

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ECONOMÍA
CONVOCATORIA 2009-2011**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN
ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL**

**INCIDENCIA DE LA INICIATIVA DE TURISMO COMUNITARIO SOBRE EL
NIVEL DE DESARROLLO DE LA COMUNIDAD LA CALERA**

JUAN DAVID MORALES ENRÍQUEZ

ABRIL 2012

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA DE ECONOMÍA
CONVOCATORIA 2009-2011**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN
ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL**

**INCIDENCIA DE LA INICIATIVA DE TURISMO COMUNITARIO SOBRE EL
NIVEL DE DESARROLLO DE LA COMUNIDAD LA CALERA**

JUAN DAVID MORALES ENRÍQUEZ

**ASESOR DE TESIS: ALBERTO ACOSTA
LECTORES/AS: FERNANDO MARTÍN
MARCELO VARELA**

ABRIL 2012

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo que un individuo realiza al pasar por esta vida terrenal no tiene valía sino se lo dedica a Dios; éste trabajo se lo dedicado primordialmente a Dios.

A Ana Victoria Sáenz, abuela que está en el cielo, de donde me ve y bendice.

A mis padres, Juan Severo Morales Sáenz y Alicia Enríquez Vásquez, por haber realizado todos los sacrificios posibles a fin de procurarme la mejor formación, dejándome en deuda a perpetuidad con ellos.

A Pamelita Ortega mi novia, por su ayuda, compañía y apoyo incondicional, sin quien difícilmente hubiere acabado éste documento.

A mis hermanos, por su apoyo y preocupación.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, en primer lugar a Dios, a quien le debo toda la felicidad y éxito que he tenido y tendré. A todas las personas que contribuyeron para la finalización de este trabajo investigativo. A la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, a su cuerpo docente, quienes con sacrificio, desprendimiento y honestidad, me brindaron valiosos conocimientos, en especial a mis profesores Manuel Estrella, Marco Naranjo, Hugo Jácome, Nancy Medina, María Verónica Dávalos, quienes durante mis estudios en la maestría en economía y gestión empresarial me guiaron acertadamente. A mi director de tesis Alberto Acosta quien con su amplia experiencia, conocimientos y generosidad contribuyó al desarrollo de esta investigación. A los lectores de mi tesis Fernando Martín y Marcelo Varela quienes mediante sus observaciones contribuyeron a la realización de este estudio. Al presidente del cabildo la Calera, a las familias de la Calera vinculadas al Turismo Comunitario, a los pobladores de la Comunidad la Calera, a la Tour Operadora Runa Tupari, a la UNORCAC, al Ministerio de Turismo y a todas las personas u entidades que me facilitaron valiosa información. Agradezco a mi familia, en especial a mi padre, mi madre quienes me apoyaron incondicionalmente, también a mis hermanos Victoria y Fernando Morales, a mis tías Marcela y Miriam, quienes me animaron y aconsejaron. A mi novia Johana Pamela quien me acompañó, ayudó y animó en múltiples ocasiones. A mis amigos y compañeros de Maestría con quienes compartimos gratos momentos, tanto al interior como por fuera del aula.

ÍNDICE

RESUMEN	6
CAPÍTULO I.....	7
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
<i>1.1 Planteamiento del problema.....</i>	<i>7</i>
1.1.1 Definición del problema	8
1.1.1 Definición de objetivos.....	9
1.1.1.1 Objetivo general	9
1.1.2.2 Objetivos específicos	9
1.1.3 Justificación de la investigación	10
1.1.4 Hipótesis de investigación.....	12
<i>1.2. Marco Teórico</i>	<i>12</i>
<i>1.3. Metodología.....</i>	<i>18</i>
CAPÍTULO II.....	23
DINÁMICA DEL TURISMO COMUNITARIO.....	23
<i>2.1 Breve descripción de la actividad turística a nivel mundial</i>	<i>23</i>
<i>2.2 El turismo en el Ecuador</i>	<i>26</i>
<i>2.3Acercamiento al turismo comunitario</i>	<i>29</i>
2.3.1 Posibilidades y amenazas del turismo comunitario.....	29
2.3.2 Ubicación de la actividad de turismo comunitario en la economía popular y solidaria.	34
2.3.3 Aportes del turismo comunitario al desarrollo de las comunidades.....	37
2.3.4 Características de las comunidades que han tenido éxito con la práctica de turismo comunitario.....	41
2.3.5 Manejo de las variables de la mercadotecnia en el turismo comunitario (precio, plaza, producto, promoción).....	46
2.3.6 Incidencia de atractivos turísticos sobre la actividad de turismo comunitario	50
<i>2.4 Institucionalidad involucrada en la dinamización del turismo comunitario</i>	<i>51</i>
2.4.1 Papel del Estado	53
2.4.2 Papel de las ONG	55
2.4.3 Papel de la empresa privada.	57

CAPÍTULO III	59
ESTUDIO DE CASO “COMUNIDAD LA CALERA”	59
3.1. <i>Características de la comunidad</i>	59
3.1.1 Historia, condiciones geográficas y socioculturales de la comunidad.	59
3.1.2 Condiciones Socioeconómicas	61
3.2 <i>Origen y evolución del turismo comunitario en La Calera</i>	65
3.3 <i>Atractivos turísticos cercanos e infraestructura de accesibilidad</i>	65
3.4 <i>Evaluación de acciones y efectos del turismo comunitario en la Calera</i>	67
3.4.1 Manejo de la mercadotecnia en el turismo comunitario de La Calera	69
3.4.1.1 Producto o servicio turístico	69
3.4.1.2 Segmento de Mercado Objetivo – Demanda.....	75
3.4.1.3 Forma de comercialización.....	76
3.4.1.4 Fijación del precio	78
3.4.2 Efectos que ha dejado el turismo comunitario sobre las actividades económicas de la comunidad.....	79
3.4.2.1 Actividades económicas generadas o impulsadas por el turismo comunitario.....	79
3.4.2.2 Nivel de inversión y endeudamiento comunitario ligado al turismo comunitario.....	80
3.4.2.3 Capacidad de gestión de la actividad turística de los comuneros.....	81
3.4.2.4 Aumento del empleo y reducción de la migración en La Calera.....	83
CONCLUSIONES:.....	85
RECOMENDACIONES	89
BIBLIOGRAFÍA	91
ENTREVISTAS:	98
ANEXOS	99
<i>Anexo 1: TABLA 5: Ingresos por turismo comparados</i>	99
<i>Anexo 2: TABLA 6: Número de destinos comunitarios registrados en REDTURS</i> ...	99
<i>Anexo 3: Encuesta a la Comunidad de la Calera</i>	100
<i>Anexo 4: Resultados de la Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros</i>	125

RESUMEN

El presente estudio pretende abstraer la incidencia que la práctica de turismo en la Comunidad la Calera ha tenido sobre el nivel de desarrollo de dicha comunidad. Entendiéndose como desarrollo a un enfoque holístico que comprende aspectos, sociales, económicos, culturales y naturales.

El primer capítulo presenta el planteamiento y definición del problema de investigación, objetivos generales y específicos, justificación, hipótesis, marco teórico y metodología con la que se abordará la presente investigación. Al interior del marco teórico se realiza un repaso de varios aportes teórico – conceptuales sobre turismo comunitario y su vínculo con la economía social y solidaria y economía de desarrollo local o endógeno. Se presenta algunos datos, mediante los cuales se puede conocer la cuantía a nivel nacional y regional del número de las comunidades ecuatorianas que han emprendido la tarea de ofertar turismo comunitario.

El segundo capítulo muestra una descripción de la realidad turística a nivel internacional y del Ecuador, para luego centrarse en el desarrollo de importantes temáticas alrededor del turismo comunitario, tales como, su aporte al desarrollo de las comunidades, su relación con la economía popular y solidaria, características de comunidades exitosas, manejo de las variables de la mercadotecnia, oportunidades y amenazas, e incidencia de los atractivos turísticos. También se hace mención a varios aspectos relacionados al turismo comunitario y que son inherentes a los ámbitos de la empresa privada, ONG's y entes estatales.

En el tercer capítulo se ha procurado caracterizar a la comunidad la Calera, para lo cual se hizo referencia sobre aspectos históricos, geográficos, socioculturales, adicionalmente se dejó en evidencia algunos efectos de índole social, cultural y natural derivados del turismo comunitario, así también se describió las principales acciones emprendidas en el marco de la captación y atención a los turistas que visitan la Calera, para luego identificar algunos efectos de naturaleza económica emanados del turismo comunitario.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La actividad turística ha incidido favorable y gradualmente en la dinámica de la economía mundial. Este segmento del sector terciario ha expandido su radio de acción en países tanto del norte como del sur. El comportamiento de los flujos turísticos puede ser entendido, al considerar que durante los años “1950 y 2000, la tasa anual promedio de crecimiento del turismo a nivel mundial llegó al 6,8%, lo cual fue resultado del incremento de movilizaciones por turismo, habiéndose registrado una cantidad de 25 millones en 1950 y 753 millones en el 2004”. (Cfr. Barroso María, Flores David; 16). La participación relativa de los destinos turísticos se vio modificada durante la segunda mitad del siglo XX, de forma tal que para “1950 el 95% de los viajes turísticos se concentró en los destinos de las Américas y Europa, mientras que para el año 2000 su representación fue del 75%”(Barroso María, Flores David; 16), lo cual favoreció la llegada de turistas hacia otras regiones del mundo.

En virtud de lo expuesto, se puede destacar que la demanda turística a nivel mundial ha seguido una tendencia creciente, al tiempo que se ha dado una diversificación de los destinos turísticos. Es así que el desarrollo turístico ha sido capaz de incluir en su lógica a lugares antes no visitados y por ende a más personas, aspectos positivos que no se activan con facilidad, en todos los sectores de la economía. El Ecuador no se ha visto excluido de los beneficios de la dinámica turística, es así que durante el año “2008 contribuyó con 623 millones de dólares por concepto de ingreso de divisas, lo cual fue resultado del arribo de 937.000 visitas aproximadamente” (Tourism & Leisure Advisory Services; 8). El reflejo del interés o importancia que un gobierno o estado ha otorgado a cierta actividad económica, puede muchas veces explicitarse a través de la creación de una institucionalidad específica. La conciencia de la importancia del turismo y su potencial aporte a la economía ecuatoriana, entre otras coyunturas propias de las decisiones políticas, debieron ser los principales impulsos para el establecimiento del ministerio de turismo durante el gobierno del conservador Sixto Durán Ballén.

Ese ministerio, entre otras acciones se ha destacado por su capacidad para la recopilación, sistematización y presentación de información que ayude a la cuantificación a nivel agregado de la oferta y demanda turística, así como también por la elaboración de directrices, programas, proyectos, planes.

El PLANDETUR 2020¹, resultado de un esfuerzo de planificación del Ministerio de Turismo, sobresale actualmente como un documento que engloba y articula un conjunto de acciones diseñadas, coordinadas e impulsadas desde ese ministerio y que implican la participación de otros actores inmersos en la actividad turística. La finalidad del PLANDETUR 2020 es impulsar y guiar el desarrollo de la actividad turística en Ecuador hacia el año 2020. Para el año 2020 se tiene previsto que el turismo en el Ecuador constituya una

“herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social del país. Genere oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de sus poblaciones, comunidades y territorios bajo un marco legal e institucional moderno y eficaz. Así también, se prevé que el número de visitantes extranjeros en el año 2020 ascienda a 2'092.722” (Cooperación Técnica BID et al., s/f).

En un contexto que se muestra favorable a la actividad turística, por ende al de sus diversas manifestaciones, entre las que se cuenta al turismo comunitario, surge la inquietud de procurar entender la dinámica de este tipo de turismo, en el marco de la incidencia que ha dejado su práctica al interior de una comunidad.

1.1.1 Definición del problema

La presente investigación está direccionada a entender la dinámica del turismo comunitario en la comunidad La Calera. Esta comunidad se halla ubicada en el cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura. Ese cantón caracterizado por una gestión comunitaria de los recursos, ha definido en su planificación, al turismo como uno de los principales ejes de desarrollo.

¹ Plan Nacional de Turismo 2020.

La Calera es una de las cinco comunidades de Cotacachi que se halla registrada en la FEPTCE², y se encuentra articulada a la tour operadora RUNA TUPARI, también de índole comunitario. La comunidad La Calera forma parte de las comunidades Andinas, las cuales constituyen en términos numéricos el grupo mayoritario, frente al total existente en la Amazonía y en la Costa.

Se conoce que la actividad de turismo comunitario en la

“Calera recibe aproximadamente 250 turistas al año entre nacionales y extranjeros. A decir de los habitantes de la Calera, ellos apoyan el turismo comunitario debido a que: a) reciben apoyo a la comunidad, en la guardería, escuela; b) Enseñan a nuestros hijos el inglés; c) apoyo con recursos económicos; d) ayuda a nuestras familias, en la economía, d) queremos que ellos convivan con nosotros y porque nos hacen gasto en nuestras artesanías” (Cfr.Feptce y Ministerio de Turismo et al. s/f).

Se conoce a nivel cantonal, de la existencia de cierto nivel de desacuerdo entre los involucrados en la actividad turística, al tenor del modelo de gestión que debería primar (comunitaria, privada, mixta). Así también se conoce de la existencia de ciertas pugnas, respecto a quien debería administrar la Laguna de Cuicocha que es parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

1.1.1 Definición de objetivos

1.1.1.1 Objetivo general

Conocer el aporte del turismo comunitario al desarrollo de la comunidad La Calera.

1.1.2.2 Objetivos específicos

El camino a recorrer durante el esfuerzo investigativo que se ha propuesto en el presente documento, estará guiado por los siguientes objetivos:

- Describir las características de la comunidad, haciendo énfasis en lo que al turismo comunitario se trata.

² Federación de Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

- Entender la composición del producto turístico, así como el segmento de mercado al que dirige sus esfuerzos, y lo concerniente a la forma de comercialización.
- Identificar los efectos que ha dejado el turismo comunitario sobre las actividades económicas de la comunidad.

1.1.3 Justificación de la investigación

El turismo en Ecuador es una actividad económica generadora de cuantiosos ingresos de divisas al país “- 674.2 millones de dólares en el año 2009 -” (Ministerio de Turismo, s/f), en virtud de los diversos atractivos que en el orden de lo natural, cultural y otros que posee. Es así que el número de extranjeros que ha ingresado al Ecuador en cada uno de los años comprendidos entre el “2006 y 2009 superó las 900000 personas, destacándose el año 2008 donde se contó 1005327 de ingresos de extranjeros, con un razonable descenso en el 2009 a causa de la crisis económica mundial. A julio de 2010 han ingresado 618713 personas extranjeras” (Ministerio de Turismo, 2011), superando lo ocurrido en similar periodo de años anteriores.

Al ser entendido el turismo comunitario como una actividad capaz de generar ingresos para una comunidad, donde los comuneros son quienes la organizan y reciben beneficios económicos de la misma. El turismo comunitario puede contribuir a la consecución de un desarrollo sustentable, lo cual no significa que es capaz por sí solo de dar a una localidad un desarrollo sustentable. Los ingresos provenientes del turismo comunitario según los teóricos, deben ser entendidos como adicionales a los derivados de sus otras actividades productivas; no obstante su importancia en términos cuantitativos ha dejado réditos que se obtienen a medida que la comunidad pueda dar respuesta a los requerimientos del turista durante su estancia. En este sentido cabría recordar que alrededor del turismo se generan actividades conexas como: alimentación, transporte, agencias de viaje, alojamiento.

En el Ecuador el turismo comunitario “ha llegado a ser un sector creciente e importante para no menos de 100 comunidades indígenas y campesinas – unas 3000 familias-. Esta actividad, por lo tanto beneficia directa e indirectamente a no menos de 15000 personas del sector rural ecuatoriano” (FEPTCE, 2006: s/r, citado por Carrión y Solís, 2007: 30). Existen “cinco comunidades localizadas en el cantón Cotacachi articuladas al turismo comunitario: Tumibamba, Chontal, Calera, Morocho y Santa Bárbara” (Cfr. Carrión y Solís, 2007: 163).

Según los datos del número visitantes a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas antes expuestos, quedaría evidenciada la acogida que Cotacachi posee, tanto a nivel de turismo interno³ como receptor⁴. Así también es oportuno destacar la existencia de varias comunidades involucradas en actividades de turismo comunitario, a lo cual se debe adicionar el impulso otorgado al desarrollo del Cantón por parte de la anterior y actual administración pública.

Otro punto que pone relevancia al presente estudio, es la afirmación de que “El turismo Comunitario en Ecuador es un inmejorable laboratorio para el desarrollo de CBT⁵, tanto por la concreción socio – político – administrativa de las comunidades como el potencial de las experiencias de CBT y el nivel de formalización, regulación y organización de las mismas” (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, Del Campo et al., 2008).

Estos elementos permiten vislumbrar la significancia de desarrollar un estudio que permita conocer el impacto económico que ha provocado el turismo comunitario sobre una de las comunidades del cantón Cotacachi. Es así que se ha determinado pertinente desarrollar el estudio en la comunidad de La Calera, ubicada en la Parroquia San Francisco y donde habitan alrededor de 1650.

Es oportuno señalar la existencia de facilidades que en términos de logística posee el investigador para la recopilación de los datos de campo en razón de

³ Turismo realizado por residentes en el Ecuador.

⁴ Turismo realizado por residentes en el extranjero.

⁵ Community Based Tourism (Turismo basado en la Comunidad).

conocer la zona aledaña (Quiroga) y contar con un lugar para hospedarse durante el tiempo requerido por la investigación.

1.1.4 Hipótesis de investigación

La actividad de turismo comunitario desarrollada por La Comunidad La Calera no aprovecha adecuadamente cercanía al centro de Cotacachi, uno de los centros turísticos más visitados en Imbabura.

1.2. Marco Teórico

En materia de desarrollo se ha esgrimido una serie de teorías que han impulsado profundos debates, dando lugar a escenarios teóricos caracterizados por la profunda discrepancia, y otros por su carácter ecléctico al evidenciar algunos acuerdos. En la presente investigación se hace referencia al desarrollo a partir de turismo comunitario, lo cual implica comprender el enfoque teórico de desarrollo aquí implícito.

José Luis Coraggio expresa que “desarrollarnos es ampliar y efectivizar nuestras capacidades como sociedades para construir e institucionalizar una economía donde quepan todos, una economía de lo suficiente, una economía solidaria que dé respuesta material a los deseos legitimados de todos sus ciudadanos miembros” (Coraggio et al., 2008).

Coraggio apela al documento Lima +10, a fin de conceptualizar la economía solidaria, expresando que

“está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de la acción humana y eje de la renovación de la política, la economía y la sociedad (...) incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas creadas para responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía” (Coraggio et al., 2008).

Coraggio expresa con claridad que las actividades de corte comunitario, como lo es el caso de la modalidad de turismo objeto de este estudio, se hallan comprendidas al

interior de lo que este autor denomina economía solidaridad, de la cual él supone una derivación de comportamiento de índole altruista, capaz de facilitar el logro de un mayor bienestar material de los individuos allí inmersos.

En Ecuador y en el ámbito de la superestructura, el artículo 283 de la constitución, establece la base para facilitar el crecimiento y fortalecimiento de la economía social y solidaria. Según el citado artículo, una de las aristas que se encuentran incluidas en este tipo de economía, es aquella representada por la lógica de la economía popular y solidaria, la cual incluye a los sectores comunitarios, entre otros. Es así que la iniciativa de turismo comunitario, en la medida que denote un tipo de organización y obtención de beneficios bajo el esquema comunitario, estará situada al interior de la economía popular y solidaria.

Así también cabe resaltar la estrecha relación entre lo que representa desarrollo endógeno y desarrollo local, es así que ambos “son enfoques paralelos que no deben descuidarse, dado que integran el uso de los recursos existentes en las localidades de forma armónica, incidiendo positivamente en la generación de riquezas, el crecimiento social y el mejoramiento de la calidad de vida” (Castillo et al., 2007: 132). Para otro autor, existiría mayor cercanía entre los tipos de desarrollo mencionados, pues plantea que “desarrollo local y desarrollo endógeno se consideran sinónimos y se definen como un proceso de crecimiento y cambio estructural que utiliza el potencial de desarrollo existente en el territorio para mejorar el bienestar de su población”(Sánchez et al., 2009:113).

Los beneficios que pueden generarse a partir del desarrollo del turismo comunitario en una localidad, podrían denotar una importante evidencia de lo que significa la configuración de una economía de desarrollo endógeno. En este sentido se puede mencionar que

“en un mundo que tiende hacia la concentración de la población, es necesaria una acción concertada para enfocarse en la población rural y luchar contra el abandono del paisaje humano tradicional, centrada en la promoción de una economía basada en factores endógenos y con una dinámica autocentrada en que el turismo y la afirmación de la identidad por medio del patrimonio cultural adquieren un carácter esencial. Es urgente que el proceso también se acelere en la región latinoamericana para así promover el turismo en las áreas rurales correctamente” (Condesso, 2011.,198).

La complejidad que irradia el turismo comunitario, intentará ser develada al considerar algunas abstracciones conceptuales que al referente presentan varios autores. En esta línea, es pertinente señalar que para el Fondo Mundial de Vida Silvestre WWF “El término “ecoturismo comunitario” lleva la dimensión social más allá. Este es un tipo de ecoturismo 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” (WWF Redactado por Denman Richard et al., 2001).

Otro autor que destaca la relevancia del turismo comunitario, aunque no enfatiza el nivel de control que la comunidad debería ostentar, es Carlos Maldonado funcionario de la Organización Internacional del Trabajo OIT, para quien “el turismo comunitario rural y la cultura indígena van de la mano. La visión integral del desarrollo existe cuando la idea de la sostenibilidad cubre todos los aspectos: económicos, sociales, culturales y ambientales” (OIT, 2009).

Adicionalmente es oportuno destacar la atención y el apoyo de importantes organismos internacionales al despunte del turismo comunitario en varios países, en este sentido se tuvo

“Un programa tendiente a promover al turismo como una relevante fuerza económica, el cual ha sido desarrollado por la acción conjunta de la Organización Mundial de Turismo (OMT), junto a la Agencia del Sistema de las Naciones Unidas. Ecuador estaría entre los beneficiados, donde entre otros sectores, se ha previsto impulsar al turismo comunitario de Ecuador por medio de la Federación Plurinacional de turismo comunitario de Ecuador (FEPTCE)” (Eroski Consumer, 2007).

La destacada incidencia del turismo comunitario y su amplio potencial de radio de acción podría quedar enunciado al recordar que “el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que parece encarar con éxito varias de las acuciantes expectativas del mundo actual.” (Ruíz y Solís, 2007:13). Lo cual no significa que se deba sobredimensionar los efectos y las expectativas del turismo comunitario en el ámbito económico, sino más bien recordar que es una actividad generadora de recursos adicionales al resto de actividades de actividades comunales. Para Esteban Ruiz y María Augusta Vintimilla el “turismo comunitario constituiría una de las imprevistas tácticas que una comunidad utiliza a fin de insertarse en el mercado”. (Cfr. Ruiz y Vintimilla, 2009: 11). Carlos Maldonado quien plantea

relevantes Pautas Metodológicas para analizar el turismo comunitario, lo entiende al turismo comunitario como “toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (Maldonado, 2005: 13).

Es pertinente señalar que en el marco del turismo comunitario, se puede advertir la recreación de una paradoja, al momento en que confluyen tipos de comportamiento asimiles, culturas distintas, opuestas en varias dimensiones de la vida, entre lo que se puede señalar a la concepción de desarrollo. No obstante establecen un escenario en el cual se ayudan, apoyan alimentan la una de la otra a fin de continuar desarrollándose en el mundo.

Los estudios académicos sobre turismo comunitario se los ha venido desarrollando desde hace un cuarto de siglo aproximadamente, pues el término CBT en sus siglas en inglés, que en español significa turismo basado en la comunidad,

“habría surgido por primera vez en 1985 en una obra de Murphy, la abstracción de las realidades dadas en el marco de turismo y comunidad continuaron realizándose por autores como Richards y Hall 2000, así también Simpson 2008, otros estudios: Asia (Nyaupane *et al.*, 2006; Okazaki, 2008), Oceanía (Dyer *et al.*, 2003), África (Lepp, 2007; Manyara y Jones, 2007; Kibicho, 2008) y Latinoamérica. Concretamente, en Latinoamérica existen diferentes proyectos documentados en Brasil (Guerreiro, 2007), Ecuador (Ruiz *et al.*, 2008), El Salvador (López-Guzmán *et al.*, 2006) México (Juárez y Ramírez, 2007) o Perú (Zorn y Farthing, 2007).”(Cfr. López, Sánchez *et al.*, 2009).

En Ecuador el turismo comunitario se “desarrolla a partir de los años 80, paralelamente a la industria turística convencional, (FEPTCE, 2006)” (Solís, 2007: 30). Los estudios y documentación de mayor envergadura al tenor de la práctica de turismo comunitario en Ecuador, surgieron a mediados de la década de los noventa, es así que desde una “óptica general o a partir de experiencias específicas se destaca (Cabanillas, 2003; Colvin, 1994; Drum 1998; Estrella, 2007; Gould 1999; Jeffreys 1998; Solís, 2007; Wesche, 1996; Wood, 1998; Wunder 1996, 2000)” (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, Del Campo *et al.*, 2008).

Según información publicada en la página Web de FEPTCE Federación Plurinacional de turismo comunitario del Ecuador se advierte la existencia de “101 comunidades articuladas al turismo comunitario: 33 en la Amazonía, 52 en los Andes y 16 en la Costa” (FEPTCE, 2010). La preeminencia de la presencia de comunidades que hacen turismo comunitario en la región Andina es evidente y sería testimonio de los diferentes y numerosos grupos humanos inmersos y subordinados a la lógica de la hacienda hace varias décadas. El desarrollo del turismo comunitario ha respondido en gran medida a una variedad de elementos y condiciones, entre las que se puede contar la existencia de un importante número de comunidades asentadas sobre tres regiones del país, a lo cual se debe añadir la riqueza cultural que de ellas se emana, así también los espacios de naturaleza y biodiversidad que rodea el hábitat de las comunidades.

A lo enunciado se debería adicionar el trabajo de varias ONGs – principalmente durante las primeras dos décadas de incursión en ésta actividad. No se debe desdeñar el tardío pero valioso aporte que desde las instancias públicas ha recibido el Turismo Comunitario, principalmente vía establecimiento de normativas legales que reconozcan dicha actividad y que faciliten el surgimiento de instituciones como la Federación Nacional de Turismo Comunitario (FEPTCE)⁶. En la FEPTCE, donde se agrupa a cerca de un centenar de comunidades, y a decir de su presidente

“El turismo comunitario es una propuesta desarrollada por nuestras comunidades y pueblos como parte de una estrategia para nuestro desarrollo con identidad, porque el turismo comunitario para nosotros “es una actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes, desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados”. (FEPTCE et al., s/f)

Siguiendo la citada fuente, cabe destacar que la FEPTCE ha señalado como ejes del Turismo Comunitario a: a) Fortalecimiento Organizativo, b) Rehabilitación Cultural, c) Gestión del territorio y d) economía solidaria.

⁶ Somos una organización con jurisdicción nacional que agrupa a las comunidades, recintos, centros, palenques e las nacionalidades y pueblos del Ecuador que se desarrollan en un territorio determinado que buscamos el mejoramiento de nuestras condiciones de vida (bien vivir), a través de la defensa de nuestros territorios y la valoración de nuestros patrimonios. (FEPTCE et al., s/f)

Según un artículo publicado en la revista Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural “el turismo comunitario en Ecuador complementa, no subsume, el funcionamiento económico de la comunidad, la diversidad económica es una salvaguarda para las comunidades.... y debe generar directa o indirectamente beneficios a la comunidad: aportaciones para los fondos comunitarios” (Ruiz y otros., et al 2008).

En cuanto al apoyo del actual gobierno del Ecuador al turismo comunitario, ha sido puesto de manifiesto no sólo en la retórica, sino también a través de la planeación de una serie de acciones mencionadas en el Plandetur 2020.

En el texto denominado Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y sostenibilidad social, “advierde que el turismo comunitario forma parte de una estrategia de desarrollo local a través de la actividad turística, a partir de la cual persigue: a) Mejora de la calidad de vida, b) Mejora medioambiental y c) Defensa de las minorías étnicas” (Ruíz y Solís, 2007:16). En lo que a la calidad de vida se refiere, explica que se esperaría un efecto positivo sobre el conjunto de la comunidad, sin olvidar que no se beneficiarán todos comuneros por igual, no obstante se tenderá a un mejoramiento su nivel de vida en una línea que procure detener en lo posible las tendencias migratorias. La citada fuente destaca que el aporte a la mejora de la calidad de vida quedaría evidenciada en la consolidación de la organización comunitaria vía dinamización de varias actividades tradicionales – agrarias, ganaderas, artesanales, gastronómicas – desarrollando así una aproximación a una lógica sinérgica.

Otro aporte relevante para el presente documento, fue sin duda lo identificado tras la elaboración de un estudio sobre varias comunidades articuladas al turismo comunitario en Ecuador, en el cual se manifestó que el “surgimiento, desarrollo, bloqueos, conflictos y sostenibilidad del turismo comunitario se explican por la confluencia de: a) formas organización comunitaria, b)intervención externa en las comunidades, c) formas y niveles de apropiación de las comunidades sobre sus recursos naturales y culturales, e) inserción del turismo comunitario en el mercado, desde las comunidades, f)liderazgos comunitarios”(Cfr. Ruíz y Solís, 2007:23 y 24).

La intención de reducir la pobreza mediante la aplicación de proyectos de turismo comunitario, se justifica al conocer que la adecuada ejecución de este tipo de proyectos “favorece el empleo; la integración de actividades de artesanía, agricultura, transporte; facilita oportunidades a emprendedores que provean bienes o servicios; incide en el

incremento de infraestructura física que ayuda a la mejora del nivel de vida” (Cfr. Ruíz y Solís, 2007: 33 y 34).

En cuanto a la comunidad, en la cual se ha planteado entender la incidencia que ha dejado la iniciativa de turismo comunitario, es aquella denominada “La Calera”, la cual

“tiene su vida jurídica desde el mes de mayo de 1938, antes era una hacienda llamada la Compañía de padres Jesuitas. Ubicada en la parroquia San Francisco, en el cantón Cotacachi, en la provincia de Imbabura.... Entre sus principales actividades está el cultivo de maíz, papas, habas, etc.” (Cfr. Feptce y Ministerio de Turismo et al. s/f).

En torno al esfuerzo investigativo en aras de determinar los efectos que sobre La Comunidad “La Calera” ha provocado la iniciativa de Turismo Comunitario, es pertinente considerar lo expuesto por Styne y Sen quienes

“sugieren cuatro elementos a considerar cuando los estudios de impacto económico se planean. Ellas son: a) definir la región de estudio, recordando que mientras más grande se la región más difícil es justificar que los impactos son por causa de los visitantes que llegan al parque., b) definir el programa o acción que se desea medir claramente, recordando que la medición implica que el impacto medio atañe implícitamente la “alternativa” de cierre y que lo medido se pierda en un caso hipotético como ese., c) identificar las fuentes y el tipo de gasto que se desea medir, ya sea visitantes, negocios, hogares, gobiernos o combinación de estas, ha ser incluidos en el estudio difieren en intereses e impactos y d) elegir el tipo de medida de impacto apropiada, recordando que en esta selección lo que define el tipo de medida ya sean estas relaciones o multiplicadores a calcular, es el uso último, que se le darán a los resultado”. (Styne y Sen: s/r citado en Aguirre Juan, et al., 2008).

Adicionalmente se puede señalar que “Lovejoy afirma que la mejor manera de medir el impacto económico de los gastos de los turistas es mediante el uso de encuestas (Lovejoy 2003), posición.....que apunta al valor real de preguntar directamente sobre el uso de modelos agregados tan comunes en la literatura.” (Aguirre Juan, et al., 2008).

1.3. Metodología

Luego de una revisión de la literatura que versa sobre “Metodología de Investigación”, y considerando el problema, la hipótesis y el contexto en el que se ha desarrollado la

investigación, se estableció un diseño de investigación no Experimental, el cual se lo “realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes, y se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que ya ocurrieron, o se dieron sin la intervención directa del investigador” (Sampieri, y otros: 289). Es así que al interior de los diseños no experimentales se optó por utilizar los transeccionales en lo que a los exploratorios y descriptivos se refiere. En este sentido y a fin de determinar el grado de incidencia de la actividad de Turismo Comunitario sobre la comunidad La Calera, se realizó:

- Entrevistas (cualitativo) a los miembros de la comunidad vinculados a las actividades de turismo comunitario.
- Observación de campo de la actividad de Turismo Comunitario.
- Recopilación de información en la página Web de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).
- Aplicación de una encuesta a los moradores de la comunidad la Calera, a través de la cual se buscó recopilar información que evidencie la percepción que poseen, respecto al turismo comunitario que se lleva a cabo en su localidad. En este sentido se definieron preguntas al tenor de los beneficios, que según la teoría, acarrearía la mencionada modalidad de turismo comunitario. Es así que se determinó una muestra constituida por 91 encuestas, valor que se obtuvo por medio del uso de la siguiente fórmula:

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde

“n = tamaño de la muestra representativa que deseamos obtener

N = tamaño de la población

Z_{α} = Valor correspondiente a la distribución de Gauss (siendo α el nivel de confianza elegido).

i = error de la estimación (también denominado e). Error que se prevé cometer.”
(AFHA, Grupo de Asesores y Consultores, 01)

En este caso se tuvo:

$$Z = 1.96$$

$$\begin{aligned}
N &= 1750^7 \\
p &= 0.5 \\
q &= 0.5 \\
i &= 0.1
\end{aligned}$$

Lo cual permite obtener una n (muestra) de 91 encuestas.

- Aplicación de una encuesta a turistas extranjeros que visitaron Cotacachi, localidad ubicada a poco más de 1 kilómetro de la Calera, mediante la cual se recopiló información sobre el perfil del turista receptor que se dirigió a Cotacachi, habiéndose contemplado en dicha encuesta criterios pertenecientes a variables de segmentación de los tipos: demográfico, geográfico, psicográfico y conductual. Información valiosa que puede contribuir a la definición de estrategias relativas a la mezcla de mercadotecnia (4p's). La determinación de la muestra fue llevada a cabo por medio de la aplicación de la fórmula que se presenta a continuación.

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{P \cdot Q}{i^2}$$

Donde

“n = tamaño de la muestra representativa que deseamos obtener

Z_{α} = Valor correspondiente a la distribución de Gauss (siendo α el nivel de confianza elegido).

p = proporción en que la variable estudiada se da en la población. Prevalencia esperada del parámetro a evaluar. En caso de desconocerse, aplicar la opción más desfavorable (p=0,5), que hace mayor el tamaño muestral.

q = 1- p.

i = error de la estimación (también denominado e). Error que se prevé cometer” (AFHA, Grupo de Asesores y Consultores, 01)

En este caso se tuvo:

$$\begin{aligned}
Z &= 1.96 \\
p &= 0.5
\end{aligned}$$

⁷ Este valor se lo ha calculado considerando que en la Calera habitan “300 familias” (002, Entrevista 2011) con un promedio de 5,83 personas en cada una.

$$q = 0.5$$
$$i = 0.1$$

Lo cual permite obtener una n (muestra) de 96 encuestas.

Tanto las encuestas, respecto de las cuales se ha explicado la forma cómo se procedió para la determinación de una muestra, así como las entrevistas, ambas estuvieron guiadas por los enfoques teóricos de lo que se supone constituye el turismo comunitario, así como mediante información preliminar obtenida sobre turismo comunitario en la comunidad Calera, y también por lo expuesto en el documento titulado “Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario”, escrito por Carlos Maldonado en el año 2005, el cual muestra relevantes aportes teórico metodológicos que contribuyen a la obtención de conocimiento sobre una realidad dada, en el orden del turismo comunitario, así como para intentar modificarla en el mejor sentido de la palabra. El mencionado documento guía, fue resultado de haber realizado estudios de tipo exploratorio a varias comunidades, donde el autor procuró entender el grado de sostenibilidad de la actividad de turismo comunitario identificada, en el marco de una concepción de desarrollo holístico.

Adicionalmente, se debe indicar que las estrategias elaboradas y desarrolladas en el marco de lo que se conoce como las 4 p’s del marketing o mezcla de mercadotecnia⁸, constituyen esfuerzos de una organización dirigidos a captar la atención de sus clientes externos, con la finalidad de que estos últimos opten por la oferta de productos o servicios de dicha organización. En este sentido, se hace imprescindible que una organización identifique con claridad las expectativas que posee su mercado objetivo en el marco de las 4 p’s del marketing, para lo cual elabora encuestas, en las que incluyen preguntas alusivas a las necesidades de información derivadas de los elementos inmersos en la mezcla de mercadotecnia.

Acorde a lo expuesto y a lo que se desarrolla en el acápite 2.3.5, se puede apreciar el importante aporte que puede otorgar una adecuada definición de las mencionadas

⁸ “las cuatro Ps” producto, precio, distribución o lugar (place) y promoción” (Kotler y Armstrong, 2008; 60).

estrategias de mercadotecnia, al éxito de una oferta de productos o servicios comunitarios. Es así que para el presente estudio se aplicó una encuesta dirigida al turismo receptor que visitó Cotacachi, a fin identificar información que contribuya al establecimiento de una adecuada mezcla de marketing (4p's), por parte de la oferta turística de la Comunidad la Calera.

CAPÍTULO II DINÁMICA DEL TURISMO COMUNITARIO

2.1 Breve descripción de la actividad turística a nivel mundial

Entender la actividad turística en sí significa recordar que ésta se halla matizada por una gran gama de facetas, es así que varios autores e investigadores del turismo han aludido a la complejidad que irradia su estudio, en virtud de la necesidad de apelar a distintas ramas del conocimiento en aras de llegar a conocer este fenómeno. “El hecho es que el turismo es tan vasto, tan complejo y tan multifacético que es necesario utilizar varios métodos para estudiarlo, debiéndose usar cada herramienta según la tarea o el objeto de que se trate” (Muñoz, 1991: 109).

Según se manifiesta en la mencionada obra, la movilización de personas es catalogada como una actividad de índole turística cuando los individuos obtengan disfrute y placer en su desplazamiento, por lo cual se evidencia su desacuerdo con quienes pretenden remontar el surgimiento del turismo a épocas antiguas, por el simple hecho de haberse efectuado un viaje, en este sentido cabe citar “que están más en lo cierto quienes, manteniendo la citada identidad⁹, sostienen que los viajes turísticos constituyen una práctica relativamente reciente” (Muñoz, 1991: 109). El establecimiento de este límite, otorga una mayor claridad al respecto del horizonte temporal sobre el cual se ha desarrollado lo que ahora se conoce como turismo.

Los desplazamientos humanos que por motivo de turismo se han efectuado alrededor del mundo, encasillados en lo que se denomina turismo internacional¹⁰, dan cuenta de lo conveniente que esta actividad ha resultado para los países de primer mundo. Es así que para el año “2010 se tuvo previsto el arribo de 498 millones de personas hacia los países de economías avanzadas, mientras que para las economías emergentes aquel valor ascendió a 442 millones de personas, situación que significó que las mencionadas economías alcancen en ese año un ingreso de 580 y de 339 miles de millones de dólares respectivamente” (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 4).

⁹ Se refiere a la igualdad entre viaje de turismo y viaje de placer.

¹⁰ Registro de la cuantía monetaria y del número de personas que han arribado por turismo a un determinado país.

Más allá de los aún favorables números que las economías avanzadas muestran en materia de turismo, es pertinente señalar que con el paso del tiempo han venido reduciéndose las diferencias que ostentaban frente al resto de economías. La acogida¹¹ que durante el 2010 habrían tenido las principales regiones geográficas a nivel mundial, estaría dada acorde a la siguiente participación relativa: “Europa 50,7%, Asia y el Pacífico 21,7%, Américas 15,9%, Oriente Medio 6,4%, África 5,2%.” (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 4), no obstante la distribución relativa del ingreso monetario derivado del arribo de turistas, estuvo dada de la siguiente forma: “Europa 44,2%; Asia y el Pacífico 27,1%; Américas 19,8%; África 3,4%; Oriente Medio 5,5%” (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 5). Al comparar la participación relativa correspondiente al número de turistas que llegó a los mencionados países, versus la participación relativa derivada de los ingresos monetarios dejados, se advierte que para Europa, Oriente Medio y África el primer criterio es inferior al del segundo; mientras sucede lo contrario para las regiones de Asia y el Pacífico, y las Américas. Es así que se podría suponer la existencia de una mayor conveniencia para la demanda, en términos de precio, el visitar Europa, Oriente Medio ó África, con relación a realizar viajes hacia las regiones de Asia y Pacífico o Américas; y a la vez que la oferta enfrentaría una realidad opuesta.

A nivel mundial, los 10 países más visitados¹² por turistas internacionales, recibieron aproximadamente “417.5 millones de personas durante el 2010, lo cual equivale al 44.41% del total. Los 10 países¹³ que más ingresos monetarios percibieron por concepto del turismo durante el 2010, ascendieron a 425.9 miles de millones de dólares, es decir un 43,46% de lo percibido a nivel mundial” (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 6).

En lo que respecta al turismo emisor, se conoce que los 10 países que más dinero gastaron en turismo durante el 2011, fueron: “Alemania con 77,7; Estados Unidos 75,5; China 54,9; Reino Unido 48,6; Francia 39,4; Canadá 29,5; Japón 27,9; Italia 27,1; Federación Rusa 26,5; Australia 22,5, miles de millones de dólares” (Cfr. UNWTO

¹¹ Se refiere a la cuantificación de las personas que arribaron a las mencionadas regiones.

¹² “Francia 76.8; Estados Unidos 59.7; China, 55.7; España 52.7; Italia 43.6; Reino Unido 28.1; Turquía 27; Alemania 26.9; Malasia 24.6; México 22.4, millones de personas que arribaron a ese país durante el 2010” (UNWTO World Tourism Organization, 2011: 6)

¹³ Estados Unidos 103.5; España 52.5; Francia 46.3; China 45.8; Italia 38.8; Alemania 34.7; Reino Unido 30.4; Australia 30.1; Hong Kong (China) 23; Turquía 20.8, miles de millones de dólares que ingresaron a cada uno de estos países (UNWTO World Tourism Organization, 2011: 6).

World Tourism Organization, 2011: 10). Estos países deben ser objeto de un profundo estudio por parte de aquellos países que han definido al sector turístico como una de sus principales fuentes de ingresos, en virtud que concentran el 46.9% del gasto turístico a nivel mundial, es decir constituyen un mercado turístico potencial muy atractivo.

Definitivamente el crecimiento del gasto turístico en el 2010 fue una constante que caracterizó a siete de los diez países que más gastaron en turismo, es así que “Alemania, Inglaterra e Italia tuvieron una reducción de su gasto del 4,3%; 2,3% y 2,86% respectivamente” (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 10). Esta realidad da cuenta de un indicio de recuperación de la economía mundial, tras los efectos de la crisis económico financiera originada en el 2008.

Uno de los elementos que muestra con claridad la contribución del turismo al bienestar del ser humano, está dado sin duda por su capacidad para generar plazas de trabajo. Es así que durante el año 2010 la “actividad turística aportó con alrededor del 6% a 7% de la totalidad de empleos directos e indirectos. El aporte de la actividad turística al total del PIB varía acorde al nivel de desarrollo un país, es decir que en los países subdesarrollados representa alrededor del 10%, mientras que en los desarrollados alcanza apenas el 2%”. (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 2). En aras de entender el importante rol que ha desempeñado el turismo en las economías subdesarrolladas, se debe tener en cuenta que

“muchos críticos consideran que el turismo en los países en desarrollo es una extensión de las antiguas condiciones coloniales, porque desde un principio se ha beneficiado de las relaciones económicas internacionales que estructuralmente favorecen a los países industrializados del Norte. Las condiciones injustas de comercio, la dependencia de los intereses extranjeros y la división del trabajo han convertido a los países pobres del Sur en receptores de visitantes y a los ricos del Norte en generadores de turistas que no deben pagar ningún precio por los perjuicios que causan en los lugares que visitan.” (Pleamaron et al., 1999).

Según los estudios y proyecciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT), “el turismo crecerá a una tasa de 4,1% al año hasta el 2020, donde el aporte de las regiones de Asia Oriental y el Pacífico, Asia Meridional, Oriente Medio y África crecerán por sobre la referida tasa (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 11).

Por lo expuesto en los párrafos anteriores y en las notas aclaratorias queda evidenciado que:

“La gran mayoría de los viajes internacionales tuvieron lugar dentro de la propia región.....Mercados emisores de turismo internacional siguen concentrados en gran parte en los países industrializados de Europa, América y Asia y el Pacífico. Sin embargo, con crecientes niveles de ingreso disponible, muchas economías emergentes han mostrado un rápido crecimiento en los últimos años, especialmente en una serie de mercados en el norte - este y el sur - este de Asia, Europa Central y Oriental, el Medio Oriente, África del Sur y América del Sur.” (UNWTO World Tourism Organization, 2011: 10).

2.2 El turismo en el Ecuador

El rol de la actividad turística en la economía ecuatoriana podría ser entendido parcialmente al observar su ubicación entre los principales rubros de ingresos que se registran en el Ecuador. Es así que durante los pasados años 2009 y 2010 la actividad turística constituyó la cuarta en importancia, detrás del petróleo crudo, banano y plátano, y derivados de petróleo durante el 2009, y tras el petróleo crudo, banano y plátano, y camarón en el año 2010. No obstante su destacable lugar entre las exportaciones ecuatorianas, apenas representó el 4,86% (674.2 millones de dólares) del total en el 2009, mientras que en el 2010 la participación relativa de los ingresos por turismo llegaron al 4,50% (786.7 millones de dólares), evidenciándose un crecimiento del 16,70% de los ingresos en Ecuador por concepto de turismo, entre el 2009 y 2010. No obstante el notable crecimiento de los ingresos por turismo y de los consecuentes visos de recuperación económica, tras la crisis mundial acaecida en el 2008, es pertinente destacar que mientras la totalidad de ingresos que por exportaciones recibió el Ecuador, crecieron a una tasa del 26,16% entre el 2009 y 2010, los ingresos por turismo lo hicieron a una razón del 16,67%, mientras que durante similar periodo los ingresos por venta de petróleo crudo se vieron incrementados en un 42,45%, este rubro petrolero llegó a representar el 45,33% (6.284,13 millones de dólares) del total de los ingresos en el 2009, medida que ascendió al 51,20% (8.951,94 millones de dólares) en el 2010, realidad que demuestra la profundización de la dependencia del modelo extractivista, intensivo en el uso de recursos naturales, para el Ecuador¹⁴ (Ver Anexo 1 Ingresos por turismo comparados).

¹⁴ Los porcentajes corresponden a cálculos realizados a partir de las cifras expuestas por el Ministerio de Turismo, en el cuadro Ingresos por Turismo comparado con los ingresos de las exportaciones por producto principal (2009: 2010), expuesto en el documento denominado Estadísticas Turísticas Mayo de 2011. http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadisticas-turicas&catid=62:servicios&Itemid=95

En lo referente a la evolución de establecimientos turísticos en el Ecuador y la consecuente generación de empleo se debe destacar lo siguiente:

“año 2009 estuvieron registrados 16.660 establecimientos turísticos a nivel nacional, habiéndose producido un crecimiento de un 23,4 % de éstos entre los años 2005 y 2009. En cuanto al empleo directo que generan dichos establecimientos, se conoce que al año 2009 daban cabida a 90.145 empleos directos, siendo el 53,3% hombres y la diferencia mujeres. Del total de empleos directos, el 59,8% se originó en la actividad de comidas y bebidas, 2,6% en alojamiento y 12,65 en otros ámbitos del turismo” (Ministerio de Turismo, s/f: XIV).

A fin de cuantificar de algún modo la incidencia que tiene la actividad turística en la economía ecuatoriana, se procede a determinar ¿Cuánto representó del PIB, en términos porcentuales el turismo receptor y el turismo emisor?, para lo cual se considera que

“el consumo turístico receptor (conturec) hace referencia al consumo efectuado por los visitantes no residentes, como resultado directo de sus viajes a, y dentro de, la economía de compilación.... y que el turístico emisor hace referencia al consumo efectuado por los residentes como resultado de sus viajes a países diferentes de aquel en el que residen” (Ministerio de Turismo, s/f: XI),

y considerando las cifras publicadas por el Banco Central del Ecuador,

TABLA 1: SERVICIOS DE TRANSPORTE Y VIAJES PRESTADOS RESPECTO AL PIB

Concepto / Año (Valores en millones de dólares)	2008	2009	2010
PIB	54208,524	52021,861	57978,116
Viajes	741,8	670,1	781,3
Transporte	336,8	345.5	387,7
Total Servicios prestados de transporte + viajes.	1,108.6	1,015.6	1,140.0
% Servicios prestados en transporte + viajes, respecto del PIB	2,045%	1,952%	1,966%

Fuente: Los datos sobre servicios fueron tomados de la Balanza de Pagos Normalizada y los de PIB del cuadro denominado Oferta y Utilización Final de Bienes Servicios, ambos elaborados por el Banco Central del Ecuador.

**TABLA2: SERVICIOS DE TRANSPORTE Y VIAJES RECIBIDOS RESPECTO
AL PIB**

Concepto / Año (Valores en millones de dólares)	2008	2009	2010
PIB	54208,524	52021,861	57978,116
Viajes	-1,669.3	-1,369.2	-1,684.3
Transporte	-541.6	-548.7	-568.1
Total Servicios recibidos de transporte + viajes.	-2,210.9	- 1,917.9	-2,252.4
% Servicios recibidos en transporte + viajes, respecto del PIB	4,079%	3,687%	3,885%

Fuente: Los datos sobre servicios fueron tomados de la Balanza de Pagos Normalizada y los de PIB del cuadro denominado Oferta y Utilización Final de Bienes Servicios, ambos elaborados por el Banco Central del Ecuador.

De los datos anteriores, se deja claramente establecido que por concepto de turismo, mayor es la cantidad de dinero que sale del país que aquella que ingresa, situación que en teoría podría equipararse o revertirse por dos caminos, a) cambio del comportamiento del turismo emisor del Ecuador, y b) incremento de los beneficios percibidos por turismo receptor. En este marco es pertinente señalar algo que se destacaría de algún modo como paradójico, es decir la superioridad en número de los extranjeros que ingresan al país respecto a los ecuatorianos que salen de viaje. En suma podríamos concluir que el Ecuador podría ser un destino menos costoso que aquellos escogidos por los ecuatorianos para efectuar turismo emisor, lo cual conllevaría a suponer que quienes salen del Ecuador por turismo poseen un alto poder adquisitivo, mientras que aquellos que visitan el Ecuador no necesariamente ostentan ese nivel de capacidad de pago. Otra explicación que podría aproximarse a fin de explicar la paradoja antes señalada, estaría dada por una oferta turística guiada por los lineamientos de una economía de escala, en lugar de manejar un enfoque de diferenciación; estrategias que muchas veces estarán condicionadas al nivel de competitividad turística que el destino Ecuador posea en la región Américas y en el mundo.

El continente americano ha sido el origen de la mayor cantidad de extranjeros que visita el Ecuador, es así que durante el último lustro se registró más del “70% de arribos desde

la región nombrada” (Cfr. Ministerio de Turismo et al., 2011). Aquí destaca América del Sur, la cual dio origen a más del 40% de quienes llegaron al Ecuador.

A continuación de la región de América, se puede señalar a Europa como la segunda región en importancia, en lo que a turismo receptor se refiere, pues en periodo similar “motivó más del 17% de los extranjeros que arribaron al Ecuador. Con una menor acogida están quienes provienen del Asia, habiendo representado no menos del 2,32%, mientras que aquellos procedentes de África no totalizaron menos del 0,15%, durante el último lustro” (Cfr. Ministerio de Turismo et al., 2011).

La representatividad de cada una de las principales regiones a nivel mundial sobre los flujos de turismo receptor del Ecuador, demuestra con claridad una mayor incidencia de las regiones más cercanas, es decir existe una relación directamente proporcional entre la condición de cercanía geográfica y el número de personas que se desplaza hacia el Ecuador por motivo de turismo. Entonces ésta relación se encontraría alineada con el comportamiento de los flujos turísticos mundiales, pronosticados para el 2020, en virtud que “de los 1,6 miles de millones de arribos internacionales que se espera se efectúen alrededor del mundo, 1.2 miles de millones provendrán de una ubicación intrarregional, mientras que 0.4 lo harán lo localidades más alejadas” (Cfr. UNWTO World Tourism Organization, 2011: 11)

2.3 Acercamiento al turismo comunitario

2.3.1 Posibilidades y amenazas del turismo comunitario

En el año 2000 en un intento por resolver los principales problemas que aquejaban a la humanidad, ciento ochenta y nueve países acordaron desarrollar esfuerzos hacia el cumplimiento de lo que establecieron y denominaron como objetivos del Milenio. Al recordar que

“las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado

entre esas tres dimensiones para garantizar sus sostenibilidad a largo plazo” (OMT, 2010, citado por Castellucci Daniela, 2010: 9),

se puede afirmar que el aporte del turismo y de su tipo comunitario, contribuye notablemente a la consecución de los objetivos del milenio concernientes: a) la reducción de pobreza extrema y hambre y, b) garantizar el sustento del medio ambiente. Entre las varias propuestas que se han elaborado a fin de mitigar las causas del cambio climático, está el turismo, habiéndose llegado a afirmar que “el cambio climático es un desafío que requiere la participación y el apoyo de todos quienes toman decisiones en el ámbito turístico - por lo que solo a través de una efectiva colaboración el sector turístico impulsará una respuesta global al cambio climático” (Organización Mundial de Turismo (UNWTO), 2010: 23), en el ámbito de la relación que se ha planteado entre turismo y cambio climático se destaca la labor realizada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), y se ha previsto algunas líneas de acción entre las que se puede mencionar que,

"La OMT ha estado trabajando durante muchos años para crear conciencia sobre las cuestiones del clima y la posición vanguardista del turismo de la lucha contra el cambio climático. El Proceso de Davos, creado en 2007 por la OMT, el PNUMA, la Organización Meteorológica Mundial y con el apoyo del Foro Económico Mundial, las llamadas por el sector a: a) mitigar gases de efecto invernadero, especialmente los derivados de las actividades de transporte y alojamiento; b) Adaptar el turismo de negocios y sus actividades a las condiciones climáticas cambiantes; c) Aplicar las tecnologías nuevas y existentes para mejorar la eficiencia energética; d) Asegurar los recursos financieros para ayudar a la región y a los países necesitados ". (UNWTO), 2010: 23)

A partir del breve esbozo de las relaciones denotadas entre a) turismo - objetivos del milenio y b) turismo – cambio climático, se puede apreciar la existencia de posibilidades u oportunidades para el desarrollo de turismo comunitario.

Las diversas características que denotan el hábitat urbano y que constituyen diferencias considerables respecto del rural, provocan en los individuos provenientes de estos dos entornos, una construcción de necesidades, deseos, carencias, aspiraciones, e imaginarios disímiles. La realidad material a la que se enfrenta cada uno de grupos señalados y la capacidad adquisitiva que ostenten devendrá en la generación de oportunidades para aquellos que puedan dar respuesta oportuna a esas demandas.

La oferta de turismo comunitario, en virtud de sus características, intentará entregar a sus visitantes un producto o un conjunto de servicios capaces de satisfacer la necesidad de un acercamiento a la naturaleza, cultura y modo de vida comunitario, por parte de los turistas, pues

“En demasiadas ocasiones la población urbana vive de espaldas a la cultura rural. El turismo pone en valor aspectos de la vida cotidiana de las comunidades que suponen un motivo de reconocimiento y autoestima. Por otra parte, el contacto con población de otros lugares y países ha sido una oportunidad especial para la gente del campo para enriquecerse culturalmente.” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>).

De esta forma se constituyen ciertas posibilidades para el crecimiento y fortalecimiento del turismo comunitario, configurándose así como una opción atractiva para la obtención de ingresos, lo cual aporta al sustento del modo de vida, cultura y medio ambiente comunitario, así también durante este proceso de contacto entre grupos humanos envueltos en distintos esquemas culturales se observará un escenario de aprendizaje mutuo. Otro elemento a ser considerado como una oportunidad, viene dado por la posibilidad de que las actividades de turismo comunitario reciban algún tipo de apoyo por parte de algún ente internacional, circunstancia que vendría a ser viable si se considera que “las formas de turismo más vinculadas al voluntariado y a la solidaridad internacional han sido especialmente propensas a la generación de este tipo de procesos” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>).

Brevemente se ha hecho mención a ciertas posibilidades, entendidas como oportunidades alrededor del turismo comunitario. Ahora se procederá a exponer sucintamente algunas amenazas que podrían erigirse como limitaciones para el desarrollo del turismo comunitario.

En las actividades en las cuales se persigue algún beneficio económico, sus organizadores deberían elaborar un cálculo de punto de equilibrio, es decir determinar el número de unidades de bienes o servicios necesario de ser vendidos, a fin de obtener una igualdad entre ingresos y gastos. Sin duda el resultado de este cálculo será una medida que ayudará a los administradores a delinear objetivos, metas y estrategias que impulsen el logro de la viabilidad económica de la organización a su cargo. La importancia de la viabilidad económica es considerada como un criterio importante al

momento de planear, ejecutar y sostener iniciativas de turismo comunitario, de tal forma que “lograr la viabilidad económica es el gran reto que afronta el TC en estos momentos” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>), situación que de no lograrse podría convertirse en una limitante para su correcto desarrollo, misma que entre otros motivos estaría dada por la imposibilidad de ajustar la oferta de servicios turísticos a una demanda cada vez más exigente y cambiante en lo que a gustos y preferencias se refiere, siendo estos dos últimos elementos variables exógenas, de las cuales se pueden desprender oportunidades o amenazas. Aprovechar oportunidades o sufrir amenazas en el ámbito antes descrito, podría estar dado por la capacidad de la comunidad de adoptar criterios como el siguiente:

“La clave para que el TC pueda llegar a ser un factor de desarrollo rural es que las iniciativas comunitarias puedan poner en marcha una oferta de calidad, diferenciada, y una capacidad de gestión y comercialización que les permita funcionar más allá del apoyo de la cooperación internacional. Para ello hay múltiples factores en los que incidir: disponer de infraestructuras y vías de acceso adecuadas, generar una oferta de actividades y servicios de calidad, posicionarse de forma diferenciada, optimizar las capacidades de administración, acceder a sistemas de financiación, mejorar las capacidades de promoción y comercialización, etc.” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>).

Se evidencia claramente la importancia de una adecuada articulación entre el turismo comunitario y la lógica empresarial, en lo que se refiere a criterios de oferta, demanda, financiamiento, comunicación, y apoyo estatal requerido, etc. Sin embargo debe quedar claro que la lógica de acumulación y concentración de ganancias y factores de producción en pocas manos, características de la mayoría de empresas insertas en las lógicas del capitalismo, no deben extenderse a las iniciativas de corte comunitario.

En alguna medida es posible observar la recreación de la teoría de la dependencia¹⁵ en el ámbito turístico, situación que ha procurado ser atenuada, en este contexto y en referencia al turismo se ha afirmado que “a pesar de su excesiva dependencia del mercado internacional, el grueso de la oferta y precios establecidos facilitan el acceso de

¹⁵ André Gunder Frank (1967; 1976) sostuvo que las relaciones de dependencia en el mercado global se reflejaban en las relaciones de dependencia estructural dentro de los Estados y entre las comunidades, citado por Spicker Paul y otros “Pobreza: un glosario internacional” Pág. (280). <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/clacso/crop/glosario/t.pdf> visitado el 26 de julio de 2011.

la mayoría de la población, especialmente de los sectores populares de los países en los que se desarrolla”. (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>).

Cuando los demandantes de un producto o servicio turístico se hallan concentrados bajo la categoría de turismo receptor, se advierte que la oferta turística correspondiente, estaría matizada por una dependencia a los cambios que se produzca en ciertos factores internacionales. En este contexto es pertinente señalar que “el modelo turístico dominante, sostenido por los costes relativamente baratos de los billetes de avión, está entrando en graves aprietos por la tendencia a un progresivo encarecimiento de los precios del petróleo y la reducción de la diversidad de destinos comerciales” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>), constituyen elementos que podrían provocar el surgimiento de amenazas sobre la actividad turística. Sin pretender desconocer el indudable aporte que el turismo receptor ha dado al desarrollo turístico y a sus distintas modalidades en los países subdesarrollados, y a fin de contrarrestar posibles amenazas que podrían surgir, principalmente en lo que al turismo comunitario se refiere, es importante mencionar el aporte de Ernest Caña, quien ha afirmado que “la viabilidad económica del TC depende más del fortalecimiento de mercados turísticos locales, con circuitos de corta distancia, de base nacional y regional, y evitar la dependencia del mercado internacional” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>), afirmación que es validada.

Las iniciativas de turismo comunitario pueden beneficiarse tanto del gasto proveniente del turismo receptor como del interno¹⁶. Este escenario alentador no debe adormecer la capacidad para identificar inconvenientes, es así que no se puede olvidar que,

“un aumento de ingresos que no vaya acompañado de una mengua de la desigualdad difícilmente puede lograr cambios reales en las dinámicas de empobrecimiento. Y además transfiere legitimidad a aquellos que están destruyendo las posibilidades de vida del sector campesino e indígena y ayuda a desactivar la resistencia de las comunidades a la usurpación de sus recursos y territorios” (Cañada et al., <http://servindi.org/actualidad/24050>).

Así también Cañada describe brevemente la característica oportunista y la tendencia a generar conflictos por parte del capital corporativo en el ámbito turístico, para lo cual destaca la realización de acciones alienadas a la transformación elitista, explotación y

¹⁶ Un turista se lo considera parte del turismo interno cuando es un “visitante que reside en un país y que viaja a un lugar dentro del país, distinto al de su entorno habitual, que efectúa una estancia de, por lo menos, una noche pero no superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el país visitado” (Mochón, 2008: 7).

abandono de territorios. Entonces el mencionado autor propone a la economía popular y solidaria, y al turismo comunitario como formas de articular acciones hacia la satisfacción de necesidades de las poblaciones, sin tener que recurrir a la destrucción de las formas de organización comunitaria ni a la subordinación total de las comunidades a la lógica del capitalismo. Es así que el desarrollo del turismo comunitario podría constituirse en un medio para reducir la amenaza citada entorno al capital cooperativo, y a la vez que se presenta como una oportunidad al facilitar a las comunidades el acceso a beneficios económicos.

2.3.2 Ubicación de la actividad de turismo comunitario en la economía popular y solidaria.

En procura de incrementar la posibilidad de satisfacer necesidades materiales, la economía ha desarrollado varias corrientes de pensamiento teórico, mismas que se han sustentado en evidencia empírica y profunda reflexión teórica. En el ámbito social las leyes que lo rigen no permanecen inmutables, característica que lo diferencia de aquellas contenidas en el campo de las ciencias exactas, es así que no se ha hecho esperar el surgimiento de una diversidad de explicaciones acerca de la realidad económica y de las formas más adecuadas para la satisfacción de las necesidades sociales. En este contexto cabe recordar que “la crisis del modelo de desarrollo ha dado una nueva vigencia a organizaciones que no pertenecen ni al sector privado tradicional ni al sector público. Estas organizaciones reciben diferentes apelaciones, tercer sector, economía solidaria, economía social, economía popular, organizaciones de desarrollo social, etc.” (Bastidas et al., 2001).

La exclusión económica que numerosos grupos sociales han padecido como consecuencia de la aplicación de modelos de desarrollo económico - centrados en la acumulación de capital o en la tendencia a la concentración o centralización del poder de decisión -, ha impulsado a que dichos sectores menos aventajados busquen otras formas de organizarse en busca de la satisfacción de sus necesidades. Así surge la economía popular, la cual es considerada como el “conjunto de actividades de producción, distribución o consumo que realizan estas personas y organizaciones sea para auto-generar ingresos, empleo o bien para reducir los costos de vida accediendo a

bienes básicos (alimentos, medicinas, vivienda, servicios básicos, etc.)” (Ortiz, s/f: 01) y acorde a la citada fuente la articulación entre economía popular y la economía solidaria, estaría dada en la medida que se realicen acciones de apoyo y respaldo recíproco entre los actores involucrados, llegando a aseverar que en el ámbito de la economía popular y solidaria la estrategia pertinente consistiría en “maximizar el factor solidario para lograr la satisfacción de las necesidades básicas y generar acumulativamente procesos de desarrollo” (Ortiz, s/f: 01).

Otro aporte que refuerza el nexo entre la economía popular y la denominada solidaria, y que permitirá abstraer de mejor forma la esencia de cada una de ellas y entenderlas a la luz de su articulación, está dado en virtud de que:

“la economía popular es constituida por un conjunto de comportamientos heterogéneos: algunos están más cercanos a una lógica mercantil, mientras otros son portadores de “valores comunitarios y solidarios y de capacidades organizativas y de gestión tales, que constituyen un potencial indiscutible, hasta hoy desaprovechado” por un modelo de desarrollo que sólo tomaba en cuenta la empresa capitalista (Barrantes, 1992:99)” (Bastidas et al., 2001).

Y en referencia a la economía solidaria el autor Jean Louis Laville “manifiesta que dos características fundamentales de las organizaciones de la economía solidaria son, la hibridación de los recursos¹⁷, y la construcción conjunta de la oferta y la demanda¹⁸” (Bastidas et al., 2001).

En Ecuador mediante Registro Oficial N 444 del martes 10 de mayo de 2011 se publicó la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, cuerpo legal que fortalece la intención de contribuir al desarrollo de la Economía Popular y Solidaria, previamente expuesta en la Constitución de Ecuador de 2008. En concordancia con lo descrito en los párrafos anteriores, en lo que a la conceptualización de la Economía Popular y Solidaria, la mencionada Ley Orgánica conceptualiza a la Economía Popular y Solidaria como

¹⁷ “La “hibridación de los recursos” consiste en la combinación de recursos provenientes de diferentes fuentes: donaciones y voluntariado (principio de reciprocidad), financiamiento público (principio de redistribución) y venta de bienes y servicios (principio de mercado)” (Bastidas et al., 2001)

¹⁸ “Construcción conjunta de la oferta y la demanda”. Los miembros y usuarios participan en la definición de los servicios en función de las necesidades de los usuarios”. (Bastidas et al., 2001).

“la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital” (Registro Oficial N° 444, 2011: 02).

En la actualidad se ha desplegado un importante esfuerzo hacia el desarrollo de la Economía Popular y Solidaria, tanto desde el campo teórico como desde los estamentos del estado. El 29 de julio de 2011, se llevó a cabo en la Universidad Andina Simón Bolívar de Quito, el “Encuentro Internacional sobre el Emprendimiento Dirigido a Grupos de Atención Prioritaria y Sujetos de la Economía Popular y Solidaria”, oportunidad en la cual fue presentada la ponencia “Retos de la Academia para fortalecer la Economía Popular y Solidaria” por parte del Economista Wilson Araque J. Director del Área de Gestión y Coordinador del Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, así también cabe destacar que en dicho acto tuvo lugar la participación de representantes del Ministerio de Coordinador de Desarrollo Social, así como el Ministerio de Industrias y Productividad. Con anterioridad a la elaboración del referido encuentro, el día 20 de Julio de 2011, en las instalaciones de la Universidad Politécnica Salesiana tuvo lugar un acto de temática semejante, en el cual entre otras entidades participantes, estuvo el Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES.

En lo referente al Sumak Kawsay, modelo de desarrollo innovador en Ecuador y Cotacachi, entre veintidós aspectos destacados se tuvo al planteamiento de “insistir en el cumplimiento de la aprobación de la propuesta de Ordenanza de Turismo Sostenible elaborada por lo actores privados y comunitarios de turismo del Cantón con el respaldo del Consejo de Turismo de la Asamblea Cantonal, misma que fue entregada al Consejo Municipal de Santa Ana de Cotacachi el 25 de enero de 2010” (Cevallos et al., 2011: 10).

Así también es pertinente indicar que durante la realización de la Asamblea Cantonal Extraordinaria de Cotacachi, llevada a cabo el 11 y 12 de diciembre de 2011, se citó entre otros temas al “fortalecimiento del entramado del turismo y al impulso del

desarrollo comunitario como elementos inmersos al interior del eje de fortalecimiento y dinamización de los entramados socioeconómicos de la economía popular y solidaria” (Escobar, 2010:30).

Al momento en que se articulan acciones tendientes a prestar servicios de índole turístico, bajo esquemas de corte comunitario, se puede advertir la puesta en escena de la lógica de la economía popular y solidaria, en virtud de las características del turismo comunitario se hallan comprendidas con aquellas propias de la economía popular y solidaria. En este sentido se puede señalar la existencia de un esfuerzo mancomunado de los comuneros en procura de alcanzar beneficios económicos por medio de la prestación de servicios turísticos.

2.3.3 Aportes del turismo comunitario al desarrollo de las comunidades.

En parte, lo que se desarrollará a continuación, estará constituido por los supuestos positivos que en el marco del desarrollo habrían de presentarse al momento de llevarse a cabo el turismo comunitario en una localidad.

Entre los documentos de mayor realce y que han constituido importantes insumos para la elaboración de información relevante, así como directrices para desarrollar al turismo comunitario, se puede mencionar a la Declaración de Otavalo sobre Turismo Comunitario, Sostenible, Competitivo y con Identidad Cultural (Septiembre de 2001), y a la Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario (Octubre de 2003). Ambos fueron “documentos fundacionales de REDTURS¹⁹, pues constituyeron el resultado de procesos de consulta directa a comunidades y a sus organizaciones” (Cfr. Maldonado, OIT, 2006; 58), donde a REDTURS se la entiende como

“una red de comunidades, instituciones de apoyo y recursos humanos que compartimos una visión del desarrollo sostenible del turismo. Buscamos compatibilizar los objetivos de eficiencia económica con los principios de equidad

¹⁹ Red de Turismo Comunitario de América Latina: “Es una red latinoamericana de propuestas de turismo comunitario auspiciada por la OIT. Nació como una iniciativa regional Andina, especializada en la promoción de destinos y servicios turísticos gestionados por comunidades indígenas y rurales. Su principal objetivo es brindar servicios de desarrollo empresarial a micro y pequeñas empresas (MYPES), familiares o comunitarias, facilitando su acceso a nuevos mercados en condiciones competitivas. Este portal pone a disposición del viajero responsable información actualizada sobre dichos destinos turísticos y asiste a las MYPES en la promoción, marketing y comercialización de sus servicios” (Página web: Acción por un Turismo Responsable).

social, identidad cultural y preservación de los recursos naturales. Nuestra misión es apoyar a los procesos de formación y fortalecimiento de las redes de turismo comunitario de América Latina, con el fin de diversificar sus fuentes de empleo e ingreso, valorar su cultura y afianzar la cohesión social” (Redturs, Maldonado, 2007:10)

La Red de Turismo Comunitario de América Latina REDTURS, se “extiende hacia 15 países de América Latina, de los cuales ocho se ubican en América del Sur (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) y siete en América Central (Costa Rica, Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua y Panamá)” (Cfr. Página Web REDTURS). Parecería que REDTURS intenta promover la generación de beneficios, a partir de lo que en otro hora fue objeto de estigmatización y exclusión, es decir de las comunidades campesinas.

En cada uno de los países citados, existe un diferente número de iniciativas comunitarias de índole turístico, llegando a totalizarse un número de 316 destinos. Para el Ecuador se registró cincuenta y dos destinos, alcanzando así el primer lugar en lo que a estas iniciativas comunitarias se refiere, donde su participación relativa representó el 16,45%; Brasil registró 37 (11,71%) destinos; México, Nicaragua, Perú con 36 (11,39%) destinos para cada uno. Ver Anexo 2 (Número de destinos comunitarios registrados en REDTURS).

Es posible evidenciar que en el camino hacia el desarrollo las comunidades deberán sortear barreras, en este sentido es pertinente señalar que el “reto para las comunidades rurales de América Latina consiste en dotarse de estructuras y medios de presión política que les permitan incidir con mayor decisión en sus condiciones de vida y de bienestar, fomentando relaciones económicas e institucionales de un nuevo orden” (Redturs, Maldonado, 2007:9).

Desde la lógica de la organización y de la acción conjunta, las comunidades procuran obtener beneficios para sus poblaciones y territorios a partir del turismo. REDTURS constituye sin duda un medio y un resultado de la voluntad comunitaria para coordinar su accionar y practicar su solidaridad, en virtud de que facilita el fortalecimiento de la comunicación y la retroalimentación entre las comunidades protagonistas en los 316

destinos ubicados en América Latina. De este modo la lógica de la competencia voraz quedaría relegada y subsumida a una parcial lógica de cooperación entre los oferentes de servicios turísticos, en este sentido se requiere recordar que

“los proyectos de turismo comunitario deben ser concebidos para el beneficio de todos y no generar competencias entre los miembros de la comunidad. Debe asegurarse una remuneración justa, así como la compatibilidad de las actividades turísticas con las tareas diarias de la comunidad. No debería olvidarse que, sin la comunidad, ningún proyecto podrá tener éxito” (Ruiz Esteban y Solís Doris, 2007; 5).

Existe un importante crecimiento de las iniciativas y por ende de las redes internacionales de turismo comunitario. En los países subdesarrollados es posible apreciar un mayor énfasis por la organización y gestión de esta modalidad de turismo, en comparación de los países desarrollados. El turismo comunitario ha llegado a ser una “marca internacional” y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística de los países del “sur”.....en Asia, en África y especialmente en América Latina....., sin embargo se está experimentando un desarrollo creciente del turismo comunitario en Canadá, Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda.” (Ruiz Esteban y Solís Doris, 2007; 13.)

El nivel de incidencia del turismo comunitario sobre el desarrollo de una comunidad se muestra con un alto y positivo potencial, en virtud de considerárselo como “una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades” (Ruiz Esteban y Solís Doris, 2007; 5.).

Se puede confirmar que varios de los supuestos beneficios anteriormente enunciados, encuentran asidero en las experiencias de turismo comunitario latinoamericanas, al considerar que:

“Con sustento en los estudios de casos efectuados por la OIT y otras instituciones en países de América Latina, se puede afirmar que los proyectos de apoyo al desarrollo de actividades turísticas evidencian efectos de una importancia capital en el desarrollo de las comunidades indígenas. Los cambios que se han operado son tan relevantes que ninguna comunidad habiendo incursionado en el turismo podrá

escapar a la huella de los efectos benéficos o nocivos del turismo en el mediano y el largo plazo. La metodología aplicada permite evaluar el carácter sostenible de las experiencias turísticas comunitarias, a la luz del análisis de sus dimensiones constitutivas, a saber, la económica, la social, la cultural y la ambiental. (Maldonado, OIT, 2006; 22 y 23).

Durante la Declaración de San José, Costa Rica de octubre 2003, los representantes de los países latinoamericanos asistentes, acordaron entre otros aspectos

“asignar al turismo algunos objetivos funcionales.....: a) complementar adecuadamente la economía comunitaria y familiar reduciendo la vulnerabilidad de las actividades tradicionales; b) potenciar el desarrollo de la agricultura, la pesca, la artesanía, la pequeña agroindustria casera, el transporte y otros servicios; c) contribuir al desarrollo económico local creando oportunidades de inversiones, empleo e ingresos; d) revitalizar las expresiones auténticas de las culturas locales valorando usos y costumbres tradicionales y fomentando encuentros interculturales; e) contribuir al entendimiento entre los pueblos y a la edificación de una cultura universal de paz. (Maldonado, OIT, 2006; 62).

Adicionalmente a lo expuesto se procederá a citar con mayor especificidad algunos aportes al desarrollo a partir del turismo comunitario. En este ámbito se puede mencionar a Guatemala como uno de los varios países donde se ha constatado las bondades del turismo comunitario, lugar en el cual se cataloga a esta forma de gestión del turismo como

“una actividad que produce generación de empleo, aumenta los ingresos para quienes participan de la misma y contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas, familias y comunidades, traducándose en óptimas condiciones de salud, aumento de cobertura y permanencia educativa, además de desarrollar capacidades empresariales locales, buscando una equidad tanto étnica como de género, además de revalorizar el entorno natural y cultural de las comunidades de destino, así como buscan su auto sostenibilidad y desarrolla el espíritu de asociatividad” (Silva, 2010; 14 y 15).

En el mencionado país centroamericano ha sido positiva e indiscutible la contribución de la acción colectiva hacia la construcción de la oferta turística comunitaria. El rol de sus actores no se limita a la ejecución de tareas, sino que se extiende hacia la planeación, es así que “la participación de las y los representantes de distintos sectores ha sido determinante para la construcción de la estrategia, la identificación de los

objetivos específicos y de las líneas de acción, así como en la apropiación de la misma, constituyendo su *hoja de ruta* en aras de la consolidación del turismo comunitario a nivel nacional en internacional” (Silva, 2010; 07).

De la obra “Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad”, se puede abstraer varios aportes al desarrollo comunitario, como resultado de la gestión del turismo de modalidad comunitaria. En este sentido se puede destacar que el

“turismo comunitario en Ecuador ha facilitado: 1) La promoción socioeconómica de comunidades; 2) El encuentro cultural a través del turismo; 3) El desarrollo de actividades económicas sustentables desde el punto de vista ambiental; 4) La apertura de posibilidades de autogestión y desarrollo endógeno de las comunidades (indígenas o mestizas)”. (Ruiz Esteban y Solís Doris, 2007; 6).

2.3.4 Características de las comunidades que han tenido éxito con la práctica de turismo comunitario.

A continuación se expondrán algunas características relevantes de comunidades insertas en la lógica del Turismo Comunitario. Como antesala es pertinente recordar que durante la Declaración de San José, Costa Rica de octubre de 2003, los representantes de los países participantes señalaron que

“se puede postular que los instrumentos de regulación concebidos por las comunidades concernidas producirán ventajas, siempre y cuando existan las condiciones objetivas para su aplicación. Una de esas condiciones esenciales es que las comunidades sean reconocidas por los diferentes actores institucionales y comerciales como un interlocutor válido y un actor primordial en el desarrollo del turismo sostenible” (Maldonado, OIT, 2006; 58).

Al ser Ecuador el país de Latinoamérica que mayor intensidad ha mostrado en lo que respecta a iniciativas de turismo comunitario, las experiencias que allí se han efectuado facilitan sin duda la identificación de características relevantes, ostentadas por comunidades de exitosa inserción en la gestión comunitaria del turismo. En este sentido se apelará al aporte de varios investigadores.

En la provincia de Napo en el Oriente Ecuatoriano existe una comunidad vinculada a RINCANCIE, denominada Machacuyacu. Localidad que vio origen a su

“vida jurídica en la década de los 70’s y que fue consolidándose a partir de los aportes de personas propias del lugar así como de gente que migró de otros poblados, en un contexto de rotura del esquema de hacienda, sin olvidar la participación de una ONG y cierta contribución estatal” (Cfr. Coca, s/f: 84, 85, 86 - 2).

La construcción de lo colectivo, desde el respeto al criterio y aporte individual, se refleja en el proceder de los habitantes de Machacuyacu, es así que “la asamblea se convierte en el espacio y órgano de decisión colectiva por excelencia donde de manera indistinta pueden participar todos y cada uno de los miembros de la comunidad” (Coca, s/f: 92 - 2). La capacidad para acordar, distribuir y cumplir tareas de forma idónea ha permitido que esta comunidad lleve a cabo importantes obras de infraestructura para su provecho, en este ambiente de cooperación las actividades alrededor del turismo no son la excepción, es así que

“los trabajos comunitarios han arreglado las cabañas destinadas a los turistas, han permitido el acceso a los distintos itinerarios turísticos, han limpiado los atractivos turísticos..., habiendo sido los aspectos referentes al turismo comunitario, aquellos a los que mayor tiempo se destinó durante las asambleas..., todos participan en los asuntos relacionados con el turismo, al ser el hecho turístico “propiedad colectiva” de la comunidad” (Cfr. Coca, s/f: 97 y 98 - 2).

Otro elemento digno de tenerse en cuenta y que debió ser sorteado por esta comunidad, estuvo dado por la diversidad de amenazas emanadas de actividades extractivas. Una vez más la necesidad de supervivencia del hombre, quien expuesto a una situación que podría calificarse como desesperada y en procura de salvaguardar su vida y la de su entorno, termina viéndose impulsado y presionado a optar por otro modo de vida, en este caso el dedicar sus esfuerzos al desarrollo del turismo comunitario. Al estado de carencia descrito, se sumaron los aportes de entidades internacionales y el inicio de una ruptura de las relaciones de poder y clase, de tal modo que “la actividad turística en Machacuyacu surge a principios de los años noventa como una alternativa económica en un contexto dominado por la presión existente por parte de las empresas extractivas, el aumento de la presencia de organizaciones internacionales dispuestas a financiar experiencias de desarrollo y el auge del movimiento indigenista en el Ecuador” (Coca, s/f: 98 - 2). Si se entiende a la coyuntura como el momento preciso, en el cual un progresivo devenir de acontecimientos, facilitan que se lleve a cabo un suceso, entonces podría decirse que la coyuntura de aquel momento favoreció al turismo comunitario. Es

decir, se logró una sinergia de fuerzas a favor del turismo comunitario, tanto provenientes del entorno, como de los propios miembros de la comunidad. En lo que atañe a la provisión de recursos para la preparación de una infraestructura idónea para Machacuyacu, la ayuda internacional desempeñó un papel decidor, en este ámbito se manifiesta que “la colaboración de *Ayuda en Acción* es fundamental, comenzando a trabajar en 1993 con la RICANCIE” (Coca, s/f: 100 - 2).

En la Sierra, específicamente en el Austro ecuatoriano, se ubican dos comunidades Caguanapambapamba y Sisid, cerca a uno de los atractivos turísticos de mayor relevancia del Ecuador, esto el complejo arqueológico Ingapirca. Tanto su ubicación, así como los elementos culturales propios de estas comunidades, serían condiciones que les facilitaría llevar a cabo iniciativas turística exitosas. No obstante, “la población local y las comunidades rurales no han podido integrarse a la oferta de servicios turísticos satisfactorios quedando relegada de los beneficios económicos que genera la visita de turistas nacionales e internacionales al sitio”. (Cantero y Fernández, s/f: 126 - 2). Entre los elementos que limitaron las posibilidades de éxito de estas comunidades, destaca la falta de un sentido de pertenencia de los habitantes de Caguanapambapamba y Sisid a la gestión turística alrededor del complejo arqueológico Ingapirca, a lo cual se adiciona que “las zonas rurales de interés poseen limitaciones en lo que respecta a la infraestructura turística, formas de comunicación, viéndose los oferentes turísticos imposibilitados al acceso de créditos que permitan solucionar las dificultades. A lo que se añade, que los turistas arriban a Ingapirca por medio de operadores turísticos, los cuales en su mayoría no trabajan con las lógicas de turismo comunitario” (Cantero y Fernández, s/f: 127 - 2). Más allá de las dificultades, los potenciales beneficios de impulsar una mayor apropiación de la gestión turística comunitaria por parte de los habitantes de Caguanapambapamba y Sisid, inspiraron a que se lleve a cabo un proyecto de intervención capaz de corregir inconvenientes. Es así que en una “primera fase el proyecto siguió un camino calificado como autista y carente de una propuesta participativa, para luego modificar su actuar e ideología, habiéndose incorporado entidades que aportaron en este sentido, tales como : CEDIR, FEPTCE, AECI, IIPC.” (Cantero y Fernández, s/f: 149 - 2). La capacidad de los hacenderos del proyecto para abordar el reto de incidir sobre la actitud de los habitantes comunitarios,

mediante un tratamiento más integral de la problemática que los aquejaba, provee expectativas positivas respecto a los consiguientes efectos hacia el mediano y largo plazo. A partir de las carencias que afectaron a Caguanapambapamba y Sisid, se puede entender que la participación comprometida de los miembros comunitarios, viene a constituir una característica necesaria, para las comunidades que aspiran obtener éxito, ofertando turismo comunitario, pues para las comunidades citadas ha constituido una barrera en su camino al éxito.

En la provincia de Imbabura, también conocida como provincia de Los Lagos, allí habita un gran número de comunidades indígenas. Una de estas es Tumibamba

“comunidad de unas 600 personas repartidas en 120 jefes de familias. Está ubicada a dos kilómetros del norte de la ciudad de Cotacachi, y pertenece a la parroquia El Sagrario. Limita al norte con la Quebrada de Alambuela, y la comunidad de este mismo nombre, y en la zona más alta colinda con la comuna de El Cercado. Por el sur con la Quebrada de Pucumo que se separa de la Hacienda Ocampo en la parte alta con la comuna de San Pedro; por el este con el camino público que lleva a la parroquia de Imantag, y por el oeste con el páramo del cerro Cotacachi.” (Hernández, s/f: 156 - 2).

En esta comunidad la oferta de turismo comunitario está dada por las familias que cuentan con albergues aptos para la recepción de turistas. “Allí otorgan a los ávidos de nuevas vivencias, la posibilidad de convivir, aprender y compartir el día a día de una familia comunitaria” (Cfr. Hernández, s/f: 180 - 2). La llegada de los turistas, en su mayoría, “es posibilitada gracias a la ardua labor de Runa Tupari²⁰” (Cfr. Hernández, s/f: 182 - 2). A partir de la obra de la fuente citada, se puede entender que entre las características que contribuyen de forma positiva hacia al mantenimiento y crecimiento de la oferta turística en Tumibamba, se encuentra su vínculo con Runa Tupari, sin olvidar la importancia del trabajo comunitario en pro del turismo, así como el énfasis en hacer partícipes a los turistas de la convivencia comunitaria.

La comunidad de Huertas ubicada en la parroquia de Shaglli, provincia del Azuay, formada por aproximadamente “unas 50 familias, que viven a partes iguales en el poblado y desparramadas en casas por las laderas”. (Del Campo, s/f: 189 - 2). Con su principal atractivo, denominado “El Laberinto de las Leyendas” y la capacidad de

²⁰ Empresa que se contacta a las redes de comercialización turística nacional e internacional, entre las que se cuenta Agencias: mayoristas, minoristas; operadoras.

transmitir emociones de sus guías, ha buscado en el turismo comunitario una forma de mejorar sus ingresos. Entre las características que han mostrado ser un impulso al desarrollo del turismo comunitario en Huertas, acorde la citada fuente, se puede señalar que poseen una forma de liderazgo que procura reconocer el nivel de generosidad, desprendimiento y talento de sus miembros, donde “la clave de funcionamiento de su comité radica en el diálogo y el consenso” (Del Campo, s/f: 228 - 2), sin olvidar que “en el habitatus huerteño la autoridad de unos y otros no es concedida en detrimento del “todos decidimos por igual”, sino que participación y consenso constituyen la lógica que ha de guiar en todo momento el ejercicio del liderazgo”(Del Campo, s/f: 228 - 2). Esta forma de liderazgo capaz de consolidar y alinear la acción de los pobladores de Huertas en torno a los objetivos que trazados, muestra su valía al momento sobreponerse a limitaciones, como el que “no eran ni indígenas, ni estaban organizados en estructuras de propiedad comunal, los dos rasgos a los que se suele vincular ese supuesto “espíritu comunitario” ” (Del Campo, s/f: 186 - 2).

En la costa ecuatoriana, la comunidad de Agua Blanca ofrece a los turistas la posibilidad de disfrutar del turismo comunitario. Esta comunidad ubicada en el cantón Puerto López de la provincia de Manabí, procura atraer a los turistas, mediante una oferta que “conjuga patrimonio natural y cultural sobre un mismo territorio. Consiste, principalmente, en un recorrido guiado llamado “Conociendo el camino manteño” (entre una y tres horas de duración)”. (Ballesteros, s/f: 243 - 2). En esta comunidad el turismo comunitario no puede ser catalogado como actividad más, pues “es la principal fuente de ingresos monetarios de la comuna (24,5% de los ingresos monetarios totales), seguida de la recolección de la tagua (20% del total)” (Ballesteros, s/f: 243 - 2), donde “el 70% de las familias de Agua Blanca participan, en diferente grado, de la actividad turística” (Ballesteros, s/f: 244 - 2). Las ruinas arqueológicas dejadas por la cultura manteña constituyen el principal atractivo turístico, alrededor de éste se han generado una diversidad de dinámicas de índole empresarial, organizativas, entre otras. En este contexto, se debe destacar que los efectos en Agua Blanca, dan cuenta de una realidad que evolucionó positivamente, pues al inicio “guiaban a algún visitante ocasional por la voluntad, a la actualidad, en la que disponen de un producto claramente delimitado con miles de visitas anuales y que implica una organización comunitaria que incluye a una

treintena de guías” (Ballesteros, s/f: 249 - 2), realidad que ha sido consecuencia de una acción conjunta y sinérgica de “elementos y circunstancias como los liderazgos, la forma de inserción en el mercado del producto turístico, la intervención externa en la comunidad, o la propia forma de organización comunitaria, dan cuenta de cómo Agua Blanca ha llegado a tener la configuración que hoy presenta”. (Ballesteros, s/f: 244 - 2).

2.3.5 Manejo de las variables de la mercadotecnia en el turismo comunitario (precio, plaza, producto, promoción)

Entre las variables de mayor importancia que se manejan en la mercadotecnia, se tiene a lo que se denomina las 4 p’s del marketing mix, las cuales hacen referencia al conjunto de decisiones alrededor de la determinación del precio, producto, plaza y promoción, por parte de una persona o entidad que procura obtener una acogida exitosa para su producto o servicio. Según el gurú del marketing, Philip Kotler “El marketing mix es el conjunto de instrumentos de marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo... está compuesto por aquello que la empresa pueda hacer para influir sobre la demanda del producto... las posibilidades se pueden agrupar en cuatro grupos de variables, conocidas como “las cuatro Ps” producto, precio, distribución o lugar (place) y promoción” (Kotler y Armstrong, 2008; 60).

La mercadotecnia, contempla entre sus finalidades, procurar la satisfacción de las necesidades de una determinada audiencia, para lo cual provee de una serie de criterios o variables de decisión, entre lo que se destaca “las cuatro ps” del marketing mix.

La elaboración de una oferta de turismo comunitario, capaz de responder adecuadamente a las necesidades de un determinado grupo de personas, debe contemplar una óptima combinación de acciones y decisiones con respecto a las 4p’s del marketing mix. Este tema ha sido considerado por las comunidades que ofertan turismo en América Latina, situación que se pone de manifiesto al recordar que durante la Declaración de Otavalo, “se estableció que entre los medios para alcanzar un turismo comunitario sostenible, competitivo y con identidad cultural, se anotaron los siguientes:

facilitar el acceso de las comunidades a mercados, recursos financieros e infraestructura con fines turísticos” (Maldonado, OIT, 2006; 60), donde el primer y tercer elemento anotados, deberían contar con una adecuada estrategia de Marketing Mix, mientras que el segundo elemento puede constituir un facilitador o una limitante. No debe extrañar la relevante perspectiva de mercado que ahora posee el turismo comunitario, pues “las nuevas tendencias de la demanda turística apuntan hacia un creciente reconocimiento de los atractivos turísticos rurales. Los espacios rurales se han convertido, dentro del cuadro motivacional de la demanda, en espacios atractivos que generan flujos turísticos” (Ivars, 2000; 74). Esta condición exógena favorable, puede ser optimizada mediante una adecuada combinación de las cuatro p’s del marketing, en virtud de ser un medio que facilita ampliamente la incidencia de una entidad sobre cierta audiencia.

A forma de ejemplo, en lo concerniente a la consideración que un país envuelto en el turismo comunitario, otorga al marketing mix (a modo explícito o implícito), se puede mencionar a Guatemala, donde en lo concerniente a la implementación y fortalecimiento del sistema de planificación turística, se ha previsto, entre otras acciones, “investigar productos y mercados, la promoción de imagen en el exterior, el desarrollo de productos, planes, proyectos, implementación de certificaciones de calidad, un sistema de información eficaz, así como una visión del desarrollo turístico en el corto y largo plazo” (Silva, 2010; 29) .

Al producto, puede entenderse como

“algo que se puede ofrecer en un mercado para recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido y que pueda satisfacer una necesidad o deseo. Los productos incluyen más que meramente bienes tangibles; definidos de forma genérica, los productos incluyen físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinaciones de estas entidades”...Los servicios son una forma de producto consistente en actividades, prestaciones o satisfacciones ofrecidas para la venta, que son esencialmente intangibles y que no dan lugar a la propiedad de nada” (Kotler y Amstrong, 2008; 274 y 276).

Entre las líneas de acción, que las comunidades latinoamericanas articuladas al turismo comunitario han previsto, en lo que atañe al producto, propusieron:

- a) Las comunidades han de rescatar y dar a conocer al visitante aquellas expresiones de su cultura que estimen conveniente, evitando desvirtuar su autenticidad por presiones comerciales o imitar

comportamientos extraños que debiliten su identidad; b) La comunidad ha de formar conciencia en el turista acerca del valor de las artesanías y el trabajo que éstas representan; c) Las comunidades darán a conocer su cultura agronómica mediante actividades de agroturismo que afirmen sus tradiciones productivas, alimenticias y culinarias; d) fomenten el uso de técnicas constructivas, materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula que armonicen con el entorno ambiental” (Maldonado, OIT, 2006; 68).

A la Promoción se la entiende como al conjunto de “actividades que comunican las ventajas del producto y que persuaden a los clientes objetivo para que lo compren” (Kotler y Armstrong, 2008; 61). En este ámbito, las comunidades previeron que “la autoridad nacional de turismo y los operadores privados consultarán a las comunidades acerca del uso de la imagen de su cultura en la promoción y mercadeo de los destinos turísticos del país” (Maldonado, OIT, 2006; 68). En Guatemala, se ha previsto una serie de acciones para la promoción de su turismo comunitario, mismas que implican la intervención de tecnología, acción y alianzas de los estamentos público y privado, medios de comunicación y evaluación. En este sentido se pueden destacar las siguientes acciones:

a) Fortalecer el uso de la tecnología tanto para la promoción como para la comercialización turística; b) Organizar viajes de prensa y filmación; c) Revisión, actualización y desarrollo de herramientas promocionales en función de público objetivo; d) Elaboración de indicadores de éxito para medir la efectividad de todo lo anterior; e) realización de alianzas estratégicas con otros sectores como la iniciativa privada, la creación de fondos mixtos, colocación de aquellos productos que sean más atractivos, definidos y diferenciados; f) establecer un programa de información permanente dirigido a las empresas del sector y a los medios de comunicación para que estos puedan convertirse en aliados para dar a conocer las comunidades de destino; g) Elaboración y envío de boletines; h) Realizar campañas publicitarias, cuidadosamente estructuradas de forma continua y sistemáticamente; i) Monitoreo de las campañas para medir su impacto y el nivel de respuesta que generan.” (Cfr. Silva, 2010; 38, 39, 40).

Al monto de mercancía monetaria que entregarían los adquirientes a cambio del servicio turístico, se la denomina precio, al cual se lo entiende como “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicios... es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio”. (Kotler y Armstrong, 2008;

355). Entre los lineamientos previstos por las comunidades latinoamericanas, para la determinación del precio, se puede destacar que:

a) Los precios que se acuerden entre los operadores de turismo y las comunidades han de ser justos, esto es, deben corresponder a los respectivos aportes al valor de los productos turísticos y sus prestaciones; b) Los operadores comerciales y las comunidades propiciarán acuerdos sobre métodos transparentes de fijación de precios. Se evitará toda forma de discriminación y explotación cuyos efectos conducen a un inexorable deterioro de la calidad de los servicios y los recursos turísticos; c) En referencia a las artesanías, el precio debe ser justo, esto es, las partes han de encontrar su interés y satisfacción en la transacción. (Cfr. Maldonado, OIT, 2006; 66 y 68).

Varias debilidades, en la oferta turística guatemalteca, fueron identificadas en la “Estrategia Nacional de Turismo Comunitario 2011 – 2015” de ese país, entre ellas en lo que se refiere al producto, se puede mencionar que “la infraestructura turística con que se cuenta es deficiente, la calidad en el servicio de atención al cliente no es la óptima, se conservan las malas prácticas higiénicas en las comunidades de destino, provocando una mala imagen tanto al turista nacional como al extranjero, además que las rutas no están bien señalizadas” (Silva, 2010; 16). El recogimiento explícito de esta debilidad, muestra el interés de Guatemala por hacerle frente, aspecto que repercutirá positivamente a la mejora de la oferta turística comunitaria del país centroamericano, más aún cuando en la mencionada estrategia, se destaca la importancia de alcanzar una certificación de calidad.

Al esfuerzo por acercar un producto o servicio a los potenciales compradores, se lo conceptualiza como, “la distribución o lugar, el cual incluye las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes disponibles” (Kotler y Armstrong, 2008; 61). En el ámbito turístico, en varias ocasiones, el servicio ha sido comercializado, gracias a la intermediación de una holgada o quizá de una reducida red de intermediarios. Es así que la acción del intermediario, puede en algunos casos, incidir sobre los otros elementos del marketing mix, aspecto que puede evidenciarse al considerar que varias comunidades, vinculadas al turismo comunitario, deberán “concertar con los tour operadores criterios de calidad y satisfacción del turista, sin que ello afecte la integridad de su patrimonio natural y cultural ni su cohesión social” Silva

Menéndez Alejandrina” (Silva, 2010; 29), lo cual implica establecer límites de maniobra entorno a la presentación del producto o servicio. Así también, en el párrafo concerniente a la publicidad, se hizo referencia a que la tour operadora para el mejo de la imagen, se atenderá a lo que determine la comunidad.

2.3.6 Incidencia de atractivos turísticos sobre la actividad de turismo comunitario

El principal incentivo que impulsa a un turista a visitar un lugar, esta dado por la percepción subjetiva que éste sujeto posee, respecto de los atractivos existentes en una localidad. No obstante más allá de la subjetividad propia de cada individuo, debe existir una percepción generalizada de la existencia de atractivos que compensen y superen el esfuerzo desplegado por el turista, lo cual equivaldría a compensar con creces el costo de oportunidad incurrido.

El interés de los turistas, que efectúan turismo comunitario, se encamina a recorrer “atractivos culturales y naturales ubicados en espacios fuera de los perímetros y zonas de influencia inmediata de los centros urbanos” (Prato et al., 2007). Al poseer características materiales disímiles, con relación al sector urbano, lo rural se convierte en poco común y en algunos casos de difícil de acceso para los ciudadanos. Entonces la gente de la ciudad se ve atraída a visitar lo que no le es común, con la finalidad de satisfacer la vivencia de nuevas experiencias, sensación que ha sido el impulso de muchas acciones humanas. El continuo crecimiento de la población en los centros urbanos, debido a los flujos migratorios y al incremento poblacional, ha permitido que cada vez un mayor número de personas (con poder adquisitivo), se encuentre fuera de la lógica comunitaria rural, y en búsqueda de nuevas sensaciones, donde puede acoplarse la oferta de turismo comunitario. Es así, que “las nuevas tendencias de la demanda turística apuntan hacia un creciente reconocimiento de los atractivos turísticos rurales. Los espacios rurales se han convertido, dentro del cuadro motivacional de la demanda, en espacios atractivos que generan flujos turísticos” (Ivars, 2000; 70). Entre las características de los lugares objeto de atracción, se puede mencionar “zonas de excepcional belleza paisajística, dotadas de atractivos culturales y vida silvestre, ya sea en territorios comunales o en áreas públicas aledañas”. (Redturs, Maldonado, 2007:2).

El procurar que una actividad de turismo comunitario se mantenga de forma exitosa durante el mayor tiempo posible, implica prevenir el posible deterioro que podrían sufrir los atractivos, consideración que requiere la alineación de la referida actividad turística, a los criterios previstos en el “turismo sostenible, donde se busca que la calidad de los servicios y atractivos que se ofrecen al turista mantenga un equilibrio con la naturaleza, al tiempo que se respetan los valores, usos y costumbres de la cultura local” (Maldonado, OIT, 2006; 15). Por lo cual “los atractivos del destino turístico, son requisito indispensable para que opere el negocio y, al mismo tiempo, porque constituyen un argumento de venta del producto turístico.” (Maldonado y OIT, 2006; 52).

Para Guatemala el mantener su competitividad turística implica

“el desarrollo de productos turísticos nuevos y es precisamente en las comunidades con su enorme diversidad cultural y ambiental, en donde se encuentran la mayoría de sitios con potencial de desarrollo novedoso. Los sitios más atractivos, aún sin desarrollarse, se encuentran en las comunidades más apartadas y forman parte del patrimonio cultural y natural de ellas mismas” (Silva, 2010; 19).

En Guatemala, se puede evidenciar un cierto nivel de interés de los turistas, en favor del turismo comunitario, al considerar que en ese país se pudo observar que “la satisfacción del cliente, la necesidad de romper con lo rutinario, así como salir de la monotonía relativa del turismo tradicional, han impulsado iniciativas locales de incorporar atractivos naturales y actividades de esparcimiento a través de la actividad productiva local” (López y Sánchez, 2009; 84).

2.4 Institucionalidad involucrada en la dinamización del turismo comunitario

El procurar crecimiento de una actividad económica, social, cultural, de la índole del turismo comunitario, demanda de la participación de una institucionalidad lo suficientemente dotada de capacidades para incidir positivamente en el desarrollo de esta novedosa iniciativa. Es conveniente destacar, lo que en este contexto fue señalado durante la Declaración de Otavalo sobre Turismo Comunitario Sostenible, Competitivo y con Identidad Cultural, y la Declaración de San José sobre Turismo Rural Comunitario, de 14 de septiembre de 2001 y 28 de octubre de 2003 respectivamente,

donde resaltó el papel protagónico que para el desarrollo del turismo comunitario, habrían de desempeñar las entidades de índole estatal, empresa privada, organismos no gubernamentales (ONG) y aquellos organismo inmersos en la cooperación internacional.

Varios son los roles que ha pretendido asignarse a las principales instituciones envueltas alrededor del impulso al turismo comunitario. En este sentido se puede mencionar que se ha identificado la necesidad de colaboración por parte de “los organismos públicos, asociaciones profesionales, ONG y operadores del mercado turístico, conjuntamente con las comunidades fomentarán la adopción y puesta en práctica de principios éticos en los negocios. Dichos actores concertarán mecanismos, instrumentos y acciones para supervisar su aplicación” (Maldonado y OIT, 2006; 65).

De la misma forma, en lo que a un trabajo conjunto e institucional se refiere, las entidades de gobierno, universidades y ONG, deberán:

- a) proveer asistencia técnica a las comunidades para elaborar inventarios patrimoniales, diagnósticos de recursos turísticos, planes de negocios y planes operativos; b) ayudar a las comunidades a fomentar el uso de energías alternativas renovables y no contaminantes, así como la difusión de tecnologías y prácticas que ahorren su consumo; c) apoyar las iniciativas comunitarias encaminadas a incrementar la producción orgánica, la reforestación de tierras erosionadas y la repoblación de sus territorios con fauna silvestre local. (Cfr. Maldonado y OIT, 2006; 65 y 66).

Así también, en una investigación sobre turismo comunitario, llevada a cabo en El Salvador en el año 2008, en la denominada “Ruta de las Flores”, entre otros datos extraídos, se pudo conocer que según “opinión de los encuestados, la Administración Pública, la empresa privada y las ONG, en una proporción del (59,4%), (29,1%) y (11,5%) respectivamente, deberían ser las entidades que se ocupen de dotar a los residentes de la formación necesaria para articular un proceso de desarrollo turístico, en una proporción” (López y Sánchez et al., s/f).

Lo anteriormente expuesto queda reafirmado, al considerar que los

“resultados apreciables alcanzados por programas de turismo se explican gracias a factores tales como: la voluntad política de forjar consensos y concretar resultados con organizaciones comunitarias; un alto grado de complementariedad y flexibilidad de las instituciones públicas; la búsqueda de efectos sinérgicos resultantes de una eficaz coordinación entre actores locales, nacionales y la cooperación internacional” (Redturs, Maldonado, 2007:9).

Más allá de lo expuesto, no puede considerarse que la intervención institucional, traerá per se éxitos al turismo comunitario, circunstancia adversa que se evidenció en el manejo del Complejo Arqueológico Ingapirca y sus dos comunidades aledañas. En este ámbito, se debe tener en cuenta que

“Cañar e Ingapirca han vivido un complejo entramado de intervenciones externas que van desde proyectos del Estado, la fuerte presencia de las iglesias católica y evangélica, la acción de múltiples ONG y agentes de cooperación, e incluso las diversas organizaciones indígenas. Esto ha configurado un escenario conflictivo, por los intereses en juego, en el cual hemos de enmarcar la experiencia concreta del proyecto de turismo comunitario en Caguanapambapamba - Sisid” (Cantero y Fernández, s/f: 149 - 2).

2.4.1 Papel del Estado

La acción del estado, en términos generales, debería responder a las necesidades enmarcadas en los intereses nacionales. Es decir, debería sintonizar sus políticas y acciones hacia lineamientos altruistas, donde se tenga en cuenta la sostenibilidad económica, social, ambiental y no caer en los graves errores de sustentar sus decisiones en presiones corporativistas, o en imposiciones de grupos de poder. En la medida que el turismo comunitario, contribuya a la democratización y acceso a mejores medios de vida, el estado debería identificar la forma idónea de apoyar al crecimiento y fortalecimiento de esta modalidad de turismo.

La iniciativa de turismo comunitario, constituye una forma de contribuir a que una población sumida en la pobreza, y cuasi exclusión, obtenga expectativas positivas de mejora material y de conservar su entorno ambiental, así como su cultura y costumbres. Es evidente la existencia de dificultades para la inserción de toda la población en la economía moderna, lo cual responde en parte a las profundas limitaciones estructurales, mismas que han condicionado el desarrollo de las habilidades inherentes al mercado laboral moderno. Sin negar que para el turismo comunitario se requiere un cierto manejo de las tecnologías de información y comunicación (TICS), así como de una lengua extranjera, se podría afirmar que ésta modalidad de turismo facilita la inserción de la población comunitaria (altamente excluida) en el mercado laboral. Entonces, si el Estado es aquel llamado a velar por el bienestar de los habitantes que regenta, se hace

lógico que apoye en la medida de lo posible, una iniciativa que reduce las dificultades de inserción al mercado laboral de los habitantes comunitarios.

Los lineamientos que mayor aporte al turismo comunitario muestran, en lo que a la acción estatal se refiere, y que fueron resultado de los consensos alcanzados durante las sesiones de trabajo del IV Encuentro Regional de REDTURS, versaron al respecto de temas de índole productivo, educativo, legal, determinación de las necesidades comunitarias, habiéndose acordado que:

“Los gobiernos, entre otras acciones deberán: facilitar el acceso de los pueblos indígenas a la propiedad de la tierra; impulsar actividades productivas, donde se deberá incluir un uso turístico de los recursos; proporcionar lo necesario para mejorar el nivel educativo, incluyendo lo concerniente al turismo e idioma extranjero; en coordinación con los entes comunitarios, deberán contribuir a la generación de un marco jurídico que otorgue regulación y protección a la empresa comunitaria” (Maldonado y OIT, 2006; 65).

De este modo se insta al Estado a entregar facilidades a las poblaciones comunitarias, a fin de que logren el éxito en sus empresas comunitarias, entre las que se tiene en cuenta al turismo.

Así también, se debe destacar que en el IV Encuentro Regional de REDTURS, se indicó sobre la necesidad de que los gobiernos apoyen la comunicación con las comunidades, contribuyan a la promoción de la actividad turística, y protejan los conocimientos colectivos. Es así que se estableció, como tarea para los gobiernos:

“Establecer un mecanismo de comunicación entre el gobierno y las comunidades, a fin de considerar sus necesidades en la respectiva política pública; Ser promotor del turismo comunitario, en los mercados nacional e internacional; facilitarán el acceso a líneas de crédito, asistencia técnica, promoción y nuevos mercados para el turismo comunitario; el ministerio de turismo, en su página Web, dará un espacio para que se promocióne detalladamente la oferta de turismo comunitario. Los gobiernos procurarán evitar una explotación ilícita los conocimientos y prácticas comunitarias” (Maldonado y OIT, 2006; 66).

Lo referente a la riqueza natural, no quedó relegado, más bien fue objeto de atención y de varias demandas por parte de los asistentes al encuentro de REDTURS. Es así que, se instó a que se efectúen acciones tendientes a proteger el medio ambiente, habiéndose manifestado que “en labor conjunta con la comunidad, las autoridades turísticas y ambientales, harán campañas, en procura de acciones responsables de parte de los

viajeros; la autoridad respectiva, junto a las comunidades ejecutará planes para proteger las fuentes de agua dulce.” (Maldonado y OIT, 2006; 67).

Al interior del ámbito natural, también se trató aspectos referentes a la preservación, la tierra, la biodiversidad, los recursos genéticos, habiéndose manifestado que

“Los gobiernos y las comunidades han de preservar la integridad de las tierras y territorios ancestrales, a fin de mantener los ecosistemas y su biodiversidad; reconocer, respetar y difundir las prácticas de preservación y uso sostenible de recursos naturales de los pueblos indígenas; inventariar, con la cooperación de las comunidades indígenas y rurales, los recursos genéticos y similares, para evitar piratería.” Maldonado y OIT, 2006; 68).

Por lo expuesto, se puede advertir claramente, que los representantes comunitarios que asistieron al IV Encuentro Regional de REDETURS, poseen una profunda conciencia acerca de la necesidad de recibir apoyo gubernamental, a fin de lograr un adecuado desarrollo del turismo comunitario. Los participantes del mencionado encuentro identificaron los ámbitos donde requieren el aporte gubernamental, lo cual significa un esfuerzo significativo, el cual podría canalizarse hacia la formulación de una propuesta valiosa, capaz de ser viabilizada por los entes gubernamentales.

Las autoridades gubernamentales interesadas en impulsar al turismo comunitario, pueden encontrar en la labor del IV Encuentro Regional de REDETURS, insumos valiosos que contribuirían a la formulación de políticas, planes o programas en favor del turismo comunitario, en virtud de haber sido resultado del sentir de las autoridades comunitarias.

2.4.2 Papel de las ONG

Previo a intentar esbozar el papel de las ONG, en el desarrollo del turismo comunitario, se debe recordar que éstas organizaciones “constituyen entidades de carácter civil... o social, con diferentes fines y objetivos humanitarios y sociales definidos por sus integrantes, creadas independientemente de los gobiernos ya sea locales, regionales o nacionales y que jurídicamente adoptan diferentes estatus, tales como asociación, fundación, corporación y cooperativa, entre otras formas”. (Wikipedia La Enciclopedia Libre, et al 2011).

En términos ideales las ONG deberían constituir un baluarte para el desarrollo de una determinada actividad, en la medida que su intervención se alinee en lo que se espera recibir de una organización de economía social, la cual supone un

“reconocimiento explícito de las dimensiones sociales de las actividades económicas, a partir de reglas como las que rigen las cooperativas y la mayoría de las organizaciones sin fines de lucro: objetivo de servicio a los miembros o a la comunidad, antes que la obtención de beneficios sobre un capital invertido; autonomía de gestión, primacía de las personas sobre el capital en el reparto de los beneficios, gestión democrática” (Cfr. Bastidas y Richer, 2001; 22).

Entre otros aspectos, como muestra del aporte de la ONG al turismo comunitario, se puede citar que “una gama de ONG de conservación y desarrollo ayudan a los pobres para que se vinculen, en el terreno, con el turismo”. (Overseas Development Institute et al., 2007).

De forma aún más específica, es pertinente señalar que entre los roles desempeñados por la ONG está el de “apoyar en la identificación de las necesidades de la comunidad y en el traspaso de conocimientos técnicos necesarios para el manejo del emprendimiento” (Del Barco Quiroga, 2010:107). Así también, se debe destacar el aporte de la ONG al turismo comunitario, a través de lo que ha sido su rol en la

“hibridación de recursos, (que a decir de Laville es una de las características fundamentales de las organizaciones de la economía solidaria), misma que consiste en la combinación de recursos provenientes de diferentes fuentes: donaciones y voluntariado (principio de reciprocidad), financiamiento público (principio de redistribución) y venta de bienes y servicios (principio de mercado)” (Cfr. Bastidas y Richer, 2001; 13).

Como los aportes de las ONG no han sido efectuados exclusivamente en el ámbito económico, sino más bien se han extendido hacia otros campos, es pertinente citar a varias organizaciones y su rol en beneficio de las actividades de turismo comunitario. En este sentido, se puede mencionar a:

SODEPAZ - Solidaridad para el Desarrollo y la Paz: Organización no gubernamental de desarrollo que trabaja en América Latina y Palestina. Una de sus líneas de trabajo es la del Turismo Solidario; XARXA DE CONSUM SOLIDARI surgió en 1997, posee la finalidad

de trabajar a favor del Comercio Justo, la Soberanía Alimentaria y por un consumo responsable. Desde hace años apoya acciones de turismo responsable en América Latina; EQUATIONS es una ONG india fundada para la investigación, la formación y promoción del turismo holístico, trabaja por un turismo que enriquezca tanto a los anfitriones (en el sentido económico, de desarrollo y de toma de decisiones) y los viajeros, en contraste con los modelos de turismo dominantes; CONTOURS – La Coalición Ecuménica del Turismo del Tercer Mundo (ECTWT) , fundada en 1982, está formada por un gran número de Conferencias Regionales de Iglesias de todo el mundo. Su interés se centra en el efecto que el turismo tiene sobre el Tercer Mundo desde un punto crítico; TURISMO JUSTO es una ONG con sede en las Islas Baleares, tiene como objetivos fomentar el desarrollo de un turismo sostenible y impulsar una actuación ética de las corporaciones turísticas que trabajan en países del Sur; ECOTERRON es una Organización uruguaya que trabaja por la bioconstrucción y la ecogestión turística. Sus proyectos buscan favorecer la concientización y cuidado del medioambiente, el rescate y revalorización de las expresiones culturales, la búsqueda de un desarrollo económico equitativo para la comunidad, y el establecimiento de redes entre los actores involucrados. (Cfr. Acción por un Turismo Responsable et al., s/f)

Por lo expuesto no se puede negar la contribución de las ONG al mejor desarrollo del turismo comunitario, a la vez que se evidencia el carácter multifacético de su accionar y de las necesidades de las iniciativas comunitarias.

2.4.3 Papel de la empresa privada.

El papel de la empresa privada en lo que a su enfoque externo se refiere, puede entenderse al mencionar que “Una empresa que está orientada al cliente se puede definir como una organización con una perspectiva más externa que interna...la perspectiva externa, se concentra en las necesidades del cliente” (Kotler Philip y otros, 2004: 35) . Esta dimensión del accionar de la empresa privada, sin duda podría generar un importante aporte sobre el turismo comunitario, aporte que en ningún momento debería significar una excesiva percepción de réditos económicos. De modo específico los aportes de la empresa privada pueden destacarse al mencionar que la “empresa privada/ agencia operadora asiste en aspectos empresariales como en el diseño del negocio, y la comercialización y promoción del producto”. (Del Barco Quiroga, 2010:107). Las acciones de la empresa privada no deben tender a la distorsión de las

tradiciones culturales de la vida comunitaria, ni a inequitativa distribución de los beneficios objeto del turismo comunitario.

La empresa privada constituye una de las formas jurídicas, bajo la cual puede ser organizada parte de la oferta turística comunitaria, aquí se mencionan algunas posibles modalidades:

“La empresa, el negocio o el proyecto puede adoptar una de las siguientes modalidades de propiedad de los activos: comunitaria, cooperativa o asociación de proveedores finales de servicios al turista.....Un negocio de carácter familiar puede también formar parte de la red, siempre y cuando goce del respaldo de la comunidad y ésta se beneficie de alguna manera. La empresa puede ser mixta o en sociedad: en este caso, los activos empresariales pueden ser de copropiedad de la comunidad y de un agente externo” (Maldonado y OIT, 2006; 61).

La relación entre la empresa privada y la comunidad, en el marco del desarrollo del turismo comunitario, puede devenir en el surgimiento de varios escenarios, no obstante sería conveniente considerar que:

“Es importante recordar que el ecoturismo es un negocio. Al igual que las iniciativas lideradas por las comunidades, se debería alentar cuando proceda las empresas e inversiones privadas, de una forma que la comunidad pueda beneficiarse y detentar poder de decisión sobre el grado y naturaleza del turismo en su área. Existen varias maneras en que la comunidad puede relacionarse con la empresa privada. El grado de participación y beneficio de la comunidad puede evolucionar con el tiempo. Existen algunas iniciativas de ecoturismo en la Amazonía donde, por ejemplo, se han construido hospedajes con inversión privada pero en la perspectiva de transferir el negocio a la comunidad, después de un período determinado, y suministrar un programa de empleo y capacitación para los habitantes locales” (WWF Redactado por Denman Richard et al., 2001).

Por lo cual, constituirse como negocio no significa explotar indiscriminadamente todo aquello lo rodea, es así que se deben establecer ciertos límites que impidan el deterioro de plantas, animales, cultura, por efecto del desarrollo turístico, procurando así el desarrollo de un turismo sostenible.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE CASO “COMUNIDAD LA CALERA”

3.1. Características de la comunidad

3.1.1 Historia, condiciones geográficas y socioculturales de la comunidad.

Entre la provincia del Carchi y Pichincha se encuentra la provincia de Imbabura, conocida ampliamente como la provincia de Los Lagos. Esta localidad ha sido objeto de visita turística, por parte del turismo interno y receptor, localidad en la cual los atractivos de índole natural y cultural han constituido los principales estímulos para el arribo de los turistas. Políticamente Imbabura, se halla dividida en seis cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, Urcuquí.

La vida rural y comunitaria aún se recrea en el territorio de Cotacachi, situación que se evidencia en una población de minoría urbana, así como por el hecho de albergar a 45 comunidades afiliadas a la UNORCAC²¹. La parroquia de San Francisco, una de las nueve que componen el cantón Cotacachi, constituye una de las cinco parroquias de ese cantón, que registran comunidades afiliadas a la UNORCAC. La parroquia de San Francisco, una de las nueve que componen el cantón Cotacachi, da cabida a diez comunidades²² afiliadas a la UNORCAC, entre las que se cuenta a la comunidad la Calera. Esta comunidad ha destacado, junto a otras cuatro comunidades del mencionado cantón, por su labor como parte de la oferta turística comunitaria de Cotacachi.

La comunidad la Calera, “asentada sobre lo que fue la hacienda denominada “Compañía de los Padres Jesuitas” de propiedad las familias Muñoz y Flores” (Cfr.FEPTCE y Ministerio de Turismo et al. s/f. Pág. 2), habría dado luces para lo que años más tarde significaría la conformación de comunidades, a partir de la disolución de haciendas. Fue bautizada por sus iniciadores como la Calera, en razón de que aquel territorio constituía una fuente de aprovisionamiento de cal, y al dejar de cumplir esta función, la idea de

²¹ Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi.

²² Morocho, Chilcapamba, Morales Chupa, Cuschcagua, Anrabi Tachigacho, Turuco (Topo Chico), San Miguel, San Ignacio, Calera, Quitugo. (Echeverría, 1994: 132).

obtención de cal habría quedado en el pasado. Entonces, los habitantes de la naciente comunidad, decidieron denominarla Calera, procurando hacer referencia a la idea era cal ó era un lugar de cal.

A decir de Wilson Guevara, la vida comunitaria de la “Calera”, inició antes de que la comunidad posea su reconocimiento jurídico, del cual ha gozado a partir del año 1938. Más de 73 años han pasado y los habitantes de la Calera aún conservan características, infraestructura, hábitos y costumbres, capaces de proyectar a los turistas, una vivencia de cierto modo congelada en el tiempo. Si bien la comunidad se ha visto beneficiada con mejoras de infraestructura básica, aún no llega a la satisfacción plena de sus necesidades en este ámbito, al tiempo que posee un territorio mayoritariamente destinado a la realización de actividades agrícolas de subsistencia.

La comunidad la Calera, en sus inicios y durante las siguientes décadas, tuvo en las actividades agropecuarias su principal fuente de sustento y aprovisionamiento. En esa época el número de comuneros²³ de la Calera se encontraba muy por debajo del que actualmente puede contarse, y la tierra disponible para actividades agropecuarias permitía cubrir las necesidades de los pobladores. Como consecuencia del crecimiento poblacional, se produjo una mayor presión sobre los recursos naturales, por lo que estos pasaron a ser insuficientes para satisfacer las necesidades de la gente, situación que devino en la búsqueda y realización de otras actividades generadoras de recursos.

La Calera territorialmente cuenta con una extensión territorial de alrededor de 17,5 hectáreas, encontrándose limitada al norte por la ciudad de Cotacachi, al sur con el río Ambi, al oeste el barrio la Victoria de la parroquia Quiroga y río Pichaví, y al este las comunidades de San Ignacio y Quitugo. El acceso vehicular a la Calera, para quienes se movilizan por la Panamericana Norte, puede ser efectuado a través de dos rutas: a) la vía hacia Otavalo, que conecta a Quiroga con Otavalo (localidad atravesada por la Panamericana Norte), y b) la vía a Cotacachi, la cual comunica a esta localidad con la Panamericana Norte. Ambas vías se encuentran asfaltadas hasta arribar a su destino principal, no obstante para llegar a la Calera, para ambas rutas, se requiere realizar un pequeño desvío, a través de un camino en parte empedrado y parte de tierra.

²³ En 1938, la comunidad la Calera, estuvo constituida por unas “10 – 15 familias”. (001, entrevista, 2011).

La comunidad actualmente alberga aproximadamente a 300 familias entre nucleares y ampliadas²⁴, las cuales se encuentran formadas por cerca de 5.5 miembros, por lo cual la población de la Calera ahora se encuentra en número cercano a las 1750 personas²⁵. En términos de género, existe una mayor presencia de mujeres, quienes según la encuesta aplicada representaron un “63,74%, frente a un 36,26% de hombres”²⁶.

Para ser considerado como un miembro de la comunidad la Calera, se debe poseer una propiedad dentro de sus linderos o ser hijo de miembros de la comunidad o haber contraído matrimonio con algún miembro de la comunidad. Una persona que ha sido parte la comunidad la Calera, no pierde su condición por ningún motivo, y hasta puede en algunos casos llegar ser miembro de dos comunidades, caso que se evidencia al momento efectuarse un matrimonio entre alguien de la Calera y una persona de otra comunidad. Para los miembros de la Calera las posibilidades de optar por una pareja matrimonial, pueden ser identificadas tanto en el plano de la endogamia como de la exogamia. Cuando se lleva a cabo un matrimonio, los padrinos de bautizo de los novios, en la medida de sus posibilidades obsequian artículos de valor a sus ahijados. Cuando un niño nace y se lo bautiza, pasa a tener 1 padrino y dos madrinas, una de ellas se denomina Pariachimama.

Se puede advertir un cierto nivel de sincretismo en algunos miembros de la comunidad, en lo que a sus creencias espirituales se refiere. Es así que pueden combinar sus creencias ancestrales, con las dejadas por los españoles, por lo que sin dejar rituales de chamanismo, han adoptado las prácticas del catolicismo. La religión católica predomina con el 80% de fieles, por sobre otro tipo de religiones, entre las que se puede contar: Evangélicos, Testigos de Jehová, Adventistas.

3.1.2 Condiciones Socioeconómicas

Los trabajos comunitarios permiten apreciar la capacidad del hombre para socializar trabajo y beneficios, en este ámbito la comunidad la Calera desarrolla mingas, las

²⁴ Familias nucleares, hace referencia a Padres e hijos. Familias ampliadas comprenden a padre, madre, hijos, nueras, nietos, etc.

²⁵ Valor, aproximado acorde a la 002, entrevista 2011.

²⁶ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la tabla 7, gráfico 1.

cuales tienen por finalidad satisfacer requerimientos de la comunidad, de pequeña y de gran magnitud. Entre las mingas de mayor envergadura, se puede citar a los preparativos para las fiestas, limpieza de los tanques de captación de agua, limpieza de la cisterna del alcantarillado, cada una puede durar entre tres y cuatro semanas, y son realizadas una vez al año; quedando las pequeñas mingas, las cuales se realizan frecuentemente, para tareas como la construcción del mercado, el mantenimiento y limpieza de las calles, y otras actividades de limpieza menores.

Los habitantes de la Calera poseen una forma de organización que promueve la participación de los comuneros en la toma de decisiones. La Asamblea Comunitaria, constituye la instancia de mayor poder de decisión al interior de la comunidad, y se conforma por la reunión de las organizaciones intracomunitarias, los jefes de hogar (hombre y mujer), jóvenes emancipados mayores de 18 años y jóvenes en general, donde estos últimos son apenas testigos, cuya presencia ayudará a que vayan tomando conciencia y conocimiento de la forma de proceder de una Asamblea. Por cada joven emancipado mayor de 18 años, y cada hogar representado por sus respectivos jefes, se cuenta un voto al momento de tomar decisiones, las cuales se adoptan con la mitad más uno de los presentes en la Asamblea. Entre los temas que se tratan durante una Asamblea Comunitaria, se puede mencionar lo concerniente a: agua para el consumo humano, gestiones efectuadas para la celebración de fiestas, informe económico, informe sobre la ejecución de obras, justicia indígena, presupuesto participativo, etc.

Uno de los ámbitos donde se refleja la participación de los pobladores, está dado por la elección de la directiva comunitaria, también denominada cabildo. Es así que su designación durante años, fue resultado de la aprobación mayoritaria de los asistentes a la Asamblea Comunitaria, pero sin recurrir a un mecanismo de votación. Sin embargo la directiva actual no solo que recibió la aceptación mayoritaria, sino que para su elección, se llevó a cabo un mecanismo de sufragio que incluyó papeletas de votación y urnas. A septiembre de 2011 el Señor Wilson Guevara, cumplió un año ocho meses, en calidad de presidente de la Comunidad, este lapso fue algo inusual, pues anteriormente esta dignidad era ocupada por espacio de un año, no obstante la máxima autoridad de la comunidad, la Asamblea Comunitaria, tomó la decisión de dejar a Guevara por espacio de 2 años, al frente del cabildo. La designación de Guevara, respondería a la acogida

que habría obtenido de los pobladores, en razón de su destacable labor, como integrante de la junta de aguas.

El cabildo o directiva comunitaria en la Calera, se encuentra constituido por cinco dignidades: a) Presidente, b) Vicepresidente, c) Tesorero, d) Secretario, y e) Síndico, quienes no perciben remuneración alguna. Así también, se han establecido varias comisiones en función de las necesidades comunitarias, es así que poseen comisiones de deporte, jóvenes, mujeres, fiestas, mercado, salud, medio ambiente, turismo, y encontrándose abiertos a la posibilidad de formar otras. Entre las tareas del cabildo se puede mencionar: atender necesidades específicas de la comunidad, ayudar a resolver discusiones y conflictos en los hogares, contribuir a la realización de los trámites necesarios para la elaboración de escrituras, supervisar el trabajo de las comunidades, entre otras. Liderar la realización de mingas, también es parte de las competencias del cabildo, para lo cual requiere disponer de recursos a fin de satisfacer ciertos gastos mínimos, es así que cada familia contribuye mensualmente con un valor de 0,80 centavos, valor que se incluye en la factura de agua. Forma de cobro que ha permitido reducir la morosidad anteriormente evidenciada.

Otro estamento de la organización comunitaria, está dado por la entidad jurídica denominada Junta de Aguas de Regadío, la cual agrupa a 52 socios, quienes trabajan constantemente en la capitación de agua desde lo alto del río Pichaví, para su posterior canalización hacia los terrenos de los miembros de la Junta de Aguas. Canalizar el agua implica efectuar un trabajo conjunto de limpieza y mantenimiento de las acequias, por parte de los socios de la Junta de Aguas de regadío, no obstante los beneficios de acceder al agua, quedan evidenciados al tener la posibilidad de regar los sembríos y así evitar las pérdidas provocadas por los lapsos inesperados de sequías. Para que los miembros de la Junta de Agua de Regadío puedan beneficiarse del agua, es necesario que soliciten un turno de agua, y realicen el pago respectivo. La directiva de la Junta de Aguas de Regadío administra los fondos generados por los pagos que realizan sus socios. Aquellos que son miembros de la comunidad y que opten por ser parte de la Junta de Aguas de Regadío, deberán cancelar un valor aproximado de \$50 para su ingreso, poseer un terreno que geográficamente pueda acceder al riego.

La Junta de Agua Potable, encargada de gestionar y desarrollar actividades tendientes al aprovisionamiento de agua entubada, para el consumo de los habitantes de la Calera, constituye otro estamento al interior de la organización de la comunidad. Esta Junta se halla integrada por presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y síndico. Cada hogar cancela a la Junta de Agua, el valor correspondiente al consumo mensual de agua, así como lo referente al alcantarillado, valores que son administrados por su directiva. Quienes conforman esta directiva no perciben remuneración alguna.

TABLA 3: TIPOS DE INGRESO POR ORGANIZACIÓN EN LA CALERA

ORGANIZACIÓN / MOTIVO DE INGRESO	CONCEPTO	VALOR
Cabildo o directiva de la comunidad la Calera.	Valores para solventar las mingas.	0,80 centavos mensuales por cada habitante que posee provisión de agua entubada y que es cobrado al cancelar la factura de consumo de agua mensual.
	Valor que recibe de parte de la Runa Tupari por alojamiento de turistas	0,50 centavos por cada turista que se hospeda en un alojamiento de la comunidad. Aproximadamente \$300 dólares anuales.
	Valor que recibe de la Runa Tupari como pago por una noche cultural.	\$100 por la presentación de una Noche Cultural.
Junta de Aguas de Regadío	Valor que cancelan aquellos que se benefician del agua de riego para los sembríos.	\$50 por inscripción.
Junta de Agua Potable	Valor mensual que se paga por consumo de agua entubada.	Depende del valor de consumo que cada familia tenga.

FUENTE: Trabajo de campo mediante entrevistas.

ELABORACIÓN: AUTOR

3.2 Origen y evolución del turismo comunitario en La Calera.

El turismo comunitario en la Calera se habría originado en el año 2001, a partir de la incorporación de algunas familias al rol de alberguistas, bajo la lógica de un proyecto de turismo comunitario a cargo de la compañía limitada RUNA TUPARI²⁷. Esta entidad oferta paquetes turísticos, en los que se incluye la posibilidad de visitar y alojarse en las comunidades de Santa Bárbara, Morochos, Tumibamba y la Calera. Anteriormente la comunidad de Chilcapamba, del mismo modo perteneciente al cantón Cotacachi, fue parte de las comunidades articuladas a RUNA TUPARI, sin embargo la familia que manejaba el alojamiento en esa comunidad, decidió trabajar por su cuenta, a la vez que logró desarrollar productos innovadores, situación que ha devenido en el incremento de turistas y por ende la generación de otras actividades vinculadas al turismo, por parte de sus pobladores.

Actualmente, cuatro familias de la Calera se encuentran articuladas en calidad de alberguistas a RUNA TUPARI, no obstante otras familias suelen recibir turistas, cuando la capacidad de los albergues vinculados a RUNA TUPARI se encuentra copada, así como si logran conseguir la llegada de turistas por otra vía.

El concepto de comunitario, no se aplica de forma integral a la totalidad de ofertas turísticas elaboradas por los pobladores de la Calera, pues varias de ellas poseen un matiz de hibridad, es decir intervienen en su realización y en el obtención de beneficios, tanto los actores comunitarios, privados (personas naturales miembros de la comunidad).

3.3 Atractivos turísticos cercanos e infraestructura de accesibilidad.

Aquello que motiva al turista a visitar la Calera y que constituye el principal atractivo a encontrarse en esta localidad, lo constituye sin duda la posibilidad de compartir al

²⁷ “Esta empresa, propiedad de la UNORCAC en un 90% y de cuatro comunidades de Cotacachi en su restante 10%, empezó a operar gracias a la contribución de una ONG internacional, no obstante al agotarse su aporte en lo económico, RUNA TUPARI debió modificar sus estrategias a fin de mantenerse en el mercado.” (Cfr. Ruiz Esteban y Solís Doris, 2007; 163.)

interior de un hogar indígena las distintas vivencias y situaciones que esa familia debe afrontar diariamente.

El hábitat natural que prevalece en la comunidad de la Calera, muestra la existencia de áreas verdes destinadas a actividades agropecuarias de subsistencia, tales como crianza de gallinas y ganado así como el sembrío de plantas frutales, granos, vegetales, medicinales y ornamentales. En este sentido, el entorno físico en el que la comunidad se desenvuelve en su día a día, que para los comuneros constituye un entorno habitual nada extraño, viene a ser algo distinto, llamativo y atrayente para los turistas. Adicionalmente, se ha dado paso a la implementación de un huerto agroecológico, mediante la dirección del cabildo y con la ayuda de Runa Tupari.

Dos vertientes de agua denominadas Paltarumi y Tundum, destacan como atractivos naturales y culturales en la Calera. Estas vertientes se encuentran a 30 minutos de camino desde el centro de la Calera, solo se puede acceder a éstas caminando a través de chaquiñanes²⁸. El ámbito cultural que destaca alrededor de las antes mencionadas vertientes, está dado por el desarrollo de rituales sagrados de limpieza en sus aguas, para estos ritos se requiere de la presencia de un Chaman.

La mayoría de pobladores es indígena, etnia que posee una representatividad del “86,6% frente a un 13, 4% de mestizos” (Echeverría y Albuja, 2007: 42), circunstancia que facilita una importante proyección de la cultura indígena hacia los visitantes. Entre las expresiones más evidentes de la cultura indígena, frente a un observador, se encuentra sin duda la vestimenta, en razón de sus elementos característicos y distintivos en lo que a formas, colores y texturas se refiere. El idioma Quichua, expresión propia de la cultura indígena, también es parte de los atractivos de la Calera, principalmente para aquellas personas cautivadas por la posibilidad de enriquecer su acervo cultural en el lo que al lenguaje respecta.

La comunidad también cuenta con gente preparada en los ámbitos de la música, danza y juegos tradicionales, elaboración de artesanías, elementos de la cultura que son puestos a consideración de los turistas.

²⁸ Senderos que permiten que la gente se movilice caminando.

Luego de haber desarrollado una aproximación acerca de los atractivos que podrían motivar la visita de turistas a la comunidad la Calera, se hace necesario recordar que la existencia de otros atractivos turísticos (de índole cultural y natural) a nivel provincial y cantonal, ampliamente difundidos por medios impresos y digitales, los cuales motivan el viaje de un creciente número de turistas nacionales y extranjeros hacia Imbabura y por ende Cotacachi. Entre los atractivos más difundidos y que se encuentran a pocos kilómetros de la Calera, están la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas (laguna de Cuicocha), la ciudad de Cotacachi, la ciudad de Otavalo y su mercado de artesanías, la laguna de San Pablo, los cuales junto a otros, inducen a la existencia de una importante demanda potencial de turistas para la Calera.

En cuanto a la accesibilidad desde Quito, ciudad capital de los ecuatorianos, hacia los atractivos Imbabureños antes mencionados, no existen inconvenientes, por lo que se puede visitarlos mediante el uso de vehículos livianos o buses, a través de la Panamericana Norte, vía de asfaltada y de primer orden, durante la mayoría del trayecto, quedando unos pocos kilómetros a ser recorridos a través de vías asfaltadas de segundo orden. Adicionalmente, para acceder a la comunidad la Calera, se requiere a travesar un trayecto de alrededor de 2 Km de una vía en parte de tierra y en parte empedrada. Durante este pequeño recorrido no asfaltado y durante las horas del día, se puede caminar si así lo desearan los visitantes.

3.4 Evaluación de acciones y efectos del turismo comunitario en la Calera.

En la Calera se ha podido evidenciar conforme a la investigación de campo, que sus moradores poseen una alta expectativa, al respecto de los posibles beneficios que podrían obtener a partir del turismo, debido a que lo perciben como una actividad capaz de contribuir a la mejora de su economía, es así que el 63,74%²⁹ de los pobladores de la Calera encuestados, creen que el turismo comunitario es un beneficio para la comunidad

²⁹ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 8, en la tabla 19, gráfico 13.

y de ese grupo el 63,79%³⁰ cree que la comunidad no ha recibido beneficios adecuados del turismo comunitario.

Para muchos moradores de la Calera, el turismo comunitario constituye una actividad atractiva, de la cual desearían ser partícipes, situación que se evidencia al momento en que el 67,03%³¹ de los encuestados manifestó que la comunidad no participa plenamente en lo concerniente al turismo comunitario. Así también, se ha identificado interés por actividades³² vinculadas al turismo comunitario (tendientes a generar ingresos), ya sea que se manejen de forma familiar o comunitaria, principalmente aquellas concernientes a los albergues y a los restaurantes. Otro aspecto que podría dar cuenta la aún limitada inclusión de los pobladores de la Calera en la dinámica del turismo comunitario, quedaría evidenciado en que apenas un 12,09% manifestó que él (a) o su pareja trabajan³³ en alguna actividad relacionada a ese tipo de turismo, quienes manifestaron haberse beneficiado³⁴ económicamente al realizarla.

En lo que se refiere a quienes indicaron preferir un manejo de tipo familiar de las actividades generadoras de ingreso en el marco del turismo comunitario, se pudo conocer que en un 91,67% les gustaría poseer un negocio³⁵ dirigido a la atención de turistas. Así también se consultó sobre las dificultades³⁶ que han impedido el llevar a cabo este tipo de iniciativas, donde la falta de recursos económicos destacó con el 38,89%, seguida por la falta de conocimiento con el 27,78%.

³⁰ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 9, en la tabla 20, gráfico 14.

³¹ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 10, en la tabla 21, gráfico 15.

³² Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en las preguntas 16 y 19. Tabla 27 y 30, gráfico 21 y 24.

³³ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 1, en la tabla 12, gráfico 6.

³⁴ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 2, en la tabla 13, gráfico 7.

³⁵ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 18, en la tabla 29, gráfico 26.

³⁶ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 20, en la tabla 31, gráfico 25.

En el ámbito social, la mayor presencia de la madre en el hogar³⁷ destacó con el 30%, como uno de los aspectos que habrían mejorado por motivo del desarrollo del turismo comunitario. En lo que se refiere a lo cultural se pudo conocer que las danzas tradicionales³⁸ habrían sido impulsadas por el turismo comunitario, a criterio de un 17% de los encuestados. En lo referente a los aspectos del medio ambiente, se identificó que el turismo comunitario habría contribuido a la limpieza de calles y espacios comunitarios³⁹, y a la recolección de basura, a decir de un 29,57%, y 19,07% (respectivamente) de los encuestados.

En suma el turismo comunitario, como una actividad integradora de la comunidad, tanto para la preparación de la oferta turística, así como para la recepción de beneficios, es actualmente una dinámica en construcción y que cuenta con el respaldo de la ilusión y esperanza de la mayoría de pobladores. Es así que en adición a los albergues, otras actividades van siendo iniciadas, en procura de captar las demandas de los turistas, entre las que se encuentran las concernientes a: la elaboración de productos artesanales, restaurante, grupo de música, grupo de danza y huerto agroecológico, mismas que se muestran como objeto de interés para ser desarrollarlas⁴⁰.

3.4.1 Manejo de la mercadotecnia en el turismo comunitario de La Calera

3.4.1.1 Producto o servicio turístico

El principal producto o servicio que desde la comunidad la Calera se pone a consideración de los turistas son los albergues familiares y está dado por la capacidad que ostentan varias familias residentes, para dar alojamiento y tiempo de

³⁷ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 12, en la tabla 23, gráfico 17.

³⁸ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 13, en la tabla 24, gráfico 18.

³⁹ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 14, en la tabla 25, gráfico 19.

⁴⁰ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en las preguntas 16 y 19, Tabla 27 y 30, gráfico 21 y 24.

convivencia, oportunidad en la cual los turistas pueden compartir actividades rutinarias con los anfitriones, llegando a ser tratados de forma semejante a un familiar.

TABLA 4: CAPACIDAD DE LA OFERTA DE TURÍSTICA EN LA CALERA

OFERTA TURÍSTICA			
ALOJAMIENTOS			
DIRECTAMENTE VINCULADOS A RUNA TUPARI			
Dueños del Alojamiento	Número de cuartos	Número de camas	Precio por noche
Sra. Ana Flores	4 habitaciones con baño c/una. Huerto	8 camas	\$10
Sra. Estela Flores	1 habitación con baño.	2 camas	\$10
Sra. Gladys Muñoz	1 habitación con baño.	1 cama	\$10
Sra. Sánchez ⁴¹			\$10
NO VINCULADOS DIRECTAMENTE A RUNA TUPARI			
Dueños del Alojamiento	Número de cuartos	Número de camas	Precio por noche
Magdalena Fueres	1 habitación	1 cama	\$10
Flora Yépez	1 habitación. ⁴² * 1 habitación	2 camas 2 camas	\$10
Inés Bonilla	1 habitación 1 habitación Servicio de Internet	1 cama 2 camas	\$10
Rosa Elena Flores	1 habitación	2 camas	\$10
Lucía Matango	1 habitación	1 cama	\$10

⁴¹ Sra. quien falleció. Su alojamiento se encuentra actualmente bajo el manejo de su hijo Enrique Flores, no obstante se conoce que no opera con la regularidad del pasado.

⁴² * Es una habitación que se la acondiciona para los turistas, si la realidad de la demanda de un momento dado lo amerita.

OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS	
Restaurante Comunitario	
Noches Culturales	
Elaboración de Artesanías	
Huerto Agroecológico	
OFERTA DE ALOJAMIENTOS EN CONSTRUCCIÓN	
Asociación Jatarishum	4 habitaciones c/u con baño. También incluirá un comedor y una cocina, así como áreas para la pesca deportiva y la agricultura.

FUENTE: Trabajo de campo mediante entrevistas.

ELABORACIÓN: AUTOR.

La oferta de albergues familiares en la Calera, se la puede categorizar entre, aquellos que trabajan directamente bajo las políticas y directrices de la Tour Operadora Runa Tupari y aquellos que no. Cuatro son las familias que poseen albergues directamente vinculados con Runa Tupari, en estos es la mujer quien generalmente lidera este tipo de actividad, es por eso que se los ha citado con los nombres de las mujeres que coordinan cada uno de ellos.

Es importante visualizar el conjunto de actividades inmersas en la oferta de turismo comunitario, de ahí la necesidad de describir el servicio considerando como un valioso ejemplo la atención que se brinda en el albergue de la Señora Ana Flores.

El albergue de la Sra. Ana Flores es el de mayor capacidad de alojamiento. Sin embargo su oferta turística no se circunscribe únicamente a la infraestructura de alojamiento, es así que la Sra. Ana flores tiene un pequeño huerto de aproximadamente 250 metros, donde con mucho cuidado y esmero ha logrado que crezcan plantas de tipo frutal, ornamental, medicinal y vegetales. Cabe destacar que este albergue no se encuentra totalmente condicionado a las decisiones de Runa Tupari, en razón de que la tour operadora no le ha entregado ningún aporte material, lo que le permite captar la demanda turística con mayor libertad.

En forma tranquila y agradable, llegan los turistas en el transporte que les provee la Runa Tupari, en ese momento la Señora Flores se presenta, permite que ingresen, les

muestra sus habitaciones y baño, entonces ellos descansan por un periodo de quince minutos. Transcurrido el lapso de descanso la anfitriona, Doña Ana, les propone a sus huéspedes acompañarles a caminar por los alrededores de la comunidad, previamente, ella consulta a los turistas, sobre si desean utilizar la ropa indígena, algunos gustosos aceptan, mientras otros muestran cierto recelo. La mayoría acepta el uso de las prendas exóticas y sale a caminar, allí observan el campo y los animales, disfrutan del paisaje natural, toman fotografías, como parte de la caminata la señora Flores indica a los huéspedes su jardín, el cual está dotado de plantas medicinales, ornamentales, frutales, vegetales, al observar todo esto los turistas se muestran emocionados, principalmente cuando Ana les explica las características de las plantas que desconocen a plenitud, es así que por ejemplo el olor de la planta de cedrón, llama la atención y es agrado para los turistas. Posteriormente, los huéspedes pueden ir a conocer la casa comunal, la escuela, la guardería, el estadio, lo cual realizan en compañía de Ana.

Culminada la caminata y siendo alrededor de las 15:00 horas los turistas regresan al albergue, donde pueden participar en alguna de las actividades cotidianas de la familia, luego descansan hasta las 18:30 ó 19:00, momento en el cual toda la familia junto a los visitantes, se sientan frente a la mesa para degustar de los alimentos preparados. No existe un menú a escoger como en los restaurantes típicos, los alimentos que se brindan a los visitantes constituyen parte de la dieta habitualmente a disposición de los familiares de Doña Ana. Esta comida está compuesta por una sopa, seco y una bebida, es así que se puede preparar una sopa de quinua, llapingachos de zanahoria blanca y un té, o también puede servirse un locro de acelga, choclo con papa y queso, y un té, generalmente no se incluye carne en los alimentos. Durante la cena, los visitantes comunican a Doña Ana, la hora a la que tomarán el desayuno, por lo general 7:00 u 8:00 am, en esta ocasión se pone en la mesa té medicinal, leche, café, mermelada elaborada con frutos del huerto (mora, uvillas), jugo, pan, huevos revueltos con paico o perejil. Entonces, si la estadía estuvo prevista para una noche, se termina la estancia de los turistas en el albergue, caso contrario ellos saldrán a visitar los principales atractivos de la provincia de Imbabura, lo cual por lo general extenderá una noche más su presencia en el albergue.

Entre las experiencias algo jocosas, desagradables vividas por Doña Ana y sus huéspedes, se resalta sin duda la aparente dificultad que reside en los diferentes

lenguajes que se ponen de manifiesto y la falta de una lengua en común, para esos casos el diccionario y las señas constituyen los medios para improvisar un lenguaje que permite darse a entender.

En lo relacionado a los albergues que no se encuentran bajo un vínculo directo con Runa Tupari, los cuales alcanzarían un número de cinco, éstos se hallan bajo el manejo de las señoras: Magdalena Fueres, Inés Bonilla, Flora Yépez, Lucía Matango y Rosa Elena Flores. A excepción del albergue de la señora Inés Bonilla, donde se puede encontrar el servicio de internet, en los restantes no se prestan servicios u actividades adicionales a las expuestas en los párrafos anteriores.

Adicionalmente a los servicios descritos y que se hallan inmersos al interior de las actividades concernientes a la acogida, atención y albergue de los turistas, en la comunidad la Calera existen las noches culturales, el comedor comunitario, huerto agroecológico.

Las noches culturales⁴³, eventos organizados por el cabildo de la comunidad la Calera a pedido de la Runa Tupari, constituyen oportunidades a través de las cuales la comunidad presenta a los turistas sus expresiones culturales en el ámbito de la música, la danza y los juegos tradicionales.

La música está a cargo de un grupo musical conformado por seis músicos de la comunidad, no obstante existe la expectativa de que éste grupo llegue a constituirse por jóvenes de la comunidad. Durante la noche cultural del 23 agosto de 2011, se observó que los turistas se deleitaron con música folclórica y que los instrumentos de percusión predominan en número de cinco versus un instrumento de cuerda.

La danza y los juegos tradicionales son presentados por un grupo de jóvenes bautizado con el nombre de Guambra Causi.

La danza durante la noche cultural del 23 de agosto de 2011, fue protagonizada por seis personas, tres mujeres y tres hombres, todos ellos vestidos con ropa indígena. Los danzantes se presentan al inicio de la noche cultural por un lapso de alrededor de tres minutos, luego de otros números que se presentan a los turistas, los danzantes vuelven a

⁴³ Cuando existe un número aproximado de veinte turistas, la Runa Tupari solicita a la comunidad, realice una presentación. La organización y beneficios de esta actividad en su mayoría son de índole comunitario. A septiembre de 2011 se han efectuado 4 noches culturales, en el lapso de tres meses que ha durado esta iniciativa.

deleitar al público con sus habilidades por un tiempo de cinco minutos donde realizan una representación alusiva a la fiesta del Inti Raymi.

Entre los juegos tradicionales se tiene: el zambo, algodón fucui, un bolígrafo en la botella, las velas. Son juegos que generalmente se realizan durante los velorios con la finalidad de ayudar a los deudos a sonreír y aliviar un poco su dolor. Estos juegos suelen realizarse durante toda la noche a y así procurar acompañar y alegrar la familia afectada por la pérdida de su ser querido.

El juego del zambo consiste en la realización de una carrera, los competidores deben hacer rodar sobre el suelo un zambo, para lo cual solo podrán hacer uso de su cabeza, situación que los obliga a caminar apoyados sobre sus cuatro extremidades. El primero en llegar a la meta es el ganador, dejando a los perdedores la obligación de pagar una penitencia. El algodón Fucui requiere de la presencia de cuatro personas, dos por grupo, cada equipo se ubica frente al otro, separados por una sábana que se extiende a lo largo, en estas circunstancias se coloca en la mitad de la sábana un algodón blanco encendido con fuego, entonces los equipos deberán soplar con la finalidad de enviar la llama hacia los contrarios. Un bolígrafo en la botella, para este juego los participantes amarran una piola en su cintura de la cual debe colgar hacia la parte posterior del concursante, un esferográfico. Cada participante se ubica de pie, dando la espalda a una botella, entonces empieza a realizar un movimiento semejante al de sentarse y allí es el momento de introducir el bolígrafo en el pico de la botella. Quien logra el cometido del juego se libra de realizar una penitencia. El juego de las velas implica encender una vela mediante el uso de una vela encendida, donde la persona participante, se ve condicionada a sentarse sobre una botella con sus piernas estiradas y procurar moverse con esa postura, es así que la dificultad radica en lo complicado de moverse equilibradamente bajo esa posición.

La posibilidad de que se editen noches culturales en la Calera está en función de la satisfacción que éstas provean a los turistas y a los representantes de Runa Tupari. El hecho de haber realizado adecuadas presentaciones ha facilitado su reedición, no obstante existen algunos inconvenientes, en la organización de los muchachos, entre los que se puede mencionar: la ausencia de algunos de ellos durante el periodo de vacaciones escolares, así como el cansancio que embarga a aquellos que trabajan

durante el día, a lo cual debe añadirse la falta de una adecuada dirección en sus prácticas, pues al momento ellos se preparan a sí mismos.

En la Calera, hace poco más de un año se implementó un comedor, al cual se lo denominó como comedor comunitario. Esta denominación de comunitario fue motivo de una discusión entre la Runa Tupari, los propietarios del comedor versus el presidente del cabildo, debido a que a decir de éste último no se debe usufructuar de forma inapropiada de la connotación que posee palabra comunitario. Es decir, él argumentaba que el comedor pertenece y beneficia a pocos particulares y no a la comunidad, sin embargo estaría proyectando a los turistas una imagen de comunitario. Aquellos que invirtieron en la formación de este sencillo comedor son: Susana Chiza, Luz María Arias, Gladys Muñoz, y Estela Flores.

El huerto agroecológico es un espacio a través del cual la comunidad puede demostrar prácticas agrícolas amistosas con el medio ambiente, en procura de obtener semillas y productos sanos para el consumo humano, mismos que constituyen un resultado del uso de abono orgánico y no químico. Su extensión es de aproximadamente 2500 metros, donde al momento solo una pequeña parte posee sembríos (debido a su reciente inicio) para fines demostrativos, entre lo que destacan: coles, brócoli, lechuga, chochos.

3.4.1.2 Segmento de Mercado Objetivo – Demanda.

Esbozar el perfil de aquellos que constituyen el segmento de mercado, atraído por la oferta turística comunitaria de la Calera en Cotacachi, implica abstraer sus características más relevantes, es así que se ha identificado algunas variables de tipo geográfico, demográfico y conductuales.

Del extranjero provino casi la totalidad de turistas interesados en realizar turismo comunitario hacia la Calera, mientras que ha sido mínimo el interés de los turistas internos, es así que acorde a los habitantes de la Calera encuestados, los turistas

extranjeros hacia esa localidad alcanzaron 97,8%⁴⁴. El origen geográfico⁴⁵ del turismo receptor que se dirigió hacia Cotacachi, estuvo concentrado de forma mayoritaria en Norte América, Europa, donde destacaron Estados Unidos (57,3%), y Holanda (10,4%), respectivamente.

Otra característica que contribuye al entendimiento del perfil de los turistas extranjeros, está dado por su edad, de lo cual se conoce que los turistas cuyas edades⁴⁶ oscilaron entre los 60 – 65, 54 – 59 y 24 – 29 años, alcanzaron una representatividad del 17,71%, 16,67% y 14,58% respectivamente, considerando estos rangos de edad y la etapa productiva de los individuos, se puede estimar que su nivel de ingreso les permitiría acceder holgadamente a ofertas ligadas al turismo comunitario. Entre los atributos que en mayor medida fueron valorados por el exigente turismo receptor, se encuentran: amabilidad, expresiones culturales, compartir el día a día con la familia anfitriona, limpieza, comodidad, con una representatividad de 18,62%, 13,79%, 12,41%, 12,07% y 10% respectivamente.

La afluencia de aproximadamente “625 turistas al año hacia la Calera, posee un comportamiento cíclico, donde junio, julio y agosto constituyen los meses de mayor llegada de turistas hacia la localidad. Durante estos meses la tasa de ocupación de los albergues oscilaría entre un 70% u 80%, y el resto del año alcanzaría un 40%”. (001, entrevista, 2011).

3.4.1.3 Forma de comercialización

La UNORCAC entidad que “representa a 45 comunidades, dentro de las que se cuenta a la Calera, posee el 90% de las participaciones de la operadora turística Runa Tupari, mientras el 10% restante se halla dividido entre las comunidades de Santa Bárbara, Morochos, Tumibamba y la Calera, cada una con un 2,5 %” (006, Entrevista, Agosto 2011) y (Cfr. Ruiz Esteban y Solís Doris, 2007; 163). Quedaría claro que

⁴⁴ Ver el anexo 3 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida hacia la comunidad, en la pregunta 4, en la tabla 15, gráfico 9.

⁴⁵ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a país de origen, en la tabla 38, gráfico 32.

⁴⁶ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a edad, en la tabla 32, gráfico 26.

aunque en una pequeña proporción, la Runa Tupari constituye un canal de distribución que pertenece a la Calera, pero que no trabaja de forma exclusiva para esta comunidad, no obstante ha sido la principal fuente de captación de los turistas para la comunidad.

Esta circunstancia vuelve atractiva a la posibilidad de trabajar con Runa Tupari, sin embargo ser uno de los albergues articulados a este operadora implica cumplir algunos requisitos. Es así, que inicialmente la comunidad debe elegir la familia, cuyo albergue se articulará a la Runa Tupari, el inconveniente se presenta cuando muchas familias aspiran a ser consideradas para trabajar como alberguistas con Runa Tupari. A decir de la Runa Tupari, la comunidad ha de evaluar algunos criterios, como por ejemplo que los jefes de la familia posean título de propiedad de la tierra, que en la potencial familia alberguista no haya un miembro alcohólico. Casi la totalidad de los albergues vinculados a Runa Tupari han recibido algún tipo de apoyo para la conformación de su infraestructura y amueblamiento, circunstancia que comprometió a estos albergues a no recibir turistas por fuera de Runa Tupari, sin consulta previa a esta operadora turística. Dejar sin efecto este condicionamiento implicaría que las familias devuelvan el aporte recibido de Runa Tupari.

Los esfuerzos de Runa Tupari, en lo que a la captación de turistas se refiere y en adición a la atención que prestan a los turistas, en sus instalaciones ubicadas en la Plaza de Ponchos de Otavalo, han consistido en el establecimiento de conexiones con otras empresas, difusión de su oferta mediante una página web, así como a través de libros turísticos o biblias turísticas. Así también se debe destacar la participación de “Runa Tupari en las ferias internacionales de turismo de España, Alemania, Holanda, llevadas a efecto durante el primer lustro del siglo XXI” (001, entrevista, 2011). Adicionalmente, la excelente atención que recibieron los viajeros que contrataron a Runa Tupari, dio paso a lo que se denomina el “Marketing el boca a boca” (001, entrevista, 2011), es decir haber divulgado a los amigos y conocidos lo satisfactorio de los servicios ligados a la oferta de esta tour operadora. La relevante labor de Runa Tupari ha contribuido al desarrollo comunitario, a la vez que sido objeto de “reconocimientos a nivel local, regional y nacional” (001, entrevista, 2011).

Por parte de algunos miembros de la comunidad la Calera, así como desde la operadora Runa Tupari ha surgido cierto interés entorno a que la comunidad desarrolle un Centro

de Turismo Comunitario (CTC) 47. Algo que se alinearía al CTC y que ha sido objeto de atención en la Calera, estaría dado por la posibilidad de elaborar a nombre de la comunidad y para beneficio total de ésta, “un paquete turístico que incluiría presentaciones musicales, visitas a sitios sagrados, caminata de montaña y alojamiento en alguno de los albergues con que cuenta la comunidad. De esta forma se busca promocionar a la comunidad e incrementar los fondos comunitarios, mismos que podrían contribuir a la solución de problemas en la comunidad” (002, entrevista, 2011). Otro incentivo para la creación de un CTC, viene dado por la intención de aminorar la subocupación de la capacidad de alojamiento, la cual queda en evidencia durante la temporada baja. Así también, el anhelo de construir nuevos albergues por parte de aproximadamente veinte personas de la comunidad, viene a ser otro motivo que promueve la necesidad de captar más turistas.

El uso de algún tipo de intermediario por parte de los turistas extranjeros que visitaron Cotacachi, habría sido pequeño a decir de los encuestados, es así que el 14,58% manifestó haber hecho uso de un intermediario⁴⁸ para su viaje. Así también se pudo apreciar que Metropolitang⁴⁹ Touring fue la agencia de viajes más utilizada por los turistas que requirieron algún intermediario. En lo que se refiere a los medios de información⁵⁰ que utilizaron los turistas extranjeros para obtener información del Ecuador destacaron el internet y los amigos en una proporción del 36,60% y 28,87% respectivamente.

3.4.1.4 Fijación del precio

Los albergues vinculados a Runa Tupari, reciben de esta tour operadora el valor de \$10 dólares, por cada turista que se hospede, pago que da derecho a los turistas a recibir merienda y desayuno, si no se incluyen estas comidas el valor a

⁴⁷ CTC el cual vendría a desempeñar, en beneficio exclusivo para la comunidad, una serie de acciones tendientes a la captación de turistas. Es decir el CTC trabajaría como una pequeña operadora turística y estará avalada por el Ministerio de Turismo.

⁴⁸ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a la pregunta 1, en la tabla 39, gráfico 33.

⁴⁹ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a la pregunta 2, en la tabla 40, gráfico 34.

⁵⁰ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a la pregunta 3, en la tabla 40, gráfico 34.

pagar por turista alcanzaría los 8 dólares. Según la encuesta aplicada a los turistas extranjeros que visitaron Cotacachi, se pudo identificar que la mayoría estarían dispuestos a pagar más de 15 dólares por cada noche que se hospedaran con una familia de una comunidad, de forma tal que 21,88%, 19,79% y 17,71% de los encuestados⁵¹ pagarían entre 22 – 27, 16 – 21 y 28 – 33 dólares respectivamente.

Otro de los servicios que al interior de la comunidad se presentan para los turistas, viene a ser el dado por las noches culturales, las cuales son presentaciones que se efectúan a grupos conformados aproximadamente por veinte personas. Entonces cuando la Runa Tupari cuenta con ese número de personas, ésta solicita al cabildo de la comunidad la Calera, que realice la presentación de un programa cultural denominado “noche cultural”. Esta presentación ha sido motivo para que el cabildo comunitario perciba \$100 dólares por cada programa. De ese valor se debe descontar \$40 destinados al pago del grupo musical.

Actualmente no se ha fijado un precio al ingreso del huerto agroecológico comunitario, sin embargo existe la expectativa de percibir un valor a modo de contribución voluntaria. No obstante, la posibilidad de establecer un valor mínimo de entrada, no ha sido descartada.

3.4.2 Efectos que ha dejado el turismo comunitario sobre las actividades económicas de la comunidad.

3.4.2.1 Actividades económicas generadas o impulsadas por el turismo comunitario

A partir de la oferta de turismo comunitario de la Calera – que esencialmente consiste en facilitar al turista la oportunidad de convivir con familias de la comunidad y de conocer en la medida de lo posible como se desarrolla la vida rural comunitaria – se ha facilitado la generación de algunas actividades que, aunque de forma limitada, contribuyen a la obtención de ingresos para sus promotores. Estas actividades se dirigen hacia la atención de algunas demandas que surgen de los turistas

⁵¹ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a la pregunta 12, en la tabla 50, gráfico 44.

que visitan la comunidad, por lo que constituyen de forma directa o indirecta parte de la oferta del producto u servicio. En este sentido se debe señalar a las actividades de alojamiento, alimentación, presentaciones culturales (música, danza, juegos tradicionales), elaboración de artesanías, guías turísticas, la expectativa de ingresos a partir del surgimiento del huerto agroecológico. La conformación de albergues ha implicado la construcción de una determinada infraestructura, situación que devino en el empleo de mano de obra calificada, así como del uso de materiales de construcción, como el bloque, ambos requerimientos han podido ser satisfechos por la labor de gente de la comunidad.

Actualmente en la Calera y en procura de obtener mayores beneficios a partir de la actividad de turismo comunitario, “se ha iniciado la construcción de un albergue. Esta nueva infraestructura que estará bajo el manejo de la Asociación Jatarishum, la cual agrupa a 15 familias de la comunidad, se erige a 10 cuadras hacia el norte de la casa comunal” (003, entrevista, 2011)⁵². Es así que se puede apreciar la necesidad de emplear gente en la construcción así como para el adecuado funcionamiento del albergue.

3.4.2.2 Nivel de inversión y endeudamiento comunitario ligado al turismo comunitario

La señora Ana Flores que actualmente posee un albergue de cuatro cuartos con baño incluido, donde se pueden alojar 8 personas; para lograr esta infraestructura debieron transcurrir cuatro años, y haberse invertido alrededor de \$ 18.000 dólares, habiendo iniciado la actividad turística con apenas un cuarto. Los recursos que permitieron dar paso a la construcción de la actual infraestructura, provinieron del ahorro y de préstamos obtenidos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Ana de Cotacachi. El primer préstamo que Ana Flores solicitó fue de \$ 8.000 dólares, y luego de cancelarlo habría accedido a otro, actualmente ha cancelado sus acreencias. En razón del comportamiento de la demanda turística, la Sra. Ana Flores no se encuentra interesada

⁵² A decir de la citada fuente, se esperaría que este nuevo albergue aporte a la comunidad en términos de dinero, una cantidad equivalente a lo que entrega la Runa Tupari, por concepto del hospedaje un turista.

en incrementar el número de cuartos que posee en su albergue. Ella es consciente de que la demanda turística captada por Runa Tupari debe ser repartida entre los albergues de cuatro comunidades, situación que ella lo entiende como una razón de los actuales niveles de la demanda turística.

Por otra parte la señora Gladys Muñoz posee un albergue dotado de una habitación con un baño incluido. Este albergue fue construido con materiales como bloque, madera y teja, la inversión que representó la construcción e indumentaria requerida para este albergue fue de \$8000 dólares, valor que fue aportado en una proporción del 20% por Runa Tupari y 80% de parte de Gladys Muñoz y su esposo.

En lo que se refiere al albergue de la señora Estela Flores, se tiene la adecuación de una habitación con dos camas y un baño, la cual se encuentra al interior del ambiente de la casa en que residen, es decir esta habitación constituye uno de los cuartos al interior de su casa. Este cuarto cuenta con área aproximada de 20 metros cuadrados, lo cual implicó una inversión de alrededor de \$6500 dólares.

En cuanto a los albergues que no se encuentran bajo un vínculo directo con Runa Tupari, se puede destacar el perteneciente a la señora Magdalena Fueres el cual cuenta con un cuarto que da cabida a una cama. El albergue de propiedad de la señora Flora Yépez posee un cuarto con dos camas, no obstante cuando la presión de la demanda lo amerita, ella acondiciona otro cuarto con dos camas adicionales. La señora Inés Bonilla posee dos habitaciones, a lo cual incorporó los servicios de internet, con lo cual su inversión estaría alrededor \$14.000 dólares.

El albergue que actualmente se encuentra en fase de construcción y que estará bajo el manejo de la Asociación Jatarishun, requerirá una inversión de \$60.000 para su edificación.

3.4.2.3 Capacidad de gestión de la actividad turística de los comuneros

Es casi inexistente en lo que a captar turistas se refiere, sin embargo los hogares con capacidad de alojar turistas han mostrado capacidad para trabajar en dar

una adecuada atención y por ende para lograr mejorar en la medida de sus posibilidades la infraestructura destinada a esta labor. Así también, quienes prestan servicios de índole alimenticio, cultural y venta de artesanías van creciendo en el desarrollo de sus capacidades de gestión de dichas actividades a fin de mantener y elevar los niveles satisfacción del turista, a la vez mejorar su eficiencia.

En acápite anteriores se ha insinuado sobre la necesidad de un incremento de la demanda de turistas hacia la comunidad, lo cual implica la existencia de determinadas capacidades de gestión en este ámbito. Uno de los principales medios de comunicación utilizados por los turistas que visitan la comunidad es el internet, “el cual apenas fue privilegio del 29% de ecuatorianos durante el 2010, donde el sector urbano representó el 37,7%, situación que se aminoró en el sector rural, pues allí su población accedió al internet en un 12%” (Cfr. Villacís, et al). A esta limitante se adiciona el desconocimiento del manejo de internet por parte de gente vinculada a los servicios turísticos y a la directiva comunitaria de la Calera. Este hecho es consecuencia del limitado acceso que poseen a esta herramienta tecnológica, de la dificultad de asimilar lo nuevo, de la poca e inadecuada capacitación, deviniendo así el escaso interés de la gente adulta por adquirir la destreza de su manejo. En los jóvenes colegiales y escolares queda la tarea de asimilar el manejo de internet. Así también, en la Calera no se ha elaborado una página web que contribuya a posicionar a la comunidad en el mercado turístico.

Estas observaciones no se las hace a modo de crítica despectiva, sino con la finalidad de identificar elementos que de una u otra forma se erigen como barreras entre la oferta comunitaria y los potenciales turistas.

Se ha producido una poca o inexistente coordinación entre la administración de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas⁵³ con la comunidad la Calera o con Runa Tupari. Situación que muestra la falta de acciones en procura de gestionar la visita de turista hacia la comunidad.

Por otra parte se pudo conocer que recientemente culminó un programa de capacitación organizado por la Cámara de Turismo de Otavalo en los ámbitos concernientes a la

⁵³ Uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros en Imbabura, y que al se encuentra a 2 Km de distancia de uno de los puntos por donde obligatoriamente pasarían los turistas al dirigirse a la Laguna de Cuicocha, parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

preparación de alimentos tradicionales, huertos familiares y anfitrión de turismo comunitario.

Adicionalmente, en la comunidad no se ha resuelto la ausencia de señalización y vallas publicitarias, situación repercute en la capacidad de gestión de la gente.

3.4.2.4 Aumento del empleo y reducción de la migración en La Calera.

El nivel de empleo en la comunidad es inadecuado, lo cual se evidencia al considerar la tasa de desempleo allí registrada, la cual ha superado ampliamente al promedio nacional, pues alcanzó un “28,3% de la población” (Echeverría y Albuja, 2007: 18). No obstante ha ostentado la menor proporción de desempleados de todas las comunidades de la parroquia San Francisco, así también y según la citada fuente, el desempleo de la Calera estuvo por debajo del registrado en las comunidades de Morochos, Tumibamba, Santa Bárbara, Chilcapamba, también articuladas a iniciativas de turismo comunitario. El ingreso mensual de la gente de la Calera muestra un comportamiento, en cierto modo inusual, donde la mayoría de la gente habría percibido la mayor cantidad de ingresos posibles, mientras que la minoría habría recibido los menores ingresos, esto ha significado que “el 5,8%, 9,4%, 29% y 52,7% de la gente ha percibido ingresos que se ubican en los rangos de 1 - 50, 5 - 100, 101 - 200 y más de 200 dólares respectivamente” (Echeverría y Albuja, 2007: 18). Bajo el parámetro de la distribución del ingreso y considerando datos de la fuente antes mencionada, la Calera se encuentra en mejor situación en comparación a las cuatro comunidades antes mencionadas.

El turismo si bien ha logrado despertar una fuerte y positiva expectativa, como una actividad generadora de ingresos y por ende de empleo, aún falta por efectivizarse muchas acciones en este ámbito.

Lo que realmente no se puede refutar es el efecto positivo que el turismo ha dejado en los pocos hogares articulados a las actividades de albergue, en virtud que la señora del hogar gracias a los beneficios de esta actividad y al ser protagonistas de la misma, ha podido permanecer en el hogar, circunstancia que ha favorecido la adecuada formación y crianza de los hijos. Aproximadamente treinta personas realizan alguna

acción vinculada a la prestación un producto o servicio a los turistas, lo cual significaría que treinta familias estarían recibiendo algún beneficio de esta actividad. Adicionalmente otras actividades como la construcción o adecuación de albergues han devenido en beneficios para los comuneros por efecto de su labor como albañiles o por la elaboración de los materiales requeridos.

CONCLUSIONES:

- 1.- La comunidad la Calera cuenta aún con un entorno físico propicio para el desarrollo del Turismo Comunitario, en virtud del predominio de la naturaleza en su hábitat.
- 2.- La conformación étnica de los pobladores de la comunidad la Calera, en su “mayoría indígenas” (Echeverría y Albuja, 2007: 42), contribuye a que la oferta de turismo comunitario sea de mayor atracción.
- 3.- La Calera carece de una adecuada provisión de los servicios de alcantarillado y de agua⁵⁴ para el consumo humano, aspectos que pueden erigirse como una restricción para la idónea atención de turistas.
- 4.- La necesidad de una adecuada señalización, que ayude a transmitir a los turistas, como se ha establecido la distribución de los espacios al interior de la Calera, no ha sido aún satisfecha.
- 5.- Existe un limitado conocimiento de los líderes comunitarios y de la mayoría de sus pobladores al respecto de la forma idónea de articularse al mercado internacional del turismo.
- 6.- Las tecnologías de la información no han sido utilizadas adecuadamente, en razón de la ausencia de conocimiento para su manejo, así como de la falta de conciencia acerca de los potenciales beneficios que de ésta se desprenden.
- 7.- Ausencia de una normativa lo suficientemente explícita que contribuya a la solución de posibles inconvenientes. Por ejemplo, ante la muerte la Señora Sánchez, quien poseía un albergue articulado a la Runa Tupari, sin embargo aún no se ha producido una definición precisa sobre su continuidad o no de ese albergue con la Runa Tupari, lo cual

⁵⁴ Existe una provisión de Agua Entubada, misma que no posee un flujo permanente ni constante.

podría devenir en una subutilización de esas instalaciones, afectando así la capacidad de la oferta de alojamiento.

8.- Actualmente el producto turístico de la Calera se halla constituido esencialmente por lo concerniente a la convivencia entre los turistas y las familias a cargo de un determinado albergue. En menor magnitud e incidencia, se ubica lo relacionado a la Noche Cultural, acto tuvo origen en el segundo semestre de 2011. También se debe recordar el paulatino establecimiento de un huerto agroecológico, el restaurante comunitario y la elaboración de artesanías.

9.- Se constató el crecimiento de la demanda turística hacia la Calera, según versión de la Runa Tupari⁵⁵, así como desde la percepción del 80,22% de los habitantes de la Calera.

10.- Los turistas que en mayor medida visitaron la Calera fueron de origen extranjero según la Runa Tupari y acorde a la percepción del 97,80% de los habitantes de la comunidad.

11.- Se ha identificado la existencia de una demanda potencial atractiva por parte del turismo receptor, con respecto a los servicios de turismo comunitario. Esta situación se evidencia al recordar que el 80,21% de los turistas extranjeros mostró poseer algún interés en practicar turismo comunitario.

12.- Las formas de comunicación entre la oferta de turismo comunitario en Ecuador y su principal mercado (turistas extranjeros), carecen de una efectividad adecuada, pues a pesar del interés que esos turistas posean por acceder a los servicios de turismo comunitario, apenas el 17,71% de los turistas extranjeros que visitaron Cotacachi, tuvo previsto realizar turismo comunitario, y solamente un 36,46% manifestó conocer que se prestan servicios de turismo comunitario en Ecuador.

⁵⁵ El turismo Comunitario ha mostrado una tasa de crecimiento del 15% anual.

13.- Otro aspecto que demuestra la limitada capacidad de difusión de la oferta de turismo de la Calera, quedaría evidenciado al conocer que la opción la Calera, fue señalada en una proporción del 19,27%, al consultar a los turistas extranjeros sobre su conocimiento de la existencia de una oferta de turismo comunitario entre varias de las comunidades que se establecieron como opción de elección.

14.- La importancia del marketing boca a boca quedaría demostrada, tanto por lo expresado en ese ámbito por la Runa Tupari, así como al consultar acerca del principal medio como los turistas extranjeros se informaron del Ecuador, donde fue marcada en una proporción del 28,87% la opción amigos, de entre las varias opciones que se puso a consideración de ese grupo de turistas.

15.- El internet constituyó el principal medio, a través del cual los turistas extranjeros obtuvieron información del Ecuador.

16.- Las “expresiones autóctonas constituyeron el principal motivo de los turistas para visitar el Ecuador, pues esta opción alcanzó una la mayor representatividad de entre varias alternativas que se puso a consideración de los turistas extranjeros”⁵⁶. Esta situación da relevancia y sustento a la existencia de ofertas como la de turismo comunitario.

17.- La totalidad de los habitantes (encuestados) en la Calera, que manifestaron participar en el turismo comunitario, perciben a ésta actividad como algo que ha contribuido de forma positiva en su economía.

18.- Aunque se evidencia la existencia de pocas personas vinculadas al turismo comunitario, la mayoría de los habitantes (encuestados) en la comunidad perciben a esta modalidad de turismo como algo positivo para la comunidad.

⁵⁶ Ver el anexo 4 correspondiente a los resultados de la encuesta dirigida al turismo receptor, en lo referente a la pregunta 5, en la tabla 43, gráfico 37.

19.- En el ámbito social los habitantes de la Calera (encuestados), destacaron a la mayor presencia de la mujer en el hogar, como un aspecto positivo derivado del turismo comunitario.

20.- En el ámbito cultural, a decir de los habitantes de la Calera (encuestados), el turismo comunitario habría impulsado la realización de las danzas tradicionales, ceremonias y rituales, y el conocimiento y difusión de plantas medicinales, entre los principales.

21.- En lo relacionado al medio ambiente, según los habitantes de la Calera (encuestados), el turismo comunitario habría incidido positivamente en la limpieza de calles y espacios comunitarios, así como en la recolección de basura (entre los más destacados), problemas que aquejaron durante mucho tiempo a la comunidad.

22.- Los habitantes encuestados en la Calera, manifestaron que la organización de actividades generadoras de ingresos deberían ser manejadas de forma comunitaria o familiar. De ahí que se evidencia interés por actividades vinculadas al turismo comunitario.

23.- El anhelo por incrementar la oferta de turística bajo el manejo de la comunidad, constituye un proceso en construcción, que entre otras acciones ha tenido a la iniciación de la construcción de un albergue comunitario a cargo de la Asociación Jatarishun.

24.- La mayoría de los habitantes de la Calera (encuestados) que prefirió optar por una organización familiar de las actividades generadoras de ingreso vinculadas al turismo comunitario, estaría gustoso de poseer un negocio articulado al turismo comunitario.

25.- Se identificó el sentir de varios actores de la comunidad y de la operadora turística, al respecto de que la comunidad posea bajo su control un Centro de Turismo Comunitario (CTC). El CTC pretenderá constituirse como una entidad capaz de llevar turistas a la Calera con mayor exclusividad que lo hecho por Runa Tupari, y de esa forma procurar elevar la demanda y los consecuentes beneficios.

RECOMENDACIONES

- 1.- Capacitar a los moradores de la Calera, principalmente a sus dirigentes y a las personas interesadas en el turismo comunitario, sobre historia, ecología, paisajismo, etnicidad, indigenismo. De esta forma podrán tener conocimiento pleno de la importancia de mantener su riqueza natural y cultural a fin de que el desarrollo del turismo sea sostenible.
- 2.- Capacitar a los individuos interesados en vincularse al turismo comunitario en el manejo de Tecnologías de Información, así como en la forma idónea de captar el interés de los mercados internacionales.
- 3.- Dotar a la comunidad de los requerimientos apropiados en lo que a alcantarillado se refiere y a provisión de agua potable en términos de pureza y fluidez.
- 4.- Que personal capacitado de la municipalidad en el ámbito urbanístico, guíe a los miembros de la comunidad a la realización y establecimiento de la señalización interna en la Calera, así como de la rotulación necesaria que indique los posibles lugares de ingreso a la comunidad.
- 5.- Establecimiento de normas básicas que tiendan a regular a los actores inmersos en la organización de la oferta turística en la comunidad, y al establecimiento de parámetros justos para compensar a la comunidad por mantener un entorno propicio.
- 6.- Implementación de formas de apoyo al desarrollo turístico en la Calera por parte de las entidades estatales, en virtud de la importancia que representa una actividad económica que emplea a la gente de la localidad, lo cual reduce motivos para migrar a los centros urbanos.
- 7.- Se requiere un mayor desarrollo de los actuales productos ofertados por la Calera, a la vez que se deberá procurar innovar y desarrollar nuevos productos a fin de satisfacer en mayor medida a la demanda de turistas, a la vez que se impulsaría la generación de mayores plazas de empleo.

8.- Al interior de la comunidad debe establecerse una planificación que ayude a un crecimiento paulatino y diversificado de la oferta turística, la cual considere la demanda actual y la potencial. Esto con miras a evitar un exceso de oferta en algún tipo de producto u servicio, mientras que otros no se los oferta en la cantidad adecuada.

9.- Capacitar a los actores del turismo comunitario de la Calera para que puedan utilizar los medios adecuados a fin de captar el interés de la demanda potencial de turistas extranjeros que se moviliza hacia Cotacachi. Este esfuerzo deberá enmarcarse en estrategias de comunicación donde el marketing boca a boca y en el internet sean protagonistas.

10.- Los mensajes publicitarios y similares, emitidos por los oferentes de los servicios de turismo comunitario hacia los turistas extranjeros, deberían irradiar las particularidades autóctonas y naturales que posee la Calera.

11.- Al conformar el Centro de Turismo Comunitario (CTC) en la Calera, deberían concurrir los aportes de aquellos habitantes inmersos o que poseen interés en el turismo comunitario, así como representantes del Cabildo, de la Runa Tupari y del Municipio de Cotacachi.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre Juan Antonio (2008). “Midiendo el impacto económico del gasto turístico de los visitantes a los parques nacionales de Costa Rica”, publicado en *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* disponible en: www.pasosonline.org . visitado en 07 de septiembre de 2010.
- AFHA, Grupo de Asesores y Consultores, “Metodología del Muestreo”: 07.
- Bastidas Delgado Oscar, Escuela de Administración Universidad Central de Venezuela, Caracas, y Madeleine Richer Centro de Estudios de la Empresa, Universidad del Zulia, Maracaibo (Año 2001). “Economía social y economía solidaria: Intento de definición”. *CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social* N° 1 • Mayo 2001. http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0138/economia_social_y_economia_solidaria.pdf (Visitado el 18 de julio de 2011).
- Cantero, Pedro y Fernández, Lucía (s/f). “Cuando el sapo llora...”. La acción de agentes externos como factor para el desarrollo del turismo comunitario en las comunidades de Caguanapambapamba y Sisid (Cañar)”. *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad social*, Ruiz Esteban y Solís Doris: 283. Quito – Ecuador. Editorial: Abya Ayala. <http://encuentroturismoindigena.com/download/libros/TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20ECUADOR,%20Desarrollo%20y%20Sostenibilidad%20social,%20UNIVERSIDAD%20DE%20CUENCA,%20ECUADOR.pdf>. Visitado en noviembre de 2010.
- Castelluccio Daniela. (2010). Centro de Investigaciones turísticas Universidad Nacional de Mar del Plata. “Turismo Desarrollo y Calidad: hacia un servicio sostenible”.. Disponible en <http://nulan.mdp.edu.ar/1203/1/00986.pdf>, visitada el 20 de junio de 2011.
- Cevallos, Jomar y otros compiladores. “Memorias de la Asamblea Cantonal Extraordinaria de Cotacachi. Hacia el Sumak Kawsay con Participación Organizada ITULT 11 Y 12 de Diciembre de 2010”. Marzo de 2011.

- Coca, Agustín(s/f). “Machacuyacu, turismo y organización comunitaria”. *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad social*, Ruiz Esteban y Solís Doris: 283. Quito – Ecuador. Editorial: Abya Ayala. <http://encuentroturismoindigena.com/download/libros/TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20ECUADOR,%20Desarrollo%20y%20Sostenibilidad%20Social,%20UNIVERSIDAD%20DE%20CUENCA,%20ECUADOR.pdf>. Visitado en noviembre de 2010.
- Cooperación Técnica BID No. AT N/FG – 9903 – EC del PLANDETUR 2020. “Plan Nacional de Turismo 2020. PLANDETUR2020”. Disponible en www.turismo.gov.ec., visitado el 11 – 20 – 2010.
- Coraggio, José Luis (2002). “La Economía social y solidaria como estrategia de desarrollo en el contexto de la integración regional latinoamericana. Otro desarrollo, otra economía”. Disponible en: http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/ponencia_jlc.doc. Visitado 29 de octubre 2010.
- Del Barco Quiroga, Lilian Viviana (2010). “Turismo Comunitario en Países en Vías de Desarrollo: Buenas Prácticas para la Planificación de un Emprendimiento”. Disertación para Máster. Visitado el 01 de Enero de 2012. Disponible en <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16411/1/Turismo%20comunitario%20Del%20Barco.pdf>
- Del Campo, Alberto (s/f). “Autoridad y liderazgo en Huertas (Shaglli). Prácticas y tácticas de articulación entre sujeto, comunidad y mundo”. *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad social*, Ruiz Esteban y Solís Doris: 283. Quito – Ecuador. Editorial: Abya Ayala. <http://encuentroturismoindigena.com/download/libros/TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20ECUADOR,%20Desarrollo%20y%20Sostenibilidad%20Social,%20UNIVERSIDAD%20DE%20CUENCA,%20ECUADOR.pdf>. Visitado en noviembre de 2010.
- Echeverría Echeverría Pedro Raúl. “Monografía del Cantón Cotacachi 1994”.

- Echeverría Carmen, Albuja Jeanneth, Unión de Organizaciones Campesinas E Indígenas de Cotacachi (UNORCAC). (2007). “UNORCAC EN CIFRAS 2010”. Pág. (50).
- Eroski Consumer (2007). “La OMT apuesta por el turismo para luchar contra la pobreza América del Sur”. Disponible en <http://www.consumer.es/web/es/solidaridad /2007/01/11/158934.php>, visitado en 05 de noviembre de 2010.
- Escobar Francisco (2011). “Política Pública de la Economía Popular y Solidaria en Ecuador”. Presentada en nombre de la Asamblea Nacional Cantonal Extraordinaria de Cotacachi, 11 y 12 de Diciembre de 2010. Recopilada por Cevallos, Jomar y otros compiladores. “Memorias de la Asamblea Cantonal Extraordinaria de Cotacachi. Hacia el Sumak Kawsay con Participación Organizada ITULT 11 Y 12 de Diciembre de 2010”.
- FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2010). “Comunidades”. Disponible en http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=section&id=11&Itemid=116, visitado noviembre 12 de 2010.
- Feptce y Ministerio de Turismo (s/f). “PROYECTO DE CONSOLIDACIÓN INSTITUCIONAL, DESARROLLO ORGANIZATIVO Y MARCO LEGAL DEL TURISMO COMUNITARIO. HORIZONTES DE VIDA DE LA COMUNIDAD LA CALERA”, visitado 01 de abril de 2011. Diponible en http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=142:comunidad-la-calera&catid=38:andes&Itemid=246
- Hernández Sampieri y otros “Metodología de la Investigación”. 3era Edición. Editorial: Mc Graw Hill.
- Hernández, Macarena (s/f). ““Comprar y vender. De la cultura al mercado turístico en Tunibamba”.*Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad social*, Ruiz Esteban y Solís Doris: 283. Quito – Ecuador. Editorial: Abya Ayala. <http://encuentroturismoindigena.com/download/libros/TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20ECUADOR,%20Desarrollo%20y%20Sostenibiluidad%20Social,%20UNIVERSIDAD%20DE%20CUENCA,%20ECUADOR.pdf>. Visitado en noviembre de 2010.

- Ivars Baidal Josep Antoni. “Turismo y Espacios Rurales: Conceptos, filosofías y realidades”. Año: 2000 .Pág. (88). <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/176/17602303.pdf>. Visitada el 5 de septiembre de 2011.
- Kotler Philip, Hayes Thomas, Bloom Paul, Año: 2004. “El Marketing de Servicios Profesionales”. Editorial: Paidós. Páginas: 424.
- Kotler Philip y Amstrong Gary “Principios de Marketing”. Editorial: Pearson Education S. A., Copyright 2008. España. (Pág.747).
- López Tomás y Sánchez Sandra María (s/f), “Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en Países en Vías de Desarrollo. Un Estudio de Caso en El Salvador”. visitada el 30 de diciembre de 2011, disponible en http://www.ucm.es/info/revesco/txt/REVESCO%20N%2099.4%20Tomas%20LOPEZ,%20Sandra%20SANCHEZ.htm#_ftn1
- López Tomás , Sánchez Sandra (2009). “Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua”. Disponible en <http://cdr.javeriana.edu.co/?idcategoria=1327#>, visitado en noviembre 12 de 2010.
- Maldonado, Carlos (2005). “Pautas Metodológicas para el análisis de experiencias de Turismo Comunitario en el Ecuador”, disponible en <http://www.redturs.org/inicio/docu/pautas-m-2005.pdf>, visitado 11 – 10 – 2010.
- Maldonado Carlos. Organización Internacional del Trabajo Ginebra. “Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. Sección IV: Iniciativas comunitarias regionales de autorregulación”. Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS) Año: 2006. Ginebra Suiza. Visitado el 10 de julio de 2011. http://www.redturs.org/inicio/docu/turismo_conducta.pdf
- Ministerio de Turismo. www.turismo.gov.ec Estadísticas Turísticas.
- Ministerio de Turismo (s/f). “Boletín de Estadísticas Turísticas 2005 – 2009, en el Capítulo 4 Servicios Turísticos” http://www.turismo.gob.ec/images/stories/pdf/Boletin_de_Estadisticas_Turisticas_2005-2009.pdf, visitada el 18 de junio de 2011.

- Ministerio de Turismo (2011). “Estadísticas Turísticas. Entradas y Salidas del Ecuador (2007 – 2011)”
[http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content
&view=article&id=459: estadisticas-turisticas&catid=62:ser vicios&Itemid=95.](http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadisticas-turisticas&catid=62:servicios&Itemid=95)
Visitada el 18 de junio de 2011.
- Muñoz de Escalona y Lafuente Francisco (1991), “Crítica de la economía turística enfoque de oferta versus enfoque de demanda”. Disertación doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Organización Mundial de Turismo (UNWTO) . “Tourism and the Millennium Development goals. Sustainable – Competitive – Responsible”. Año: 2010
<http://www.unwto.org/tourism&mdgseazine>, visitada el 28 de junio de 2011.
- Ortiz Roca, Humberto (s/f). “Economía Popular, Economía Solidaria, Fuerza para el Desarrollo Humano en el Perú y en el Sur del Mundo”. Disponible en <http://www.cota.be/SPIP/IMG/pdf/hortiz1bis.pdf>, visitada en julio 18 de 2011.
- Overseas Development Institute, 2007. ““Turismo pro – pobre” - ¿Qué ha ido bien y que ha ido mal?”. Visitado el 01 de enero de 2012. Disponible en <http://www.odi.org.uk/opinion/docs/142.pdf>
- Pleumaron, Anita (1999). “Turismo, globalización y desarrollo sustentable”. *Revista del Sur*. Disponible en http://old.redtercermundo.org.uy/revista_del_sur/texto_completo.php?id =794, visitado en 10 de julio de 2011.
- Registro Oficial N° 444 (2011). “Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria”.
[http://www.economiasolidaria.org/files/ECUADOR_LEY_ORGANICA_DE_L
A_ECONOMIA_POPULAR_Y_SOLIDARIA.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/ECUADOR_LEY_ORGANICA_DE_LA_ECONOMIA_POPULAR_Y_SOLIDARIA.pdf), visitado el 15 de julio de 2011.
- REDTURS en América Latina, Maldonado Carlos experto en políticas de empleo y desarrollo empresarial Oficina Internacional del Trabajo (OIT). “Fortaleciendo redes de turismo comunitario”. Año: 2007 Visitado el 13 de julio de 2011. <http://www.redturs.org/nuevaes/Maldonado-Artic-Rev-Turin%20Esp.pdf>

- Rivera Carrión Edgar (2010). “Gestión del Turismo Sostenible en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE)”. s/n Foro realizado en Flacso Mayo, en Quito, Ecuador.
- Ruiz Esteban, Macarena Hernández, Coca Agustín, Cantero Pedro, Del Campo Alberto (2008). “Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community based tourism desde la comunidad”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, www.Pasosonline.org (visitada el 5 de julio de 2010)
- Ruiz Esteban, Vintimilla María COORDINADORES (2009) “*Cultura Comunidad y Turismo. Ensayos Sobre Turismo Comunitario En Ecuador*”. QUITO – ECUADOR EDITORIAL: ABYA AYALA.
- Ruiz Esteban y Solís Doris. “Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad social”. Año: 2007. <http://encuentroturismoindigena.com/download/libros/TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20ECUADOR,%20Desarrollo%20y%20Sostenibilidad%20Social,%20UNIVERSIDAD%20DE%20CUENCA,%20ECUADOR.pdf>. Visitado en noviembre de 2010.
- Ruiz, Esteban (s/f). ““Del machete a la lengua” Agua Blanca y la apropiación en el turismo comunitario”. *Turismo Comunitario en Ecuador. Desarrollo y Sostenibilidad social*, Ruiz Esteban y Solís Doris: 283. Quito – Ecuador. Editorial: Abya Ayala. <http://encuentroturismoindigena.com/download/libros/TURISMO%20COMUNITARIO%20EN%20ECUADOR,%20Desarrollo%20y%20Sostenibilidad%20Social,%20UNIVERSIDAD%20DE%20CUENCA,%20ECUADOR.pdf>. Visitado en noviembre de 2010.
- Silva Menéndez Alejandrina. “1er Encuentro Nacional de Turismo Comunitario en Guatemala. Estrategia Nacional de Turismo Comunitario 2011 – 2015”. Guatemala Centro América Noviembre de 2010. Visitada el 12 de julio de 2011. http://www.redturs.org/publicidad/guate_estrategia.pdf.
- Solis Carrión Doris. “De la resistencia a la sostenibilidad. El proceso histórico del turismo comunitario en Ecuador y sus retos actuales”. Compilado en “*Turismo Comunitario en el Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*”. Pág. 30.

- Unidad Responsable de Comunicación e Información de la Organización Internacional del trabajo OIT (2009). “turismo, discriminación, pueblos indígenas y tribales”. Disponible en http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/Media_and_public_information/Feature_stories/lang-es/WCMS_112422/index.htm, visitado el 04 de noviembre de 2009
- UNWTO World Tourism Organization Año: (2011) “UNWTO TOURISM HIGHLIGHTS”. Disponible en <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr.pdf>, visitado en junio 15 de 2011.
- Villacis Byron Director General de INEN. (s/f). “3 de cada 10 ecuatorianos utilizan Internet, en dos años la cifra aumento en más de medio millón de personas”, disponible en http://www.inec.gov.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=42%3A3-de-cada-10-ecuatorianos-utilizan-internet-en-dos-anos-la-cifra-aumento-en-mas-de-medio-millon-de-personas&catid=63%3Anoticias-general&lang=es, visitado el 28 de marzo de 2012.
- WWF Redactado por Denman Richard (2001). “Directrices para el desarrollo del turismo comunitario”. Disponible en http://assets.panda.org/downloads/directrices_para_el_turismo_comunitario_wwf_1.pdf, visitado en noviembre – 10 – 2010.

PAGINAS WEB

- REDTURS Red de Turismo Comunitario en el Ecuador http://www.redturs.org/nuevas/articulo1.php?action=view&ar_codigo=&codigo=7&ca_padre=&porpage=15&orderby=&page=4. Visitado el 10 de julio de 2011.
- Acción por un Turismo Responsable, <http://www.turismo-responsable.org/enlaces.htm>. visitada el 05 de septiembre de 2011.
- Prato, Roberto, Fundación Programa Andes Tropicales Abril 2007. “La Planificación del Turismo Rural de Base Comunitaria: Un Elemento Clave Para el Éxito de Nuevos Destinos de Turismo Sostenible en Las Comunidades

Andinas. <http://www.iadb.org/mif/sendas/2/planificacion.html>. Visitada el 05 de septiembre de 2011.

- Acción por un Turismo Responsable. <http://www.turismo-responsable.org/enlaces.htm#1>. Visitada el 05 de septiembre de 2011.
- Wikipedia La Enciclopedia Libre. “Organización no Gubernamental” http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_no_gubernamental. Visitada el 10 de septiembre de 2011.

ENTREVISTAS:

- (001, Entrevista, Agosto 2011) Fausto Gualsaquí Funcionario de Runa Tupari, ex miembro de la FEPTCE, miembro de la comunidad la Calera.
- (002, Entrevista, Septiembre, 2011) Wilson Guevara Presidente de la Comunidad la Calera
- (003, Entrevista, Agosto 2011) Milton Bonilla esposo de la Señora Estela Flores Alberguista.
- (004, Entrevista, Agosto 2011) Ana Flores Alberguista
- (005, Entrevista, Agosto 2011) Gladys Muñoz Alberguista
- (006, Entrevista, Agosto 2011) Diego Carrera Funcionario de la UNORCAC
- (007, Entrevista, Agosto 2011) Representante de la dirección de turismo de Cotacachi, encargado del turismo comunitario.
- (008, Entrevista, Enero 2012). Magdalena Fueres Alberguista.

ANEXOS

Anexo 1: TABLA 5: Ingresos por turismo comparados

INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL 1)									
AÑO 2009 - 2010									
(En millones de dólares)									
Años	* TURISMO	PETRÓLEO CRUDO	BANANO Y PLÁTANO 2)	CAMARÓN	DERIVADOS DE PETRÓLEO 3)	OTROS ELAB. PROD DEL MAR	MANUFACT. DE METALES 4)	FLORES NATURALES	TOTAL DE EXPORTACIONES (Productos Primarios e Industrializados)
2009	674.2	6,284.13	1,995.65	664.42	680.51	650.11	532.75	543.7	13,863.06
UBICACIÓN	4	1	2	5	3	6	8	7	
2010	786.7	8,951.94	2,032.77	849.67	721.29	622.51	707.64	607.77	17,489.93
UBICACIÓN	4	1	2	3	5	7	6	8	

1) Cifras provisionales: su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior
 2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador
 3) Incluye exportaciones del sector privado de combustible, lubricantes y otros derivados de petróleo
 4) Incluye exportaciones de vehículos
 (*) Según Balanza de Pagos del Ecuador (Ctas Viajes y Transporte de Pasajeros)

Elaborado por: Ministerio de Turismo.

Anexo 2: TABLA 6: Número de destinos comunitarios registrados en REDTURS

PAÍSES	DESTINOS REGISTRADOS	PARTICIPACIÓN RELATIVA
ECUADOR	52	16.46%
BRASIL	37	11.71%
PERÚ	36	11.39%
MÉXICO	36	11.39%
NICARAGUA	36	11.39%
COSTA RICA	35	11.08%
BOLIVIA	21	6.65%
COLOMBIA	18	5.70%
GUATEMALA	16	5.06%
ARGENTINA	7	2.22%
CHILE	6	1.90%
HONDURAS	6	1.90%
PANAMÁ	5	1.58%
VENEZUELA	5	1.58%
EL SALVADOR	0	0%

FUENTE:

REDTURS

http://www.redturs.org/nuevas/articulo1.php?action=view&ar_codigo=&ca_codigo=7&ca_padre=&porpage=15&orderby=&page=4

ELABORADO POR: INVESTIGADOR.

Anexo 3: Encuesta a la Comunidad de la Calera

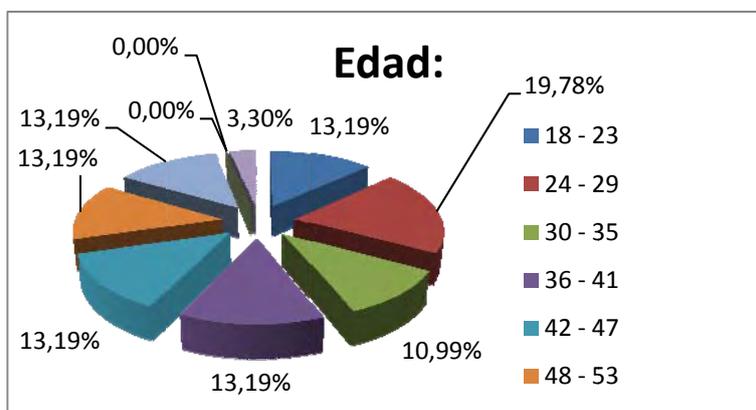
Tabla 7: Edad de los habitantes de la Calera encuestados

Edad:	Número	Porcentaje
18 - 23	12	13,19%
24 - 29	18	19,78%
30 - 35	10	10,99%
36 - 41	12	13,19%
42 - 47	12	13,19%
48 - 53	12	13,19%
60 - 65	0	0,00%
66 - 71	0	0,00%
De 72 en adelante	3	3,30%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 1: Edad de los habitantes de la Calera encuestados



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 8: Estado Civil de los habitantes de la Calera

Estado civil:	Número	Porcentaje
Soltera	3	3,30%
Unión Libre	6	6,59%
Casado	70	76,92%
Separado	6	6,59%
Viudo/a	6	6,59%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 2: Estado Civil de los habitantes de la Calera



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

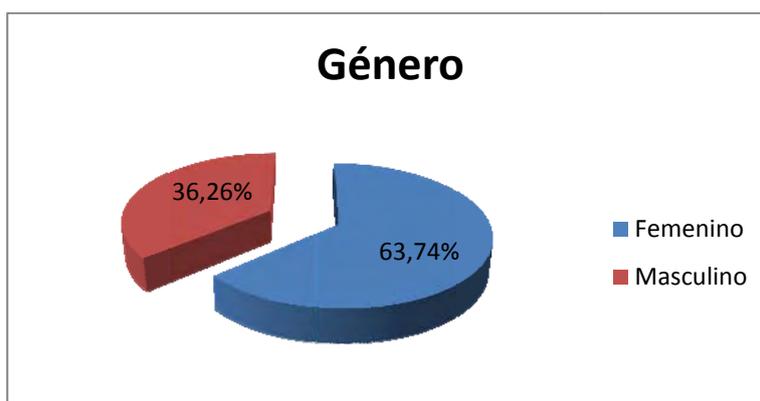
Tabla 9: Género de los habitantes de la Calera

Género	Número	Porcentaje
Femenino	58	63,74%
Masculino	33	36,26%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 3: Género de los habitantes de la Calera



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 10: Número de hijos de los habitantes de la Calera

Número de hijos/as	Número	Porcentaje
1 a 2	21	23,08%
3 a 4	33	36,26%
5 o más	37	40,66%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 4: Número de hijos de los habitantes de la Calera



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

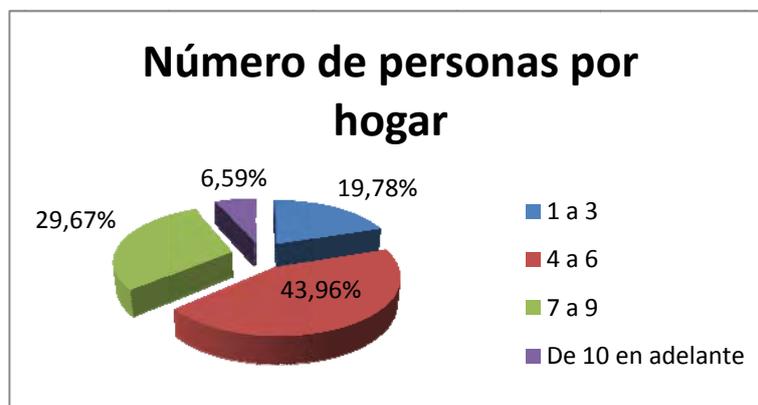
Tabla 11: Número de personas por hogar en la Calera.

Número de personas por hogar	Número	Porcentaje
1 a 3	18	19,78%
4 a 6	40	43,96%
7 a 9	27	29,67%
De 10 en adelante	6	6,59%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 5: Número de personas por hogar en la Calera.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

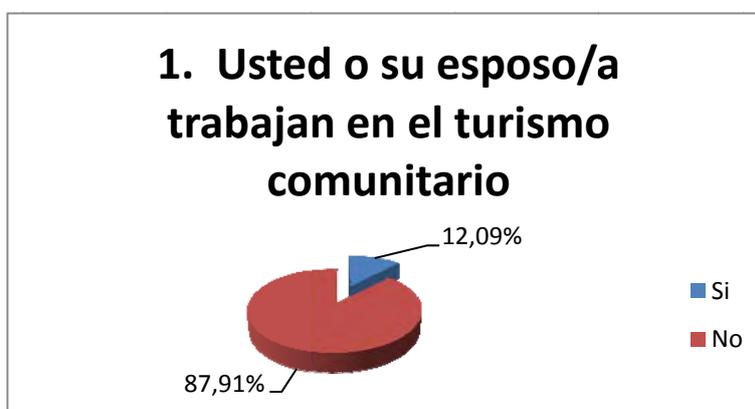
Tabla 12: ¿Usted o su esposo/a trabajan en el turismo comunitario?

1. ¿Usted o su esposo/a trabajan en el turismo comunitario?	Número	Porcentaje
Si	11	12,09%
No	80	87,91%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 6: ¿Usted o su esposo/a trabajan en el turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 13: ¿Ha mejorado sus ingresos económicos por motivo del turismo comunitario?

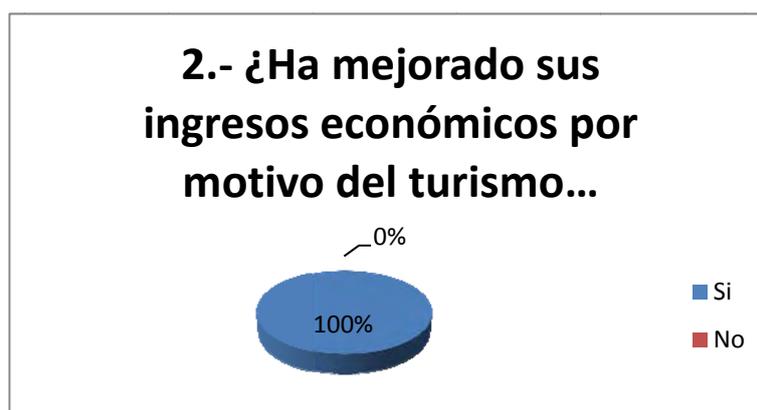
Si contesto Si en la uno, favor conteste la 2, caso contrario pase a la 3

2.- ¿Ha mejorado sus ingresos económicos por motivo del turismo comunitario?	Número	Porcentaje
Si	11	100%
No		0%
TOTALES:	11	100%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 7: ¿Ha mejorado sus ingresos económicos por motivo del turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 14: ¿Usted ha visto la presencia de turistas en la comunidad?

3.- ¿Usted ha visto la presencia de turistas en la comunidad?	Número	Porcentaje
Si	91	100,00%
No	0	0,00%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 8: ¿Usted ha visto la presencia de turistas en la comunidad?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

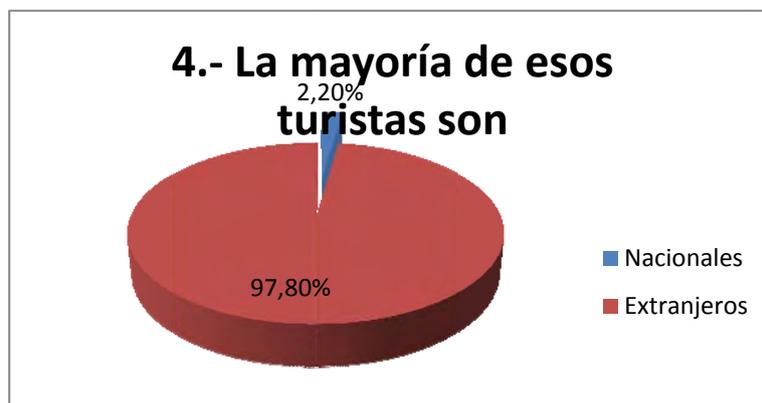
Tabla 15: ¿La mayoría de esos turistas son?

4.- ¿La mayoría de esos turistas son?	Número	Porcentaje
Nacionales	2	2,20%
Extranjeros	89	97,80%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 9: ¿La mayoría de esos turistas son?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 16: ¿Usted ha percibido un incremento del número de turistas que visita la comunidad?

5.- ¿Usted ha percibido un incremento del número de turistas que visita la comunidad?	Número	Porcentaje
Si	73	80,22%
No	18	19,78%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 10: ¿Usted ha percibido un incremento del número de turistas que visita la comunidad?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 17: Marque con una X sobre las entidades que han otorgado apoyo al crecimiento del Turismo Comunitario

6.Marque con una X sobre las entidades que han otorgado apoyo al crecimiento del Turismo Comunitario	Número	%
Cabildo de la Comunidad	9	8,04%
Municipio de Cotacachi	12	10,71%
Rutatupari	67	59,82%
FEPTCE	6	5,36%
Cámara de Turismo Provincial de Imbabura	6	5,36%
No sabe	9	8,04%
Otro	3	2,68%
TOTAL	112	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 11: Marque con una X sobre las entidades que han otorgado apoyo al crecimiento del Turismo Comunitario



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

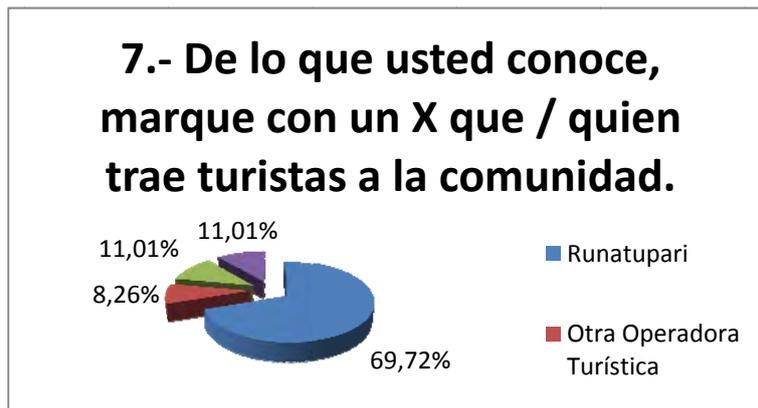
Tabla 18: De lo que usted conoce, marque con un X que / quien trae turistas a la comunidad.

7.- De lo que usted conoce, marque con un X que / quien trae turistas a la comunidad.	Número	%
Runa Tupari	76	69,72%
Otra Operadora Turística	9	8,26%
No sabe	12	11,01%
Otros	12	11,01%
TOTAL	109	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 12: De lo que usted conoce, marque con un X que / quien trae turistas a la comunidad.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 19: ¿Usted cree que el turismo comunitario en la comunidad es un?

Beneficio____ **Perjuicio**____ **No sabe**____

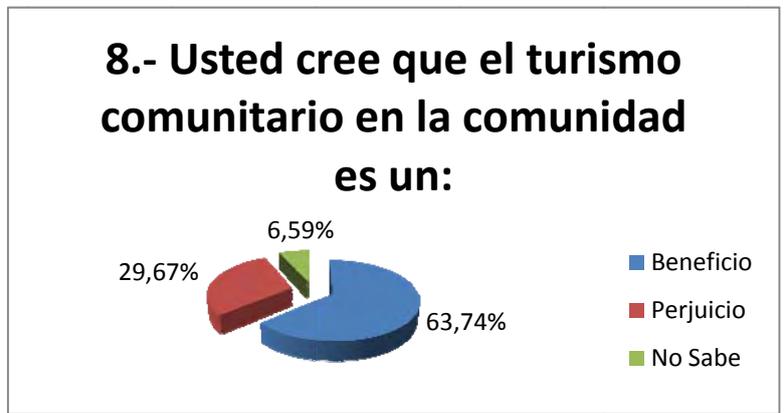
8.- Usted cree que el turismo comunitario en la comunidad es un:	Número	Porcentaje
Beneficio	58	63,74%
Perjuicio	27	29,67%
No Sabe	6	6,59%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 13: ¿Usted cree que el turismo comunitario en la comunidad es un?

Beneficio____ **Perjuicio**____ **No sabe**____



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

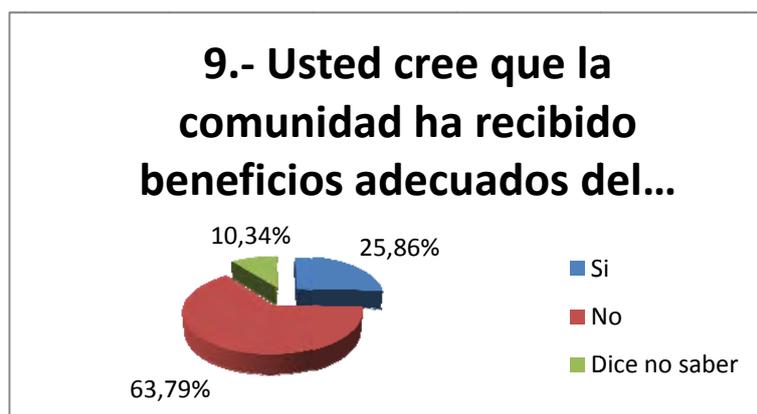
Tabla 20: ¿Usted cree que la comunidad ha recibido beneficios adecuados del turismo comunitario?

Si contestó beneficio en la pregunta 8, favor contesté la 9		
9.- ¿Usted cree que la comunidad ha recibido beneficios adecuados del turismo comunitario?	Número	Porcentaje
Si	15	25,86%
No	37	63,79%
Dice no saber	6	10,34%
TOTALES:	58	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 14: ¿Usted cree que la comunidad ha recibido beneficios adecuados del turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 21: ¿Usted cree que la comunidad participa plenamente en la actividad de turismo comunitario?

10.- ¿Usted cree que la comunidad participa plenamente en la actividad de turismo comunitario?	Número	Porcentaje
Si	24	26,37%
No	61	67,03%
Dice no saber	6	6,59%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 15: ¿Usted cree que la comunidad participa plenamente en la actividad de turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

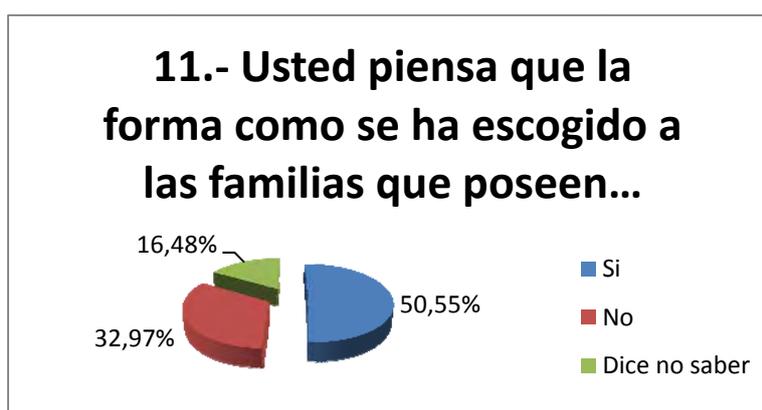
Tabla 22: Usted piensa que la forma como se ha escogido a las familias que poseen albergues, para trabajar con Runa Tupari es adecuada

11.- Usted piensa que la forma como se ha escogido a las familias que poseen albergues, para trabajar con Runa Tupari es adecuada	Número	Porcentaje
Si	46	50.55%
No	30	32.97%
Dice no saber	15	16.48%
Total	91	100.00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 16: Usted piensa que la forma como se ha escogido a las familias que poseen albergues, para trabajar con Runa Tupari es adecuada



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 23: De las siguientes opciones, marque con una X los aspectos que usted cree que han mejorado en la comunidad, gracias al turismo comunitario.

12.- De las siguientes opciones, marque con una X los aspectos que usted cree que han mejorado en la comunidad, gracias al turismo comunitario.	Número	%
Organización Comunitaria	36	24%
Liderazgos Comunitarios	30	20%
Mayor Unión entre la gente	21	14%
Mayor presencia de la madre en el hogar	46	31%
Dice no saber	3	2%
Ninguno	12	8%
TOTALES:	148	100%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 17: De las siguientes opciones, marque con una X los aspectos que usted cree que han mejorado en la comunidad, gracias al turismo comunitario.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 24: De los siguientes elementos culturales, marque aquellos que usted cree que han sido impulsados por causa del turismo comunitario.

13.- De los siguientes elementos culturales, marque aquellos que usted cree que han sido impulsados por causa del turismo comunitario.	Número	%
Vestimenta Tradicional	33	9%
Danzas tradicionales	61	17%
Mayor uso de Quichua	42	12%
Juegos Tradicionales	27	8%
Música tradicional	49	14%
Ceremonias y rituales	52	15%
Conocimiento y difusión de las plantas medicinales	55	15%
Aprendizaje del inglés	33	9%
Ninguna	3	1%
TOTALES:	355	100%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 18: De los siguientes elementos culturales, marque aquellos que usted cree que han sido impulsados por causa del turismo comunitario.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

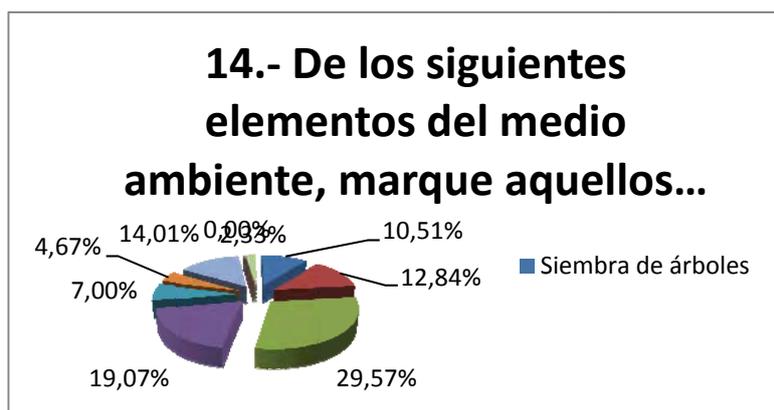
Tabla 25: De los siguientes elementos del medio ambiente, marque aquellos que usted cree que se han mejorado por causa del turismo comunitario.

14.- De los siguientes elementos del medio ambiente, marque aquellos que usted cree que se han mejorado por causa del turismo comunitario.	Número	%
Siembra de árboles	27	10,51%
Siembra de plantas frutales, medicinales, ornamentales	33	12,84%
Limpieza de calles y espacios comunitarios	76	29,57%
Recolección de basura	49	19,07%
Clasificación de los desechos en orgánicos e inorgánicos	18	7,00%
Tratamiento de aguas servidas	12	4,67%
Reubicación del Botadero de Basura	36	14,01%
Mejora del caudal y flujo del agua	0	0,00%
Ninguno	6	2,33%
TOTALES:	257	100%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 19: De los siguientes elementos del medio ambiente, marque aquellos que usted cree que se han mejorado por causa del turismo comunitario.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 26: Usted cree que las actividades de turismo comunitario que generan ingreso deberían ser manejadas de forma:

15.- Usted cree que las actividades de turismo comunitario que generan ingreso deberían ser manejadas de forma:	Número	Porcentaje
FAMILIAR	24	26,4%
COMUNITARIA	67	73,6%
TOTALES:	91	100,0%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 20: Usted cree que las actividades de turismo comunitario que generan ingreso deberían ser manejadas de forma:



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

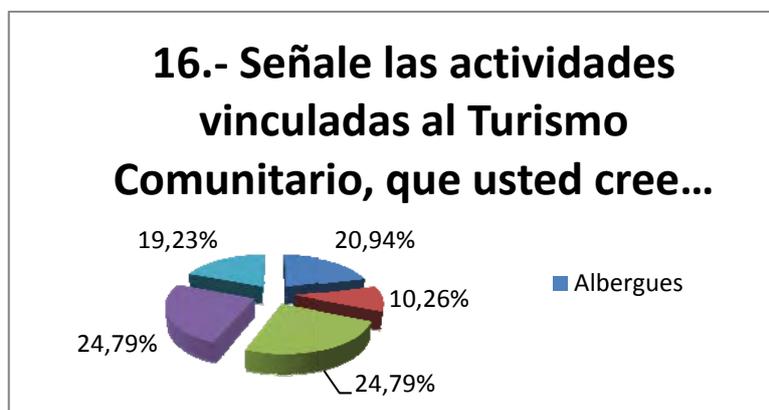
Tabla 27: Señale las actividades vinculadas al Turismo Comunitario, que usted cree deberían ser manejadas por la comunidad en sí.

Si señala Familiar, no conteste la pregunta 16// Si señala Comunitario, no conteste las preguntas: 18, 19 y 20		
16.- Señale las actividades vinculadas al Turismo Comunitario, que usted cree deberían ser manejadas por la comunidad en sí.	Número	Porcentaje
Albergues	49	20,94%
Restaurante	24	10,26%
Noche Cultural	58	24,79%
Huerto Agroecológico	58	24,79%
Guía naturalistas alrededor de la comunidad	45	19,23%
TOTALES:	234	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 21: Señale las actividades vinculadas al Turismo Comunitario, que usted cree deberían ser manejadas por la comunidad en sí.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

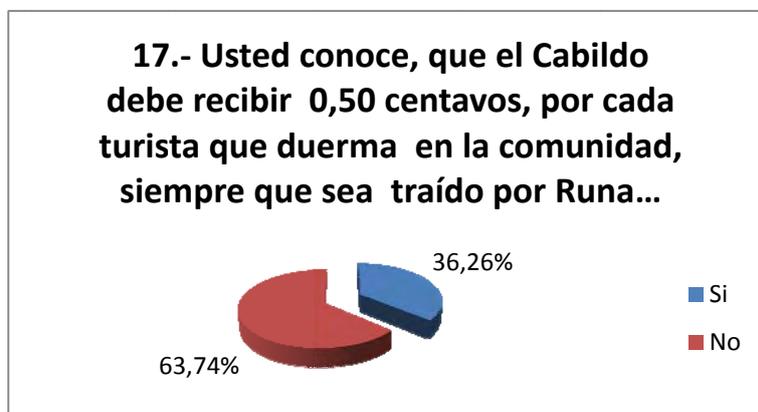
Tabla 28: Usted conoce, que el Cabildo debe recibir 0,50 centavos, por cada turista que duerma en la comunidad, siempre que sea traído por Runa Tupari.

17.- Usted conoce, que el Cabildo debe recibir 0,50 centavos, por cada turista que duerma en la comunidad, siempre que sea traído por Runa Tupari.	Número	Porcentaje
Si	33	36,26%
No	58	63,74%
TOTALES:	91	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 22: Usted conoce, que el Cabildo debe recibir 0,50 centavos, por cada turista que duerma en la comunidad, siempre que sea traído por Runa Tupari.



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 29: ¿Le gustaría poseer un negocio propio, dirigido hacia la atención de los turistas?

18.-¿Le gustaría poseer un negocio propio, dirigido hacia la atención de los turistas?	Número	Porcentaje
Si	22	91,67%
No	2	8,33%
TOTALES:	24	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 23: ¿Le gustaría poseer un negocio propio, dirigido hacia la atención de los turistas?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

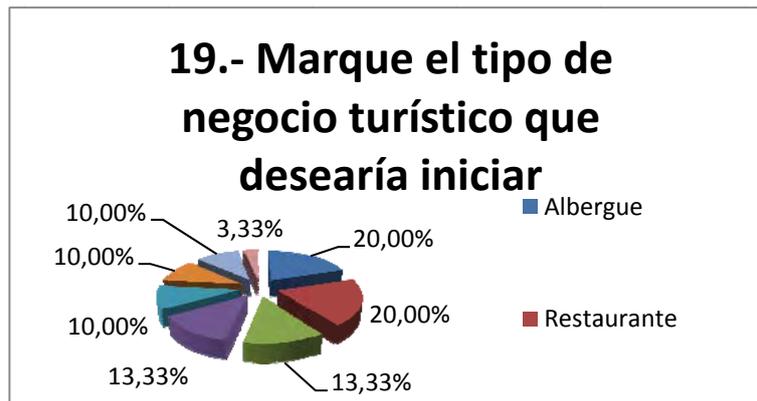
Tabla 30: Marque el tipo de negocio turístico que desearía iniciar

19.- Marque el tipo de negocio turístico que desearía iniciar	Número	Porcentaje
Albergue	18	20,00%
Restaurante	18	20,00%
Guía naturalista	12	13,33%
Ciclismo de montaña	12	13,33%
Artesanías	9	10,00%
Actividad artística (Danza y música)	9	10,00%
Agricultura sin químicos (orgánicas)	9	10,00%
Otro	3	3,33%
TOTALES:	90	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 24: Marque el tipo de negocio turístico que desearía iniciar



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

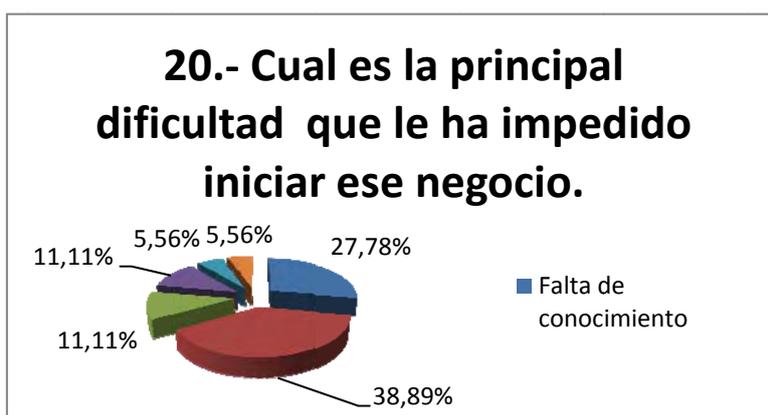
Tabla 31: ¿Cuál es la principal dificultad que le ha impedido iniciar ese negocio?

20.- ¿Cuál es la principal dificultad que le ha impedido iniciar ese negocio?	Número	Porcentaje
Falta de conocimiento	15	27,78%
Falta de recursos económicos	21	38,89%
Falta de guía adecuada	6	11,11%
Temor al fracaso	6	11,11%
Alcoholismo en la familia	3	5,56%
Incertidumbre de la concurrencia de turistas	3	5,56%
TOTALES:	54	100,00%

FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 25: ¿Cuál es la principal dificultad que le ha impedido iniciar ese negocio?



FUENTE: Encuesta a la Comunidad de la Calera

ELABORACIÓN: AUTOR

Anexo 4: Resultados de la Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros.

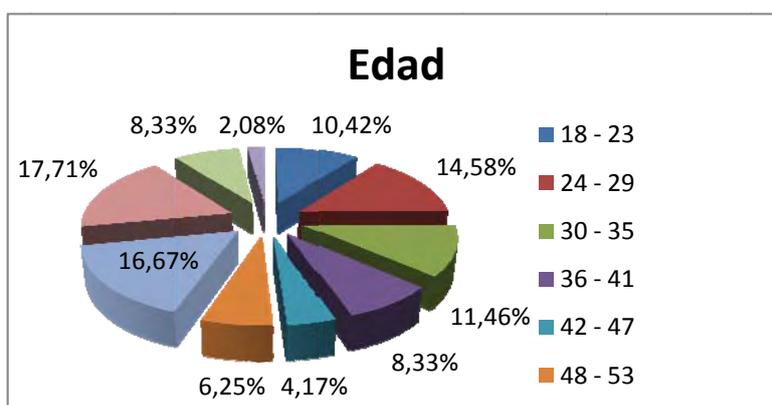
Tabla 32: Edad de los Turistas Extranjeros

Edad:	Número	%
18 - 23	10	10,42%
24 - 29	14	14,58%
30 - 35	11	11,46%
36 - 41	8	8,33%
42 - 47	4	4,17%
48 - 53	6	6,25%
54 - 59	16	16,67%
60 - 65	17	17,71%
66 - 71	8	8,33%
De 72 en adelante	2	2,08%
TOTAL	96	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 26: Edad de los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

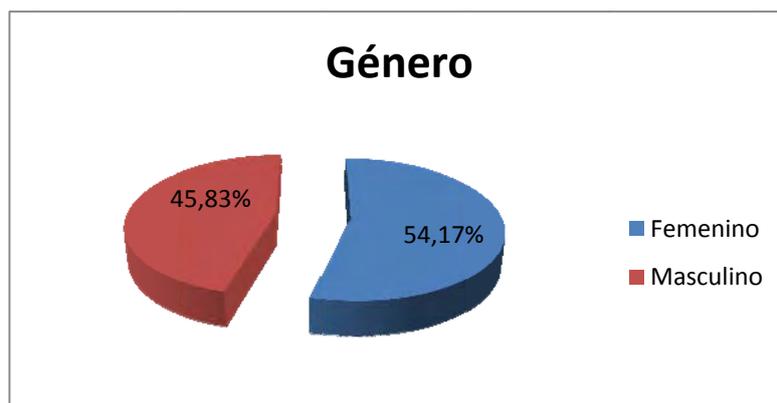
Tabla 33: Género los Turistas Extranjeros

Género	Número	%
Femenino	52	54,17%
Masculino	44	45,83%
TOTAL	96	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 27: Género los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

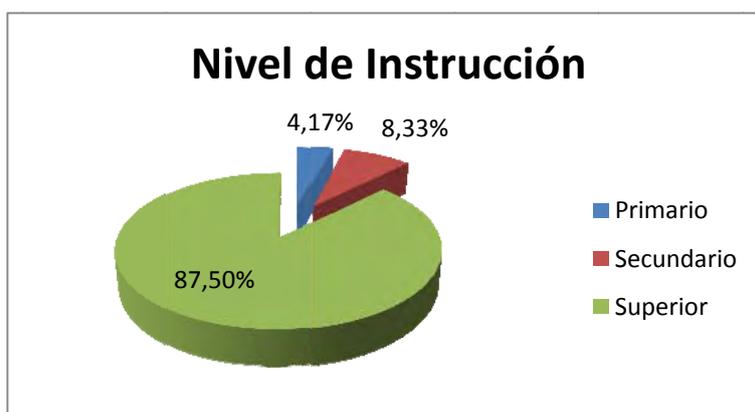
Tabla 34: Nivel de Instrucción de los Turistas Extranjeros

Nivel de Instrucción	Número	%
Primario	4	4,17%
Secundario	8	8,33%
Superior	84	87,50%
TOTAL	96	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 28: Nivel de Instrucción de los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

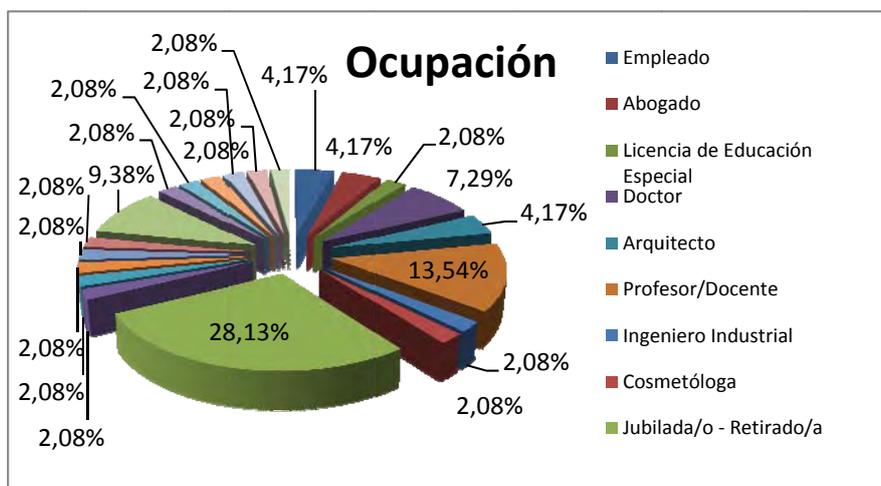
Tabla 35: Ocupación de los Turistas Extranjeros

Ocupación	Número	%
Empleado	4	4,17%
Abogado	4	4,17%
Licencia de Educación Especial	2	2,08%
Doctor	7	7,29%
Arquitecto	4	4,17%
Profesor/Docente	13	13,54%
Ingeniero Industrial	2	2,08%
Cosmetóloga	2	2,08%
Jubilada/o - Retirado/a	27	28,13%
Trabajador por cuenta propia	2	2,08%
Administración en salud	2	2,08%
Capitán de navío	2	2,08%
Administración	2	2,08%
Propietario de un negocio	2	2,08%
Estudiante	9	9,38%
Ingeniero	2	2,08%
Trabajador social	2	2,08%
Agrónomo	2	2,08%
Comerciante	2	2,08%
Bienes Raíces	2	2,08%
Contador	2	2,08%
TOTAL	96	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 29: Ocupación de los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

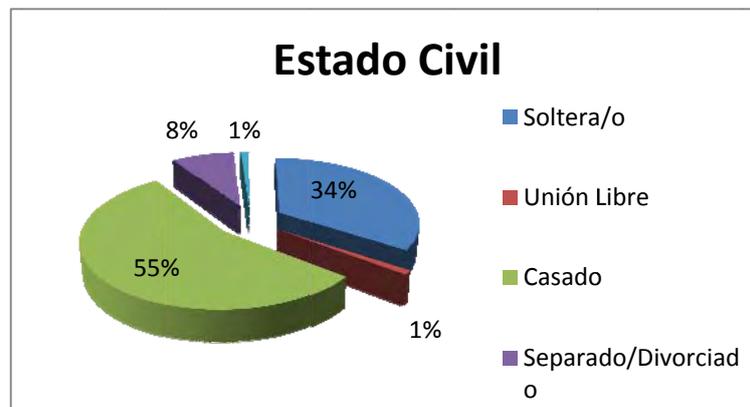
Tabla 36: Estado Civil de los Turistas Extranjeros

Estado civil:	Número	%
Soltera/o	33	34%
Unión Libre	1	1%
Casado	53	55%
Separado/Divorciado	8	8%
Viudo/a	1	1%
TOTAL	96	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 30: Estado Civil de los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 37: Número de hijos / as de los Turistas Extranjeros

Número de hijos/as	Número	%
0	41	43%
1 a 2	40	42%
3 a 4	15	16%
TOTAL	96	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 31: Número de hijos / as de los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

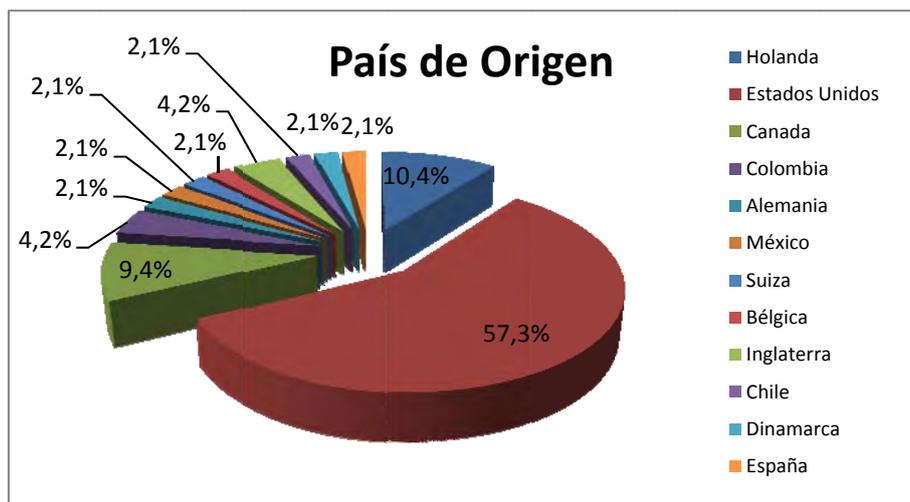
Tabla 38: País de Origen de los Turistas Extranjeros

País de Origen	Número	%
Holanda	10	10,4%
Estados Unidos	55	57,3%
Canada	9	9,4%
Colombia	4	4,2%
Alemania	2	2,1%
México	2	2,1%
Suiza	2	2,1%
Bélgica	2	2,1%
Inglaterra	4	4,2%
Chile	2	2,1%
Dinamarca	2	2,1%
España	2	2,1%
TOTAL	96	100,0%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 32: País de Origen de los Turistas Extranjeros



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 39: Elija una alternativa ¿Al viajar lo hizo?

1.- Elija una alternativa ¿Al viajar lo hizo?	Número	%
A través de un intermediario	14	14,58%
Por sus propios medios	82	85,42%
TOTAL	96	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 33: Elija una alternativa ¿Al viajar lo hizo?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

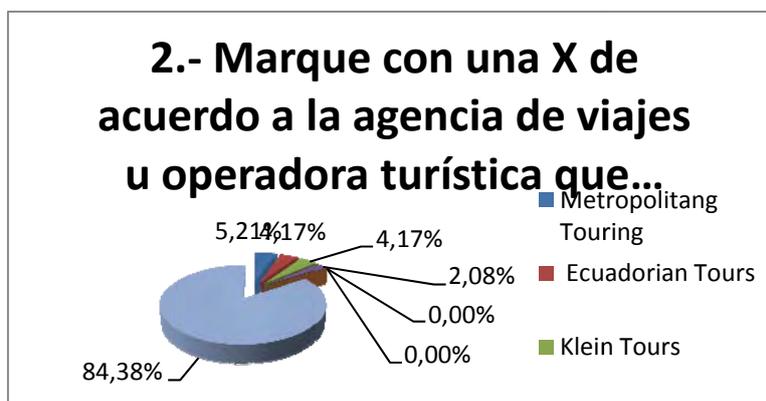
Tabla 40: Marque con una X de acuerdo a la agencia de viajes u operadora turística que utilizó como intermediario

2.- Marque con una X de acuerdo a la agencia de viajes u operadora turística que utilizó como intermediario	Número	%
Metropolitang Touring	5	5,21%
Ecuadorian Tours	4	4,17%
Klein Tours	4	4,17%
Runa tupari	2	2,08%
Viapia UniMundo		0,00%
All Ecuador Travel		0,00%
Otra forma	81	84,38%
TOTAL	96	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 34: Marque con una X de acuerdo a la agencia de viajes u operadora turística que utilizó como intermediario



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

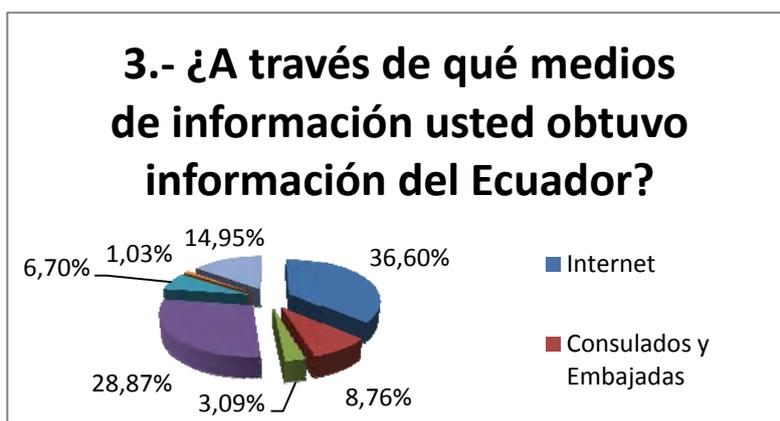
Tabla 41: ¿A través de qué medios de información usted obtuvo información del Ecuador?

3.- ¿A través de qué medios de información usted obtuvo información del Ecuador?	Número	%
Internet	71	36,60%
Consulados y Embajadas	17	8,76%
Agencia de Viajes	6	3,09%
Amigos	56	28,87%
Televisión	13	6,70%
Ferias Turística	2	1,03%
Otros Especifique:	29	14,95%
TOTAL	194	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 35: ¿A través de qué medios de información usted obtuvo información del Ecuador?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

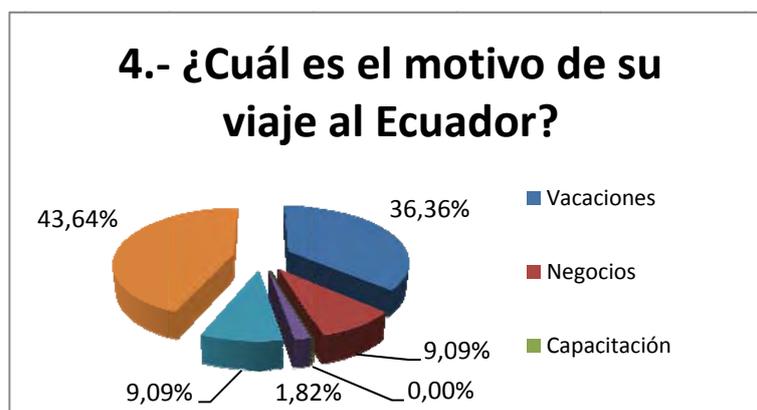
Tabla 42: ¿Cuál es el motivo de su viaje al Ecuador?

4.- ¿Cuál es el motivo de su viaje al Ecuador?	Número	%
Vacaciones	40	36,36%
Negocios	10	9,09%
Capacitación	0	0,00%
Visitas a familiares y amigos	2	1,82%
Salud	10	9,09%
Otros Especifique	48	43,64%
TOTAL	110	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 36: ¿Cuál es el motivo de su viaje al Ecuador?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

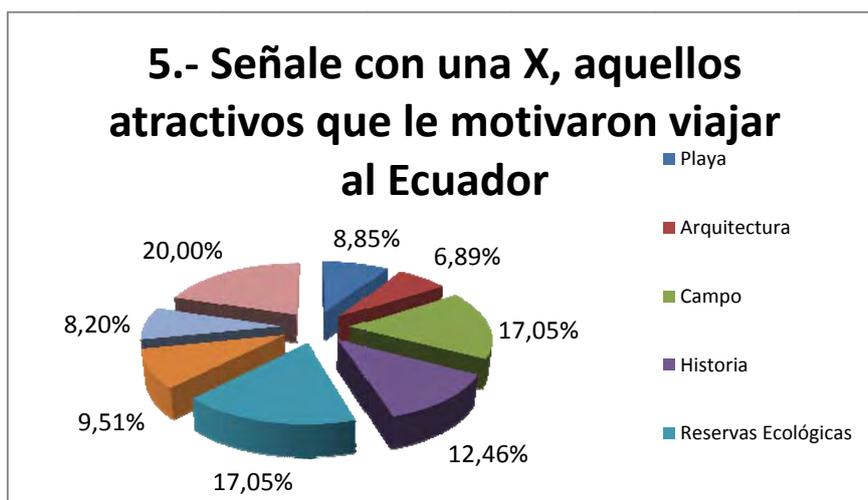
Tabla 43: Señale con una X, aquellos atractivos que le motivaron viajar al Ecuador

5.- Señale con una X, aquellos atractivos que le motivaron viajar al Ecuador	Número	%
Playa	27	8,85%
Arquitectura	21	6,89%
Campo	52	17,05%
Historia	38	12,46%
Reservas Ecológicas	52	17,05%
Artesanías	29	9,51%
Selva Amazónica	25	8,20%
Expresiones Culturales Autóctonas	61	20,00%
TOTAL	305	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 37: Señale con una X, aquellos atractivos que le motivaron viajar al Ecuador



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

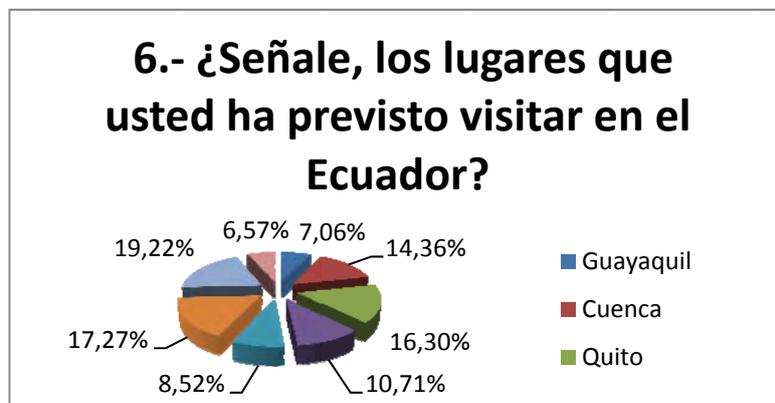
Tabla 44: ¿Señale, los lugares que usted ha previsto visitar en el Ecuador?

6.- ¿Señale, los lugares que usted ha previsto visitar en el Ecuador?	Número	%
Guayaquil	29	7,06%
Cuenca	59	14,36%
Quito	67	16,30%
Galápagos	44	10,71%
Amazonía	35	8,52%
Otavalo	71	17,27%
Cotacahi	79	19,22%
Otro Especifique	27	6,57%
TOTAL	411	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 38: ¿Señale, los lugares que usted ha previsto visitar en el Ecuador?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

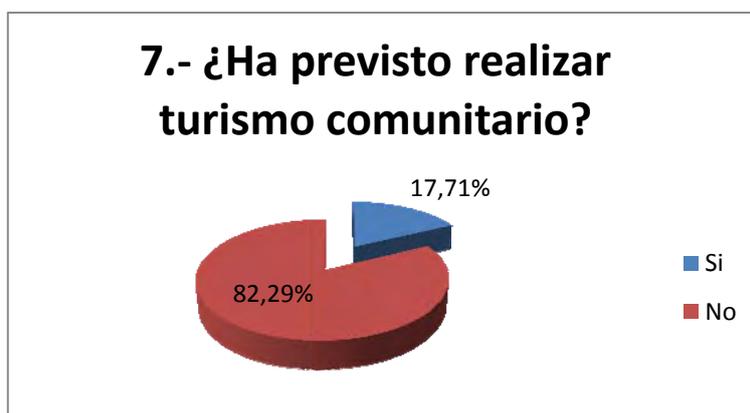
Tabla 45: ¿Ha previsto realizar turismo comunitario?

7.- ¿Ha previsto realizar turismo comunitario?	Número	%
Si	17	17,71%
No	79	82,29%
TOTAL	96	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 39: ¿Ha previsto realizar turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 46: ¿Tiene algún interés en realizar turismo comunitario?

8.- ¿Tiene algún interés en realizar turismo comunitario?	Número	%
Si	77	80,21%
No	19	19,79%
TOTAL	96	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 40: ¿Tiene algún interés en realizar turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

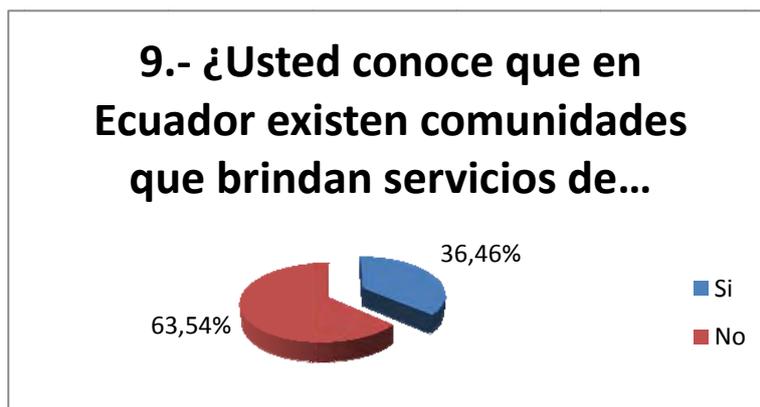
Tabla 47: ¿Usted conoce que en Ecuador existen comunidades que brindan servicios de turismo comunitario?

9.- ¿Usted conoce que en Ecuador existen comunidades que brindan servicios de turismo comunitario?	Número	%
Si	35	36,46%
No	61	63,54%
TOTAL	96	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 41: ¿Usted conoce que en Ecuador existen comunidades que brindan servicios de turismo comunitario?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

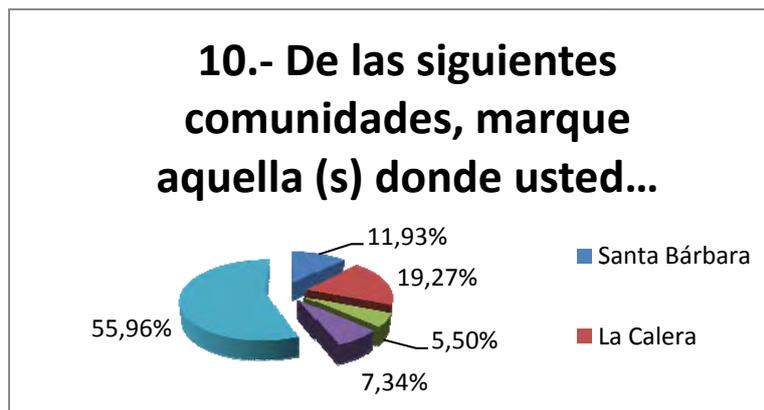
Tabla 48: De las siguientes comunidades, marque aquella (s) donde usted conozca que existe una oferta de turismo comunitario.

10.- De las siguientes comunidades, marque aquella (s) donde usted conozca que existe una oferta de turismo comunitario.	Número	%
Santa Bárbara	13	11,93%
La Calera	21	19,27%
Morochos	6	5,50%
Tumibamba	8	7,34%
No conocen ninguna	61	55,96%
TOTAL	<u>109</u>	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 42: De las siguientes comunidades, marque aquella (s) donde usted conozca que existe una oferta de turismo comunitario.



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

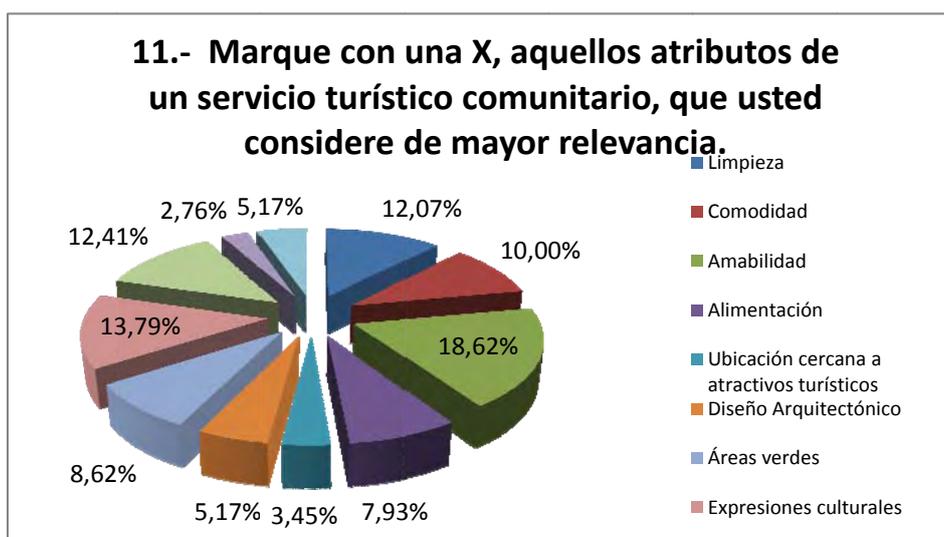
ELABORACIÓN: AUTOR

Tabla 49: Marque con una X, aquellos atributos de un servicio turístico comunitario, que usted considere de mayor relevancia.

11.- Marque con una X, aquellos atributos de un servicio turístico comunitario, que usted considere de mayor relevancia.	Número	%
Limpieza	35	12,07%
Comodidad	29	10,00%
Amabilidad	54	18,62%
Alimentación	23	7,93%
Ubicación cercana a atractivos turísticos	10	3,45%
Diseño Arquitectónico	15	5,17%
Áreas verdes	25	8,62%
Expresiones culturales	40	13,79%
Compartir el día a día con la familia anfitriona	36	12,41%
Conocer características y usos de plantas	8	2,76%
Conocer la historia de la comunidad	15	5,17%
TOTAL	290	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros
ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 43: Marque con una X, aquellos atributos de un servicio turístico comunitario, que usted considere de mayor relevancia.



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros
ELABORACIÓN: AUTOR

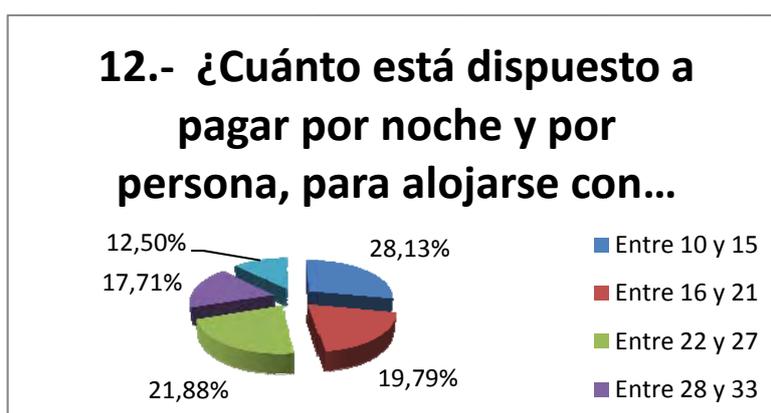
Tabla 50: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por noche y por persona, para alojarse con una familia en una Comunidad?

12.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por noche y por persona, para alojarse con una familia en una Comunidad?	Número	%
Entre 10 y 15	27	28,13%
Entre 16 y 21	19	19,79%
Entre 22 y 27	21	21,88%
Entre 28 y 33	17	17,71%
Más de 33	12	12,50%
TOTAL	96	100,00%

FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR

Gráfico 44: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por noche y por persona, para alojarse con una familia en una Comunidad?



FUENTE: Encuesta aplicada a Turistas Extranjeros

ELABORACIÓN: AUTOR