cada uno de sus miembros se comprometiera con esta misión.

4. ¿Quién maneja el CTC “Sinchi Pura”?

Realizamos esta pregunta para saber cómo se está manejando el Centro, a lo cual nos responde que ella es quién maneja el Centro desde el contacto con turistas hasta la organización para recibirlos.

5. ¿Existen funciones definidas entre los miembros del CTC?

La pregunta planteada nos permite saber que no existen funciones delimitadas, que la líder es quién al recibir la visita de turistas, solicita el apoyo a los integrantes del Centro, para que le ayuden en las diferentes actividades que se desarrollan.

6. ¿Existen coordinadores de las diferentes actividades que se deben desarrollar en el CTC?

Mediante esta pregunta podemos corroborar que es la líder quién se encarga de todo el manejo del Centro, pues es quién coordina todas las actividades que en esta se desarrollan.

7. ¿Realizan en el CTC un plan de estrategias, dónde se tracen metas para incrementar la visita de turistas?

Ante esta interrogante podemos determinar que no se realiza ningún tipo de planificación para incrementar las visitas de turistas al Centro, solamente se espera la ayuda de las agencias de viajes.

8. ¿Si llegaría sin aviso una familia Turista al Centro. Ustedes estarían listos para brindarles el servicio al instante?

Con esta pregunta podemos determinar que el Centro no está listo para atender a visitas esporádicas, lo que es una desventaja ya que lo que se pretende es que el centro no reciba solo turistas por intermedio de Agencias de Viajes sino también por interés de cada turista.

9. ¿Qué es lo que su Centro de Turismo necesita para mejorar su funcionamiento y operaciones?

Referente a esta pregunta nos indica que el Centro necesita estrategias de difusión de sus servicios, para que la visita de turistas aumente y a su vez requieren de ayuda en cuanto al manejo adecuado del Centro de Turismo, que le permita a la líder deslindarse del manejo total del Centro y que cada miembro sea responsable de él.

10. ¿Cree usted que si le brindaríamos un modelo de gestión administrativa para el manejo del Centro de Turismo Comunitario, en el cuál se establezca misión, visión, principios, valores, objetivos y estrategias, ayudaría a mejorar el manejo del Centro, y determinar cuáles son sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades lo cual les permitirá fusionar estas y lograr importantes ventajas?.

Es notable mediante esta interrogante establecer que el Centro lo que necesita es delimitar su filosofía institucional, mediante el diseño de un modelo de Gestión Administrativa, lo que permitirá que cada uno de sus miembros se comprometa con el trabajo.

11. ¿Si le proporcionaríamos a usted un manual de funciones para cada uno de los cargos que existen en el CTC en el cual se determinará el objetivo del puesto, funciones y responsabilidades, esto le ayudaría a usted como líder a poder dirigir adecuadamente el Centro?

En la pregunta propuesta se establece que es necesaria la creación de un manual de funciones que permita a cada miembro del Centro conocer cuáles son sus responsabilidades, funciones y el objetivo de cada puesto de trabajo.

4.6.1.2. Entrevista aplicada a un miembro del CTC.

Señora María Grefa integrante del Centro de Turismo Comunitario.

1. ¿Conoce usted la misión, visión y objetivos del Centro de Turismo Comunitario?

Al realizar esta pregunta podemos corroborar que el Centro de Turismo no cuenta con una filosofía institucional.

2. ¿Qué hace usted Para ayudar a incrementar la visita de turistas?

Con relación al trabajo que realizan todos los miembros, se puede determinar que solamente la líder es quien busca turistas para el Centro.

3. ¿Qué hace usted específicamente cuando llegan los turistas?

En la interrogante propuesta se determina que no existen funciones específicas para los miembros de la comunidad ya que cada persona hace lo que la líder les designa ante la llegada de turistas al Centro.

4. ¿Por qué trabaja usted en el CTC?

Gracias a esta interrogante se puede corroborar que los beneficios económicos que el Centro de Turismo percibe por sus actividades son repartidos entre sus miembros de manera igualitaria.

5. ¿Cómo responden los miembros de la comunidad cuando llegan turistas y la Presidenta les convoca a la Asamblea y a la minga?

Con relación al compromiso de los miembros hacia el Centro, mediante esta pregunta pudimos determinar que el compromiso es mediano, pues solo algunas familias asisten a la convocatoria, pero no porque sientan que así progresa el Centro, sino por la retribución económica que reciben por la ayuda en estas actividades.

6. Si la señora Presidenta no estuviera al frente del CTC ¿Qué cree usted que pasaría?

Ante esta interrogante podemos determinar que el Centro de Turismo depende de las labores de la líder lo que no es positivo, ya que si ella no estuviera el Centro se destruiría, es por esto la importancia de la creación de un manual de funciones en donde cada uno conozca lo que debe hacer para sacar adelante este Centro.

7. Si usted podría ayudar en el CTC con una función específica ¿lo haría?

Ante lo cual hay respuesta positiva, es decir que si hubiera funciones delimitadas se ahorraría tiempo y energías en estar delegando funciones cada vez que visiten el Centro.

8. ¿Quisiera usted conocer la misión, visión, objetivos del CTC?

Gracias a esta interrogante se puede corroborar que los miembros necesitan saber cuál es su filosofía organizacional, con la cual ellos se comprometerían para el progreso del Centro.

4.6.2. Análisis de la encuesta para la agencia de viajes.

La siguiente encuesta se realizó a la agencia de viajes River People con el objetivo de saber desde una perspectiva de cliente, como se están llevando a cabo las actividades del Centro. Véase anexo 6

1. ¿Ha experimentado los servicios del CTC “Sinchi Pura”?

La respuesta de la agencia de viajes es SI, River People ha trabajado en varias ocasiones con “Sinchi Pura” siendo principalmente su mercado objetivo la gente extranjera por lo que ha decidido formar lazos comerciales para un bienestar mutuo

2. ¿Los servicios que este CTC le brinda le han parecido?:

La respuesta de la agencia de viajes fue buena, lo que nos permite saber que nuestro cliente está satisfecho con el trabajo realizado, pero todavía nos falta mejorar para poder alcanzar un servicio que sea calificado como excelente.

3. ¿Qué es lo que más le ha gustado de los servicios que presta el CTC?

Califique cada uno de estos en escala del 1 al 3 sabiendo que: 3 es satisfactorio, 2 es poco satisfactorio, 1 nada satisfactorio.

Entre las actividades calificadas como satisfactorias se encuentran la convivencia, aventura y la calidad de la atención, lo que nos indica que este es el punto de fuerte del CTC y que se debe aprovechar al máximo esta ventaja

Para las actividades: alimentación, rituales indígenas, infraestructura, limpieza del CTC, se las ha calificado en la categoría de poco satisfactorio, se entiende que estas actividades se deben mejorar,

4. ¿Los precios que ofrece el CTC le parece? :

Para esta respuesta la agencia de viajes dijo que los precios que “Sinchi Pura” brinda se encontraban accesibles, por lo que podemos determinar que los precios son competitivos dentro del mercado y que la gente está dispuesta a cancelar.

5. ¿Optaría usted nuevamente por elegir el CTC “Sinchi Pura” en una próxima oportunidad?

La respuesta fue que sí, La agencia de viajes ha trabajado constantemente con “Sinchi Pura” por lo que podemos saber, que pese a las debilidades que “Sinchi Pura” presenta, esta agencia de viajes está dispuesta a seguir enviando turistas a este centro.

6. Por favor coloque una sugerencia que cree Ud. Que ayudaría al CTC a brindar un mejor servicio a sus visitantes

En esta ocasión River People menciona que se debe mejorar la comida que el CTC ofrece a sus visitantes, por lo que es necesario profundizar cuál es el origen de esta inconformidad y cuál sería la mejor alternativa para mejorarla.

4.6.3. Tabulación de las Encuestas

A continuación se presentará la tabulación de cada una de las preguntas de las encuestas realizadas tanto a turistas nacionales como extranjeros.

4.6.3.1. Tabulación de encuestas a Turistas Nacionales

1. ¿Conoce usted los atractivos turísticos naturales que el cantón Tena ofrece a sus visitantes?

Tabla #7 Pregunta 1 Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	203	65%
NO	110	35%
TOTAL	313	100%

Ilustración #10 Pregunta 1 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

De las encuestas realizadas, el 65% de los encuestados conocen los atractivos turísticos que ofrece la Ciudad del Tena.

2. ¿Le gustaría a usted conocer los atractivos turísticos que ofrece el cantón Tena para sus visitantes?

Tabla #8 Pregunta 2 Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	105	95%
NO	5	5%
TOTAL	110	100%

Ilustración #11 Pregunta 2 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

Las encuestas realizadas a turistas nacionales nos permiten determinar que del total de turistas que aún no han conocido los atractivos turísticos, la mayoría les gustaría visitarlos, lo que genera una amplia posibilidad de explotar el turismo en el Cantón.

3. Indique de entre las siguientes opciones, el tipo de turismo de su agrado

Tabla #9 Pregunta 3. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aventura	153	50%
Comunitario	75	24%
Ecoturismo	80	26%
TOTAL	308	100%

Ilustración #12 Pregunta 3 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

De la interrogante se deduce que del total de turistas nacionales que conocen y que conocerán los atractivos turísticos del Tena, la mayoría de ellos se inclina a realizar un turismo de aventura, que consiste en internarse en la selva, practicar juegos extremos, etc. y de los encuestados restantes, un porcentaje prefiere ecoturismo que se considera conocer lo autóctono de la zona como zoológicos, mariposarios, etc.; y, el porcentaje restante se inclina por practicar turismo comunitario entendiéndose a esta, la convivencia con comunidades indígenas del sector, compartiendo sus creencias y tradiciones

4. ¿Ha visitado algún Centro de Turismo Comunitario?

Tabla #10 Pregunta 4. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	7%
NO	285	93%
TOTAL	308	100%

Ilustración #13 Pregunta 4 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

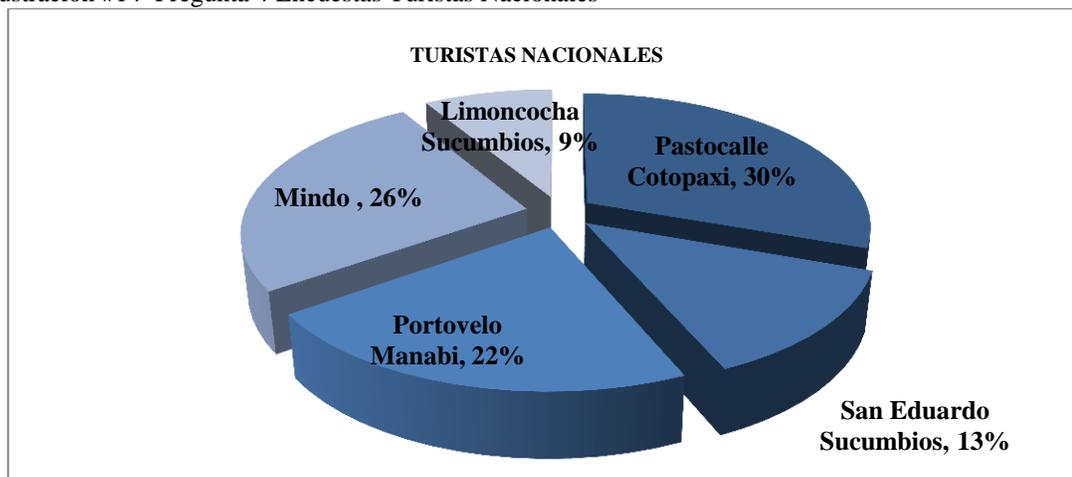
En la pregunta propuesta se pudo determinar que la mayoría de turistas nacionales no han visitado un Centro de Turismo Comunitario, pero si estarían dispuestos a visitar uno ya que es una propuesta nueva que les gustaría experimentar. Mientras que en un porcentaje menor existen turistas que si han experimentado el turismo comunitario.

4.1 Si usted ha conocido un Centro de Turismo Comunitario. Por favor díganos
¿cuál es este?

Tabla #11 Pregunta 4. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pastocalle Cotopaxi	7	30%
San Eduardo Sucumbíos	3	13%
Portovelo Manabí	5	22%
Mindo	6	26%
Limoncocha Sucumbíos	2	9%
TOTAL	23	100%

Ilustración #14 Pregunta 4 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

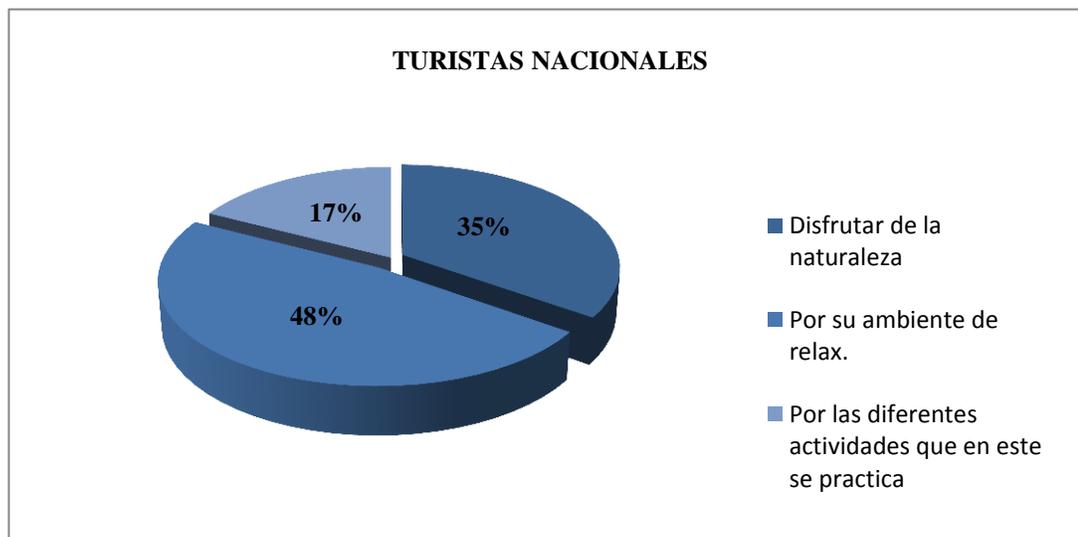
De los turistas nacionales encuestados que han tenido la oportunidad de experimentar el turismo comunitario, lo han hecho en Centros de Turismo Comunitario ubicados en Sucumbíos, Cotopaxi, Manabí y Mindo; manifestando que es una vivencia única y diferente a los demás tipos de turismo que han practicado.

5. Indique, de las siguientes opciones, las razones de su interés por experimentar el turismo comunitario.

Tabla #12 Pregunta 5. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Disfrutar de la naturaleza	8	35%
Por su ambiente de relax.	11	48%
Por las diferentes actividades que en este se practica	4	17%
Convivencia con costumbres ancestrales	-	-
TOTAL	23	100%

Ilustración #15 Pregunta 5 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

Hemos determinado mediante esta pregunta que las personas han visitado los Centros de Turismo Comunitario por el ambiente de relax que estos proporcionan, a más de disfrutar la naturaleza y todos los beneficios que esta proporciona, así como la convivencia con costumbres y tradiciones ancestrales.

6. ¿Le gustaría a usted conocer los servicios que brindan los CTC del catón Tena?

Tabla #13 Pregunta 6. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	221	72%
No	87	28%
TOTAL	308	100%

Ilustración #16 Pregunta 6 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

Mediante la pregunta podemos determinar que los turistas nacionales están dispuestos a conocer los servicios que un Centro de Turismo Comunitario ubicado en el Tena puede ofrecer a sus visitantes.

7. ¿Qué actividades cree Ud. que más disfrutaría en su estancia en el Centro de Turismo Comunitario?

Tabla #14 Pregunta 7. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agroturismo (visita a la chacra “lugar de cultivo de productos”)	41	19%
Vivenciar tradiciones y costumbres ancestrales.	78	35%
Senderismo.	21	10%
Deportes extremos	69	31%
Pesca	12	5%
TOTAL	221	100%

Ilustración #17 Pregunta 7 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

A través de esta pregunta pudimos determinar que una de las actividades preferidas para los turistas nacionales son las convivencias tradicionales con un 32,2% seguido de los deportes extremos y del agroturismo, esto significa que el turismo relacionado a las experiencias con la naturaleza está tomando fuerza en nuestro País.

8. Si supiere de la existencia en el cantón Tena de un Centro de Turismo Comunitario que brinda a sus visitantes una experiencia única e inolvidable además de garantizar su convivencia con la naturaleza, costumbres y tradiciones de una comunidad kichwa a un precio moderado. ¿Estaría dispuesto a visitarla?

Tabla #15 Pregunta 8. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	217	98%
NO	4	2%
TOTAL	221	100%

Ilustración #18 Pregunta 8 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

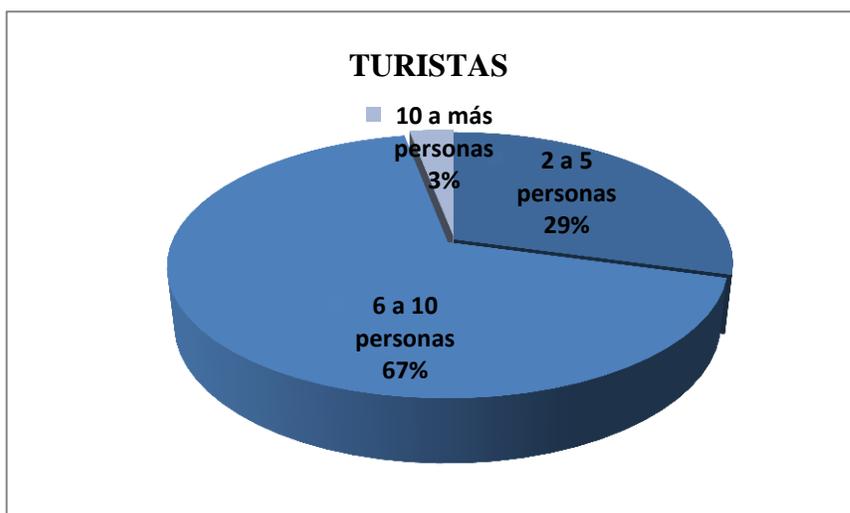
Observamos que para los turistas nacionales, en un 98% del total de encuestados SI estarían dispuestos a conocer este Centro de Turismo Comunitario, lo que representa una gran oportunidad de explotar sus recursos naturales.

9. ¿Con cuántas personas visitaría Ud. el CTC?

Tabla #16 Pregunta 9. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sólo	-	-
2 a 5 personas	64	29%
6 a 10 personas	146	67%
10 a más personas	7	3%
TOTAL	217	100%

Ilustración #19 Pregunta 9 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

A los turistas nacionales no les gusta viajar solos, es por ellos que la mayoría con un 67% de los encuestados prefiere viajar en un grupo mayor a 6 personas, lo que beneficia al Centro ya que por una persona esta puede recibir 5 personas más.

10. ¿Cuál sería el tiempo estimado de su visita al CTC?

Tabla #17 Pregunta 10. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3 días	126	58%
3 a 5 días	72	33%
5 a 7 días	13	6%
7 a más días	6	3%
TOTAL	217	100%

Ilustración #20 Pregunta 10 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

Para los turistas nacionales las estancias en un lugar turístico es bajo, el 58% de los visitantes solo están hasta tres días, ya que la mayoría sale de su Ciudad de residencia en feriados o vacaciones, por esto el centro de turismo deberá aprovechar cada feriado nacional para difundir su centro de turismo

11. Indique el valor diario que estaría dispuesto a cancelar por razón de servicios de hospedaje, alimentación, actividades varias (senderismo, visita a la chacra, rituales indígenas, entre otros), el cuál le garantizaría una experiencia única en el CTC.

Tabla #18 Pregunta 11. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 -50 USD	217	100%
60- 100 USD	-	-
Más de 100 USD	-	-
TOTAL	217	100%

Ilustración #21 Pregunta 11 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

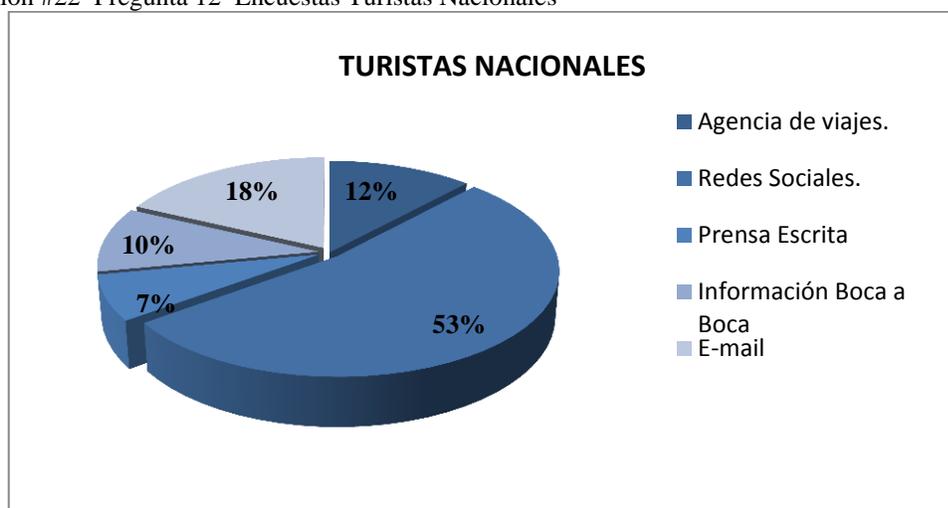
Podemos ver que los turistas nacionales ninguno estaría dispuesto a cancelar más de 50 dólares por una estadía en el CTC, esto se debe a que muchos ecuatorianos prefieren el precio antes que la calidad.

12. Indique el medio de comunicación de preferencia mediante el cual le gustaría recibir información de este tipo de turismo.

Tabla #19 Pregunta 12. Encuestas Turistas Nacionales

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agencia de viajes.	27	12%
Redes Sociales.	116	53%
Prensa Escrita	15	7%
Información Boca a Boca	21	10%
E-mail	38	18%
TOTAL	217	100%

Ilustración #22 Pregunta 12 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

En el caso de los ecuatorianos, está muy de moda las redes sociales, entonces para ellos el mejor mecanismo para dar a conocer este CTC es el internet, es por ello que este medio de comunicación ocupa el 53.5%.

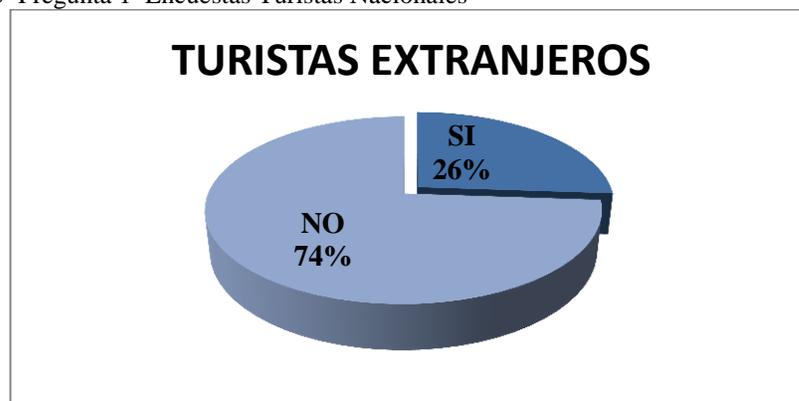
4.6.3.2. Tabulación de encuestas a Turistas Extranjeros

1. ¿Conoce usted los atractivos turísticos naturales que el cantón Tena ofrece a sus visitantes?

Tabla #20 Pregunta 1. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	26%
NO	51	74%
TOTAL	69	100%

Ilustración #23 Pregunta 1 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

De las encuestas realizadas, la mayoría de turistas extranjeros no conocen aún los atractivos turísticos de Tena, mientras que los que ya han visitado, manifiestan que se encuentran satisfechos por la variedad de atractivos turísticos que ofrece el Cantón.

2. ¿Le gustaría a usted conocer los atractivos turísticos que ofrece el cantón Tena para sus visitantes?

Tabla #21 Pregunta 2. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	100%
NO	-	-
TOTAL	51	100%

Ilustración #24 Pregunta 2 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

El total de turistas extranjeros encuestados que aún no conocen los atractivos turísticos del Tena, el 100% están dispuestos a hacerlo.

3. Indique, de entre las siguientes opciones, el tipo de turismo de su agrado

Tabla #22 Pregunta 3. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Aventura	34	49%
Comunitario	22	32%
Ecoturismo	13	19%
TOTAL	69	100%

Ilustración #25 Pregunta 3 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

Es notable que los turistas extranjeros visitantes, prefieren realizar turismo de aventura, ya que ellos visitan el Ecuador por el sin número de actividades extremas que este ofrece, pero a su vez les interesa experimentar el turismo comunitario, tomando en cuenta que la convivencia con pueblos indígenas les parece muy atractivo por las diferentes actividades únicas que pueden experimentar, a más que internarse en la selva amazónica es de su total agrado.

4. ¿Ha visitado algún Centro de Turismo Comunitario?

Tabla #23 Pregunta 4. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	57%
NO	30	43%
TOTAL	69	100%

Ilustración #26 Pregunta 4 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

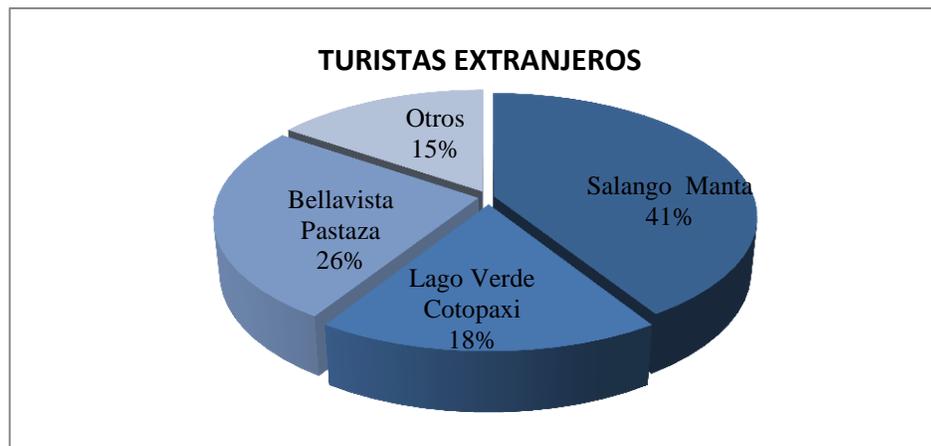
De la interrogante podemos determinar que la mayoría de turistas extranjeros que visitan el Tena han tenido la oportunidad de experimentar los servicios que brindan los Centros de Turismo Comunitario.

Si usted ha conocido un Centro de Turismo Comunitario. Por favor díganos ¿cuál es este?

Tabla #24 Pregunta 4. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Salango Manta	16	41%
Lago Verde Cotopaxi	7	18%
Bellavista Pastaza	10	26%
Otros	6	15%
TOTAL	39	100%

Ilustración #27 Pregunta 4 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

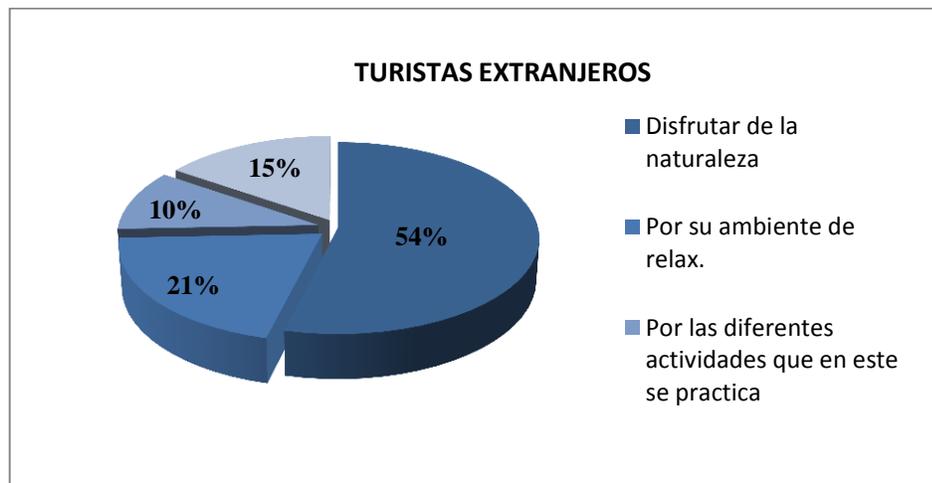
De los turistas extranjeros encuestados que han tenido la oportunidad de experimentar el turismo comunitario, lo han hecho en Centros de Turismo Comunitario ubicados en Pastaza, Cotopaxi, Manta y Otros, ante lo cual nos han podido manifestar que es una vivencia única y diferente a los demás tipos de turismo

5. Indique, de las siguientes opciones, las razones de su interés por experimentar el turismo comunitario

Tabla #25 Pregunta 5. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Disfrutar de la naturaleza	21	54%
Por su ambiente de relax.	8	21%
Por las diferentes actividades que en este se practica	4	10%
Convivencia con costumbres ancestrales	6	15%
TOTAL	39	100%

Ilustración #28 Pregunta 5 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

Se puede determinar que los turistas extranjeros que visitaron los Centros de Turismo Comunitario lo hicieron por disfrutar de la naturaleza, por vivir el ambiente se relax que estos centros brindan, además de experimentar costumbres y tradiciones ancestrales novedosas.

6. ¿Le gustaría a usted conocer los servicios que brindan los CTC del catón Tena?

Tabla #26 Pregunta 6. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	60	87%
No	9	13%
TOTAL	69	100%

Ilustración #29 Pregunta 6 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

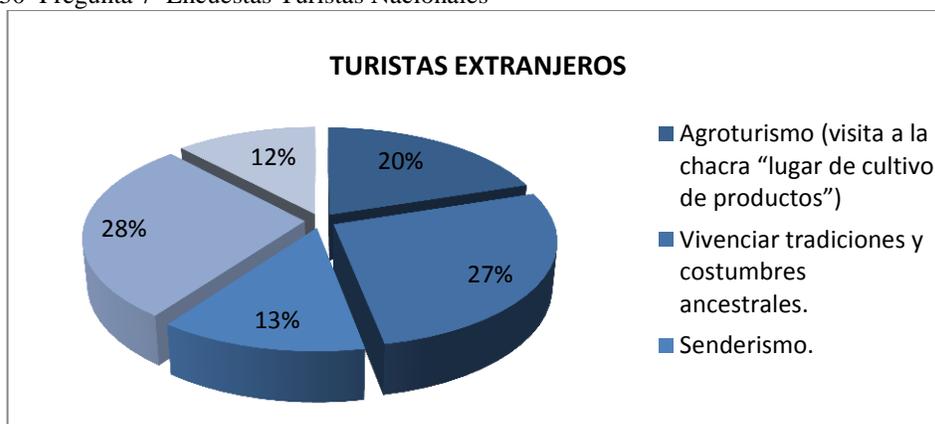
Se puede determinar que los turistas extranjeros visitantes están dispuestos y les interesa conocer los servicios que un Centro de Turismo Comunitario ubicado en Tena les puede ofrecer a sus visitantes.

7. ¿Qué actividades cree Ud. que más disfrutaría en su estancia en el Centro de Turismo Comunitario?

Tabla #27 Pregunta 7. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agroturismo (visita a la chacra “lugar de cultivo de productos”)	12	20%
Vivenciar tradiciones y costumbres ancestrales.	16	27%
Senderismo.	8	13%
Deportes extremos	17	28%
Pesca	7	12%
TOTAL	60	100%

Ilustración #30 Pregunta 7 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

En los turistas extranjeros podemos observar que ellos prefieren más los deportes extremos con un 28% muy seguido de las convivencias tradicionales con un 26%, lo que nos indica que el contacto con lo tradicional y la naturaleza son las nuevas tendencias de turismo que están buscando los visitantes.

8. Si supiere de la existencia en el cantón Tena de un Centro de Turismo Comunitario que brinda a sus visitantes una experiencia única e inolvidable, además de garantizar su convivencia con la naturaleza, costumbres y tradiciones de una comunidad kichwa a un precio moderado. ¿Estaría dispuesto a visitarla?

Tabla #28 Pregunta 8. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
SI	57	95%
NO	3	5%
TOTAL	60	100%

Ilustración #31 Pregunta 8 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

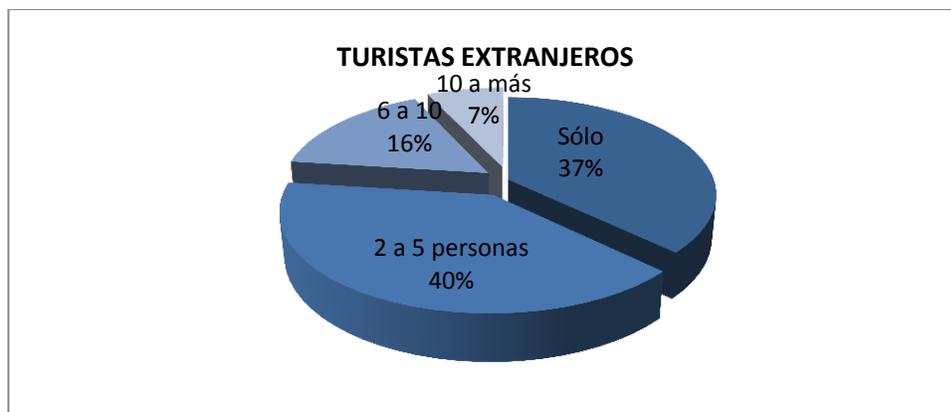
Para los turistas extranjeros el 95 % de ellos SI estarían dispuestos a conocer un centro de turismo comunitario. Se puede evidenciar claramente que hay un potencial porcentaje de interesados en visitar este lugar.

9. ¿Con cuántas personas visitaría Ud. el CTC?

Tabla #29 Pregunta 9. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sólo	21	37%
2 a 5 personas	23	40%
6 a 10 personas	9	16%
10 a más personas	4	7%
TOTAL	57	100%

Ilustración #32 Pregunta 9 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
 Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

En cuanto a turistas extranjeros, a un alto porcentaje si le gustaría viajar solo y hasta con menos de 5 personas, es decir que el centro debe tomar en cuenta este aspecto para sus paquetes turísticos, para de esta forma poder satisfacer a todos sus visitantes

10. ¿Cuál sería el tiempo estimado de su visita al CTC?

Tabla #30 Pregunta 10. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3 días	13	23%
3 a 5 días	41	72%
5 a 7 días	3	5%
7 a más días	-	-
TOTAL	57	100%

Ilustración #33 Pregunta 10 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013
Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

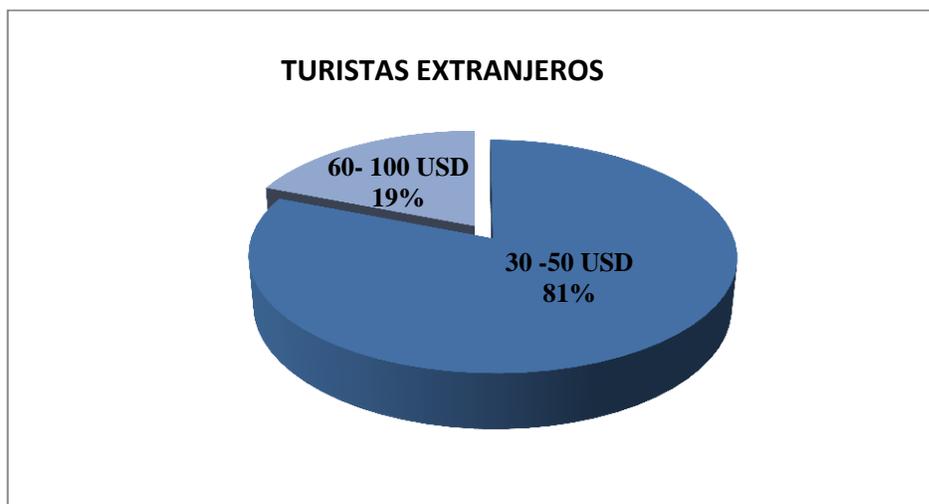
En el caso de los turistas extranjeros la mayoría de ellos prefiere estar de tres a cinco días visitando el centro de turismo, lo que nos ayuda a aclarar el panorama de que los paquetes turísticos no pueden ser similares de los turistas nacionales que los paquetes de los turistas extranjeros.

11. Indique el valor diario que estaría dispuesto a cancelar por razón de servicios de hospedaje, alimentación, actividades varias (senderismo, visita a la chacra, rituales indígenas, entre otros). El cual le garantizaría una experiencia única en el CTC.

Tabla #31 Pregunta 11. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30 -50 USD	46	81%
60- 100 USD	11	19%
Más de 100 USD	-	-
TOTAL	57	100%

Ilustración #34 Pregunta 11 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

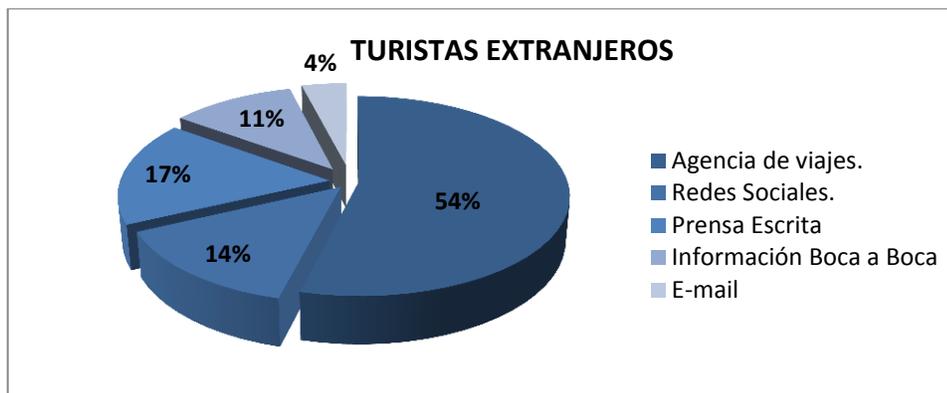
Como podemos observar en los turistas extranjeros hay un porcentaje de 19% que si estarían dispuestos a pagar más de \$50, esto quiere decir que para ellos no siempre el precio es lo primero.

12. Indique el medio de comunicación de preferencia mediante el cual le gustaría recibir información de este tipo de turismo.

Tabla #32 Pregunta 12. Encuestas Turistas Extranjeros

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Agencia de viajes.	31	54%
Redes Sociales.	8	14%
Prensa Escrita	10	17%
Información Boca a Boca	6	11%
E-mail	2	4%
TOTAL	57	100%

Ilustración #35 Pregunta 12 Encuestas Turistas Nacionales



Fuente: Encuestas, julio 2013

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

Análisis:

En el caso de los turistas extranjeros ellos se informan más a través de una agencia de viajes, por cuanto estas le pueden proporcionar de forma más directa toda la información turística, pero también desearían enterarse por intermedio de la prensa escrita y redes sociales.

4.6.4. Análisis de los datos recolectados.

4.6.4.1. Análisis de las entrevistas.

Mediante la aplicación de las entrevistas a los dos miembros del CTC, se puede determinar la carencia de filosofía organizacional, lo que ha provocado la falta de compromiso con el progreso del mismo, además de que el manejo del Centro lo realiza una sola persona, recayendo sobre ella todas las responsabilidades que conlleva esta actividad, considerando que no existen funciones definidas para cada miembro del CTC, lo que provoca que cada vez que acuden turistas visitantes se distribuyan empíricamente funciones, además de que el Centro no se encontraría listo para recibir turistas de forma esporádica.

Ante esta situación, es necesario diseñar un mecanismo que le permita a la líder del Centro, delegar funciones específicas a cada miembro de forma permanente, lo que ahorrará tiempo en el momento de la llegada de turistas.

La delimitación de una filosofía institucional es de vital importancia para el desarrollo del Turismo Comunitario, mediante esta se puede lograr que cada miembro se comprometa con el Centro y se sienta parte importante de él, además de que se facilitaría el que identifiquen cuáles son los objetivos a alcanzar y sepan qué es lo que deben hacer para alcanzarlos.

Gracias a la obtención de esta información se puede determinar que el Diseño de un Modelo de Gestión Administrativa que comprenda de filosofía organizacional, estructura organizacional óptima y manual de funciones, garantizará al Centro de Turismo su éxito progresivo, distribuyendo equitativamente el trabajo, responsabilidades y que cada miembro sepa lo que debe hacer siempre, eliminando la duplicidad de trabajo y haciendo que se sientan parte importante del Centro.

4.6.4.2. Análisis de las encuestas.

Mediante la aplicación de las encuestas tanto a turistas nacionales como extranjeros, se puede determinar que la mayoría de visitantes a la ciudad Tena, están dispuestos a conocer los atractivos turísticos que esta ofrece a sus visitantes, que prefieren un turismo

que les demande aventura y naturaleza, esta es una gran ventaja para el Centro de Turismo, ya que en los servicios que este ofrece están los deportes extremos, además del ingreso a la selva pura de la Amazonia Ecuatoriana. Existen poca cantidad de turistas que han visitado un Centro de Turismo Comunitario en diferentes provincias del Ecuador tanto en la Sierra, Costa y Oriente, pero del total de turistas que no han tenido la oportunidad de conocer uno, existe un gran porcentaje que quisieran visitarlos.

Los turistas que han visitado un Centro de Turismo Comunitario manifiestan que lo han hecho por disfrutar de la naturaleza y su clima de relax, esto nos da una ventaja ya que el CTC “Sinchi Pura” está ubicado en la selva Amazónica, junto al Rio Jatun Yaku, cerca del parque Llanganates, el cual ofrece a sus visitantes un ambiente de totalmente distendido, acogedor, ofreciendo a sus visitas un mirador con hamacas a la orilla del río que les proporciona total ambiente de relajación.

Se puede determinar que los servicios que el CTC “Sinchi Pura” brinda a sus visitantes, está dentro de los intereses de los turistas ya que este ofrece comida típica, realiza visita a la chacra y a su vez ofrece danzas y rituales indígenas propios de una comunidad kichwa, además de senderismo para internarse en la selva, pesca y si fuera de su elección deportes extremos como rafting y kayak.

Gracias a la información recolectada mediante las encuestas se puede determinar que la mayoría de visitantes están dispuestos a conocer el CTC “Sinchi Pura”, junto con su familia o amigos, con una estancia promedio de 5 días, lo cual nos da una visión clara de que la actividad económica que esta comunidad ha implementado tiene futuro, solo se debe crear estrategias, trazar objetivos que hagan que más visitantes lleguen a su Centro y que estos se sientan satisfechos al máximo, para que puedan recomendarlo, además los precios que el CTC ofrece a sus visitantes, están dentro del rango de costo que los turistas estuvieran dispuestos a cancelar por este servicio.

La información recolectada de las encuestas aplicadas será de gran ayuda para mejorar el servicio que ofrece el CTC ya que se pueden ajustar a los requerimientos de sus clientes, a más de saber que el Turismo Comunitario tanto en visitantes nacionales como

extranjeros tiene una amplia aceptación, por lo cual se debe explotar al máximo estos recursos.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA Y RESULTADOS

5.1. Componentes: desarrollo de modelos

5.1.1. Matriz FODA

La sigla FODA, es un acrónimo de Fortalezas (factores críticos positivos con los que se cuenta), Oportunidades, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), Debilidades, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y Amenazas, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos). (Aguilar , 2011)

5.1.1.1. Importancia

En las empresas la toma de decisiones es constante. Para realizarlo las empresas deben conocer la situación de forma completa, analizarla y comprenderla. Cuando se genera un problema en la organización es común que los dirigentes opten por dar una solución impulsiva sin haber analizado antes, provocando consecuencias negativas para la empresa. Ante lo expuesto es importante que las empresas antes de tomar una decisión realicen un proceso estructurado del problema donde se refleje las causas y efectos del problema y se pueda tomar una decisión de forma segura. Para lograr este análisis, la aplicación de la matriz FODA es de vital importancia ya que es una herramienta que nos permite analizar y buscar cada una de las variables que intervienen en el negocio con el objeto de contar con mayor información al momento de tomar decisiones. Una vez plasmada la plantilla normal de la matriz. Se pueden establecer estrategias Ofensivas, Defensivas, de Supervivencia y de Reordenamiento que son útiles para neutralizar las debilidades y amenazas y a su vez impulsar las oportunidades y fortalezas que ayudarán a conseguir los objetivos planteados.

5.1.2. Modelo de Gestión Administrativa bajo el proceso administrativo.

5.1.2.1. Planificación

5.1.2.1.1. Cultura Organizacional

La cultura organizacional refiere a “un sistema de significados compartidos entre sus miembros, que distingue a una organización de las otras” (Robbins, 1999). Está conformada por valores, principios creados y compartidos tanto por los directivos y miembros en general de una institución, conocido también como filosofía institucional.

5.1.2.1.2. Filosofía institucional.

Principios

“Los principios institucionales, son normas o ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de un grupo humano y en suma se busca que todos los miembros de la organización internalicen y vivan en armonía” (Santander, 2013).

Valores Éticos

Los valores éticos corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía. Son enunciados que guían el pensamiento y la acción de la gente en una Empresa, que se convierten en creencias arraigadas que definen comportamientos de las personas y les indica claramente pautas para la toma de decisiones. (Colombia, 2011)

Convicciones, Expectativas y Comportamiento.

Son elementos de la filosofía institucional que pretenden brindar lineamientos de pensamientos comunes de los miembros de una organización, que les permita alinear los esfuerzos para alcanzar objetivos.

Misión

La Misión Organizacional es la declaración del propósito y el alcance de la empresa en términos de producto y del mercado, define el papel de la organización dentro de la sociedad en la que se encuentra y significa su razón de ser y de existir. (Chiavenato, 2009, pág. 25)

Es decir que la misión en una organización es el distintivo de la misma. En la misión deben estar alineados los principios, normas y fundamentos organizacionales orientados al cumplimiento de sus objetivos.

Para elaborar una misión se debe realizar varias preguntas las cuales nos ayudarán a definirla estratégicamente.

Preguntas para realizar la misión

¿Quiénes somos?

¿Por qué nos consideramos un CTC?

¿A través de que se brinda a los visitantes una convivencia única?

¿Qué garantiza un servicio de calidad?

¿Con que finalidad se busca la satisfacción de los visitantes?

¿Por qué se quiere promover el turismo local?

Visión

“La visión del negocio se refiere a aquello que la organización desea ser en el futuro” (Chiavenato, 2009, p. 72).

“La visión nos permite plantear un futuro deseable, que sea lo suficientemente claro y motivador para otros, como para trabajar en su cumplimiento” (Picazo Martínez & Martínez Villegas, 2007).

La visión es a donde queremos llegar, es un sueño futuro creado por la organización, esta creación debe tener la capacidad de inspirar a cada uno de los miembros del CTC a trabajar adecuadamente día a día, sabiendo que su trabajo ayudará a lograr el sueño común de la Comunidad.

Como redactar la visión.

- 1) Compartida y consensuada
- 2) Espejo de los valores y principios
- 3) Relevante a las necesidades de los clientes
- 4) Difícil de alcanzar mas no imposible
- 5) Capaz de inspirar a los actores
- 6) Una unidad para la toma de decisiones
- 7) Debe lograr la sinergia
- 8) Corta y clara
- 9) Expresa resultados positivos

Preguntas a la que debe responder la visión.

- 1) Como se hará el proyecto cuando haya alcanzado la madurez en unos años.
- 2) Cuáles serán los principales productos y servicio que ofrezcan.
- 3) Quienes trabajaran en la empresa.
- 4) Cuáles serán los valores y principios claves de la empresa.
- 5) Como verán a la empresa sus trabajadores, cliente y gente en general.

Políticas

Las políticas dentro de una organización “Son reglas específicas que se deben seguir o a las que se deben ajustar las conductas, tareas, o actividades en una organización para poder llevar a cabo el cumplimiento de una política organizacional” (Medina, 2012).

Objetivos.

“Son los resultado globales que una organización desea alcanzar en el desarrollo de su misión y visión, que involucra a toda la organización” (Levano, 2001)

Características de los objetivos

Los objetivos deben ser: específicos, medibles, alcanzables y retadores.

Como se redacta un objetivo

Verbo en infinitivo + meta + plazo + presupuesto

5.1.2.2. Organización

5.1.2.2.1. Manual de Funciones.

Es una herramienta que les permite a las empresas definir las actividades y responsabilidades que tienen cada uno de los puestos de trabajo. Este recurso permite eliminar la duplicidad de trabajo ahorrando tiempo, esfuerzos y dinero.

5.1.2.2.2. Organigrama estructural.

“Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, esquematiza las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización” (Muñoz Grande , 2012).

5.1.2.3. Dirección.

5.1.2.3.1. Factores humanos y motivación

La dirección como parte del proceso administrativo es una etapa que comprende de tutelar a todos los miembros de una organización. La motivación es parte esencial del correcto desenvolvimiento de una persona.

5.1.2.3.2. Liderazgo.

El liderazgo como parte de la dirección de una organización es muy importante debido a que consiste en la capacidad de influir en los demás con el objeto de crear interés personal en cumplir los propósitos definidos para el conjunto.

Es de vital importancia que una organización cuente con un liderazgo sólido y firme. Dirigentes que cuenten con un don especial, firme y humano para inducir a las demás personas a cumplir sus indicaciones.

5.1.2.3.3. Comunicación.

La comunicación en la organización es fundamental, en especial en la dirección de la empresa ya que es el medio por el cual fluyen las ideas, los datos, las informaciones y las órdenes.

Una comunicación fluida y clara permite crear un ambiente de trabajo óptimo en el que los miembros de una organización logren interactuar entre ellos y consigan estar siempre enlazados.

La comunicación en una organización permite solucionar adecuadamente conflictos, analizarlos y tomar decisiones eficaces.

5.1.2.4. Control.

5.1.2.4.1. Indicadores de Gestión

Se considera indicador de gestión a aquel dato que refleja cuáles fueron las consecuencias de acciones tomadas en el pasado en el marco de una organización. La idea es que estos indicadores sienten las bases para acciones a tomar en el presente y en el futuro. (Copyright, 2013).

Los indicadores son factores que permiten medir el grado de logro y cumplimiento de las Misión, Objetivos y Metas de una organización.

La aplicación de Indicadores de Gestión genera compromiso de todos los miembros de una organización en la prestación de algún servicio o producto.

Su eficiente uso permite detectar inconsistencias entre el quehacer de la institución y sus objetivos prioritarios.

5.1.2.4.2. Como se construyen los indicadores de gestión.

Los indicadores de Gestión en una organización deben ser establecidos tomando en cuenta los siguientes factores:

- Economía (manejo adecuado de los recursos financieros),
- Eficacia (e) (logro de los objetivos institucionales),
- Eficiencia (E) (ejecución de las acciones usando el mínimo de recursos)
- Calidad del Servicio (satisfacción de los requerimientos de los usuarios) (Chaverra, 2008).

Como se redacta un indicador de gestión.

Un indicador de Gestión se redacta de la siguiente forma:

Agregación + preposición + variable + Verbo en participio pasado+ complemento circunstancial.

Total + de + turistas + Verbo/ado/edo/ido + lugar o periodo

5.2. Modelo de Gestión Administrativa para el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”.

5.2.1. Matriz FODA

5.2.1.1. Fortalezas

Principales fortalezas que tiene le CTC “Sinchi Pura” son:

- El liderazgo del centro de turismo comunitario.
- Infraestructura propia.
- Ubicación privilegiada.
- Bien común.

5.2.1.2. Debilidades

Las principales debilidades del CTC “Sinchi Pura” son:

- No poseer un organigrama funcional.
- Desconocimiento del manejo del centro.
- No poseer una filosofía institucional.
- No tener un plan de capacitación.

5.2.1.3. Oportunidades

Las principales oportunidades del CTC “Sinchi Pura” son:

- Apoyo del Gobierno Nacional para incentivar la conservación de los pueblos y nacionalidades de origen ancestral.
- Lazos estratégicos de la líder con funcionarios gubernamentales.
- Apoyo del Gobierno Nacional para la explotación sostenible del turismo.
- Apoyo de entidades financieras con la concesión de préstamos para el desarrollo y progreso de estas comunidades.

5.2.1.4. Amenazas

Las principales amenazas que tiene el CTC “Sinchi Pura” son:

- El ingreso de empresas petroleras a la Amazonia.
- La inversión de extranjeros en lugares turísticos privados.
- La migración de miembros de la comunidad hacia las grandes ciudades.
- El desconocimiento de los turistas nacionales sobre el turismo comunitario.

5.2.1.5. Esquema Matriz FODA

Tabla #33 Matriz FODA

MATRIZ FODA			
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Liderazgo	O1	Apoyo del gobierno para incentivar la conservación de los pueblos y nacionalidades de origen ancestral
F2	Infraestructura Propia	O2	Lasos estratégicos de la líder con funcionarios gubernamentales.
F3	Ubicación Privilegiada	O3	Apoyo del gobierno para la explotación sostenible del turismo
F4	Bien Comun	O4	Apoyo de entidades financieras con la concesión de préstamos para el desarrollo y progreso de las comunidades
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	No poseer un organigrama funcional	A1	Ingreso de empresas petroleras a la amazonia
D2	Desconocimiento del manejo del centro	A2	Inversión de extranjeros en la creación de lugares turísticos privados.
D3	No poseer filosofía institucional	A3	Migración de miembros de la comunidad hacia las grandes ciudades
D4	No tener un plan de capacitación	A4	Desconocimiento de los turistas nacionales sobre el turismo comunitario

Elaborado por: Carla Balseca, Jhoanna Romo

5.2.2. Cruces Estratégicos

5.2.2.1. Estrategias FA

F1A3: El Centro de Turismo Comunitario a través de la motivación de su líder, reduce el índice de migración de los comuneros hacia las grandes ciudades.

F2A2: El que los pueblos indígenas cuenten con infraestructura propia y hayan vivido toda su vida en la zona hace que la conozcan y solamente quieran explotar el turismo, mientras que la entrada de inversión extranjera toma tiempo en el estudio, en la compra y la implementación, es por esto que las comunidades deben aprovechar su ventaja y explotar al máximo sus recursos.

F3A1: Al ubicarse el Centro de Turismo en las faldas del Parque Llanganates y a orillas del Rio Jatun Yaku es zona protegida por el Gobierno Nacional, evitando así el paso de ductos petroleros.

F4A4: Al pertenecer el Centro de Turismo a una comunidad indígena, se busca el bien común es decir que el Centro es de propiedad de la comunidad, esto ayudará a que cada

uno trabaje por su negocio dándolo a conocer entre los turistas tanto nacionales como extranjeros, lo que disminuirá el índice de desconocimiento de este tipo de turismo.

5.2.2.2. Estrategias FO

F102: Gracias a la líder del Centro de Turismo Comunitario se ha podido establecer relaciones estrechas con varios funcionarios gubernamentales no solo de la ciudad del Tena, sino fuera de ella, lo cual ayuda a que la líder pueda estar presente en reuniones con autoridades, lo que ha beneficiado a la comunidad.

F204: Es una ventaja amplia el que se cuente con infraestructura propia, puesto que es más fácil conseguir apoyo de entidades financieras para la restauración o implementación de algún valor agregado al centro, que tratar de conseguir préstamos para iniciar alguna construcción.

F401: Gracias a que el Centro es parte de una Comunidad, este es de propiedad de cada uno de sus miembros, es decir un bien común, los cuales pretenden conservar la naturaleza y sus tradiciones ancestrales y en la actualidad el Gobierno Nacional ha promovido planes de apoyo para incentivar la conservación de los pueblos y nacionalidades de origen ancestral

F303: Gracias a la ubicación del Centro de Turismo Comunitario que se encuentra en zona de amortiguamiento del parque Llanganates, el Gobierno Nacional promueve el cuidado de esta zona mediante apoyo al turismo sostenible es decir que se base en la protección de los recursos naturales.

5.2.2.3. Estrategias DO

D202: A pesar de que el Centro de Turismo no tiene un mecanismo adecuado de manejo, el que la líder tenga lazos estratégicos con entidades gubernamentales del Tena y fuera de él, ha ayudado a que este no haya desaparecido por completo.

D4O3: El Centro de Turismo Comunitario carece de un plan de capacitación constante de sus miembros, pero gracias al apoyo del Gobierno Nacional con proyectos que impulsan el turismo comunitario, han asistido a varios talleres de capacitación que le ha ayudado en algo al manejo del Centro.

5.2.2.4. Estrategias DA

D2A2: El desconocimiento de los comuneros del correcto manejo del Centro, ha provocado que este no se haya desarrollado en la forma esperada, provocando que existan ceses de funciones de hasta 6 meses seguidos, por lo cual la inversión extranjera ha visto el turismo como una gran fuente económica, implementando sitios turísticos privados.

D3A3: El que el Centro de Turismo Comunitario no cuente con una filosofía institucional ha provocado que los comuneros no sepan cuál es su misión, visión y objetivos y a su vez desconozcan lo que deben hacer para alcanzar sus metas, por esta razón ellos no se comprometen con su comunidad y optan por migrar a las grandes ciudades en busca de empleo y mejorar su calidad de vida.

D1A4: Al no poseer un organigrama funcional que distribuya responsabilidades, hace que una sola persona sea la que debe manejar todas las actividades que se desarrollan en el Centro, lo que ha provocado que no se haya puesto énfasis en la búsqueda de nuevos clientes ni en la difusión del Centro de Turismo Comunitario, por esta razón existe un gran desconocimiento de este tipo de Turismo en los turistas.

Una vez determinadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene el CTC se ha determinado las falencias y ventajas con que cuenta el Centro, además habiendo aplicado las entrevistas a los miembros de CTC y las encuestas a futuros consumidores, se ha podido concluir que es indispensable que se Diseñe un Modelo de Gestión Administrativa que permita al Centro desarrollar sus actividades de una forma más adecuada lo que le permita el progreso paulatino.

5.3. Planificación

5.3.1. Cultura Organizacional.

Para el progreso del CTC “Sinchi Pura” no basta solamente con tener la intención de progresar y conformarse con la visita esporádica de turistas a su CTC, es muy importante tener un sistema de ideas que facilite el trabajar de forma sistemática, además de crear una ética laboral que les permita tener compromiso con valores morales fundamentales en un ser humano.

Es importante establecer una correcta Filosofía Institucional conformada por valores, principios, convicciones, normas y expectativas, alineadas a sus objetivos los cuales les permita acceder a normas y formas de laborar.

5.3.1.1. Filosofía Institucional

5.3.1.1.1. Principios

Los principios institucionales que deben regir el CTC “Sinchi Pura” son:

Responsabilidad social.- En cumplimiento con los mandatos constitucionales el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”, se compromete con la sociedad y el Ecuador a mantener su identidad indígena, a más de revivir sus costumbres en cada nuevo integrante de su comunidad, sintiéndose orgullosos de ser una comunidad kichwa, para mostrar a sus visitantes la importancia de fomentar esta vivencia ancestral y amor a las tradiciones indígenas kichwas y a la naturaleza.

Equidad.- El CTC “Sinchi Pura” promueve el respeto y la igualdad de oportunidades entre las mujeres y hombres que son parte de esta comunidad, ya que el manejo del CTC está en manos de sus mujeres, pero los hombres, niños y jóvenes también son tomados en cuenta en varias actividades, fomentando así la inclusión, igualdad y equidad de género.

Trabajo en Equipo.- El CTC “Sinchi Pura” al ser una comunidad rige el trabajo en equipo y de esta manera se logra unir fuerzas para alcanzar sus objetivos y metas, beneficiando así a todos sus miembros por igual.

5.3.1.1.2. Valores Éticos.

El CTC “Sinchi Pura” considera que lo más valioso que tiene y hace que su CTC se haya aun mantenido, es su gente, la que colabora con el CTC, es por esto que se debe hacer énfasis en varios valores morales que deben predominar en el CTC, estos son:

- **Servicio**

Brindar a nuestros visitantes una experiencia única en convivencia con la naturaleza y con la comunidad kichwa, satisfaciendo sus expectativas

- **Calidad**

Ofrecer un servicio eficiente, realizando el trabajo adecuadamente.

- **Honestidad**

Actuar de acuerdo a la verdad en cada una de las actividades

- **Respeto**

Reconocer la libertad de pensamiento de todos los integrantes y visitantes.

- **Lealtad**

Actuar siempre acorde a los principios y valores organizacionales en busca el bien común por sobre los intereses personales.

5.3.1.1.3. Convicciones

Los miembros del CTC deben concebir que trabajar arraigados a los valores y principios institucionales les permitirá ofrecer un servicio de calidad a sus visitantes, lo que ayudará a crear un CTC sólido.

5.3.1.1.4. Expectativas

Los miembros del CTC “Sinchi Pura” deben exigirse un gran compromiso con sus objetivos, ya que alcanzar el éxito es más satisfactorio cuando se ha luchado para conseguirlo.

5.3.1.1.5. Comportamiento

En el CTC “Sinchi Pura” debe predominar el trabajo en equipo, eliminando al 100% las barreras de comunicación entre cada uno de sus miembros, haciendo conciencia que a diferencia de otras entidades el CTC es de cada uno de los miembros de la Comunidad y del trabajo de cada uno de ellos dependen las ganancias y el progreso del CTC, además del sustento económico de cada familia; por estas razones cada uno debe comprometerse a realizar su trabajo de forma responsable.

5.3.1.1.6. Misión de Centro de Turismo Comunitario

Somos un Centro de Turismo Comunitario, que brinda a sus visitantes una convivencia única con la naturaleza, costumbres y tradiciones de una comunidad kichwa, a través de un servicio de calidad que garantice la satisfacción de quienes nos visitan, promoviendo así el turismo local y logrando el desarrollo económico de las familias de la comunidad.

5.3.1.1.7. Visión del Centro de Turismo Comunitario.

Ser para el 2016 el mejor Centro de Turismo Comunitario del cantón Tena, reconocido por brindar servicio de calidad en el que predomina el respeto con la naturaleza, fomentando el empleo, desarrollo económico y social de la comunidad.

5.3.1.1.8. Políticas, Objetivos y Estrategias

Políticas

Las políticas que regirán en el CTC “Sinchi Pura” serán:

1. Difundir los servicios que brinda el CTC constantemente.
2. Cumplir con todas las responsabilidades asignadas en el manual de funciones.
3. Salvaguardar la seguridad de los miembros y visitantes al CTC.
4. Comunicación fluida entre dirigentes, comuneros y visitantes.
5. Cumplir y hacer cumplir la filosofía institucional.

Estrategias

Para el cumplimiento de las políticas antes mencionadas el CTC deberá aplicar las siguientes estrategias:

- Para lograr difundir los servicios que presta el CTC deberá:

1. Crear planes de difusión.
2. Crear paginas en las redes sociales.
3. Visitar como mínimo 5 agencias de viaje mensualmente.
4. Invertir en Publicidad (flyers, radio, prensa escrita, volantes, etc.).
5. Crear un stand en el Tena donde se brinde información del CTC y se ofrezca promociones y descuentos en días feriados nacionales.

- Para cumplir con las responsabilidades asignadas los miembros del CTC deberán:

1. Dar a conocer a cada involucrado sus responsabilidades y el alcance de su cargo.
2. Brindar charlas de capacitación de las responsabilidades de sus cargos al menos dos veces al año.
3. Crear indicadores de evaluación de desempeño que nos permitan evaluar el trabajo realizado.

-Para salvaguardar la seguridad e integridad de los miembros y visitantes se deberá:

1. Implementar señalización y medidas de seguridad.
2. Hacer énfasis en la importancia de que prime la honestidad como valor clave de la organización.
3. Capacitar al personal sobre medidas de seguridad dentro del CTC.
4. Brindar charlas de inducción sobre las medidas de seguridad a los visitantes que se deben tomar dentro del CTC.

- Para tener una comunicación fluida entre dirigentes, comuneros y visitantes se deberá:

1. Hacer una socialización con los miembros de la comunidad después de cada visita, donde se evalúe y se intercambie las experiencias vividas.

2. Crear un buzón de sugerencias para que los visitantes puedan expresar lo que consideren que estuvo mal, para poder tomar medidas de corrección.
3. Hacer un libro de experiencias para los visitantes.
4. Hacer un cuadro mural con fotografías de los visitantes junto a los miembros de la Comunidad.
5. Dar oídos a las sugerencias de los miembros del CTC, con el afán de buscar una mejora continua.

-Para cumplir y hacer cumplir la filosofía institucional los miembros del CTC deberán:

1. Realizar reuniones en las que se recuerden cuál es la filosofía institucional que rige al Centro.
2. Instruir al Centro en la importancia de alinear sus acciones a los valores institucionales.

Objetivos

Al aplicar las estrategias establecidas se pretenderá alcanzar los siguientes objetivos:

Política de Difusión

Objetivo General

Recibir la visita promedio de 1000 turistas anuales, con un ingreso mínimo estimado de \$70.000, con una inversión en difusión de \$540 anuales.

Objetivos específicos

1. Recibir la visita de 100 turistas mensuales con un presupuesto de \$45 en gastos de difusión.
2. Crear lasos comerciales al menos con dos agencias de las que se visitarán mensualmente con un presupuesto \$30.
3. Repartir 500 hojas volantes mensuales en el Tena, promocionando al centro. Con un presupuesto de \$15 mensuales

Política de cumplimiento de actividades

Objetivo General

Mejorar continuamente el servicio que ofrece el CTC a sus visitantes satisfaciendo sus necesidades.

Objetivos específicos

1. Brindar servicio de calidad constantemente.
2. Detectar oportunamente errores que puedan ocurrir en el proceso de brindar el servicio en el Centro.

Política de Seguridad

Objetivo General

Garantizar el bienestar individual y colectivo tanto de los comuneros como de los visitantes del centro.

Objetivos específicos

1. Evitar accidentes e imprevistos en la estadía de los visitantes.
2. Estar siempre preparados para cualquier imprevisto o accidente que pueda ocurrir en la estadía de los turistas.
3. Dotar al Centro con las herramientas necesarias de seguridad que garanticen el bienestar continuo de los involucrados, con un presupuesto de \$200 anuales.

Política de Comunicación

Objetivo General

Mejorar constantemente la comunicación entre los miembros y visitantes del CTC, para obtener resultados que nos ayuden a mejorar continuamente

Objetivos específicos

1. Realizar convivencias trimestrales entre los miembros del Centro en el que se desarrollen actividades de interacción y permita que los miembros se compenetren, con un presupuesto de \$300 c/conv.

2. Realizar reuniones trimestrales internas en las que se evalúe el progreso del Centro y se acojan comentarios y sugerencias de todos los miembros del Centro.

Política de Cumplimiento de Filosofía Institucional

Objetivo General

Alinear los esfuerzos de cada miembro del Centro a alcanzar los objetivos institucionales.

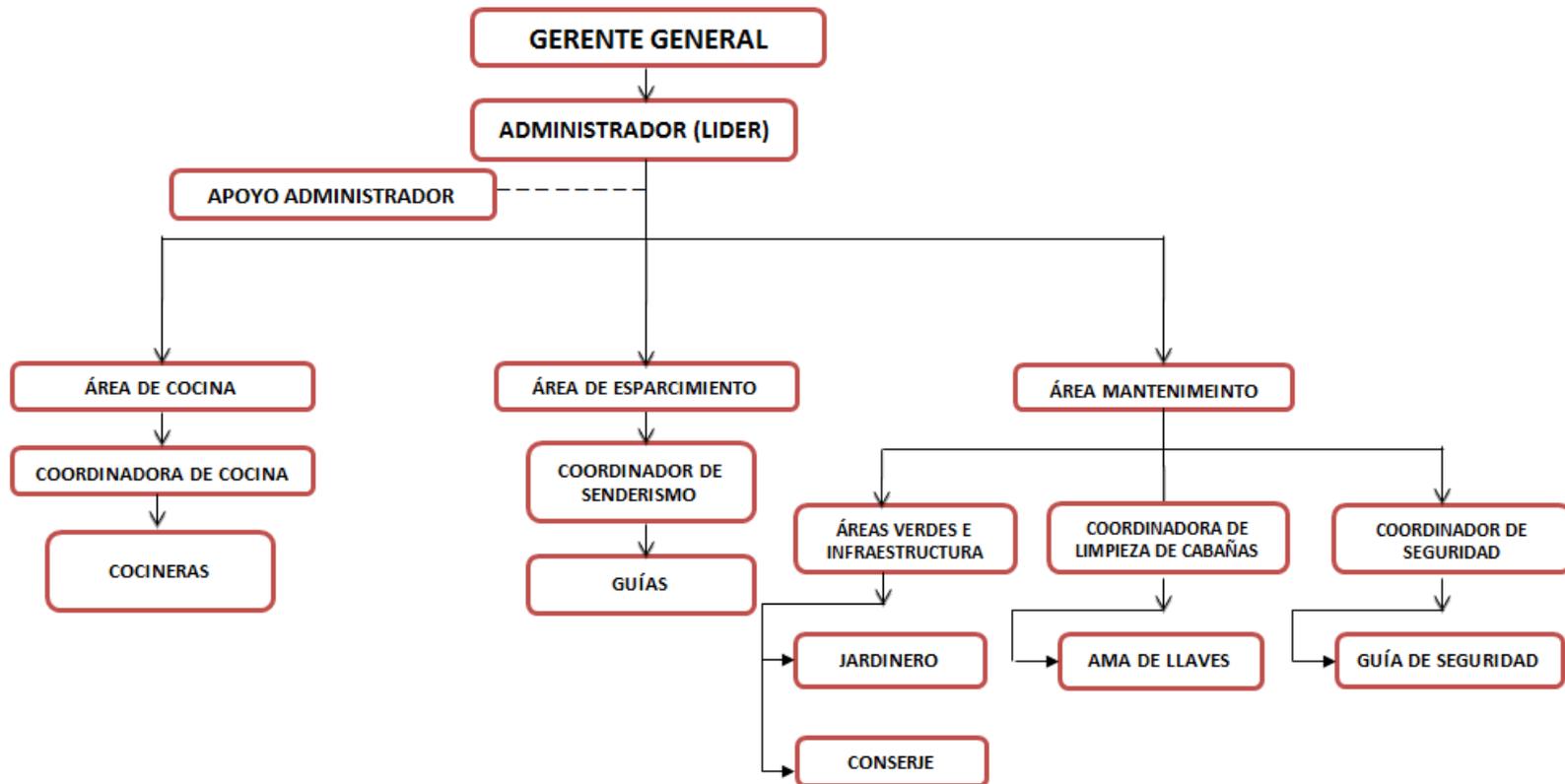
Objetivo específico

1. Convocar a reuniones estratégicas semestrales a los Coordinadores de Área para evaluar los resultados alineados a los objetivos.

5.4. Organización

5.4.1. Estructura organizacional

Ilustración #36 Estructura Organizacional



Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

5.4.2. Manual de Funciones

Una vez desarrollado la estructura organizacional del CTC, el siguiente paso es designar funciones específicas a cada uno de los miembros conforme constan en el organigrama organizacional.

El presente manual de funciones propuesto, tiene como finalidad brindar apoyo en el desarrollo del proceso del servicio que brinda el CTC “Sinchi Pura”, normando e instruyendo a cada uno de los miembros del CTC sobre los objetivos, políticas y valores que predominarán en la organización, además de delegar responsabilidades a cada puesto de trabajo delimitado en el Organigrama, especificando cuál es el alcance de su trabajo, funciones que debe cumplir y responsabilidades a su cargo, para de esta forma minimizar la duplicación de funciones lo cual agiliza el proceso y por ende mejora el servicio que brindan.

A continuación se describen el alcance, funciones y responsabilidades de cada uno de los puestos de trabajo:

5.4.2.1. Gerente General Alcance

Representar judicial y extrajudicialmente al Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura” garantizando el desarrollo administrativo y operativo de los miembros del Centro, mediante la ejecución de planes y metas que les permita alcanzar los objetivos organizacionales.

Responsabilidades:

- Responder por el desarrollo, progreso administrativo y operativo del Centro.
- Representación Legal del Centro.
- Cumplir y hacer cumplir a los miembros del Centro las disposiciones planteadas por las coordinaciones.

- Suministrar la información que soliciten tanto los miembros del Centro, instituciones gubernamentales y otros organismos externos de acuerdo a la ley.
- Delegar o anular delegaciones de funciones que han sido otorgadas a diferentes miembros del Centro.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales que regulan al CTC.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas

5.4.2.2. Administrador – líder Alcance

Promover el desarrollo paulatino del Centro, coordinando y supervisando cada una de las actividades de los miembros, constatando que estas estén alineadas al cumplimiento de metas que les permitan alcanzar objetivos.

Responsabilidades

- Garantizar la correcta aplicación del Modelo de Gestión Administrativa propuesto y verificar su adecuada ejecución.
- Detectar nuevas oportunidades de ofertar el Centro.
- Realizar alianzas comerciales con Agencias de Viajes y otras entidades.
- Visitar agencias de viajes para ofrecer el servicio que brinda el Centro.
- Verificar el grado de satisfacción que tienen los visitantes, del servicio que les brinda el centro.
- Apoyar en la difusión del Centro.
- Convocar a juntas con coordinadores de cada área cuando fuere necesario.
- Demás actividades que sean solicitadas por el Gerente General y que contribuyan al desarrollo del Centro.
- Atender y resolver inquietudes, quejas o reclamos que se generen en el CTC.
- Coordinar la llegada de visitantes al CTC.

- Analizar y socializar a los coordinadores los resultados obtenidos de la aplicación de los indicadores de evaluación de desempeño en cada una de las áreas.
- Trazar metas mensuales para cada área.
- Dividir equitativamente la ganancia monetaria adquirida por la visita de turistas al Centro.
- Supervisar el trabajo de las coordinaciones.
- Estar pendiente de los requerimientos que tengan cada área.
- Dotar de los insumos necesarios a cada área, que deben ser solicitados por las coordinaciones.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.3. Apoyo de Administración

Alcance

Brindar asistencia a la Administración, además de proporcionar información sobre el servicio que oferta el Centro.

Responsabilidades

- Elaborar el informe anual de recepción de turistas.
- Elaborar el informe anual de convivencias realizadas.
- Realizar todas las actividades de apoyo a la administración del Centro.
- Aplicar encuestas de satisfacción de servicio.
- Realizar la evaluación de desempeño a cada área, mediante la aplicación de indicadores.
- Pasar los resultados obtenidos de la aplicación de indicadores de evaluación de desempeño a la Administración del Centro para que sean analizados.
- Actualizar redes sociales de difusión.
- Coordinar trabajos de difusión.
- Dar a conocer los servicios que se oferta.
- Preparar formatos de oferta del servicio.

- Dar seguimiento al Libro de Experiencias.
- Reportar al Administrador inconvenientes o inquietudes que se generen en el desarrollo de sus actividades
- Otras actividades que solicite el Administrador.

5.4.2.4. Área de cocina

Alcance

Preparar los alimentos para los visitantes del Centro de acuerdo a las necesidades y exigencias de los consumidores, garantizando calidad y sanidad.

5.4.2.4.1. Coordinadora de Cocina

Alcance

Organizar las actividades referentes a la preparación de alimentos en el centro, garantizando calidad y satisfacción en los consumidores.

Responsabilidades

- Elaboración de informe anual de desempeño de área.
- Contactar a su equipo de trabajo y coordinar las diferentes actividades a realizar.
- Atender los requerimientos enviados por las agencia de viajes en cuanto a la alimentación de los visitantes.
- Diseñar el menú que se brindará a los visitantes.
- Elaborar el presupuesto de los gastos para la preparación de los alimentos.
- Realizar las compras de la materia prima para preparar los alimentos.
- Detectar necesidades de cambio o restauración de sus insumos de trabajo.
- Solicitar a la Administración, la compra o restauración de insumos si fuere necesario.
- Dotar a cada miembro de su equipo de insumos para la ejecución de su trabajo.
- Garantizar calidad en la alimentación de los visitantes del Centro.
- Supervisar cada uno de los platos a servir, que garantice limpieza y sanidad.

- Reportar al Administrador del Centro cualquier inconveniente que se presente.
- Supervisar el trabajo de las cocineras.
- Socializar con su grupo de trabajo los resultados de las evaluaciones de desempeño entregado por el apoyo administrativo.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.4.2. Cocineras

Responsabilidades

- Preparar los alimentos para los visitantes al Centro.
- Garantizar calidad en sus alimentos preparados.
- Reportar cualquier inconveniente al coordinador.
- Trabajar para alcanzar metas planteadas.
- Reportar al coordinador el cumplimiento y desarrollo de sus actividades.
- Asimilar de la mejor forma sugerencias de mejora de su servicio.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.5. Área de Esparcimiento

Alcance

Cumplir todo el programa ofrecido a los visitantes, garantizando una experiencia única e inolvidable, que genere al Centro una ventaja comparativa logrando así la fidelización de clientes.

5.4.2.5.1. Coordinador de Senderismo

Alcance

Garantizar el cumplimiento del programa de actividades ofertado a los visitantes y que estas sean desarrolladas con calidad y seguridad.

Responsabilidades

- Elaboración de informe anual de desempeño de área.
- Delegar funciones y responsabilidades a los guías en cuanto al desarrollo de las actividades ofertadas.
- Organizar a los guías para que puedan realizar su trabajo eficientemente.
- Trazar los recorridos a seguir, en los que prevalezca la seguridad de los visitantes.
- Cumplir el programa de actividades ofertado.
- Reportar al Administrador cualquier inquietud o inconveniente que se genere si fuera el caso.
- Supervisar el trabajo de los guías.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.5.2. Guías

Responsabilidades

- Cumplir a cabalidad con las indicaciones impartidas por el coordinador.
- Asegurarse de contar con la presencia de un guía de seguridad, en su recorrido.
- Guiar a los visitantes hacia los atractivos ofertados.
- Salvaguardar la integridad de los visitantes.
- Cumplir y hacer cumplir las normas de seguridad.
- Reportar el cumplimiento de sus funciones al Coordinador.
- Reportar al coordinador inconvenientes o inquietudes que se generen en el desarrollo de sus actividades.
- Tratar siempre con respeto a los visitantes.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6. Área de mantenimiento

Alcance

Mantener las instalaciones del Centro en perfecto estado físico, garantizando la limpieza y seguridad de todo el establecimiento turístico.

Coordinador de Áreas verdes e infraestructura

5.4.2.6.1. Coordinador de Mantenimiento

Velar por la integridad física del Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”, realizando actividades de limpieza y mantenimiento de la infraestructura y áreas verdes.

Responsabilidades

- Elaboración de informe anual de desempeño de área.
- Coordinar con los miembros de la Comunidad para realizar las mingas de mantenimiento del CTC.
- Coordinar la limpieza constante del CTC.
- Atender requerimientos de compra de repuestos o materiales solicitados por el conserje del Centro.
- Enviar los requerimientos de compra a la administración.
- Supervisar constantemente el estado físico del Centro.
- Reportar a la administración cualquier inquietud o inconveniente que se genere si fuere el caso.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6.2. Jardinero

Responsabilidades

- Mantener las áreas verdes del Centro en perfecto estado.
- Evitar el crecimiento de maleza en las áreas verdes.
- Mantener los senderos del centro en buen estado.
- Conservar limpios y agradables los jardines del centro.

- Estará encargado de la manipulación de la tierra y los abonos a utilizar en el centro.
- Reportar al coordinador cualquier inquietud o inconveniente que se genere si fuere el caso.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6.3. Conserje

Responsabilidades

- Revisar constantemente las instalaciones físicas, detectando zonas que necesiten mantenimiento.
- Mantener limpia la infraestructura física del Centro.
- Distribuir basureros en el centro.
- Brindar asistencia en caso de que existirán fallas eléctricas, fuga de agua, etc.
- Solicitar materiales de repuesto al coordinador que le permita atender requerimientos de mantenimiento de manera oportuna.
- Reportar al coordinador cualquier inquietud o inconveniente que se genere si fuere el caso.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6.4. Coordinadora de Limpieza de cabañas

Alcance

Coordinar a su equipo de trabajo para la limpieza y adecuación de las cabañas antes, durante, y después de la estadía de los visitantes.

Responsabilidades

- Elaboración de informe anual de desempeño de área.
- Coordinar la limpieza y el orden las cabañas
- Programar los horarios de limpieza
- Verificar que todas las cabañas cuenten con el equipamiento necesario (mosquiteros, almohadas, sábanas, colchones en buen estado, etc.)

- Coordinar el lavado de sábanas, toallas, fundas de almohadas.
- Enviar a la administración el reporte desempeño de las amas de llave.
- Supervisar que las habitaciones se encuentren en buen estado.
- Detectar necesidades de compra de equipamiento para las cabañas.
- Enviar los requerimientos de compra a la administración.
- Atender inquietudes o inconvenientes reportados por las amas de llave.
- Reportar a la administración inconvenientes o inquietudes que se generen en el desarrollo de sus actividades.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6.5. Amas de Llaves

Responsabilidades

- Limpiar las cabañas durante la estadía de los visitantes, arraigándose a los valores institucionales, generando en los visitantes un ambiente de seguridad y confianza.
- Adecuar las cabañas para la llegada de visitantes al Centro.
- Asistir a todos los requerimientos de los visitantes.
- Reportar al coordinador de área inquietudes o inconvenientes que se generen.
- Reportar a su coordinador sobre el trabajo realizado.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6.6. Coordinador de seguridad

Alcance

Velar por la seguridad de todos los visitantes y colaboradores del CTC.

Responsabilidades

- Elaboración de informe anual de garantías de seguridad.

- Elaboración de informe anual de desempeño de área.
- Aprobar medidas de seguridad dentro del centro.
- Coordinar a los guías de seguridad.
- Verificar que las normas de seguridad se acojan a disposiciones legales.
- Identificar riesgos de salud y seguridad que existan.
- Prevenir accidentes laborales
- Contar con un botiquín de primeros auxilios.
- Coordinar la señalización de seguridad del centro.
- Solicitar los extintores necesarios para todo el CTC.
- Cumplir y hacer cumplir las normas de seguridad.
- Implementar un programa de capacitación sobre la seguridad a los miembros del Centro.
- Reportar a la administración inquietudes o inconvenientes que se generen.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.4.2.6.7. Guía de seguridad

Responsabilidad

- Brindar inducción de seguridad a los visitantes del Centro.
- Acompañar a los guías de senderismo y a los turistas en su recorrido.
- Cumplir las disposiciones dadas por el coordinador.
- Cumplir y hacer cumplir las normas de seguridad que rigen al centro.
- Reportar a su coordinador inquietudes o inconvenientes que se generen.
- Otras actividades que demande su cargo siempre y cuando estén dentro de las responsabilidades asignadas.

5.5. Dirección

5.5.1. Factores humanos y motivación

Implementar planes de motivación para los miembros de la comunidad, Recordándoles y haciéndoles sentir que cada uno es socio del Centro.

Designar de acuerdo a las capacidades y aptitudes de cada miembro el puesto de trabajo que más se acomode al perfil de cada persona.

Velar por el cumplimiento de los principios y valores de la organización.

Capacitar al personal constantemente sobre estándares de calidad del servicio y productos que brinda el centro de turismo comunitario.

Promover bonificaciones por un trabajo bien realizado.

5.5.2. Liderazgo

Capacitar constantemente con charlas de motivación a la señora Lidia, quien es el eje de influencia entre los miembros de la comunidad para que ella sea portavoz de lo aprendido y llegue el mensaje de motivación de manera directa a los miembros de la comunidad.

Premiar cuando se alcancen las metas planteadas.

Fomentar el liderazgo democrático, donde todos los miembros de la comunidad sean parte de las decisiones tomadas dentro del CTC.

5.5.3. Comunicación

Establecer política de comunicación entre los miembros de la comunidad que promueva una comunicación fluida y precisa sobre los errores que se cometen en el centro para poder corregirlos de manera oportuna.

5.5.4. Toma de decisiones

Como es costumbre en los Centros de Turismo las decisiones son tomadas bajo la opinión de cada uno de los miembros de la comunidad.

5.6. Control

5.6.1. Indicadores de gestión

Para realizar un control en las operaciones y con el afán de determinar si se están cumpliendo o no los objetivos específicos planteados. El CTC deberá aplicar los siguientes indicadores.

Política de Difusión

Objetivo Específico #1

$$\frac{\text{Total Turistas que han visitado el CTC}}{\text{Total Turistas proyectados a visitar el CTC en (período)}}$$

Con este indicador de Eficiencia se podrá conocer el porcentaje de cumplimiento del objetivo de recibir 1000 turistas anuales en el CTC.

$$\frac{\text{Total invertido en gestionar la visita de turistas}}{\text{Total presupuestado para gestionar la visita de turistas}}$$

Con este indicador de eficacia se pretende conocer el porcentaje de cumplimiento del presupuesto estimado para esta actividad.

Objetivo Específico #2

$$\frac{\text{Total agencias con las que se ha creado lazos comerciales}}{\text{Total agencias proyectadas a crear lazos comerciales}}$$

El indicador mide el grado de cumplimiento en la creación de lazos comerciales con agencias visitadas.

$$\frac{\text{Total invertido en visitar las agencias de viajes}}{\text{Total presupuestado en visitar las agencias de viajes}}$$

El indicador mide el cumplimiento del presupuesto destinado para la visita a agencias de viajes.

Objetivo Específico #3

$$\frac{\text{Total volantes repartidas}}{\text{Total volantes planificadas a repartir}}$$

Con este indicador se podrá medir el porcentaje de cumplimiento en la entrega de volantes.

$$\frac{\text{Total invertido en reproducción de volantes}}{\text{Total inversión presupuestada en reproducción de volantes}}$$

Con este indicador se podrá conocer el porcentaje de cumplimiento en el gasto por concepto de volantes.

Política de Cumplimiento de Responsabilidades

Objetivo Específico #1

Con el indicador se conocerá el porcentaje de turistas satisfechos con el servicio que brinda el CTC.

$$\frac{\text{Total turistas satisfechos}}{\text{Total turistas que visitaron el CTC}}$$

Objetivo Específico #2

Con el indicador se podrá conocer cuál es el porcentaje de errores detectados y solucionados rápidamente.

$$\frac{\text{Total errores solucionados oportunamente}}{\text{Total errores detectados}}$$

Política de Seguridad

Objetivo Específico #1

Con este indicador podremos conocer el porcentaje de turistas que han sufrido algún tipo de accidente durante su estadía en el CTC.

$$\frac{\text{Total turistas accidentados}}{\text{Total turistas que visitaron el CTC}}$$

Objetivo Específico #2

Gracias a este indicador se podrá conocer cuán rápida ha sido la atención para los turistas que sufrieren algún tipo de accidente.

$$\frac{\text{Total turistas accidentados atendidos oportunamente}}{\text{Total turistas accidentados}}$$

Objetivo Específico #3

El indicador permitirá conocer el porcentaje de cumplimiento de la adquisición de herramientas de seguridad que se necesitan para el CTC.

$$\frac{\text{Total herramientas de seguridad adquiridas}}{\text{Total herramientas de seguridad proyectadas a adquirir}}$$

$$\frac{\text{Total invertido en herramientas de seguridad}}{\text{Total inversión presupuestada para herramientas de seguridad}}$$

Nos permitirá saber si el gasto por adquisición de herramientas estuvo dentro de lo presupuestado.

Política de Comunicación
Objetivo Específico #1

$$\frac{\text{Total convivencias realizadas}}{\text{Total convivencias planificadas a realizar}}$$

Nos permitirá evaluar si el número de convivencias planificadas fueron las que se realizaron.

$$\frac{\text{Total invertido en convivencias realizadas}}{\text{Total inversión presupuestada para realización de convivencias}}$$

Nos ayudará a conocer si el gasto presupuestado para convivencias fue el que se gastó en el período.

Objetivo Específico #2

$$\frac{\text{Total reuniones realizadas}}{\text{Total reuniones planificadas a realizar}}$$

Nos indica si el número de reuniones realizadas son las que se habían planificado realizar.

Política de Cumplimiento de Filosofía
Objetivo Específico #1

$$\frac{\text{Total reuniones realizadas}}{\text{Total reuniones planificadas a realizar}}$$

Nos permitirá conocer el porcentaje de cumplimiento de las reuniones planificadas a realizar.

Tabla #34 Políticas, estrategias, objetivos e indicadores

POLÍTICA	ESTRATEGIAS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
1. DIFUNDIR LOS SERVICIOS QUE BRINDA EL CTC CONSTANTEMENTE.	1. Crear planes de difusión.	Recibir la visita promedio de 1000 turistas anuales, con un ingreso mínimo estimado de \$70.000, con una inversión de difusión de \$540 anuales	1. Recibir la visita de 100 turistas mensuales con un presupuesto de \$45 en gastos de difusión	E $\frac{\text{Total Turistas que han visitado el CTC}}{\text{Total Turistas proyectados a visitar el CTC en (periodo)}}$ e $\frac{\text{Total invertido en gestionar la visita de turistas}}{\text{Total presupuestado para gestionar la visita de turistas}}$	Informe anual de recepción de turistas elaborado por el apoyo del administrador.
	2. Crar paginas en las redes sociales.		2. Crear lazos comerciales al menos con dos agencias de las que se visitarán mensualmente con un presupuesto \$30 mensuales	E $\frac{\text{Total agencias con las que se ha creado lazos comerciales}}{\text{Total agencias proyectadas a crear lazos comerciales}}$ c $\frac{\text{Total invertido en visitar las agencias de viajes}}{\text{Total presupuestado en visitar las agencias de viajes}}$	
	3. Visistar como mínimo 5 agencias de viaje mensualmente.		3. Repartir 500 hojas volantes mensuales en el Tena, promocionando al centro. Con un presupuesto de \$15 mensuales	E $\frac{\text{Total volantes repartidas}}{\text{Total volantes planificadas a repartir}}$ e $\frac{\text{Total invertido en reproducción de volantes}}{\text{Total inversión presupuestada en reproducción de volantes}}$	
	4. Invertir en Publicidad (flyers, radio, prensa escrita, volantes, etc.).				
	5. Crear un stand en el Tena donde se brinde información del CTC y se ofrezca promociones y descuentos en días feriados nacionales.				
2. CUMPLIR CON LAS RESPONSABILIDADES ASIGNADAS EN EL MANUAL DE FUNCIONES DEL CTC.	1. Dar a conocer a cada involucrado sus responsabilidades y el alcance de su cargo.	Mejorar continuamente el servicio que ofrece el CTC a sus visitantes satisfaciendo sus necesidades	1. Brindar servicio de calidad constantemente	E $\frac{\text{Total turistas satisfechos}}{\text{Total turistas que visitaron el CTC}}$	Resultados de las encuestas de satisfacción de servicio aplicadas el apoyo del administrador.
	2. Brindar charlas de capacitación de las responsabilidades de sus cargos al menos dos veces al año.		2. Detectar oportunamente errores que puedan ocurrir en el proceso de brindar el servicio en el Centro.	E $\frac{\text{Total errores solucionados oportunamente}}{\text{Total errores detectados}}$	
	3. Crear indicadores de evaluación de desempeño que nos permitan evaluar el trabajo realizado.				
3. SALVAGUARDAR LA SEGURIDAD E INTEGRIDAD DE LOS MIEMBROS Y VISITANTES AL CTC.	1. Implementar señalización y medidas de seguridad.	Garantizar el bienestar individual y colectivo tanto de los comuneros como de los visitantes del centro.	1. Evitar accidentes e imprevistos en la estadia de los visitantes.	E $\frac{\text{Total turistas accidentados}}{\text{Total turistas que visitaron el CTC}}$	Informe anual presentado por el coordinador de seguridad.
	2. Hacer énfasis en la importancia de que prime la honestidad como valor clave de la organización.		2. Estar siempre preparados para cualquier imprevisto o accidente que pueda ocurrir en la estadia de los turistas.	E $\frac{\text{Total turistas accidentados atendidos oportunamente}}{\text{Total turistas accidentados}}$	
	3. Capacitar al personal sobre medidas de seguridad dentro del CTC.		3. Dotar al Centro con las herramientas necesarias de seguridad que garanticen el bienestar continuo de los involucrados, con un presupuesto de \$200 anuales	F $\frac{\text{Total herramientas de seguridad adquiridas}}{\text{Total herramientas de seguridad proyectadas a adquirir}}$ e $\frac{\text{Total invertido en herramientas de seguridad}}{\text{Total inversión presupuestada para herramientas de seguridad}}$	
	4. Brindar charlas de inducción sobre las medidas de seguridad a los visitantes que se deben tomar dentro del CTC.				
4. COMUNICACIÓN FLUIDA ENTRE DIRIGENTES, COMUNEROS Y VISITANTES.	1. Hacer una socialización con los miembros de la comunidad después de cada visita, donde se evalúe y se intercambie las experiencias vividas.	Mejorar constantemente la comunicación entre los miembros y visitantes del CTC, para obtener resultados que nos ayuden a mejorar continuamente	1. Realizar convivencias trimestrales entre los miembros del Centro en el que se desarrollen actividades de interacción y permita que los miembros se compenetren, con un presupuesto de \$300 c/con.	E $\frac{\text{Total convivencias realizadas}}{\text{Total convivencias planificadas a realizar}}$ e $\frac{\text{Total invertido en convivencias realizadas}}{\text{Total inversión presupuestada para realización de convivencias}}$	Informes anuales de convivencias realizadas emitidas por el apoyo del administrador.
	2. Crear un buzón de sugerencias para que los visitantes puedan expresar lo que consideren que estuvo mal, para poder tomar medidas de corrección.		2. Realizar reuniones trimestrales internas en las que se evalúe el progreso del Centro y se acojan comentarios y sugerencias de todos los miembros del Centro.	E $\frac{\text{Total reuniones realizadas}}{\text{Total reuniones planificadas a realizar}}$	
	3. Hacer un libro de experiencias para los visitantes.				
	4. hacer un cuadro mural con fotografías de los visitantes junto a los miembros de la Comunidad.				
	5. Dar oídos a las sugerencias de los miembros del CTC, con el afán de buscar una mejora continua.				
5. CUMPLIR Y HACER CUMPLIR LA FILOSOFIA INSTITUCIONAL	1. Realizar reuniones en las que se recuerden cual es la filosofía institucional que rige al Centro.	Alinear los esfuerzos de cada miembro del Centro a alcanzar los objetivos institucionales.	1. Convocar a reuniones estratégicas semestrales a los Coordinadores de área para evaluar los resultados alineados a los objetivos.	E $\frac{\text{Total reuniones realizadas}}{\text{Total reuniones planificadas a realizar}}$	Informes anuales sobre el desempeño elaborado por cada coordinador de área
	2. Instruir al Centro en la importancia de alinear sus acciones a los valores institucionales.				

Elaborado por: Carla Balseca, Johanna Romo

CONCLUSIONES

1. A nivel mundial la explotación del turismo en todas sus formas se está convirtiendo en uno de los principales ingresos para las economías de los países que lo desempeñan, siendo este el caso también de los países latinoamericanos como Ecuador que ha puesto la mira en la explotación de turismo para generar significativos ingresos económicos.
2. El turismo comunitario en Ecuador es una forma de turismo que se creó en protesta y rechazo de los comuneros de la zona al ingreso de empresas petroleras, mineras y madereras a sus tierras con el objetivo de conservar tradiciones ancestrales y salvaguardar la naturaleza, además de la intención de crear fuentes de empleo en las comunidades que lo desarrollan disminuyendo así la migración de comuneros hacia las grandes ciudades.
3. Gracias a la tendencia del bienestar, la oportunidad de crecimiento del Turismo Comunitario en el país es amplia y con un futuro exitoso ya que en las preferencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros se encuentra esta clase de turismo. Brindando así seguridad en comunidades que tengan en sus planes desarrollar el TC.
4. El gobierno Ecuatoriano gracias a la economía del buen vivir brinda apoyo a las comunidades indígenas de la zona para que por medio de capacitaciones, otorgamiento de créditos bancarios y otros, logren crear microempresas o proyectos de impulso económico, como la creación de Centros de Turismo Comunitario.
5. Gracias a las gestiones gubernamentales el acceso al Oriente Ecuatoriano es fácil y seguro ya que se cuenta con carreteras óptimas y en buen estado, además de transporte calificado, lo cual ha beneficiado a las ciudades ubicadas en esta región incrementando progresivamente la visita de turistas.

6. Los Centros de Turismo Comunitario agrupan a los comuneros de la zona para trabajar en equipo y unir sus fuerzas para sacar a su comunidad adelante, siendo el establecimiento de propiedad de la toda la comunidad. Generalmente estos son manejados por las mujeres de la comunidad manteniéndose aún el matriarcado en las comunidades.
7. De cada 10 Centros de Turismo Comunitario que abren sus puertas a los turistas, 2 tienen éxito y 8 cierran por no obtener los ingresos económicos esperados, esto se debe a que muchos de estos tienen deficiente manejo administrativo. Muchos son operados de forma empírica sin bases técnicas elaboradas que les permitan conocer cómo exactamente se debe manejar un Centro de Turismo Comunitario con mira empresarial. Provocando que los miembros de la comunidad no se comprometan con el CT por desconocimiento de cómo se debe manejar este estratégicamente.
8. Mediante el desarrollo de la presente investigación, se descarta la idea inicial que una de las causas porque el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura” llegue a su problema de investigación eran los precios altos que ofrecían al mercado. A través de la aplicación de encuestas se determinó que estos son accesibles para los actuales y futuros consumidores.
9. Para la correcta aplicación del Modelo de Gestión Administrativa propuesto las autoras del presente, deberán brindar una charla de inducción a los miembros del Centro de Turismo Comunitario en el cual se instruya sobre el adecuado manejo y alcance del modelo.

RECOMENDACIONES

1. Continuar con el desarrollo del Turismo Comunitario en el País ya que es una forma de aseguramiento de la conservación de las tradiciones y naturaleza del Ecuador que mejorara la calidad de vida de los miembros de las comunidades indígenas.
2. Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, crear más proyectos turísticos donde se promueva la correcta explotación de los recursos naturales en comunidades y pueblos indígenas.
3. Los pueblos y comunidades indígenas del Ecuador deben aprovechar el apoyo gubernamental vigente que impulsa al desarrollo sostenible, para ejecutar proyectos de emprendimiento que mejore la calidad de vida de los miembros de estas comunidades.
4. Es necesario que los alumnos de la Universidad Politécnica Salesiana, realicen más número de trabajos de grado que brinden ayuda a sectores olvidados y en vías de desarrollo como lo es el Turismo Comunitario y en especial a establecimientos ubicados fuera de las grandes ciudades ya que la ayuda a estos es escasa y para mejorar su desarrollo es necesario el aporte de cada uno de los estudiantes.
5. Para el desarrollo paulatino el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura” debe aplicar el Modelo de Gestión Administrativa propuesto en el presente proyecto lo que les brindará ayuda en el manejo eficiente y eficaz del Centro garantizando resultados económicos para la comunidad.
6. Para el correcto desempeño en las actividades del CTC “Sinchi Pura” es necesario que la dirigente del Centro opte por delegar funciones a los demás miembros de la comunidad para que ella pueda dedicar su esfuerzo con mayor énfasis en la búsqueda y aprovechamiento de nuevas oportunidades.

7. Los Centros de Turismo Comunitario del país que aún no cuenten con un Modelo de Gestión Administrativa o que cuenten con uno y este no de los resultados esperados, se les brinda la opción de tomar la propuesta planteada en la investigación como base para mejorar sus procesos administrativos.
8. Una copia del Modelo propuesto será otorgado a la Dirección de Turismo, Cultura y Deportes Biodiversidad (Unidad de Turismo y Biodiversidad) del Cantón Tena, el mismo que publicará el documento para brindar ayuda a los Centros de Turismo Comunitario de la zona.

LISTA DE REFERENCIAS

- ACADEMIA- comunicacion digital de conocimiento. (25 de Abril de 2013).
Recuperado el 21 de Mayo de 2013, de <http://www.academica.mx>
- Aguilar , C. (2011). Matriz Foda. Recuperado el 15 de 08 de 2013, de
<http://www.matrizfoda.com>
- Anthony, R. N. (2003). Objetivos de los modelos de gestión administrativa. En Sistemas de control de gestion. Editorial McGraw Hill.
- Barbara Marina Cruz Alba, Rodolfo Isidro Jiménez Gonzáles. (22 de 09 de 2009).
Origen y Evolucion del Turismo. Recuperado el 03 de 05 de 2013, de
<http://www.elpais.com>
- Barona Ortiz Rosa Gabriela, Paz Robalino Cristian Geovanny. (2011). Modelo de Gestion Administrativa para Microempresa Refugio "Paz de las Aves".
Recuperado el 12 de 12 de 2012, de <http://dspace.uniandes.edu.ec>
- Bianchetti, J. (05 de 2011). Que es la Administración. Recuperado el 15 de 05 de 2013,
de <http://www.xtrategy.com.mx>
- Caraggio, J. (2011). Hacia una enoconomía del trabajo. En Economía Social y Solidaria
El trabajo antes del Capital (pág. 13). Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Carod Miguel, C. S. (2013). El Diccionario Enciclopédico Gran Plaza y Jaime Ilustrado.
Sao Paulo Brasil: Editores Argentina S. A.
- Cersa Cia. Ltda. (s.f.). Diseño de un Modelo de Gestion Administrativa Financiero para
las Pymes dedicadas a las actividades comerciales en la Cuidad de Quito caso
practico: CERSA Cia. Ltda. Recuperado el 12 de 12 de 2012, de
<http://dspace.ups.edu.ec>

- Chaverra, D. (14 de 11 de 2008). Indicadores de gestión. Recuperado el 21 de 8 de 2013, de <http://www.iue.edu.co>
- Chiavenato, I. (2009). La Dinámica del éxito en las organizaciones. En C. Idalberto, & Segunda (Ed.), Comportamiento Organizacional. Mc Graw Hill. INTERAMERICANA EDITORES, S.A. Mexico.
- Cojutepeque, M. d. (2009). Recuperado el 15 de mayo de 2013, de <http://www.wisis.ufg.edu.sv>
- Colombia, T. (2011). Valores Institucionales. Recuperado el 11 de 07 de 2013, de <http://www.tradition.com.co>
- (13 de Julio de 2011). Constitución del Ecuador. En Constitución del Ecuador (pág. 41). Quito.
- Copyright. (2013). Indicador de Gestión. Recuperado el 15 de 8 de 2013, de <http://definicion.de>
- Coraggio, J. (2011). Elementos fundacionales del buen vivir. En J. L. Coraggio, Economía Social y Solidaria El trabajo antes del Capital (pág. 13). Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Coraggio, J. L. (07 de 2011). La difícil construcción de una economía social y solidaria. En Economía Social y Solidaria . Quito: Abya-Yala.
- Costa, S. (2013). La planificación . Recuperado el 24 de 09 de 2013, de <http://dspace.ups.edu.ec>
- Cruz, M. (2004). fundamentos de gestión empresarial. Recuperado el 12 de 12 de 2012, de <http://mariocruzli.bligoo.es>
- Deaguate.com. (2011). DEFINICION Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACION. Recuperado el 15 de 05 de 2013, de <http://www.deguate.com>

Ecuador, Constitución Política de la República del Ecuador. (2008). Régimen de Desarrollo. Ecuador.

Ecuale. (2013). Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://www.ecuale.com>

Escoto, B. E. (20 de 05 de 2011). Introduccion a la Administración. Recuperado el 15 de 05 de 2013, de <http://espacioeducativo.bligoo.es>

Esteban Ruiz, Macarena Hernández, Agustín Coca,pedro Cantero,Alberto del Campo. (2008). Turismo Comunitario en el Ecuador Comprendiedo el Community-Based tourism desde la comunidad.

FEPTCE. (s.f.). Federacion Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. Recuperado el 12 de 12 de 2012, de <http://www.feptce.org>

Fudamfundacion. (2008). Tour Salinerito . Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://toursalinerito.com.ec/>

García, R. (23 de 08 de 2013). Actividades de la Dirección. Recuperado el 17 de 05 de 2013, de <http://catedradireccionycontrol.blogspot.com>

Gastronómicas, H. (2012). Turismo en Ecuador. Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com>

Guzmán, A. (22 de 08 de 2009). Modelo de Gestión Administrativa. En Administración de Empresas I. Tiempo S.A.

Hernandez, I. (12 de 1979). Estado y Desarrollo Capitalista en el Ecuador. Recuperado el 12 de 12 de 2012, de <http://www.nuso.org>

Levano, J. C. (2001). MISION, VISION Y OBJETIVOS. Recuperado el 26 de 08 de 2013, de MISION, VISION Y OBJETIVOS: <http://economia.unmsm.edu.pe>

- Maldonado, C. (2006). Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas de autoevaluación y códigos de conductas. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS). Ginebra, Suiza: Copyright ©.
- Medina, M. (2012). Política Organizacional, concepto y esquema en la empresa. Recuperado el 12 de 07 de 2013, de GestioPolis: <http://www.gestiopolis.com>
- Mendoza, C. E. (2008). Evolución de turismo. Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://bibdigital.epn.edu.ec>
- Muñoz Grande, A. (2012). Organigrama Funcional. Recuperado el 15 de 08 de 2013, de Organización Empresarial: <http://prezi.com>
- Pacheco, T. H. (01 de 08 de 2006). Proceso Administrativo. Recuperado el 17 de 05 de 2013, de www.uaeh.edu.m
- Picazo Martínez, L., & Martínez Villegas, F. (2007). Misión y Visión. Recuperado el 11 de 07 de 2013, de Asosoria Técnica y Consultoría Profesional: <http://xa.yimg.com>
- PPD Programa de Pequeñas Donaciones. (2013). PPD Página Oficial Ecuador. Recuperado el 09 de 05 de 2013, de <http://www.ppd-ecuador.org>
- Ruiz Ballesteros, E., & Solís Carrión, D. (2007). Turismo Comunitario. En Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y Sostenibilidad Social (pág. 14). Abya-Yala.
- Ruiz, E., Agustín, C., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). Comunidad. En Turismo Comunitario en el Ecuador Comprendiendo el Community-Based tourism desde la comunidad (pág. 410).
- Santander, U. T. (2013). Principios y Valores Institucionales. Recuperado el 11 de 07 de 2013, de Principios: <http://www.uts.edu.co>
- Solís Carrion, D. (2011). Objetivos del turismo comunitario. En Turismo comunitario en Ecuador desarrollo y sostenibilidad social. Quito: Abya-Yala.

Stephen P. Robbins, D. A. (2002). Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones. México: Pearson education.

Tamayo, A. G. (05 de 2010). Plan Estratégico de turismo comunitario para la comunidad de San Clemente, Provincia Imbabura. Recuperado el 12 de 12 de 2012, de <http://repositorio.ute.edu.ec>

Yanchapaxi, D. (09 de 2010). Origen y Evolucion del turismo en Ecuador. Recuperado el 05 de 05 de 2013, de <http://www.ecostravel.com>

ANEXO 1
GLOSARIO DE TÉRMINOS

GROSARIO DE TÉRMINOS

MGA: Modelo de Gestión Administrativa.

PA: Proceso Administrativo.

CTC: Centro de Turismo Comunitario.

CT: Centro de Turismo.

TC: Turismo Comunitario.

FEPTCE: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

OMT: Organización Mundial de Turismo.

FONAKIN: Federación de organizaciones de la Nacionalidad Kichwa de Napo.

RINCANCIE: Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo

ANEXO 2
LEY DE TURISMO (CAPÍTULO II, CAPÍTULO IV Y
CAPÍTULO V)

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción

Internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

- a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado; Ministerio de Turismo 5
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios; d) Los centros de información turística; e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

CAPITULO V DE LAS CATEGORIAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

ANEXO 3

REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS



PROYECTO:
Consolidación Institucional, Desarrollo Organizativo y del Marco Legal para el Turismo Comunitario.
COMPONENTE 4: Desarrollo de propuesta de marco legal para regularizar las operaciones
de los Centros de Turismo Comunitario.



REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

ACUERDO N° 2007-130

CARLOS PROAÑO ROMERO
MINISTRO DE TURISMO (E)

Considerando:

Que, los artículos 84 y 85 de la Constitución Política de la República del Ecuador reconocen y garantizan un conjunto de derechos colectivos a los pueblos indígenas y afroecuatorianos;

Que, el Art. 246 de la Constitución Política de la República del Ecuador establece como principio general la promoción del desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión;

Que, el Art. 3 de la Ley de Turismo define, entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y la participación de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y negras o afroecuatorianas en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la Ley y sus reglamentos;

Que, el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Que, el artículo 54 de la Ley de Turismo dispone que en lo que no estuviere previsto en esa Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo en Santiago de Chile.

Que el artículo 3 numeral 5 del Código Ético Mundial para el Turismo enuncia que: "El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos".

Que, el Turismo Comunitario es aquel en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.

Que, por medio del Decreto N° 610 publicado en el Registro Oficial N° 171 de 17 de septiembre del año 2007, se publican las reformas al "Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registro de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código





PROYECTO:
Consolidación Institucional, Desarrollo Organizativo y del Marco Legal para el Turismo Comunitario.
COMPONENTE 4: Desarrollo de propuesta de marco legal para regularizar las operaciones de los Centros de Turismo Comunitario.



Civil y en leyes especiales”, se ampara procesos asociativos, así como su disolución, organizaciones que eventualmente pueden desempeñar acciones de turismo comunitario.

Que, es función del Ministerio de Turismo, según el Decreto Ejecutivo No. 1186, que contiene el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial No. 244 de 5 de enero de 2004, promover y fomentar todo tipo de turismo receptivo interno, siendo de su exclusiva competencia expedir la normativa que ha de regir en el sector;

Que, esta Cartera de Estado mediante Acuerdos Nos. 20030075 de 5 de agosto del 2003, 20060014 de 28 de marzo de 2006 y 20060044 de 14 de junio de 2006 estableció normas para el ejercicio de las actividades turísticas por parte de las comunidades;

Que, es urgente y actual apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo interno, como una herramienta de lucha contra la pobreza; y,

En ejercicio de las atribuciones constantes en el numeral 6 del artículo 179 de la Constitución Política de la República del Ecuador y el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva,

ACUERDA:

Expedir el siguiente **REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS**.

Art. 1.- Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2.- Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro como Centro Turístico Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales del Ministerio de Turismo del país, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- b) Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.
- c) Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d) Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la





- firma de los miembros.
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
 - f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
 - g) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
 - h) Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
 - i) Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3.- Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección de procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4.- La Licencia Anual de funcionamiento será expedida por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico

comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la expedirá en la Dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 5.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 6.- El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelarará cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

Art. 7.- Deróganse los Acuerdos Ministeriales 2003-0075 de 5 de agosto de 2003, 2006-014 de 28 de marzo de 2006, y 2006-004 de 14 de junio de 2006.

DISPOSICIÓN GENERAL.- Sin perjuicio de este Reglamento para registro, el Ministerio de Turismo con apoyo de entidades especializadas en la materia procederá a elaborar las Normas Técnicas necesarias para esta actividad.

Comuníquese y publíquese.- Dado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, el 20 de Diciembre de 2007.

Carlos Proaño Romero
Ministro de Turismo (e)
(RO 266: 06-02-2008).





PROYECTO:
Consolidación Institucional, Desarrollo Organizativo y del Marco Legal para el Turismo Comunitario.
COMPONENTE 4: Desarrollo de propuesta de marco legal para regularizar las operaciones
de los Centros de Turismo Comunitario.



REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

ACUERDO N° 2007-130

CARLOS PROAÑO ROMERO
MINISTRO DE TURISMO (E)

Considerando:

Que, los artículos 84 y 85 de la Constitución Política de la República del Ecuador reconocen y garantizan un conjunto de derechos colectivos a los pueblos indígenas y afroecuatorianos;

Que, el Art. 246 de la Constitución Política de la República del Ecuador establece como principio general la promoción del desarrollo de empresas comunitarias o de autogestión;

Que, el Art. 3 de la Ley de Turismo define, entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y la participación de las comunidades indígenas, campesinas, montubias y negras o afroecuatorianas en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la Ley y sus reglamentos;

Que, el Art. 12 de la Ley de Turismo dispone que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Que, el artículo 54 de la Ley de Turismo dispone que en lo que no estuviere previsto en esa Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo en Santiago de Chile.

Que el artículo 3 numeral 5 del Código Ético Mundial para el Turismo enuncia que: "El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos".

Que, el Turismo Comunitario es aquel en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.

Que, por medio del Decreto N° 610 publicado en el Registro Oficial N° 171 de 17 de septiembre del año 2007, se publican las reformas al "Reglamento para la aprobación de estatutos, reformas y codificaciones, liquidación y disolución, y registro de socios y directivas, de las organizaciones previstas en el Código





PROYECTO:
Consolidación Institucional, Desarrollo Organizativo y del Marco Legal para el Turismo Comunitario.
COMPONENTE 4: Desarrollo de propuesta de marco legal para regularizar las operaciones de los Centros de Turismo Comunitario.



Civil y en leyes especiales”, se ampara procesos asociativos, así como su disolución, organizaciones que eventualmente pueden desempeñar acciones de turismo comunitario.

Que, es función del Ministerio de Turismo, según el Decreto Ejecutivo No. 1186, que contiene el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, publicado en el Registro Oficial No. 244 de 5 de enero de 2004, promover y fomentar todo tipo de turismo receptivo interno, siendo de su exclusiva competencia expedir la normativa que ha de regir en el sector;

Que, esta Cartera de Estado mediante Acuerdos Nos. 20030075 de 5 de agosto del 2003, 20060014 de 28 de marzo de 2006 y 20060044 de 14 de junio de 2006 estableció normas para el ejercicio de las actividades turísticas por parte de las comunidades;

Que, es urgente y actual apoyar a las comunidades que buscan el desarrollo del turismo interno, como una herramienta de lucha contra la pobreza; y,

En ejercicio de las atribuciones constantes en el numeral 6 del artículo 179 de la Constitución Política de la República del Ecuador y el artículo 17 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva,

ACUERDA:

Expedir el siguiente **REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS**.

Art. 1.- Se entiende por actividad turística comunitaria el ejercicio directo de uno o más de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, intermediación, agenciamiento, organización de eventos, congresos y convenciones, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo, por parte de las comunidades legalmente organizadas y capacitadas.

Art. 2.- Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro como Centro Turístico Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales del Ministerio de Turismo del país, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- b) Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.
- c) Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d) Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la





- firma de los miembros.
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
 - f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
 - g) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
 - h) Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.
 - i) Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3.- Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección de procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4.- La Licencia Anual de funcionamiento será expedida por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico

comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la expedirá en la Dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 5.- Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 6.- El Ministerio de Turismo al amparo del Convenio 169 de la OIT ratificado por el Ecuador, cuidará del normal funcionamiento de los centros turísticos comunitarios, y precautelarará cualquier abuso que pueda generarse por parte de los representantes de los centros turísticos comunitarios, para lo cual se aceptará la denuncia pública o veeduría ciudadana por las cuales el Ministerio de Turismo actuará de oficio.

Art. 7.- Deróganse los Acuerdos Ministeriales 2003-0075 de 5 de agosto de 2003, 2006-014 de 28 de marzo de 2006, y 2006-004 de 14 de junio de 2006.

DISPOSICIÓN GENERAL.- Sin perjuicio de este Reglamento para registro, el Ministerio de Turismo con apoyo de entidades especializadas en la materia procederá a elaborar las Normas Técnicas necesarias para esta actividad.

Comuníquese y publíquese.- Dado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, el 20 de Diciembre de 2007.

Carlos Proaño Romero
Ministro de Turismo (e)
(RO 266: 06-02-2008).



ANEXO 4

CÓDIGO DE OPERACIONES DE LA FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR 2011-2013 (NORMAS COMUNITARIAS, TURISMO COMUNITARIO Y MEBRESÍAS)

**CÓDIGO DE OPERACIONES
DE LA FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR, FEPTCE.**

**CAPÍTULO I
NORMAS COMUNITARIAS**

1. Base legal: La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE, basa su legalidad en el reconocimiento jurídico mediante Acuerdo N° 20020059, expedido por el Ministerio de Turismo con fecha 11 de septiembre de 2002, cuyo estatuto vigente fue aprobado mediante Acuerdo N° 20050005, expedido con fecha 25 de mayo del mismo año, publicado en el Registro Oficial N° 43, de 23 de junio de 2005. Su sede es la ciudad de Quito, con jurisdicción nacional.

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

3. Oficinas o representaciones en el extranjero: Será de responsabilidad del Consejo Directivo Nacional el establecer o suprimir oficinas o representaciones de la FEPTCE en un país

extranjero, o establecer alianzas institucionales en este mismo sentido, previo acuerdo constante en Actas. De otorgarlo unilateralmente la Presidencia, será solidariamente responsable con quienes se abroguen estas funciones. Los responsables de la administración de estas oficinas o representaciones, en cualquier caso, rendirán cuentas de sus gestiones en forma semestral al Consejo Directivo Nacional.

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

1. Turismo Comunitario;
2. Cultura e Identidad Cultural;
3. Defensa Ambiental y Territorial;
4. Métodos alternativos de resolución de conflictos;
5. Economía social y solidaria para el desarrollo;
6. Patrimonio comunitario; y,
7. Equidad de Género y generacional.

5. Normas subsidiarias: Lo que no esté previsto en el estatuto y en el presente Código, se regulará por la siguiente prelación de normas:

CAPÍTULO II TURISMO COMUNITARIO

7. Principio del turismo comunitario: Se reafirma que el turismo comunitario tiene como principio la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.

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

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

10. Formas de gestión del turismo comunitario: La FEPTCE reconoce exclusivamente las siguientes formas de gestión del turismo comunitario:

- a) Las normas constitucionales y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

6. Deberes institucionales: Conforme a los objetivos específicos prescritos en su estatuto, constituyen deberes de la FEPTCE:

1. Constituir emprendimientos productivos y de servicios, dentro del marco de la economía social y solidaria conforme a las normas técnicas y de calidad vigentes, de manera que contribuyan a la autogestión financiera de sus actividades institucionales;
2. Integrar, proponer y participar activamente en

turismo comunitario sino turismo privado.

10. 3. Gestión intercomunitaria: Dos o más comunidades de un mismo territorio, área geográfica o pueblo, por sí o a través de un grupo de familias organizadas, unen sus recursos humanos y materiales para ofertar socialmente un mismo producto turístico. Cuentan con el aval de sus correspondientes comunidades, y una sola

10. 1. Gestión directa: La propiedad y administración del emprendimiento turístico asume la Comunidad en forma directa, ya porque los locales destinados a alojamiento, a alimentos y bebidas, a los atractivos turísticos, a los miradores, a los implementos, son de propiedad colectiva (de todos sus habitantes), o ya porque la comunidad en asamblea general dispone quiénes de sus habitantes se hacen cargo de cada servicio turístico. La comunidad asume la representación legal.

10. 2. Gestión de una organización comunitaria: La propiedad y administración del emprendimiento turístico asume un grupo de familias organizadas de una comunidad, y recibe de ella un aval expresado a través de una acta de asamblea general con sus correspondientes firmas de respaldo, que también decide la representación legal. Este grupo de familias, con personalidad jurídica o sin ella, se deben a la comunidad. Sin el aval de la Comunidad, no hay turismo comunitario, y las familias o las personas en particular, organizadas o no, aunque ocupen la mano de obra de la comunidad, generen ingresos y redistribuyan a la comunidad, no es

representativa legal, económica y comunitaria en las áreas de trabajo señaladas en el punto 4 de este Código, requeridas por personas naturales o jurídicas, públicas, privadas o comunitarias, nacionales o extranjeras, que realicen o estén interesadas en realizar actividades inmersas en el turismo, conforme a la normativa vigente;

4. Crear Centros de información, investigación y capacitación sobre turismo comunitario, asociativo y solidario; y,
5. Implementar un Centro de Mediación, para la solución de conflictos comunitarios e intercomunitarios, en el marco de las actividades de turismo comunitario.

de ella puede asumir la representación legal.

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

CAPÍTULO III MEMBRESÍA

12. Miembros Fundadores: Reconócese como miembros fundadores de la FEPTCE, con carácter de honoríficos:

1. Comité de Ecoturismo Comunitario "Manduriacos".
2. Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo, RICANCIE.
3. Organización de los Pueblos Indígenas del Pastaza, OPIP.
4. Runa Tupari Cía. Ltda.
5. Instituto Ingapirca del Pueblo Cañari, IIPC.

13. Estructura nacional de la FEPTCE: La FEPTCE se integra por las comunidades u organizaciones comunitarias que ejercen el turismo comunitario en el territorio nacional del Ecuador, según los lineamientos expresados en el presente Código, y por las organizaciones provinciales y regionales que han recibido del Consejo Directivo Nacional la calidad de filiales. Los entes locales, cantonales e intercantonales que agrupen iniciativas comunitarias se adscribirán a su correspondiente organización provincial o regional.

14. Principios de membresía: Establécese los siguientes principios, de jurisdicción nacional, en cuanto a membresía de la FEPTCE:

- a) La afiliación de una comunidad u organización comunitaria a su ente provincial y/o regional, conlleva implícita su afiliación a la FEPTCE, siempre que constituya un producto turístico comunitario.
- b) Una comunidad u organización

comunitaria puede afiliarse directamente a la FEPTCE, siempre que no exista una organización provincial o regional pre-constituida.

- c) Las organizaciones provinciales o regionales no requieren de afiliación a la FEPTCE; una vez que cuenten con personalidad jurídica, deberán registrarse en la FEPTCE para constituirse en filiales.
- d) Solo el Consejo Directivo Nacional reconocerá la representación provincial o regional de los organismos que integran a sus bases, mediante la expedición de un Acuerdo que determine su calidad de filial.
- e) Las cuotas y aportes de las organizaciones de base, por concepto de membresía, se distribuirán equitativamente entre la organización provincial, regional y la FEPTCE. Al no existir organización provincial, asumirá la organización regional.
- f) En todo proceso de membresía, incluso para integrar las organizaciones provinciales y/o regionales, requiere del informe previo de una Comisión de Evaluación de la documentación y de la realidad social de cada organismo solicitante, Comisión que aplicará los indicadores y criterios técnicos de membresía, según el Art. 8 del estatuto.
- g) Los requisitos formales y técnicos para la membresía a la FEPTCE, serán únicos a nivel nacional, que se detallan en los Anexos a este Código.

15. Requisitos para ser miembro activo: Para que el Consejo Directivo registre como miembro

activo a un organismo, de conformidad con el Art. 8 del estatuto vigente, se requiere:

- a) Cumplir los criterios, indicadores y requisitos que se especifican en la Solicitud de Ingreso (Formato N° 01); y,
- b) Adjuntar la documentación que demuestren su personalidad jurídica comunitaria.

La calidad de persona jurídica comunitaria se podrá suplir por otro tipo de documentos, para aquellas comunidades u organizaciones que, de conformidad con los derechos colectivos de los pueblos y nacionalidades prescritos en la Constitución de la República, les faculta.

16. Miembros honoríficos/as: De conformidad con el artículo 9 del estatuto vigente, para ser aceptado/a como miembro honorífico/a se requiere:

- a) Cumplir los criterios, indicadores y requisitos que se especifican en la Solicitud de Ingreso (Formato N° 02); y,
- b) Adjuntar la documentación de su personería jurídica.

17. Negativa a una solicitud de ingreso: El Consejo Directivo Nacional, según la facultad del literal f, del artículo 24 del estatuto vigente, puede resolver el rechazo de una solicitud de ingreso, reingreso o rehabilitación, fundamentando su criterio, que se dará a conocer a la persona interesada en el plazo de sesenta días de haberse sometido a su conocimiento. La falta de respuesta a una solicitud, habiendo cumplido con todos los requisitos, implica aceptación, y podrá ser insistida para su ratificación ante la asamblea general.

18. Aceptación: Aceptada una solicitud de ingreso, los Delegados/as de la organización solicitante deberán suscribir la documentación que se les indicare, luego de lo cual, y extendida la certificación correspondiente por la Secretaría de Información y Comunicación, podrá considerarse parte de la FEPTCE, sin perjuicio de la obligación de constar inscrito en la administración pública estatal.

19. Reingreso y rehabilitación: El reingreso significa asumir una nueva calidad de miembro, debido a renuncia. La rehabilitación significa retomar la calidad de miembro debido a una

sanción de exclusión.

20. Requisitos para el reingreso o rehabilitación: Son requisitos para el reingreso o rehabilitación de los miembros:

- a) Elevar una solicitud de reingreso o rehabilitación, por escrito, dirigida a la Presidencia, señalando la causa por la cual dejó de pertenecer a la FEPTCE y el motivo de su solicitud; y,
- b) Las demás constantes en este reglamento, si ha variado la información consignada a su ingreso.

21. Derechos de los miembros activos: Reconócese los siguientes derechos de los miembros activos, sin perjuicio de otros que la FEPTCE tiene establecido o establezca en el futuro:

- La igualdad jurídica y social;
- El derecho a la defensa;
- La distribución equitativa de beneficios;
- El derecho a ser liquidado en sus haberes por su salida de la FEPTCE, tanto en el activo como en el pasivo;
- Integrar los proyectos y programas que impulse la FEPTCE, previo el cumplimiento de los requisitos técnicos que se establecieron; y,
- Obtener total respaldo en los asuntos que por motivo de la FEPTCE deviniere en su perjuicio, para lo cual comunicarán a la Presidencia o a un integrante del Consejo Directivo Nacional a fin de que ponga en conocimiento de la asamblea general.

22. Deberes y derechos de los organismos filiales: Los organismos filiales gozan de autonomía en el ejercicio de sus funciones legales, y contarán con el derecho a voto en igualdad de condiciones que los miembros activos. Servirán de enlace para la aplicación de políticas, planes, proyectos y decisiones de la FEPTCE con las comunidades u organizaciones comunitarias de base que ejerzan el turismo comunitario.

23. Pérdida de la calidad de miembro: Para que se declare la pérdida de la calidad de miembro activo, según el artículo 12 del estatuto, se requiere:

- a) Acta de juzgamiento en firme, si se trata de expulsión; y,
- b) Renuncia escrita y suscrita por el representante legal del miembro, dirigido a la Presidencia, debidamente aceptada por el Consejo Directivo.

En cualquier caso, la pérdida de la calidad de miembro surte efectos legales desde el momento en que es ratificada por la asamblea general.

Es responsabilidad de la Presidencia de la FEPTCE, o de quien legalmente esté facultado/a, tramitar ante la Autoridad pública el registro de ingreso y salida de los miembros activos, de conformidad con la ley.

24. Liquidación previa: El miembro, a través de sus Delegados/as, que por cualquier concepto requiera ser liquidado en los haberes que le corresponda antes del plazo establecido en el Art. 13 del estatuto, solicitará así por escrito al Consejo Directivo, el que ordenará que se proceda con el balance de los activos y pasivos, a costa de ambas partes.

25. Miembros honoríficos/as: Son miembros honoríficos/as aquellas personas naturales, organizaciones, grupos humanos/as o personas jurídicas públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que comparten los principios de la FEPTCE, y que han sido calificadas como tales

por el Consejo Directivo. Se dividen en:

1. **Fraternas:** Aquellas que apoyen iniciativas comunitarias que se enmarquen en los fines de la FEPTCE, como fundaciones, organizaciones comunitarias de segundo o tercer grado, organizaciones que hayan presentado su petición para ser socias activas de la FEPTCE y que no han ajustado la documentación que justifique su calidad.
2. **Estratégicas:** Aquellas que estén interesadas en apoyar proyectos específicos o cuenten con recursos humanos o materiales que puedan dirigirse al cumplimiento de los fines de la FEPTCE, como centros educativos, instituciones públicas, agencias de cooperación.
3. **Ad-honorem (por honor):** Aquellas que hayan contribuido de manera pública y notoria, para el engrandecimiento de la FEPTCE.

26. Derecho a voto: Se podrá otorgar el derecho a voto a los miembros honoríficos/as únicamente en asuntos en donde su participación contribuya a tomar decisiones válidas para el engrandecimiento de la FEPTCE. En ningún caso su voto permitirá un empate o podrá considerarse dirimente.

ANEXO 5

ENTREVISTA A INTEGRANTES DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO “SINCHI PURA”

Entrevista a la Sra. Lidia Cerda, presidenta de la Comunidad y líder del Centro de Turismo Comunitario.

1. ¿El CTC cuenta con misión, visión, objetivos y estrategias delimitadas?

No, eso no tenemos

2. ¿Cree usted que es importante delimitar la misión, visión, objetivos y estrategias del CTC?

La verdad no sé si sea importante, porque nunca hemos manejado eso.

3. ¿Si le dijéramos que implementar la misión, visión, objetivos, estrategias en el CTC haría que cada miembro se comprometiera con el éxito del centro además de proporcionarles un tipo de inspiración para trabajar. Usted lo implementaría?

Claro, si eso me ayudaría a que mi gente se comprometiera más con el centro y nos ayude a progresar si quisiera implementarlo.

4. ¿Quién maneja el CTC “Sinchi Pura”?

El Centro de Turismo lo manejo yo, yo hago el contacto de turistas mediante agencias de viajes que nos ayudan y lo coordino todo.

5. ¿Existen funciones definidas entre los miembros del CTC?

Definidas no, en el momento en que se tiene planeada la llegada de Turistas al Centro, convoco a una reunión con todos los miembros de la comunidad y se delegan las funciones a los que hayan asistido a la asamblea, también se les convoca a la minga de limpieza del Centro en donde se barre, se arreglan las cabañas, se limpia la maleza, etc.

6. ¿Existen coordinadores de las diferentes actividades que se deben desarrollar en el CTC

No, las actividades las coordino yo y las delego en el momento de la llegada de turistas.

7. ¿Realizan en el CTC un plan de estrategias, donde se tracen metas para incrementar la visita de turistas al Centro?

No, yo trabajo con varias agencias ubicadas en el Tena las que me ayudan enviando turistas cuando ellos tienen visitantes.

8. Si llegaría sin aviso una familia Turista al Centro. ¿Ustedes estarían listos para brindarles el servicio al instante?

No, tendrían que esperar mientras se limpian y adecuan las cabañas ya que hemos trabajado siempre bajo aviso.

9. ¿Qué es lo que su Centro de Turismo necesita para mejorar su funcionamiento y operaciones?

Mi comunidad y yo lo que necesitamos es que nos ayuden con formas buenas de dar a conocer el Centro para que lleguen turistas, además de que nos ayuden con una forma adecuada del manejo administrativo del centro, ya que como siempre les digo si Lidia se muere, la comunidad se muere, lo que necesitamos es una forma de que cada uno se haga responsable de algo y de esta forma poder progresar.

10. Cree usted que si le brindaríamos un modelo de gestión administrativa para el manejo del Centro de Turismo Comunitario, en el cual se establezca misión, visión, principios, valores, objetivos, estrategias, esto ayudaría a la mejora del manejo del Centro, además de poder determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades también sus amenazas y oportunidades lo que les ayudará a poder fusionar estas y sacar una ventaja

Si, esto nos ayudaría para poder mostrar a la comunidad cuáles son los objetivos y además que es lo que se debe hacer para llegar a ello.

11. Si le proporcionaríamos a usted un manual de funciones para cada uno de los cargos que existen en el CTC en el cual se determinará el objetivo del puesto, funciones y responsabilidades, esto le ayudaría a usted como líder a poder dirigir adecuadamente el Centro.

Si, esto me ayudaría ya que de esta forma podrán saber cada uno lo que debe hacer y no que todo el tiempo me estén preguntando o que siempre yo deba estar buscando a la gente que me ayude con diferentes cosas, si existiera esto me ayudaría a definir por un largo tiempo quienes se deben hacer responsables de cada cosa.

Entrevista a la Sra. María Grefa

1. Conoce usted la misión, visión y objetivos del Centro de Turismo Comunitario

No, eso no tenemos.

2. ¿Qué hace a usted para ayudar a incrementar la vista de turistas?

Nosotros esperamos que Lidia nos avise de la llegada de Turistas.

3. Qué hace usted específicamente cuando llegan los turistas

Yo hago lo que Lidia me diga puedo estar en la cocina o arreglando las cabañas.

4. ¿Por qué usted trabaja en el CTC?

Yo trabajo porque cuando hay turistas las ganancias es para todos y es una ayuda para mi familia.

5. ¿Cómo responden los miembros de la comunidad cuando llegan turistas y la Sra. Lidia les convoca a la Asamblea y a la minga?

Algunos vamos a la minga otros no se aparecen, los que no van no tienen ganancia de los turistas, de los que vamos cada uno hace lo que Lidia le delega durante la estancia de los turistas.

6. Si la señora Lidia no estuviera al frente del CTC ¿qué cree usted que pasaría?

El centro no funcionaría porque ella es la que trae turistas y nos dice lo que debemos hacer

7. Si usted podría ayudar en el CTC con una función específica ¿lo haría?

Si lo haría porque de esta manera tendría siempre responsabilidad de algo.

8. ¿Quisiera usted saber la misión, visión, objetivos del CTC?

Si me gustaría pienso que eso nos ayudaría para saber que queremos ser después y comprometernos con el CTC.

ANEXO 6

FORMATO DE ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Universidad Politécnica Salesiana –Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA TURISTAS

La presente encuesta tiene por objeto determinar las expectativas que usted, como posible cliente, tiene de los servicios que brinda el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”. Con el propósito de mejorar su calidad de atención y a su vez satisfacer sus necesidades, solicitamos a usted, llene la presente encuesta con sinceridad; la información recolectada es de gran valor para el mejoramiento de los servicios que presta el centro, además de contribuir con datos a la TESIS DE GRADO que en él se realiza.

CUESTIONARIO

- 1. ¿Conoce usted los atractivos turísticos naturales que el cantón Tena ofrece a sus visitantes?**

SI

NO

Si su Respuesta es NO pase a la pregunta 2 caso contrario pase a la pregunta 3

- 2. ¿Le gustaría a usted conocer los atractivos turísticos que ofrece el cantón Tena para sus visitantes?**

SI

NO

Si su respuesta es SI pase a la pregunta 3 caso contrario Muchas Gracias por su colaboración.

- 3. Indique, de entre las siguientes opciones, el tipo de turismo de su agrado**

Aventura

Comunitario

Ecoturismo

4. **¿Ha visitado algún Centro de Turismo Comunitario?** Entendiéndose este tipo de turismo como aquel que se da cuando un grupo de personas deciden visitar comunidades indígenas, convivir con ellas y conocer sus costumbres, comida, formas de vivir. (Barona Ortiz Rosa Gabriela, Paz Robalino Cristian Geovanny , 2011). Si su respuesta es SI continúe con la encuesta, caso contrario vaya a la pregunta 6

SI
NO

Si su respuesta es SI, mencione que Centro de Turismo Comunitario ha visitado

.....
.....

5. **Indique, de las siguientes opciones, las razones de su interés por experimentar el turismo comunitario**

Disfrutar de la naturaleza

Por su ambiente de relax.

Por las diferentes actividades que en este se practica

Convivencia con costumbres ancestrales

6. **¿Le gustaría a usted conocer los servicios que brindan los CTC del cantón Tena?**

SI
NO

Si su respuesta es SI continúe con la encuesta, caso contrario Muchas Gracias por su colaboración

7. **¿Qué actividades cree usted que más disfrutaría en su estancia en el Centro de Turismo Comunitario? Puede escoger más de una opción**

Agroturismo (visita a la chacra “lugar de cultivo de productos”)

Vivenciar tradiciones y costumbres ancestrales.

Senderismo.

Deportes extremos

Pesca

- 8. Si supiere de la existencia en el cantón Tena de un Centro de Turismo Comunitario que brinda a sus visitantes una experiencia única e inolvidable además de garantizar su convivencia con la naturaleza, costumbres y tradiciones de una comunidad kichwa a un precio moderado. ¿Estaría dispuesto a visitarla?**

SI

NO

Si su respuesta es SI continúe con la encuesta, caso contrario Muchas Gracias por su colaboración

- 9. ¿Con cuántas personas visitaría Ud. el CTC?**

Sólo

2 a 5 personas

6 a 10 personas

10 a más personas

- 10. ¿Cuál sería el tiempo estimado de su visita al CTC?**

1 a 3 días

3 a 5 días

5 a 7 días

7 a más días

11. Indique el valor diario que estaría dispuesto a cancelar por razón de servicios de hospedaje, alimentación, actividades varias (senderismo, visita a la chacra, rituales indígenas, entre otros). El cuál le garantizaría una experiencia única en el CTC.

30 -50 USD

60- 100 USD

Más de 100 USD

12. Indique el medio de comunicación de preferencia mediante el cual le gustaría recibir información de este tipo de turismo.

Agencia de viajes.

Redes Sociales.

Prensa Escrita

Información Boca a Boca

E-mail

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Universidad Politécnica Salesiana –Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

TOURISTS SURVEY

The objective of this survey is to determine the expectations that you as a possible customer want experiment in the Tourism Community Center Sinchi Pura and with order to improve the quality of your services, we ask you, please fill out this survey. The information collected has a great value for us; it would be used to improve our services and also would contribute for the Thesis project that is being performed in this place.

QUESTIONNAIRE

1. Do you know the natural attractions that canton Tena offers for visitors?

YES

NO

If your answer is NO, go to question 2. Otherwise, go to question 3.

2. Would you like to receive more information about the tourist attractions offered by the Canton Tena for visitors?

YES

NO

If your answer is yes, go to the following question. Otherwise, thank you for your cooperation.

3. From the following options, please select the type of tourism you like.

Adventure

Communitarian

Ecotourism

4. Have you visited a Tourism Community Center? Communitarian Tourism occurs when a group of people decide to visit indigenous communities, live with them and learn about their customs, food, and ways of living. (Barona Gabriela Rosa Ortiz, Cristian Robalino Geovanny Paz, 2011).

YES

NO

If your answer is YES, go on to the next question, otherwise skip it and go to question 6.

If your answer is yes, please mention the Communitarian Tourism Center visited.....
.....
.....
.....
.....

5. Choose from the following options, the reasons for you to experience this type of tourism.

- Enjoy nature
- Relaxing atmosphere
- Variety of activities offered and practiced
- Experience ancestral customs

6. Would you like to know the services provided by the Communitarian Tourism Center?

YES

NO

If your answer is YES, go on with the following question. Otherwise, thank you for your cooperation

7. What kind of activities would you enjoy to experience staying at the Communitarian Tourism Center? More than one option can be selected.

- Visiting the Communitarian Farm
- Experience ancestral traditions and customs
- Hiking
- Extreme Sports
- Fishing

8. If you knew of existence about a Community Tourism Center, which offers to visitors a unique and memorable experience and also ensure their coexistence with nature, customs and traditions of a Kichwa community at a moderate price. Would you be willing to visit it?

YES

NO

If your answer is yes, go on to the following question. Otherwise, thank you for your cooperation

9. How many people would you go with when visiting the Communitarian Tourism Center?

- Alone
- 2 to 5 people
- 6 to 10 people
- 10 or more people

10. What would be the estimated time you would like to stay in the Communitarian Tourism Center?

- 1 to 3 days
- 3 to 5 days
- 5 to 7 days
- 7 to or more days

11. Indicate the daily value you would be willing to pay for lodging, food, various activities (hiking, visit to the farm, indigenous rituals, etc.) all included in the price. This would guarantee you a unique experience in a Tourism Community Center.

- 30 -50 USD
- 60-100 USD
- More than 100 USD

12. Indicate the preferred means of communication by which you would like to receive information about this type of tourism.

- Travel agency
- Social Networks
- Written Press
- People to people
- E-mail

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

ANEXO 7

ENCUESTA AGENCIA DE VIAJES

Universidad Politécnica Salesiana –Sede Quito

Escuela: Administración de Empresas

ENCUESTA AGENCIAS

La presente encuesta tiene por objeto determinar los requerimientos que UD. Como cliente espera de los servicios que brinda el Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Pura”, con el propósito de mejorar su calidad de atención y a su vez satisfacer sus necesidades. Le pedimos que llene la encuesta con sinceridad ya que nos ayudará a una investigación de Tesis De Grado, por lo cual su información es valiosa y necesaria.

1. ¿Ha experimentado los servicios del CTC “Sinchi Pura”?

SI
NO

2. ¿Los servicios que este CTC brinda le ha parecido?

Excelente

Bueno

Muy Bueno

Regular

3. ¿Qué es lo que más le ha gustado de los Servicios que presta el CTC (Califique cada uno de estos en escala del 1 al 3 siendo que: 3 satisfactorio, 2 poco satisfactorio, 1 Nada Satisfactorio)

Convivencia

Alimentación

Aventura

Rituales Indígenas

Infraestructura

Limpieza del CTC

Calidad de la Atención

4. Los precios que ofrece el CTC ¿le parece?

Accesibles

Medianamente Accesibles

No Accesibles

5. Optaría usted por elegir nuevamente al CTC “Sinchi Pura” en una próxima oportunidad

SI

NO

Si su respuesta es no por favor coloque porque

6. Por favor coloque una sugerencia que crea usted que ayudaría al CTC a brindar un mejor servicio a sus visitantes

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 8

DOCUMENTOS LEGALES DEL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO “SINCHI PURA”



REGISTRO ÚNICO DE PROVEEDORES

Una vez revisado los documentos presentados, certifico, que COMUNIDAD KICHWA SINCHI PURA con RUC número 1591707252001, ha cumplido satisfactoriamente con los requisitos establecidos, por lo tanto queda HABILITADO en el Registro Único de Proveedores, RUP.

Nombre Comercial: COMUNIDAD KICHWA SINCHI PURA

Naturaleza Jurídica Asociación

Máxima Autoridad Representante Legal CERDA MAMALLACTA LIDIA BERTA Documento de Identificación 1500225592

Dirección Principal:

Provincia: Cantón: Parroquia: Transversal: A CIENTO CINCUENTA METROS DE LA ESCUELA DE SERENA Calle: SERENA Numero: S/N Edificio: S/N Página Web: Correo Electrónico: cerdalia22@yahoo.es Teléfono(s): CELULAR:092500462,

Bienes, Obras o Servicios Suministrados

Código	Producto
91135	SERVICIOS ADMINISTRATIVOS RELACIONADOS CON ACTIVIDADES DE DISTRIBUCION, PREPARACION DE COMIDAS, HOTELES Y RESTAURANTES
63210	SERVICIOS DE SUMINISTRO DE COMIDA CON SERVICIO COMPLETO DE RESTAURANTE
91136	SERVICIOS ADMINISTRATIVOS RELACIONADOS CON ACTIVIDADES TURISTICAS
67820	SERVICIOS DE GUIAS DE TURISMO
67813	SERVICIOS DE INFORMACION TURISTICA



Dirección de Compras Públicas

Responsable: aenriquez

Lugar: TENA

COMUNIDAD KICHWA DE SINCHIPURA

Acuerdo Ministerial N° 229 - CODENPE del 13 de mayo del 2003

Talag - Napo - Ecuador

ACTA DE RESOLUCIÓN.

En la Comunidad Kichwa Sinchi Pura, de la Parroquia Talag, Cantón Tena, provincia de Napo, previa convocatoria escrita y suscrita por la señora Lidia Bertha Cerda presidenta de la Organización, el día sábado 29 de mayo del 2010, en la casa comunal los socios se reúnen en Asamblea Extraordinaria para tratar el siguiente Orden del día:

1. Constatación del Quórum
2. Instalación de la asamblea.
3. Análisis sobre la inscripción del C.T.C. Sinchi Pura al Ministerio de Turismo
4. Clausura.

DESARROLLO DE LA ASAMBLEA

Constatado el quórum reglamentario, no sin antes agradecer por la concurrencia y dar algunas explicaciones sobre el motivo de la convocatoria declara instalada la Asamblea Extraordinaria siendo las 14h00.

En el punto pertinente primeramente, toma la palabra la señora presidenta, quien explica detenidamente los motivos por lo que se ha convocado a esta asamblea, y pide que el señor Cesar Ricardo Cerda gerente del Centro Turístico Comunitario para que informe y explique detenidamente el proceso como la Ricancie y la FEPTCE han venido gestionando ante las autoridades pertinentes para lograr ser reconocidos como actividad Turística Comunitaria en el País, el señor Cesar Cerda, toma la palabra y explica primeramente las actividades que se ha realizado en mejoras de las cabañas y que en representación del C.T.C. Sinchipura ha venido participando en todas los eventos que Ricancie y FEPTCE han organizado, es así que a nivel nacional se ha logrado el reconocimiento del gobierno central, mediante leyes y reglamentos la existencia de los C.T.C., así como nosotros exigimos al estado el reconocimiento de nuestros C.T.C., el estado a través del Ministerio de Turismo nos exige que tenemos que estar registrado en este ministerio para tener garantías y beneficios que esta cartera de estado facilita, para ello tenemos que cumplir una serie de requisitos que constan en el reglamento del Ministerio de Turismo y la normativa de la secretaria de Pueblos y Nacionalidades, por ello es importante que en esta Asamblea se resuelva algunas cosas entre ellas: la autorización para que nuestro C.T.C sea registrado en el Ministerio de Turismo y se nombre un responsable de la administración del C.T.C. legalmente autorizado que represente ante las instancias correspondientes. Luego de estas explicaciones se da apertura para que los socios asistentes den sus opiniones, en este espacio los señores socios realizaron algunas comentarios, observaciones y sugerencias, pero todos y todas concordaron que era necesario que nuestro C.T.C. se inscriba ante el ministerio de Turismo y que este representante sea

una persona responsable y legalmente asignado por la Asamblea y por unanimidad resuelven lo siguiente:

1. Autorizar a la señora Lidia Berta Cerda, Presidenta de la comunidad, su directorio y al señor Cesar Cerda, Gerente del C.T.C. Sinchi Pura, realicen en la brevedad posible, los trámites correspondientes ante el Ministerio de Turismo hasta lograr la respectiva Inscripción.

Terminada el tratamiento de los puntos prescritos en la convocatoria, luego de agradecer la comprensión de todos los socios y prometiendo dar estricto cumplimiento a las resoluciones de esta asamblea, la señora Presidenta da por clausurado la asamblea extraordinaria, siendo las 15h35.

Sinchi Pura, 13 de Marzo del 2010.


Sra. Lidia Berta Cerda
KURAKA


Ricardo Grefa
ISKALMIRU

CERTIFICADO:

La Presente acta de resolución, es fiel copia del original que reposa en los archivos de la organización, lo certifico;


Ricardo Grefa
ISKALMIRU



Secretaría de Pueblos,
Movimientos Sociales
y Participación Ciudadana

Oficio No.92-CGJ-SPPC-2010.

Quito, 10 de diciembre de 2010.

Señora

Lidia Berta Cerda Mamallacta

Kuraka de la Comunidad Kichwa Sinchi Pura.

Presente.-

De mis consideraciones:

Adjunto a la presente sírvase encontrar dos ejemplares originales de la Resolución No. 267-CGJ-SPPC-2010 de 30 de noviembre de 2010, donde se emite el informe técnico favorable de justificación de la calidad comunitaria de la iniciativa de la COMUNIDAD KICHWA "SINCHI PURA, domiciliada en la Parroquia Talag, Cantón Tena, Provincia de Napo, para que dentro del trámite de Registro establecido en el "Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios" (Acuerdo 20100016 publicado en el Registro Oficial No. 154 de 19 de marzo de 2010) sea remitido 1 ejemplar original al Ministerio de Turismo para los fines legales pertinentes.

Con sentimiento de alta consideración y estima, quedo de usted.

Atentamente,

María Alejandra Ocles Padilla.

Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana

C/c Freddy Ehlers Ministro de Turismo.

Edificio Ortega pasaje Carlos Ibarra Oe-137 y Santa Prisca Piso Telef. 2976700 al 709

Web: www.secretariadepueblos.gov.ec E - mail: secretaria@secretariadepueblos.gov.ec

RUC: 1768134740001



Secretaría de Pueblos,
Movimientos Sociales
y Participación Ciudadana

RESOLUCIÓN N° 267-CGJ-SPPC-2010

Alexandra Ocles Padilla
SECRETARÍA DE PUEBLOS, MOVIMIENTOS SOCIALES
Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 113 de 26 de febrero de 2007, publicado en el Registro Oficial No.38 de 5 de marzo de 2007 se creó la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana como un organismo de derecho público con finalidad social y pública, con personalidad jurídica, financiada con recursos públicos y adscrita a la Presidencia de la República sometida al control de la Contraloría General del Estado; dirigida por un secretario/a con rango de Ministro, que integrará el Gabinete Ministerial.

Que, dentro de los fines y objetivos de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana establecidos en los literales a) b) c) j) y k) del Decreto Ejecutivo de Creación No. 133 publicado en el Registro Oficial No. 35 de 7 de marzo de 2007 están:

a) Promover la participación ciudadana, mediante el diseño, desarrollo, y puesta en práctica de un conjunto de medidas y acciones destinadas a estimular, encausar y consolidar la participación ciudadana en las decisiones claves que les afecta, de manera especial de aquellos segmentos de población hasta ahora marginados;

b) Promover y coordinar el diseño y ejecución de políticas públicas y acciones, destinadas a fomentar la participación activa de la ciudadanía en general y particularmente de los pueblos y organizaciones hasta ahora marginados;

c) Promover y coordinar el diseño y ejecución de políticas públicas acciones, destinadas a fomentar la capacidad emprendedora de los ciudadanos;

j) Mantener una adecuada comunicación con los organismos de la sociedad civil y velar por que se dé un estricto cumplimiento de sus derechos;

k) Promover y fortalecer las organizaciones sociales existentes, la participación ciudadana, el voluntariado, la creación de nuevas organizaciones sociales y la formación de nuevos líderes.

Que, mediante Decreto Ejecutivo No. 232 de 28 de enero de 2010, publicado en el Registro Oficial No. 127 de 10 de febrero de 2010 se designa a la Licenciada María Alexandra Ocles Padilla como Secretaria de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

Que, mediante Acuerdo No. 1731 de 25 de febrero de 2010, la Secretaría Nacional Ejecutiva del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador CODENPE registra y concede personería Jurídica a la COMUNIDAD KICHWA "SINCHI PURA", con domicilio en la parroquia Talag, cantón Tena, provincia de Napo.

Que, según los Estatutos de la Comunidad Kichwa Sinchi Pura de Talag, es una entidad histórica, cohesionado por núcleos familiares y en ejercicio de los derechos y garantías establecidas en la Constitución Política. Por su naturaleza de raíces ancestrales se registrará por los derechos colectivos de los Pueblos Kichwa y particularmente por las disposiciones constantes en los artículos 56,57,58,59,60 y 171 de la Constitución Política del Ecuador, el Convenio No. 169 de la



Secretaría de Pueblos,
Movimientos Sociales
y Participación Ciudadana

OIT y otros instrumentos jurídicos nacionales e internacionales que se expidieren en el futuro con relación a los pueblos indígenas; así como, por el derecho propio o consuetudinario y el Estatuto.

Que, el territorio comunitario la Comunidad Kichwa Sinchi Pura de Talag, comprende las 200 hectáreas y de reserva 8.000 Uksha y 2.000 en Shakan recursos naturales renovables y no renovables existentes, serán administrados individualmente por cada uno de los socios de la comunidad de acuerdo a las normas internas.

Que, dentro de los fines y objetivos establecidos en los Estatutos de la Comunidad Kichwa Sinchi Pura de Talag, y que conciernen a esta resolución están, el impulsar y fortalecer por todos los medios lícitos la reconstitución, la identidad cultural, lingüística, espiritual, histórica, sistema jurídico, y la unidad de la Comunidad Kichwa Sinchi Pura, a fin de lograr una convivencia armónica entre sus miembros y con el entorno natural; organizar y asesorar actividades productivas agrícolas, pecuaria, forestales, artesanales, turísticas y otras actividades productivas-alternativas, su procesamiento, asegurando el autoconsumo, y la comercialización de sus exedentes; y, cuidar y proteger el medio ambiente y la biodiversidad, mediante el desarrollo de planes de manejo, que garantizarán una vida sana, una ecología equilibrada y un desarrollo sustentable.

Que, los Artículos 56, 57, 58 y 59 del Capítulo IV, de la Constitución de la República del Ecuador, publicada el 20 de Octubre del 2008 en el Registro Oficial No. 449, reconocen y garantizan los derechos colectivos a los pueblos, comunidades, montubios, indígenas y afroecuatorianos, los cuales forman parte del Estado Ecuatoriano.

Que, el Art. 283 de la Constitución de la República del Ecuador establece que, el sistema económico es social y solidario se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determina. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios; y 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.

Que, el Art 3. Numeral e) de la Ley de Turismo, define entre otros, como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en la ley y sus reglamentos.

Que, el Art 4. Literal a) de la Ley de Turismo, reconoce que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potenciar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

Que, mediante Acuerdo Ministerial No. 20100016 publicado en el Registro Oficial No. 154 de 19 de marzo de 2010, el Ministerio de Turismo expide el "Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios" publicado en el Registro Oficial No. 154 de 19 de marzo de 2010.

Que, mediante Acuerdo Ministerial No.001 publicado en el Registro Oficial No. 158 de 25 de



Secretaría de Pueblos,
Movimientos Sociales
y Participación Ciudadana

Marzo de 2010, la Secretaría de Pueblos, Movimientos y Participación Ciudadana emitió el "Instructivo, para la determinación del Carácter de Comunitario de una Actividad Turística".

Que, el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la Organización Mundial del Turismo, en Santiago Chile establece que el turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región, caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística.

Que, del informe Técnico No. 001 elaborado y aprobado por la Dirección de Enlace Comunitario Intercultural de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana en función de la inspección, entrevistas y asamblea realizadas a la Comunidad Kichwa Sinchi Pura de Talag, se desprende que dicha Comunidad cuenta con las características y parámetros requeridos para que se le asigne la certificación de la calidad comunitaria.

Que, del informe Jurídico No. 001 elaborado y aprobado por la Coordinación General Jurídica de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana en función del análisis de la documentación presentada y de la inspección jurídica in situ, se desprende que la Comunidad Kichwa Sinchi Pura de Talag, domiciliada en la Parroquia Talag, Cantón Tena Provincia de Napo, ha entregado la documentación establecida en el Art. 2.- Procedimientos del Acuerdo 001, por lo que se determina que ha cumplido con los requisitos de orden legal, establecidos por la SPPC.

Que, una vez cumplidos los requisitos técnicos y jurídicos y en ejercicio de las atribuciones derivados del Acuerdo Ministerial No. 20100016 "Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios" expedido por el Ministerio de Turismo y del Acuerdo Ministerial No.001 "Instructivo, para la determinación del Carácter de Comunitario de una Actividad Turística" expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

RESUELVE:

Emitir el informe técnico a favor de la COMUNIDAD KICHWA "SINCHI PURA" domiciliada en la parroquia Talag, cantón Tena, provincia de Napo, en virtud de que el Centro Turístico de dicha Comunidad ha cumplido con la calidad comunitaria de la iniciativa.

De la ejecución de la presente Resolución dentro del trámite del registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario establecido en el Acuerdo Ministerial No. 20100016, encárguese al Ministerio de Turismo.

Dado en Quito, a 30 días del mes de noviembre de 2010.


Alexandrina Ucles Pazilla

SECRETARIA DE PUEBLOS, MOVIMIENTOS SOCIALES
Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA



MINISTERIO DE TURISMO

CERTIFICADO DE REGISTRO

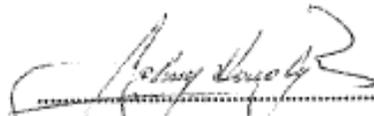
El Ministerio de Turismo, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y el Reglamento de Aplicación a la Ley de Turismo vigente y, una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede el presente Certificado de Registro No. 1501540443 Folio N° al establecimiento:

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SINCHI PURA

Propietario o representante legal: COMUNIDAD KICHWA SINCHI PURA
 Categoría: S/C
 Capacidad: 09 HABITACIONES - 28 PLAZAS
 Dirección: PARROQUIA TALAG
 Ciudad: TENA
 Cantón: TENA
 Provincia: NAPO

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la ley.

Puyo, 02 de febrero del 2011


 GÉRENCA REGIONAL AMAZONICA

ESTE DOCUMENTO NO LE EXIME DE LA OBLIGACION DE OBTENER LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO
 ESTE REGISTRO NO PODRA SER RETIRADO NI INTERRUMPIDO POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES.

IMPORTANTE:
 Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su representación, debe ser comunicado al MINISTERIO DE TURISMO



CUERPO BOMBEROS DE NAPO
DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN INCENDIOS

Secretaría Técnica de
Gestión de Riesgos

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

0001033

TENA, Tena, a 04 de enero del 2011

El Cuerpo de Bomberos de Napo y el Departamento de Prevención y Control de Flagelos, luego de haber realizado la inspección y considerando que en este local se cumplen las medidas de Defensa contra incendios extiende a:

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: TURISMO CUMUNITARIO SINCHI PURA
REPRESENTANTE: COMUNIDAD KICHWA SINCHI PURA
DIRECCIÓN: PARROQUIA TALAG COMUNIDAD SINCHI PURA
ACTIVIDAD: FOMENTO DE TURISMO, HOTELERIA Y RESTAUNTES.

RUC. Nº. :

Permiso de Funcionamiento válido por un año
1591707252001

CADUCA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2011


EL PRIMER JEFE DEL CUERPO DE BOMBEROS

Debido a que la comunidad dejó a un lado el desarrollo del CTC no hubo preocupación en la actualización del permiso de funcionamiento. Pero éste en la actualidad se encuentra en trámite ya que el Centro tiene el objetivo de reabrir sus puertas y desarrollar esta actividad.

CERTIFICACIÓN

El suscrito Líder de Gestión Operativa del SECAP- Centro Múltiple Amazonia, certifica que:

En la comunidad **KICHWA SINCHIPURA**, ubicada en la parroquia Talag, cantón Tena y con RUC No. 1591707252001, participó en los siguientes cursos dirigidos a Grupos de Atención Prioritaria en el área de turismo con los siguientes temas y fechas:

- Artesanía Kichwa 45 H, desde 03-09-2007 al 07-09-2007
- Construcción de Cerámica 45 H, desde el 23-10-2007 al 07-11-2007.
- Cocina Nacional 45H, desde el 01-05-2008 al 28-08-2008.
- Construcción en Bambú 45H, desde el 20-04-2009 al 05-05-2009.
- Cocina Internacional 135, desde 04-12-2010 hasta continúa.
- Emprendimiento de pequeños negocios 45H, desde 01-12-2010 y continúa.

Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad, autorizo a la comunidad hacer uso de la presente certificación en lo que ellos creyeren necesario, excepto para trámites judiciales.

Tena, 20 de diciembre de 2010

Lic. Milton Valle Calero.



CENTRO MÚLTIPLE DE LA AMAZONIA
DIRECCIÓN: TUNA KM 1 1/2 Vía Tena - Archidona, Telf. 062 886 544 - 062 887 610
Correo electrónico: amazonia@secap.gov.ec
TUNA - NAPO - ECUADOR



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1591707252001
RAZON SOCIAL: COMUNIDAD KICHWA SINCHI PURA
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REP. LEGAL / AGENTE DE RETENCION: CERDA MAMALLACTA LIDIA BERTA
CONTADOR: VITERI LUCIO LIDIA CARLOTA

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 25/02/2010 **FEC. CONSTITUCION:** 25/02/2010
FEC. INSCRIPCION: 08/07/2010 **FECHA DE ACTUALIZACIÓN:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE FOMENTO DEL TURISMO, HOTELERIA Y RESTAURANTES.

DIRECCIÓN PRINCIPAL:

Provincia: NAPO Cantón: TENA Parroquia: TALAG Calle: SERENA Número: S/N Referencia ubicación: A CIENTO CINCUENTA METROS DE LA ESCUELA DE SERENA Celular: 092500462

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 **ABIERTOS:** 1
JURISDICCION: 1 REGIONAL NORTE\ NAPO **CERRADOS:** 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: DLP-20406 Lugar de emisión: TENA/AV. 15 DE NOVIEMBRE / Fecha y hora: 08/07/2010

ANEXO 9

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

TRABAJO DE GRADO: DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION ADMINISTRATIVA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD KICHWA "SINCHI PURA"

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

jueves, 02 de mayo de 2013	12:00 a 13:00	Revisión de plan de tesis elaborado, instrucciones generales de desarrollo del Trabajo de Grado e indicaciones para la elaboración del Capítulo I
martes, 07 de mayo de 2013	12:00 a 13:00	Entrega y Revisión de Capítulo I, instrucciones para elaboración del Capítulo II
		Capítulo I
		INTRODUCCIÓN
		Problema de Investigación
		Aspectos teóricos Relevantes, Antecedentes
martes, 14 de mayo de 2013	15:00 a 16:00	Objetivos
		Justificación
		Entrega de Capítulo I corregido. Revisión de Capítulo II pre elaborado ,
		Capítulo II
		PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
martes, 21 de mayo de 2013	15:00 a 16:00	Análisis de la Situación
		Ubicación (Graficos)
		Infraestructura (Fotos)
		Problema de Investigación
		Causa- Efecto
		Instrucciones para elaboración del Capítulo III
No hubo tutoría reunión profesora		
jueves, 30 de mayo de 2013	12:00 a 13:00	Entrega y Revisión de Capítulo III pre elaborado,
		Capítulo III
		Marco Teórico
		Bases Teóricas
		Marco Teórico - Conceptual
		Marco Referencial
martes, 04 de junio de 2013		Bases Jurídicas
		Instrucciones para la elaboración del Capítulo IV
No hubo tutoría Enfermedad Johanna Romo		
martes, 11 de junio de 2013	12:00 a 13:00	Entrega y Revisión de la primera parte del capítulo IV
		Capítulo IV
		Tipo de Investigación
		Diseño de la Investigación

TRABAJO DE GRADO: DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION ADMINISTRATIVA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD KICHWA "SINCHI PURA"

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

sábado, 22 de junio de 2013	12:00 a 13:00	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo IV
		Poblacion y Muestra
		Tipo de Muestreo
		Segmentación
Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV		
martes, 25 de junio de 2013	11:00 a 12:00	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo IV
		Revisión de Datos proporcionados por el Ministerio de Turismo
		Técnicas e Instrumentos de Recoleccion de Datos
		Revisión del modelo de Encuesta
Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV		
martes, 02 de julio de 2013	20:30 a 21:30	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo IV
		Revisión de datos proporcionados por la Direccion de Turismo y Biodiversidad del Caton Tena
		Revisión Segmentacion
		Revisión tamaño de la muestra
Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV		
martes, 09 de julio de 2013	20:30 a 21:30	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo IV
		Aplicación de la encuesta
		Revisión de tabulación de la encuesta
Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV		
martes, 16 de julio de 2013	20:30 a 21:30	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo IV
		Revisión de interpretación de la tabulación de las encuestas
		Revisión del análisis de lo datos obtenidos
Instrucciones para elaboración de capítulo V		
martes, 23 de julio de 2013	20:30 a 21:30	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo V
		Revisión de Filosofía Instrucciona
		Revisión de Organigrama Funcional
		Revisión de Manual de Funciones
Instrucciones para continuar elaborando capítulo V		

TRABAJO DE GRADO: DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION ADMINISTRATIVA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD KICHWA "SINCHI PURA"

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

martes, 30 de julio de 2013	20:30 a 21:30	Entrega y Revisión de continuación de Capítulo V
		Revisión de Políticas
		Revisión de Estrategias
		Revisión de Objetivos Generales y específicos
miércoles, 11 de septiembre de 2013	20:30 a 21:30	Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV
		Entrega y Revisión de continuación de Capítulo V
		Revisión de Indicadores de Gestión
		Revisión de Proceso Administrativo
martes, 17 de septiembre de 2013	20:30 a 21:30	Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV
		Entrega y Revisión de continuación de Capítulo V
		Revisión de correcciones de Proceso Administrativo
		Sugerencias de Dirección
martes, 17 de septiembre de 2013	20:30 a 21:30	Instrucciones para continuar elaborando capítulo IV
		Entrega y Revisión de continuación de Capítulo V
		Revisión de correcciones de Proceso Administrativo
		Sugerencias de Dirección
martes, 24 de septiembre de 2013	20:30 a 21:30	Entrega de Documento Final para Revisión
sábado, 28 de septiembre de 2013	20:30 a 21:30	Correcciones de Documento Final
miércoles, 02 de octubre de 2013	20:30 a 21:30	Entrega de Documento Final Recepción de carta de culminación de Trabajo de grado