



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS PROTEGIDAS

TEMA

“SISTEMAS DE ARTICULACIÓN Y APLICACIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS-IBARRA, E IMPLEMENTACIÓN DE REDES DE TURISMO COMUNITARIO A NIVEL NACIONAL”

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER

Autor: Ing. Anderson Maldonado Mina

Tutora: Msc. Nhora Benítez

IBARRA - 2015

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En calidad de tutora de la tesis de Maestría presentada por el Ing. Anderson David Maldonado Mina, para optar al grado de Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas en la Universidad Técnica del Norte, doy fe de que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a 18 de septiembre del 2015




Msc. Nhora Benítez

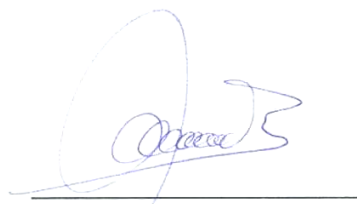
C.I. 1002356739

FIRMAS Y NOTAS DEL TRIBUNAL


La tesis de Maestría: “**ARTICULACIÓN Y APLICACIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS-IBARRA, E IMPLEMENTACIÓN DE REDES DE TURISMO COMUNITARIO A NIVEL NACIONAL**”, presentada por el Ing. Anderson David Maldonado Mina, para obtener el grado de Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas, realizada en la Universidad Técnica del Norte, ha sido aprobada con una calificación de _____ por el tribunal examinador, el día 18 de septiembre del 2015, en la ciudad de Ibarra.



Msc. Segundo Fuentes
C.I. 10014417-4



Msc. Oswaldo Echeverría
C.I. 1713602666



Msc. Yoarnelys Vasallo
C.I. 175421158-7

DEDICATORIA

- A mi padre y madre “Raúl y Emperatriz”, ya que son ellos que con su esfuerzo me inculcaron la importancia de la preparación, a través del estudio, por tanto les honro con este trabajo, por su apoyo incondicional.
- A mis hijos, que son la razón de mi existencia y todo lo que hago, será para buscar mejores días para ellos.
- A mis abuelitos y abuelitas, que aunque ya no están en la tierra, aún recuerdo el ejemplo de vida que fueron para mí y para muchos, por lo que siempre estarán presentes en mis pensamientos y esfuerzos que lo haga diariamente.
- A mis hermanos y hermanas, por estar presentes siempre y por el apoyo que muchas veces me brindaron.
- A todas las personas que consideren importante esforzarse para lograr objetivos a lo largo de nuestra vida y que tengan presente que la educación es parte fundamental para mejorar las condiciones de vida.

Anderson

AGRADECIMIENTO

- A la Universidad Técnica del Norte, que ha sido la institución en la cual me he formado en el pre y posgrado, dejándome incontables enseñanzas, por lo que estaré eternamente agradecimiento.
- A la Magíster Nhora Benítez, por su apoyo como tutora de la tesis y demostrar que cuando se asume un compromiso hay que hacerlo con voluntad y convicción.
- De forma muy especial a mi hermano Jairo, que ha sido el soporte y apoyo en la elaboración de este trabajo y posibilitar que cumpla este sueño anhelado.
- A todos los y las docentes que me brindaron sus conocimientos durante el tiempo que duro la maestría, transmitiéndonos sus experiencias, mismas que han sido de mucha utilidad.
- A las y los compañeros de la maestría por haber compartido por más de dos años, clase tras clase momentos de alegría y solidaridad.

Anderson



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Anderson David Maldonado Mina, con cédula de ciudadanía Nro.1003035779, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“SISTEMAS DE ARTICULACIÓN Y APLICACIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS-IBARRA, E IMPLEMENTACIÓN DE REDES DE TURISMO COMUNITARIO A NIVEL NACIONAL”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):


Nombre: Anderson David Maldonado Mina
Cédula: 1003035779



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSGRADO

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento depongo mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003035779		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Maldonado Mina Anderson David		
DIRECCIÓN:	Parroquia Salinas, calles Ramiro Rosales 7-09 y Eloy Alfaro		
EMAIL:	andersondavidm1@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2665152	TELÉFONO MÓVIL:	0997182776

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	SISTEMAS DE ARTICULACIÓN Y APLICACIÓN DE ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS-IBARRA, E IMPLEMENTACIÓN DE REDES DE TURISMO COMUNITARIO A NIVEL NACIONAL

AUTOR:	Ing. Anderson David Maldonado Mina
FECHA: AAAAMMDD	2015-09-18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas
ASESOR /DIRECTOR:	Magister Nhora Benítez

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Anderson David Maldonado Mina, con cédula de ciudadanía Nro. 1003035779, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de septiembre del 2015

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Anderson David Maldonado Mina

C.C.: 1003035779

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁGINA
APROBACIÓN DE LA TUTORA	I
FIRMAS Y NOTAS DEL TRIBUNAL	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	V
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XX
ÍNDICE DE IMAGENES	XXII
RESUMEN	XXIII
SUMMARY	XXIV
CAPÍTULO I	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Antecedentes de la investigación	1
1.2 Prospectiva del problema	4
1.2.1 Prospectiva positiva	4
1.2.2 Prospectiva negativa	5
1.3. Ubicación disciplinar del problema	6
1.4 Identificación de elementos colaterales al objeto de investigación	7
1.5 Planteamiento del problema	7
1.5.1 Formulación del problema	8
1.6 Objetivos	8
1.6.1 Objetivo General	8
1.6.2 Objetivos Específicos	9

1.7 Preguntas de investigación	9
1.8 Justificación	9
1.9 Viabilidad	11
1.9.1 Viabilidad Administrativa	11
1.9.2 Viabilidad Política	11
1.9.3 Viabilidad Legal	11
1.9.4 Viabilidad Ambiental	13
CAPÍTULO II	14
2. MARCO TEÓRICO	14
2.1 Fundamentación Teórica	14
2.1.1 Definición de Turismo	14
2.1.1.1 Importancia del Turismo	15
2.1.2 Turismo Sustentable	16
2.1.3 Turismo Comunitario	17
2.1.3.1 Tipos de turismo comunitario	18
2.1.3.1.1 Ecoturismo	18
2.1.3.1.2 Turismo Cultural	19
2.1.3.1.3 Agroturismo	19
2.1.3.1.4 Turismo Gastronómico	20
2.1.3.1.5 Turismo Rural	20
2.1.3.2 Ejes de desarrollo del turismo comunitario	21
2.1.3.2.1 Fortalecimiento Organizativo	21
2.1.3.2.2 Revitalización Cultural	22
2.1.3.2.3 Gestión del Territorio	22
2.1.3.2.4 Economía Solidaria	23
2.1.3.2.4 Gestión Ambiental	24
2.1.3.3 Turismo Comunitario en el Ecuador	25
2.1.3.3.1 Redes de Turismo Comunitario en el Ecuador	26
2.1.3.4 Situación del Sector Turístico en Imbabura	31
2.1.3.5 Turismo Comunitario en Santa Catalina de Salinas	32

2.1.4 Producto turístico	35
2.1.4.1 Características del producto	36
2.1.4.2 Niveles del producto turístico	37
2.1.4.3 Estrategias para el producto turístico	37
2.1.5 Sistema turístico	38
2.1.5.1 Oferta Turística	39
2.1.5.2 Demanda Turística	39
2.1.5.3 Operadores de Mercado	40
2.1.5.4 Espacio Geográfico	41
2.1.6 Circuitos turísticos	41
2.1.7 Cadena Productiva de Turismo Comunitario	41
2.1.8 Organización	43
2.8.1 Importancia de la organización	43
2.1.9 Sistemas de Articulación	43
2.1.10 Estándares de Calidad	44
2.1.10.1 Gestión de la Calidad	44
2.1.10.2 Funciones de la gestión de la calidad	45
2.1.10.3 Familia de Normas ISO	46
2.1.10.3.1 Normas de Calidad	47
2.1.11 Análisis F.O.D.A.	48
2.1.12 Emprendimiento Turístico	49
2.1.13 Marketing Turístico	49
2.1.13.1 Elementos de marketing turístico	50
2.1.13.2 Gestión de marketing para el sector turístico	51
2.1.13.3 Estrategias Turísticas	52
2.2 Diagnóstico situacional de la parroquia de Santa Catalina de Salinas	53
2.2.1 Aspecto Histórico	53
2.2.2 Características de la parroquia de Salinas	54
2.2.2.1 Ubicación	54
2.2.2.2 Límites	55

2.2.2.3 Superficie	55
2.2.2.4 Altura	55
2.2.2.5 Mapa de Salinas	55
2.2.2.5 Población	57
2.2.2.6 Datos demográficos	57
2.2.2.7 Datos poblacionales e indicadores	57
2.2.2.8 Población por edades	58
2.2.2.9 Población por grupos étnicos	58
2.2.2.10 Indicadores económicos de necesidades básicas	59
2.2.2.11 Situación vial	59
2.2.2.12 Vías de acceso a la vivienda	59
2.2.2.13 Tipo de producción de la parroquia	60
2.2.2.14 Situación ambiental	60
2.2.2.15 Descripción de hectáreas utilizadas	60
2.2.2.16 Indicadores de infraestructura y servicios básicos	61
2.2.2.17 Situación de educación	62
2.2.2.18 Situación de salud	63
2.2.2.19 Situación cultural	64
2.2.3 Análisis FODA de la parroquia de Salinas	65
CAPÍTULO III	68
3. METODOLOGÍA	68
3.1 Enfoque de la investigación	68
3.2 Tipos de investigación	68
3.2.1 Investigación descriptiva	68
3.2.2 Investigación de campo	68
3.2.3 Investigación aplicada	69
3.3 Métodos de investigación	69
3.3.1 Método Inductivo-Deductivo	69
3.3.2 Método Analítico-Sintético	70
3.4 Técnicas de investigación	70

3.4.1 Entrevista	70
3.4.2 Encuesta	71
3.5 Instrumento de investigación	71
3.5.1 Cuestionario	71
3.6 Población y muestra	72
3.7 Proceso para obtener los resultados	73
3.8 Proceso para construir la propuesta	73
CAPÍTULO IV	74
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	74
4.1 Resultados, análisis e interpretación de los instrumentos de investigación	74
4.1.1 Encuesta dirigida a turistas que llegan a Santa Catalina de Salinas	74
4.1.2 Encuestas para emprendimiento de Santa Catalina de Salinas	95
4.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados	117
4.2.1. Diagnóstico la situación actual de los emprendimientos turísticos	117
4.2.1.1 Tours en Tren Ibarra-Salinas-Ibarra	117
4.2.1.2 Museo de la sal	119
4.2.1.3 Sala Etnográfica Nuestros Ancestros	121
4.2.1.4 Iglesia de Santa Catalina de Salinas	122
4.2.1.6 Centro Gastronómico Palenque	124
4.2.1.7 Recorrido en Chiva Turística	125
4.2.1.8 Tienda del tren	126
4.2.1.9 Plaza Artesanal	126
4.2.1.10 Hospederías Comunitarias	127
4.2.1.11 Industria Santa Catalina de Salinas	127
4.2.1.12 Presentaciones culturales de música y danza	128
4.2.1.13 Complejo Turístico Bombódromo Palenque	129
4.2.1.14 Servicios complementarios de formación y promoción	129
4.2.1.14.1 Radio comunitaria “La Salinera”	129
4.2.1.14.2 Centro de capacitación y exposiciones	130
4.2.1.15 Brechas de calidad	133

4.2.1.15.1 Brecha de calidad alojamiento	134
4.2.1.15.2 Brecha de calidad de alimentación	134
4.2.1.15.3 Brecha de calidad de guianza	135
4.2.1.15.4 Brecha de calidad de transporte	136
4.2.1.15.5 Brecha de calidad de artesanías	136
4.2.1.15.6 Brecha de calidad de música y danza	137
4.2.1.15.7 Brecha de calidad de valoración cultural	137
4.2.2 Determinar el perfil y nivel de satisfacción de los turistas	138
4.2.4 Diseñar un sistema de oferta turística y estándares de calidad	140
CAPÍTULO V	143
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	143
5.1 Conclusiones	143
5.2 Recomendaciones	144
CAPÍTULO VI	146
6. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	146
6.1 Título de la propuesta	146
6.2 Antecedentes de la propuesta	146
6.3. Objetivos	147
6.3.1 Objetivo General	147
6.3.2 Objetivos Específicos	148
6.4 Justificación	148
6.5 Descripción de la propuesta	149
6.6 Diseño técnico de la propuesta	149
6.6.1 Sistema de Estándares de Calidad	149
6.6.1.1 Estándares para emprendimientos de alojamiento	151
6.6.1.1.1 Flujograma del proceso de alojamiento	152
6.6.1.2 Estándares para emprendimientos de alimentación	153
6.6.1.2.1 Flujograma del proceso de alimentación	155
6.6.1.3 Estándares para emprendimientos de guianza	156
6.6.1.3.1 Flujograma del proceso de guianza	157

6.6.1.4 Estándares para emprendimientos de transporte	158
6.6.1.4.1 Flujograma del proceso de transporte	158
6.6.1.5 Estándares para emprendimientos de artesanías	159
4.6.1.5.1 Flujograma del proceso de artesanías	160
6.6.1.6 Estandares para emprendimientos de música y danza	161
6.6.1.6.1 Flujograma del proceso de música y danza	162
6.6.2 Plan de Capacitación	163
6.6.2.1 Objetivos del programa de capacitación	163
6.6.2.2 Programa de capacitación para emprendimientos turísticos	164
6.6.2.3 Presupuesto del Programa de Capacitación	166
6.6.3 Articulación del turismo comunitario a través de la FEPTCE	166
6.6.3.1 Antecedentes	166
6.6.3.2 Estructura Socio-Organizativa de la FEPTCE	168
6.6.3.3 Regiones de turismo comunitario que integran la FEPTCE	168
6.6.3.4 Estructura de la organización nacional	169
5.6.3.6 Registro de Centros de Turismo Comunitario	169
6.6.3.7 Normativa que regula los principios del turismo comunitario	171
6.6.3.8 Membresía para miembros activos de la FEPTCE	171
6.6.3.8.1 Miembros activos	171
6.6.3.8.2 Criterios para calificar como miembros activos	172
6.6.3.8.3 Requisitos formales	172
6.6.3.9 Diseño de paquetes turísticos	174
6.6.3.9.1 Paquete Turístico	175
6.6.3.9.1.1 Croquis del Paquete Turístico No.	176
6.6.3.9.2 Paquete Turístico 2	177
6.6.3.9.2.1 Croquis del Paquete Turístico No. 2	178
6.6.3.9.3 Paquete Turístico 3	179
6.6.3.9.3.1 Croquis del Paquete Turístico No. 3	180
6.6.3.9.4 Paquete Turístico 4	181
6.6.3.9.4.1 Croquis del Paquete Turístico No. 4	182

6.6.3.9.5 Paquete Turístico 5	183
6.6.3.9.5.1 Croquis del Paquete Turístico No. 5	184
6.6.3.9.6 Paquete Turístico 6	185
6.6.3.9.6.1 Croquis del Paquete Turístico No. 6	186
6.6.3.9.7 Paquete Turístico 7	187
6.6.3.9.7.1 Croquis del Paquete Turístico No. 7	188
6.6.3.9.8 Paquete Turístico 8	189
6.6.3.9.8.1 Croquis del Paquete Turístico No. 8	190
6.6.4 Diseño de un portal web	191
6.6.4.1 Requisitos para tener una página web	192
6.6.4.2 Propiedades que debe tener la página web	192
6.6.4.3 Ventajas de contar con una página web	193
6.6.4.4 Página web del turismo comunitario	193
6.6.5 Presupuesto de la propuesta	202
6.6.6 Determinación de impactos	202
6.6.5.1 Impacto comercial turístico	202
6.6.5.2 Impacto educativo y cultural	203
6.6.5.3 Impacto socioeconómico	204
6.6.5.4 Impacto ético	205
6.6.5.5 Impacto relativo a la higiene y salubridad	206
6.6.5.6 Impacto General	207
BIBLIOGRAFÍA	208
ANEXOS	212

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla No. 1: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Norte	27
Tabla No. 2: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro	28
Tabla No. 3: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro	29
Tabla No. 4: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro	30
Tabla No. 5: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro	30
Tabla No. 6: Sistemas de Gestión de Calidad	47
Tabla No. 7: Sistemas de Gestión Medioambiental y Sostenibilidad	47
Tabla No. 8: Sistemas de Gestión de la Seguridad	47
Tabla No. 9: Sistema de Gestión de la Innovación	48
Tabla No.10: Datos Demográficos	57
Tabla No. 11: Datos Poblacionales e Indicadores	57
Tabla No.12: Población por Edades	58
Tabla No. 13: Población por Etnia	58
Tabla No. 14: Indicadores Económicos de Necesidades Básicas por %	59
Tabla No. 15: Vías de acceso a la vivienda principal	59
Tabla No. 16: Zonas Agrológicas	60
Tabla No. 17: Unidades ambientales por hectáreas	60
Tabla No. 18: Descripción de hectáreas utilizadas	60
Tabla No. 19: Indicadores de Infraestructura y Servicios Básicos	61
Tabla No. 20: Instituciones Educativas	62
Tabla No. 21: Indicadores de Alfabetismo	62
Tabla No. 22: Enfermedades comunes de la parroquia	63
Tabla No. 23: Indicadores de Salud	63

Tabla No. 28: País de origen	74
Tabla No. 29: Ciudad de Ecuador	75
Tabla No. 30: Género	76
Tabla No. 31: Edad	77
Tabla No. 32: Frecuencia de viajes	78
Tabla No. 33: Motivo de visita	79
Tabla No. 34: Forma de viajar	80
Tabla No. 35: Personas que le acompañan	81
Tabla No. 36: Tipo de alojamiento	82
Tabla No. 37: Tipo de alimentación	83
Tabla No. 38: Tiempo que permanece en el lugar	84
Tabla No. 39: Medio de transporte que utilizó	85
Tabla No. 40: Promedio de gasto en Salinas	86
Tabla No. 41: Actividad con mayor gasto	87
Tabla No. 42: Medio informativo	88
Tabla No. 43: Número de veces que ha visitado Salinas	89
Tabla No. 44: Infraestructura de emprendimientos	90
Tabla No. 45: Atención al turista	91
Tabla No. 46: Higiene y seguridad de emprendimientos	92
Tabla No. 47: Volvería a Salinas	93
Tabla No. 48: Tipo de emprendimientos	95
Tabla No. 49: Tipo de actividad	96
Tabla No. 50: Nivel educativo	97
Tabla No. 51: Motivación para emprender	98
Tabla No. 52: Ingreso promedio mensual	99
Tabla No. 53: Situación Actual del emprendimiento	100
Tabla No. 54: Registro de contabilidad	101
Tabla No. 55: Registro de contabilidad	102
Tabla No. 56: Ayuda de instituciones	103
Tabla No. 57: Adquisición de materia prima	104

Tabla No. 58: Demanda de productos	105
Tabla No. 59: Promoción de productos	106
Tabla No. 60: Capacitación	107
Tabla No. 61: Encuesta de satisfacción	108
Tabla No. 62: Tiempo de ejecución	109
Tabla No. 63: Ejecución de encuestas	110
Tabla No. 64: Cuaderno de sugerencia	111
Tabla No. 65: Estándares de Calidad	112
Tabla No. 66: Sello de Calidad	113
Tabla No. 67: Alianzas Turísticas	114
Tabla No. 68: Paquetes Turísticos	115
Tabla No. 68 Emprendimientos Turísticos	131
Tabla No. 69 Matriz de Brechas de Calidad de Alojamiento	134
Tabla No. 70 Matriz de Brechas de Calidad de Alimentación	134
Tabla No. 71 Matriz de Brechas de Calidad de Guianza	135
Tabla No. 72 Matriz de Brechas de Calidad de Transporte	136
Tabla No. 73 Matriz de Brechas de Calidad de Artesanías	136
Tabla No. 74 Matriz de Brechas de Calidad de Danza	137
Tabla No. 75 Matriz de Brechas de Calidad de Valoración Cultural	137
Tabla No. 69: Estándares de calidad para emprendimientos de alojamiento	151
Tabla No. 70: Estándares de calidad para emprendimientos de alimentación	153
Tabla No. 71: Estándares de calidad para emprendimientos de guianza	156
Tabla No. 72: Estándares de calidad para emprendimientos de transporte	158
Tabla No. 73: Estándares de calidad para emprendimientos de artesanías	159
Tabla No. 74: Estándares de calidad para emprendimientos de música y danza	161
Tabla No. 75: Programa de capacitación	164
Tabla No. 76: Presupuesto del programa de capacitación	166
Tabla No. 77: Paquete Turístico 1	175
Tabla No. 78: Paquete Turístico 2	177
Tabla No. 79: Paquete Turístico 3	179

Tabla No. 80: Paquete Turístico 4	181
Tabla No. 81: Paquete Turístico 5	183
Tabla No. 82: Paquete Turístico 6	185
Tabla No. 83: Paquete Turístico 7	187
Tabla No. 84: Paquete Turístico 8	189
Tabla No. 85: Evaluación de impactos	202
Tabla No. 86: Impacto comercial turístico	202
Tabla No. 87: Impacto educativo y cultural	203
Tabla No. 87: Impacto socioeconómico	204
Tabla No. 88: Impacto ético	205
Tabla No. 89: Impacto de higiene y salubridad	206
Tabla No. 90: Matriz de valoración de impactos generales	207

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico No. 2: Ubicación geográfica	56
Gráfico No.3: País de origen	74
Gráfico No. 4: Ciudad de Ecuador	75
Gráfico No. 5: Género	76
Gráfico No. 6: Edad	77
Gráfico No. 7: Frecuencia de viajes	78
Gráfico No. 8: Motivo de visita	79
Gráfico No. 9: Forma de viajar	80
Gráfico No. 10: Personas que le acompañan	81
Gráfico No.11: Tipo de Alojamiento	82
Gráfico No. 12: Tipo de Alimentación	83
Gráfico No. 13: Tiempo que permanece en el lugar	84
Gráfico No. 14: Medio de transporte que utilizó	85
Gráfico No. 15: Promedio de gastos en Salinas	86
Gráfico No. 16: Actividad con mayor gasto	87
Gráfico No. 17: Medio informativo	88
Gráfico No. 18: Número de visitas a Salinas	89
Gráfico No. 19: Infraestructura de emprendimientos	90
Gráfico No. 20: Atención al turista	91
Gráfico No. 21: Higiene y seguridad de emprendimientos	92
Gráfico No. 22: Volvería a Salinas	93
Gráfico No. 23: Tipo de emprendimiento	95
Gráfico No. 24: Actividad turística	96
Gráfico No. 25: Nivel Educativo	97

Gráfico No. 26: Motivación para emprender	98
Gráfico No. 27: Ingreso promedio mensual	99
Gráfico No. 28: Situación Actual	100
Gráfico No. 29: Registro de contabilidad	101
Gráfico No. 30: Problemas	102
Gráfico No. 31: Ayuda de Instituciones	103
Gráfico No. 32: Adquisición de materia prima	104
Gráfico No. 33: Demanda de productos	105
Gráfico No. 34: Promoción de productos	106
Gráfico No. 35: Capacitación	107
Gráfico No. 36: Encuestas de Satisfacción	108
Gráfico No. 37: Tiempo de ejecución de encuestas	109
Gráfico No. 38: Ejecución de encuestas	110
Gráfico No. 39: Cuaderno se sugerencias	112
Gráfico No. 40: Estándares de Calidad	113
Gráfico No. 41: Sello de Calidad	114
Gráfico No. 42: Alianzas turísticas	115
Gráfico No. 43: Ser parte de un paquete turístico	116
Gráfico No. 44 Proceso de Alojamiento	152
Gráfico No. 45: Proceso de Alimentación	155
Gráfico No. 46: Proceso de Guianza	157
Gráfico No. 47: Proceso de Transporte	158
Gráfico No. 48: Proceso de Artesanías	160
Gráfico No. 49: Proceso de Música y Danza	162
Gráfico No. 50: Estructura Socio-Organizativa	168
Gráfico No. 51: Regiones del turismo comunitario de la FEPTCE	168

ÍNDICE DE IMAGENES

CONTENIDO	PÁGINA
Imagen No. 1 Tour en tren	117
Imagen No. 2, 3: Museo de la Sal	120
Imagen No. 4: Tolas de Sal	121
Imagen No. 5: Sala Etnográfica	122
Imagen No. 6: Piedra con la imagen de la virgen de Las Lajas	122
Imagen No. 7: Iglesia Santa Catalina de Salinas	124
Imagen No. 8, 9: Centro Gastronómico Palenque	124
Imagen No. 10: Recorrido de la Chiva “La Tuya”	125
Imagen No. 11: Tienda del Tren	126
Imagen No. 12, 13: Plaza Artesanal	127
Imagen No. 14: Hospederías Comunitarias	128
Imagen No. 15: Microempresa Agroindustrial “Santa Catalina de Salinas”	128
Imagen No. 18, 19: Complejo Turístico Bombódromo Palenque	129
Imagen No: 20. Radio Comunitaria La Salinera “La Voz de los Afros”	130
Imagen No. 21: Centro de Capacitaciones	130

RESUMEN

Salinas es una parroquia turística, desde el 2008 y cuenta con un importante flujo turístico, especialmente por el viaje en tren del tramo Otavalo Salinas y en menor cantidad por el Complejo Turístico Bombódromo Palenque. En el programa de desarrollo turístico de la parroquia de Salinas, los emprendimientos que brindan bienes y servicios turísticos, no cuentan con un sistema de articulación y aplicación de estándares de calidad, reflejando inestabilidad de la oferta y calidad turística y limitación en la variedad e innovación de productos. Con el propósito de buscar alternativas que permitan mejorar la situación actual, se ha realizado el presente estudio, en el mismo que se utilizaron los tipos de investigación descriptiva, de campo y aplicada. Se realizaron encuestas a 316 turistas y 25 representantes de los emprendimientos turísticos de Salinas. También se efectuaron dos entrevistas, a la autoridad máxima del Gobierno Parroquial, entidad impulsora y gestora del turismo comunitario y al presidente de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque, encargada de administrar varios emprendimientos turísticos comunitarios. El resultado esperado en la investigación, es implementar un plan de acción, para mejorar el servicio, oferta y demanda turística de Salinas, que contenga programas de capacitación, sistema de estándares de calidad, estrategias de publicidad y comercialización, articulación del turismo comunitario, a través de alianzas turísticas con la FEPTCE, para posesionar el proyecto turístico comunitario de Salinas, como un referente a nivel nacional e internacional y con ello lograr un mejor desarrollo social, cultural, ambiental y económico para las y los salinenses.

SUMMARY

Salinas is a tourist landmark in the northwest of the Imbabura province. Since 2008 many tourists have come to this rural town because of two facts: 1) The excursion of the Train of the Liberty and 2) In a minor quantity due to Bombodromo Palenque tourist complex. In the tourist development program, the entrepreneurs who offer goods and tourist services do not have a connection among them and do not apply quality standards so, they have some problems like productive stagnation and limited range of products. In order to find the solution to solve the actual situation it has made this study with descriptive, field and applied investigation; 316 surveys focused on tourists and 25 on owners of Salinas small businesses; 2 interviews, one to the major authority in the town and other to the president of the Communitarian Organization Bombodromo Palenque which is in charge of managing the whole entrepreneurs. The result of the research is to promote an action plan to improve the tourist supply and demand through a training plan, a quality standard system, publicity and commercial strategies, and the link of community based tourism with FEPTCE alliances. These actions are oriented to enhance and to put Salinas on the map as a national and international referent getting a good social, cultural, environmental and economic development for the inhabitants.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes de la investigación

A nivel mundial la actividad turística es considerada como una fuente de ingresos económicos de gran importancia, que aporta alrededor del 12% del Producto Interno Bruto Mundial, además de ofrecer cerca de 200 millones de fuentes de empleo, razón por la cual es considerada, como una de las mayores industrias del planeta y muchos países adoptan esta actividad como una alternativa de desarrollo, tal es así, que en el 2014 la llegada de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.138 millones, lo que supone un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior. Según el último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial 2015. (<http://media.unwto.org/es/press-release/2015-01-27/>, más de 1100 millones de turistas viajaron al extranjero en el 2014). (Consulta realizada el 18 de Marzo de 2015).

Ecuador es el país de la mega diversidad, debido a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna. Además, el Ecuador no sólo es rico en naturaleza, también lo es por su diversidad cultural, en su territorio habitan pueblos y nacionalidades con costumbres, idiomas y tradiciones múltiples, considerándole al país como un paraíso turístico.

Es así, como el Ecuador ha tenido un incremento progresivo en esta actividad, llegando a ser uno de los países más visitados en América del Sur, con un total de 1.557.006 turistas internacionales en el 2014, generando un incremento del 8% con relación al año anterior. Según el Boletín No.1 del documento Principales

Indicadores de Turismo de 2015 del Ministerio de Turismo del Ecuador.
(<http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-ENERO-2015-compress.pdf>) (Consultado el 18 de Marzo de 2015).

En el Ecuador, las actividades turísticas, especialmente en el sector rural, se encuentran respaldadas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017, ya que el objetivo 2.1.5, dice: “Promover y apoyar iniciativas de economía popular y solidaria y MIPYMES, mediante mecanismos de asistencia técnica, circuitos económicos, aglomeración de economías familiares, sistemas de comercialización alternativa, fortalecimiento de la capacidad de negociación y acceso a financiamiento, medios de producción, conocimientos y capacidades, acorde a las potencialidades territoriales”.

De igual forma, el Objetivo 9.1.1 del mismo plan, menciona: “Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las MIPYMES, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población”.

Así mismo, el Plan Nacional del Buen Vivir, en el objetivo 3.1.1 habla sobre: “Normar, regular y controlar la calidad de los servicios de educación, salud, atención y cuidado diario, protección especial, rehabilitación social y demás servicios del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social, en sus diferentes niveles, modalidades, tipologías y prestadores de servicios”; por lo que, los emprendimientos y establecimientos turísticos, tienen gran responsabilidad en cumplir las normas de calidad establecidas por la ley y sobre todo satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

Fundación CODESPA (2011), en su libro Modelo de gestión del turismo rural comunitario, basado en experiencias reales de la zona andina, le cataloga al turismo rural a “toda actividad que se desarrollan en zonas rurales alejadas de las

ciudades, en donde pueden incorporar la cultura, las formas organizativas y prácticas productivas como componentes claves del producto o servicio”.

Aunque el libro expone claramente sobre las experiencias del turismo comunitario, manifiestan que lo esencial, es la suma del contacto cultural y la participación a los elementos del turismo rural, ya que promueve la relación intercultural entre el anfitrión y el turista e implica la intervención activa de la comunidad en la definición, planificación y gestión del proceso turístico.

Peraza, S. (2014), en su libro denominado Introducción al emprendimiento, evoca diferentes pensamientos, haciendo notar que los emprendimientos resultan de la capacidad de las personas, para hacer esfuerzos adicionales con el propósito de alcanzar metas establecidas, con la intención de generar recursos económicos.

Haciendo referencia de los pensamientos del autor y la realidad de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, se puede decir que los emprendimientos se los considera como una pequeña unidad económica social, producto de los procesos de organización y experimentación social, relacionada con las actividades a pequeña escala. En donde presentan un modo coherente de organizar la actividad económica, estructurando en algunos casos en microempresas individuales, familiares y parroquiales.

Para el desarrollo de esta investigación también se consultó el trabajo de grado, Plan de desarrollo turístico de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, elaborado en Mayo de 2010, fue presentado en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Central del Ecuador, por Escobar Sanabria D., como requisito para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas. El trabajo tiene como objeto desarrollar un diagnóstico de la parroquia, el cual permite tener una base para estructurar propuestas que promuevan mejoramientos en la localidad, con la implementación de un plan de desarrollo turístico en donde se evidencie como eje primordial, la búsqueda de nuevos mercados en donde se integren los componentes de turismo, existentes en la parroquia de Santa Catalina de Salinas.

La parroquia de Santa Catalina de Salinas viene impulsando el desarrollo de su gente, a través del Plan de Desarrollo Integral Comunitario “Sembrando”, el mismo que contempla seis programas; uno de ellos es justamente el Programa de Desarrollo Turístico, que a su vez tiene el proyecto Etnocultural Turístico Comunitario “Bombódromo Palenque”, que consta de varios atractivos turísticos, que son puestos a consideración de los turistas y mediante esta actividad, se fomenta y dinamiza el mejoramiento de la economía de las familias de la parroquia, siempre pensando en el desarrollo sostenible para beneficio de las presentes y futuras generaciones.

1.2 Prospectiva del problema

1.2.1 Prospectiva positiva

Es necesario enmendar todos los inconvenientes que presentan en la actualidad los emprendimientos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, para mejorar la calidad e incrementar los productos o servicios turísticos, con el propósito de aumentar las oportunidades que el turismo genera, en beneficio de los involucrados directa e indirectamente.

Aspecto Sociocultural.- El turismo comunitario se basa fundamentalmente en las vivencias que pone a consideración la comunidad para los turistas, en tal virtud el ejercicio de las actividades turísticas permite revitalizar las tradiciones locales, afianzando la cultura e identidad de su territorio y a su vez, también mejora las relaciones sociales entre los involucrados, siempre y cuando el funcionamiento de dichas actividades, sean realizadas de forma transparente y correcta. Además el turismo comunitario permite reinvertir las utilidades en actividades sociales colectivas como proyectos de salud, educación, cultura, deporte, entre otros.

Aspecto económico.- El desarrollo turístico como alternativa complementaria dentro de las propuestas de desarrollo integral comunitario, genera beneficios económicos, a través de la prestación de bienes y servicios turísticos,

incrementando el ingreso familiar de los involucrados. En la actualidad en la parroquia de Salinas de manera directa se benefician aproximadamente 90 familias y de manera indirecta alrededor de 400 familias, según la Fundación de Fortalecimiento Organizativo Sembrando Nuestro Futuro (2014), organización que se encargó de coordinar el turismo comunitario de la parroquia de Salinas, desde marzo del 2008, hasta agosto del 2014.

Aspecto Ambiental.- Dentro del turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, el aspecto que se desea fomentar es la protección ambiental y a su vez, este recurso aprovecharle de forma sustentable en las actividades turísticas, a través del rescate de los montes secos y el agroturismo.

Es decir, que la comunidad se enfoca en fortalecer la conciencia ambiental ciudadana, lo que se refleja paulatinamente en la calidad ambiental, así como se desarrolla procesos de conservación ambiental conjuntamente entre actores institucionales, sectoriales y comunitarios, el cual permite tener un conocimiento profundo de las cosas positivas y negativas que puede causar la actividad turística. A través de esta investigación se trata de poner énfasis en el buen trato de los recursos naturales que posee la parroquia y mediante estas acciones, se pretende fomentar la educación ambiental en visitantes y habitantes de Salinas.

1.2.2 Prospectiva negativa

De no hacerse nada para mejorar la situación actual de los emprendimientos turísticos y el turismo en general, la conservación de los recursos naturales, la revitalización cultural en la parroquia de Santa Catalina de Salinas, el turismo comunitario tendría un tiempo limitado y los turistas tomarían otras opciones, rezagando así el desarrollo turístico de la parroquia y las posibilidades de que las personas dinamicen la economía de sus familias y en consecuencia, también se verá afectado el legado cultural, material e inmaterial y además los recursos naturales y agropecuarios de la parroquia.

1.3. Ubicación disciplinar del problema

Línea de investigación: Turismo y Desarrollo Local.

Está orientada a analizar la actividad turística de la parroquia de Salinas y al impacto socio económico que estas generan, en relación a los emprendimientos turísticos involucrados en esta actividad y a la parroquia en general.

Sub línea: Turismo Comunitario y Gestión de la Oferta y Calidad Turística Local.

La sub línea de investigación es el turismo comunitario, ya que tiene el propósito de analizar el relacionamiento de la parroquia, emprendimientos turísticos con los visitantes, desde una perspectiva intercultural garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales para la distribución equitativa de los beneficios generados.

Relación Objetivos del Buen Vivir: Los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017 del Ecuador, que están relacionados con el estudio son los siguientes:

- Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
- Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.
- Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Tema: “Sistemas de articulación y aplicación de estándares de calidad de los emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas-Ibarra, e implementación de redes de turismo comunitario a nivel nacional”.

Disciplinas Científicas: Sociología, antropología, historia, demografía y economía.

Para este estudio, se ha tomado en cuenta varias disciplinas científicas, entre las que se hace constar las siguientes: La sociología que abarca la situación social

de los emprendimientos turísticos de la parroquia; la antropología permite conocer el contexto cultural y social del que forma parte el turista; la historia permite conocer la evolución que ha tenido la parroquia de Santa Catalina de Salinas a lo largo del tiempo, sus costumbres, creencias, entre otros; la demografía permite conocer su estructura, dimensión y la dinámica de la población, así como los procesos concretos que determinan el nivel de crecimiento, mortandad, migración que presenta la parroquia; y la economía porque a través del turismo se genera fuentes de empleo, lo cual permite tener ingresos y mejorar la condición de vida de las familias.

1.4 Identificación de elementos colaterales al objeto de investigación

En la investigación se toma en cuenta los elementos fundamentales para desarrollar proyectos sostenibles como los aspectos social, cultural, ambiental y económico; componentes con los cuales se tiene el propósito de realizar y brindar un turismo comunitario de calidad, para mejorar las condiciones de vida de los involucrados directa e indirectamente en el proceso turístico de Santa Catalina de Salinas.

1.5 Planteamiento del problema

Santa Catalina de Salinas es una parroquia que se ha dedicado tradicionalmente a las actividades agrícolas, ganaderas, donde la mayor parte de la producción pertenecen a las haciendas, controladas por pocas familias, experimentando monopolios de la región en general, causando el impedimento para que pequeños emprendedores logren manejar el mercado local, ya que son sometidos a estrategias desleales por los grandes inversionistas, provocando que no exista una verdadera igualdad de comercialización, reduciendo las posibilidades de que todas y todos puedan hacer un comercio justo y transparentar y estrategias solidarias en beneficio de la economía de la parroquia y de sus alrededores.

El posicionamiento económico de pocos sectores involucrados en la actividad turística, crea un ambiente individual de competencia y rivalidad, conllevando así, a la desorganización y carencia de la calidad del servicio, disminuyendo considerablemente el avance turístico de la parroquia Santa Catalina de Salinas.

Los conocimientos empíricos de ciertos emprendedores turísticos, no han permitido la innovación y diversificación de los productos y servicios que ofrecen, la insuficiente preparación de los prestadores de servicio, acompañado de la poca cultura turística que tienen sus habitantes, provocan inestabilidad microempresarial, que en el peor de los casos contribuye a la desaparición de establecimientos y por ende la disminución de ingresos económicos y el retraso en el desarrollo socioeconómico; causando un limitado desarrollo del turismo comunitario.

Durante los siete años de funcionamiento de la actividad turística en la parroquia, no se han establecido alternativas que permitan articular a los emprendimientos turísticos con entidades públicas, privadas, agentes turísticos, proveedores, entre otros.

1.5.1 Formulación del problema

¿Cómo son los sistemas de articulación y aplicación de estándares de calidad en los emprendimientos turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas?

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

- Determinar la articulación y aplicación de estándares de calidad en los emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas, para ser miembro de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador .

1.6.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los emprendimientos turísticos de Santa Catalina de Salinas.
- Determinar el perfil y nivel de satisfacción de los turistas que visitan la parroquia Santa Catalina de Salinas.
- Diseñar un sistema de oferta turística y estándares de calidad para los emprendimientos turísticos de la parroquia de Salinas.

1.7 Preguntas de investigación

¿Cuál es la situación actual de los emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas?

¿Qué perfil y nivel de satisfacción presentan los turistas que visitan la parroquia Santa Catalina de Salinas?

¿Cómo mejorar la oferta y calidad de los emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas?

1.8 Justificación

En la actualidad, es necesario buscar nuevas alternativas competitivas, para estar a la par con otros países, más aún, con la globalización y el cambio la matriz productiva del Ecuador, obligatoriamente todas las ramas de producción y en este caso la actividad turística, debe emprender un proceso de mejoramiento e innovación, procurando satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas y todos aquellos que visiten la parroquia de Salinas. Por tal razón, es conveniente realizar la presente investigación sobre los “Sistemas de articulación y aplicación de estándares de calidad de emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas-Ibarra, e implementación de redes de turismo comunitario a nivel nacional”.

Dicho estudio será una herramienta de apoyo para mejorar la calidad de funcionamiento del turismo comunitario, en donde los habitantes de la comunidad son la parte fundamental de la actividad turística de Salinas.

El turismo comunitario es una actividad de gran importancia para fomentar fuentes de empleo, adicionales a las actividades cotidianas que se dedican los miembros de la parroquia y con esto se logra dinamizar la economía de las familias, a través de la oferta de bienes y servicios, aprovechando los recursos naturales de manera sostenible y además permite revitalizar los saberes ancestrales (memoria colectiva), cultura, protección del medio ambiente, entre otros, es decir, procurando en todo momento obtener un beneficio social, cultural, ambiental y económico.

Otra de las razones importantes se debe a que, a través de esta investigación se quiere fortalecer el sistema organizativo de los emprendimientos turísticos, con lo cual se podrá incrementar la producción de servicios y atractivos turísticos, en donde todos cumplan un rol protagónico y articuladamente unos con otros, para satisfacer de mejor forma las necesidades y expectativas de los turistas.

Se contribuirá al desarrollo de la actividad turística, tomando en cuenta que esta parroquia goza de una ubicación estratégica, clima apropiado para realizar el turismo, bondades culturales, étnicas, gastronómicas, sobre todo el tramo de circulación del tren Ibarra Salinas, etc.; atributos que si son bien utilizados se puede garantizar la afluencia constante de turistas, logrando de esta manera dinamizar el desarrollo socioeconómico de la parroquia.

La implementación de este estudio despertará el interés en los habitantes de Salinas, en agruparse y formar otros emprendimientos turísticos, articulándose al plan de desarrollo integral de la parroquia, logrando involucrar a nuevos actores, que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de las familias.

1.9 Viabilidad

1.9.1 Viabilidad Administrativa

Si bien el investigador de este estudio, cuenta con conocimientos de los emprendimientos turísticos, ya que está vinculado al desarrollo turístico en Salinas, vale mencionar que esta investigación se apoyará de la estructura organizativa que tiene el Gobierno Parroquial de Salinas, para realizar un trabajo más eficiente y efectivo.

1.9.2 Viabilidad Política

Esta investigación se fundamenta políticamente en un modelo participativo, debido a que el Gobierno Parroquial, conjuntamente con la población toma las decisiones en asambleas ciudadanas participativas. Es así, que nace la iniciativa de fomentar la actividad turística en la parroquia de Salinas, por tanto el Gobierno Parroquial, tiene la predisposición de apoyar con recursos materiales, económicos y talento humano a todas las iniciativas que estén enmarcadas en buscar el bienestar de la colectividad y esto se puede apreciar en la práctica, ya que en la parroquia se viene ejecutando algunas actividades turísticas para impulsar el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de Salinas.

1.9.3 Viabilidad Legal

La actividad turística a nivel nacional y mundial viene siendo considerada como una fuente para mejorar la calidad de vida de las personas. En tal virtud, en el Ecuador se ha venido generando políticas públicas en beneficio de esta actividad. Es así, que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 del 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado, el desarrollo del turismo en el país.

Este decreto contemplo en su artículo 3, algunos principios, que se detallan a continuación:

- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.

- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos, para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Sin embargo, vale mencionar que anteriormente, en muchos casos todas estas actividades se realizaban sin tomar en cuenta el término de desarrollo sustentable. Hoy con la Constitución del 2008, aprobada por referéndum por el pueblo Ecuatoriano, consta en el artículo 395 lo siguiente: Se garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas y asegure la satisfacción de las necesidades de las presentes y futuras generaciones. Esto se debe tomar muy en cuenta, tomando en consideración que en el turismo comunitario, los recursos naturales son utilizados con mucha frecuencia.

De igual forma la nueva constitución contempla el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), mismo que menciona la estrategia de generación de riqueza a través del ecoturismo comunitario y se busca que desde el propio proceso productivo, se distribuya el excedente, a través del reforzamiento de la economía popular, social y solidaria.

La implementación de proyectos de turismo comunitario contribuye también a alcanzar logros establecidos en acuerdos internacionales como Los Objetivos del milenio, en donde dicha actividad está enmarcada principalmente dentro de los objetivos uno, que trata sobre la erradicación de la extrema pobreza y el hambre; y el objetivo siete, que menciona sobre el garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.

También está implícito dentro de otros acuerdos internacionales como el Protocolo de Kioto de 1992, que a más de velar por la protección del medio ambiente, hace énfasis en el turismo comunitario como complemento de esta actividad, siempre y cuando su aprovechamiento sea llevado de forma sostenible.

1.9.4 Viabilidad Ambiental

Esta investigación pretende contribuir también con el mejoramiento y protección del medio ambiente, ya que dentro de las actividades turísticas comunitarias, es vital tomar en cuenta el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y como se mencionó anteriormente, la conservación de los recursos naturales están establecidas en algunas políticas públicas que garantizan los derechos de la naturaleza.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1 Definición de Turismo

Lombardi, H. (2010), manifiesta que “etimológicamente el termino turismo procede de las raíces latinas tour y turn ya sea del sustantivo tornus (torno) o del verbo tornare (girar, en el latín vulgar) sinónimo de viajes circular. Además se menciona que el vocablo tour posiblemente sea de origen hebreo, utilizado como sinónimo de viaje de vanguardia, reconocimiento o exploración”, (p.12)

Alrededor del mundo se ha entendido por turismo como la actividad de viajar por diversión y placer, sin tomar en cuenta la dimensión que implica el realizarlo a nivel profesional. Según la Organización Mundial del Turismo OMT, (2002 citado en Balonini), el turismo son: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (pág.9)

En otras palabras se puede decir que el turismo es prácticamente la forma como emplean las personas su tiempo para divertirse y recrearse. A lo largo de los años con el incremento de esta actividad se han establecido distintas clases de turismo, destinados a diferentes tipos de públicos de acuerdo a sus preferencias, situación económica, clase social, edad, entre otras.

Quesada, M. (2010), señala que: En la actualidad, turismo no solo implica el viaje de turistas, sino también todo el complejo proceso de organización, promoción y prestación de los múltiples servicios, por ello demandados, tanto en el origen como en el destino, lo cual implica evidentemente

diversidad de relaciones y efectos (positivos y negativos), entre quienes participan en este fenómeno sea de manera directa e indirecta, (pág.8).

Es decir, que el turismo se concibe como un fenómeno social que impulsa el desplazamiento voluntario de una persona o grupo de personas que se movilizan por satisfacer su necesidad de recreación y descanso, trasladándose de su lugar de residencia, a otro en el cual no desarrollará ninguna actividad remunerada.

En general, el turismo se debe concebir en primera instancia como la relación hombre naturaleza, que se realiza en un espacio o lugar, en cualquier parte del universo, esto hace pensar que ese espacio es localizable, dinámico y cambiante, por lo tanto, se habla de un espacio geográfico, que es donde ocurren los hechos, cosas o fenómenos.

2.1.1.1 Importancia del Turismo

La Revista Capital en su edición del 21 de Septiembre de 2013 considera al turismo como “una de las principales fuentes de ingreso con un gran potencial de crecimiento en el mundo, generando grandes proyecciones para impulsar el desarrollo, activar la economía local, regional y nacional”. (pág. 23).

Así también, es importante citar algunos de los beneficios económicos del turismo expuestos por la OMT.

- El turismo es el primer sector de exportación en el mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.
- El turismo es un importante generador de empleo que da trabajo a millones de personas en el mundo.
- Oportunidades del turismo para el sector rural: A través de la creación de empresas de turismo y dinamización de puestos de trabajo, se benefician también en las regiones menos desarrolladas, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país, e incentivar a los

habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de migrar a diferentes ciudades, incluso a otros países.

- Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales.
- La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares, a través de impuestos.

La riqueza no es solo económica, además, el medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos, y crean parques naturales para atraer visitantes, etc. Al tiempo que aumenta el turismo, amplía también la necesidad de los destinos de mejorar su infraestructura para atender esa afluencia. Entonces nacen nuevos aeropuertos, carreteras, centros deportivos, plantas de tratamiento de aguas residuales, potabilizadoras de aguas y decenas de otros adelantos que aportan una mejora sustancial a la vida de los residentes locales, desde el acceso al agua potable hasta unas comunicaciones más rápidas.

El turismo crea réditos para los seres humanos, enriquece a través de la cultura, sensibiliza el respeto al medio ambiente, fomenta en las personas a pasar más tiempo con sus familiares, ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones.

- Contribuye al desarrollo equilibrado con el medio ambiente.
- Estimula gran parte de los sectores económicos y servicios de proximidad.
- Fortalece la identidad cultural.

2.1.2 Turismo Sustentable

Según Juárez, D. (2012), manifiesta que: Turismo sostenible es una forma que sigue los principios de sostenibilidad, en un sentido más puro, es una industria comprometida hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la comunidad. En la cual el turismo sostenible maneja tres criterios cuyo objetivo principal de estos es que sean soportables ecológicamente a largo

plazo, viables económicamente y equitativos desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales”, (pág. 27)

Es decir que el turismo sostenible ejerce actividades turísticas que resultan respetuosas con el medio natural, cultural y social y con los valores de una comunidad, son las que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes. En esta investigación se intenta lograr que la relación entre el turista, emprendimientos y la población de Santa Catalina de Salinas, se desarrolle de manera justa y los beneficios de la actividad sean aprovechados de forma equitativa, así como también que los visitantes tengan una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

2.1.3 Turismo Comunitario

Según Chaves, R. (2010), indica que: El fin principal es el involucramiento de las comunidades en la actividad turística, con el cual brinda al turista la oportunidad de convivir con comunidades rurales para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos, (pág. 29).

Argumentando, son todas las actividades que se realizan en una comunidad, con la participación de las personas de dicho territorio, como prestadores de un bien o servicio. No importa el tipo de turismo que se realiza en una comunidad para llamarlo comunitario, sin embargo la mayoría de actividades en este tipo de turismo están relacionadas con el ambiente (bosques, viveros, observación de aves, etc.), culturales, étnicas, deportivas, entre otras.

Existen algunos parámetros básicos que forman parte de la conceptualización de turismo comunitario. Estos son:

- a. El turismo comunitario se trata de una actividad económica, puesto que mueve los elementos de la producción y el intercambio de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades y expectativas de los turistas que gustan de este tipo de turismo.

- b. Los prestadores del bien o servicio preferentemente deberán ser miembros de una comunidad o parroquia.
- c. La comunidad ofrece como producto turístico principal la convivencia, en la cual el turista convive con las familias de la localidad, compartiendo las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, disfrutando la etnografía y su patrimonio natural y cultural de sus habitantes.

2.1.3.1 Tipos de turismo comunitario

Chaves, R. (2010), indica que para clasificar los tipos de turismo se toma en cuenta las motivaciones prioritarias de las personas para hacer un viaje turístico; por lo tanto cada tipología está integrada por similitudes o afines entre sí y que las distingue como pertenecientes a cada grupo.

Existen tantos tipos de turismo como motivaciones, pero hay una clasificación general desarrollada, de la cual se tomarán los tipos de turismo más afines a esta investigación.

2.1.3.1.1 Ecoturismo

Olmos, L; García, R. (2011), “el ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología” (pág. 34).

Esta modalidad tiene como principal objetivo la inserción del visitante en el medio natural, en el que se educa sobre las particularidades de cada ambiente, al tiempo que disfruta de actividades que resaltan la belleza de los sitios incontaminados y puros. Una cuestión central es el respeto por la población local.

Sin duda, el ecoturismo tiene como principal recurso a las personas, ya que a más de contar con un ambiente incontaminado, se debe disponer del personal adecuadamente capacitado para atender a un público exigente, que generalmente

conoce más acerca de los ecosistemas visitados, que la media de la población local.

2.1.3.1.2 Turismo Cultural

Olmos, L; García, R. (2011), “el turismo cultural es una modalidad que hace hincapié, en aquellos aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país”, (pág. 35).

La riqueza histórica que se atesora en el seno de las familias de la parroquia de Salinas, constituye uno de los principales sustentos de propuestas de turismo rural basadas en la cultura. Existen establecimientos culturales que poseen un patrimonio histórico muy valioso, en donde la actividad turística se vuelve fundamental e importante para la conservación de la riqueza cultural.

2.1.3.1.3 Agroturismo

Olmos, L; García, R. (2011), manifiesta que: Es el desplazamiento de personas hacia el campo. El agroturismo es una modalidad de turismo rural orientado a un carácter familiar que combina las actividades agropecuarias ancestrales con la hospitalidad temporal de los visitantes que desean pasar sus vacaciones en el medio rural agregando a las actividades tradicionales, recreativas, el conocimiento del que hacer agropecuario desconocido por los habitantes urbanos, (pág. 40).

En una propuesta de agroturismo se debe considerar que los turistas tengan una participación activa en los diversos eventos que se planifiquen y siempre debe participar en la propuesta una interrelación con la vida agraria. Así los turistas podrán participar de actividades de cosecha, laboreo del suelo, entre otros.

En el caso del agroturismo es de mucha importancia que las familias de la parroquia de Salinas, especialmente de las comunidades de San Luis y Cuambo, participen activamente en la acogida de los turistas y que compartan, con ellos las diversas actividades que realizan en la agricultura y de paso generar otras alternativas de ingresos económicos para los hogares de la parroquia.

El atractivo de un predio dedicado al agroturismo crece proporcionalmente a la diversificación del mismo, por ese motivo es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de actividades posibles, aunque éstas a veces sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva.

2.1.3.1.4 Turismo Gastronómico

Olmos, L; García, R. (2011), “El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía de una comunidad, ciudad, provincia o país visitado, es parte de la actividad preponderante durante su visita”, (pág. 37).

El turismo gastronómico es sin duda, parte de la identidad cultural de un pueblo, su grado de desarrollo y su fuerte vinculación con el turismo rural hace darle un tratamiento por separado, obteniendo un valor agregado al bien primario, ya que uno de los objetivos, es aprovechar los productos de la zona, para generar a través de estos platos típicos y con ello revitalizar, difundir y promocionar la gastronomía propia del lugar.

2.1.3.1.5 Turismo Rural

Olmos, L; García, R. (2011), “Se entiende al turismo en el medio rural como un conjunto de actividades que se desarrollan en dicho entorno, yendo más allá que solo el alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario”. (pág. 51).

Es el segmento que brinda al turista la oportunidad de convivir con la parroquia y sus comunidades para conocer y aprender otras formas de vida, en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos.

La principal motivación para impulsar el desarrollo del turismo rural en Salinas, está relacionada con la contribución que realiza en la implementación de

nuevos emprendimientos, los cuales ayudan a mejorar la calidad de vida de las familias de este sector.

2.1.3.2 Los ejes o directrices del desarrollo sobre los cuáles pone énfasis el turismo comunitario

Los ejes o directrices de desarrollo sobre los cuáles pone énfasis el turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, para relacionar a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de su patrimonio, los derechos culturales y territoriales y la distribución equitativa de los beneficios generados son estos:

2.1.3.2.1 Fortalecimiento Organizativo

Pérez, M. (2011), “Los procesos de fortalecimiento organizativo son aquellos mediante los cuales las personas se organizan para dar solución a sus necesidades, aprovechar oportunidades y relacionarse con otros grupos de la sociedad. Por lo tanto, los procesos organizativos son esenciales para el desarrollo de las sociedades”. (pág. 86).

Los procesos de fortalecimiento organizativo pueden considerarse como un modelo de desarrollo alternativo, para implementar en los emprendimientos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, ya se pueden desarrollar como una opción para satisfacer las necesidades de estas microempresas generadas en la localidad de forma asociativa. Es decir, lo que intenta hacer este eje de desarrollo, es fomentar una estructura organizativa fuerte, que mejore y ordene la toma de decisiones con el afán de conseguir sus objetivos.

El objetivo del fortalecimiento organizativo de los emprendimientos y de la población en general de Salinas son las siguientes:

- Consolidar una estructura organizativa fuerte.

- Tomar decisiones consensuadas con visión de grupo.
- Resolver conflictos internos con autonomía e independencia.

2.1.3.2.2 Revitalización Cultural

Flores, S. (2010), “manifiesta que el termino revitalización cultural implica que la cultura está debilitada, que las manifestaciones están desapareciendo o están siendo avasalladas por otras expresiones culturales externas dominantes” (pág. 72).

Es importante destacar que en la parroquia de Santa Catalina de Salinas, se valoriza todos los principios ancestrales y las relaciones de convivencia de la comunidad. Sin duda alguna, para que el turismo tenga su verdadero significado debe partir de la conservación cultural, ya que es, un eje de desarrollo primordial para la evolución de toda comunidad y mantener sus costumbres ancestrales; razón por la cual es importante detallar los puntos que se intenta revalorizar a través del turismo comunitario en Salinas:

- Revalorar sus principios y valores ancestrales que sustentan las relaciones de convivencia en comunidad.
- Recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina, agricultura, etc.
- Vivir en convivencia intercultural.
- Revitalizar las expresiones culturales como la música, la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas.

2.1.3.2.3 Gestión del Territorio

Gonzales, L. (2011), indica que “se trata de restaurar los lugares sagrados, delimitar los territorios de comunidades, pueblos y nacionalidades y garantizar su soberanía”, (p. 101).

Los cambios económicos, sociales y medioambientales, suponen nuevos desafíos en el ámbito territorial para las comunidades. Para favorecer un desarrollo económico social y ambientalmente sostenible, se requiere tanto de adecuados instrumentos de planificación y gestión de las comunidades y de su territorio. Es por esto que deben:

- Generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: tolas, museos, senderos, entre otros.
- Defender el territorio para que exista un mejor manejo del patrimonio natural y cultural.
- Delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades.
- Estimular el interés de la parroquia por la cultura propia, tradiciones, costumbres y patrimonio histórico.

2.1.3.2.4 Economía Solidaria

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria, (2011), indica que: Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital, (p. 2).

Es decir, que la economía social y solidaria designa a una parte de la realidad social diferenciada, tanto del ámbito de la economía estatal del sector público, como de la economía privada, creando innovadoras organizaciones como respuesta a los nuevos problemas sociales que la sociedad capitalista genera. Estas iniciativas conducen a la reinserción socioeconómica de organizaciones especialmente vulnerables y marginados e impulsadas explícitamente por los ideales de justicia, solidaridad y sostenibilidad; es por esto que en la parroquia Santa Catalina de Salinas se han impulsado emprendimientos comunitarios, en beneficio de cada una de las familias que habitan en este sector con el objeto de:

- Dinamizar e integrar la economía local.
- Creación de empleo directo e indirecto.

- Fortalecer el proceso participativo de la comunidad.
- Mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la parroquia.
- Se genera un lugar atractivo para atraer inversiones externas.

2.1.3.2.4 Gestión Ambiental

Según Páez, J. (2009), “es el conjunto de acciones o intenciones de acción que se efectúan o planifican para alcanzar las condiciones ambientales predefinidas en un determinado modelo para garantizar el desarrollo sostenible y una óptima calidad de vida” (p.14).

En el proyecto Etnocultural Turístico Bombódromo Palenque de la parroquia Santa Catalina de Salinas, lo que se intenta a través del turismo comunitario es ayudar a la conservación del medio ambiente, tratando de mitigar los impactos de la contaminación en sus diferentes manifestaciones como: ruido, desechos sólidos, visuales, entre otros, pues, los turistas son más susceptibles y más exigentes en estos ámbitos. Por estos motivos la comunidad debe de tener estudios de capacidad de carga y otros aspectos importantes, para realizar un turismo responsable y sostenible.

Tomando en cuenta los diferentes servicios, actividades turísticas y formas de contaminación que cada uno de los componentes del sistema turístico genera y que afectan a la calidad de los escenarios en los destinos turísticos de la parroquia; se indica cuáles deben ser los tratamientos y las precauciones para ordenar ambientalmente los espacios turísticos comunitarios, por lo que, a continuación se detalla las actividades que evitan el deterioro del aire, agua, y suelo, así como otras formas de contaminación que para la actividad turística son determinantes, tal es el caso de la contaminación visual, acústica, etc.

- Conservar, mantener y rescatar el patrimonio natural y su biodiversidad.
- Evitar la contaminación del patrimonio natural.
- Cuidar y defender el territorio de las nacionalidades y pueblos.

- Aprender a valorar los recursos naturales y cuidar la integridad de los mismos.
- Incentivar y concientizar a las comunidades a conservar el territorio y manejo de los recursos.
- Contribuir a mantener la diversidad agrícola de los territorios.
- Introducción de medidas de planificación y gestión.

En resumen, cabe indicar que la organización comunitaria es un sistema complejo, ya que reúne varios ejes, los cuales no son aislados, sino que, dependen entre ellos y se complementan. Al ser una forma de organización social posee derechos, principios y estructuras, las mismas que deben ir de un interés particular a uno general.

Una comunidad organizada puede alcanzar metas y progresar de acuerdo a sus aspiraciones, el trabajo organizado es primordial cuando se trabaja en grupo a pesar de tener diferentes ideas, el objetivo debe ser el mismo; se puede notar en las mingas que realiza la parroquia de Salinas, donde el aporte de todos es muy valioso y el resultado final depende del esfuerzo y la mano de obra de cada uno. Una comunidad desorganizada o con objetivos particulares no podrán alcanzar metas ni llegar a obtener beneficios. De ahí, la importancia de crear una conciencia de organización primordial para enfrentar cualquier desafío en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

2.1.3.3 Turismo Comunitario en el Ecuador

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, la actividad turística comunitaria en el Ecuador dio sus inicios con una de las más antiguas rutas de comunicación ancestral que cruza los Andes: “El camino del Inca”, debido a que a lo largo de la misma se han encontrado vestigios de los “tambos”, los cuales fueron lugares de alojamiento, alimentación y abastecimiento para los viajeros de estas rutas.

Con la conquista europea en el siglo XVI, el territorio ecuatoriano estuvo lleno de “viajeros” del viejo continente, que llegaron al Ecuador en busca de oro y fortuna. En siglo XX, el crecimiento del turismo en el Ecuador alrededor de los años setenta, enfrenta a las comunidades, las mayores luchas por la recuperación de los territorios ancestrales. En la década de los ochenta, los resultados de las acciones de resistencia de los pueblos indígenas y afroecuatorianos, obligaron al reconocimiento por parte del Estado, del derecho de ciudadanía, negado hasta ese entonces para los analfabetos, en su gran mayoría indios y negros.

En los noventa, la crisis política del Estado pone al descubierto la inequidad social, al mismo tiempo que las actividades productivas de los pueblos y nacionalidades se diversifican, pasando de la agricultura al trabajo migrante en diversos sectores, principalmente en la construcción y el comercio informal. En este mismo período se agudizan los conflictos por las actividades extractivas impulsadas por el Estado y la empresa privada, lo que junto al crecimiento del turismo y su diversificación en la oferta (sobre todo en la lógica de la sostenibilidad), les llevó a que consideren participar en la actividad turística de manera mucho más directa.

A este propósito, conviene precisar que el turismo comunitario en Ecuador surgió como una alternativa económica de las comunidades campesinas, indígenas y afroecuatorianas, para generar ingresos adicionales, defender y revalorizar los recursos naturales locales, aprovechar de estas fuentes nuevos empleos complementarios a las actividades tradicionales, ya sean éstas mercantiles o de autoconsumo, se ha podido evitar que las comunidades se vean forzadas a talar sus bosques, permitir la entrada de compañías petroleras, mineras, camaroneras y forestales en sus territorios o a emigrar a ciudades en busca de empleo.

2.1.3.3.1 Redes de Turismo Comunitario en el Ecuador

Artesi, L. (2011), “La red de turística es la alianza estratégica permanente entre un grupo claramente definido de empresas independientes, que colaboran para

alcanzar objetivos comunes orientados al desarrollo de la competitividad de los participantes”, (p.93).

La formación de redes empresariales en este caso en el sector turístico es la única forma de acabar con el aislamiento empresarial y permitir que las empresas puedan responder a los mercados con mayor flexibilidad teniendo mejores procesos innovadores y una mayor capacidad de adaptación a cambios tecnológicos.

Para promover y fortalecer las iniciativas turísticas comunitarias en el país y mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales, se constituyó la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, que cuenta con personería jurídica mediante Acuerdo del Ministerio de Turismo N° 20020059 de fecha 11 de septiembre del 2002. Su ámbito de acción es todo el territorio nacional y por tanto las organizaciones que la sostienen provienen de las provincias continentales, pues la provincia de Galápagos, no cuenta con experiencias turísticas comunitarias. A su vez, estas organizaciones provienen de los diversos pueblos y nacionalidades, lo que le da la denominación de Federación Plurinacional.

Como se comprenderá, al provenir sus bases de todo el territorio patrio con esa composición étnica diversa, le permite ser un ente federativo de tercer grado, según la concepción jurídica formal. Precisamente por este carácter y para su correcto funcionamiento, se ha instalado un sistema interconectado de cinco regionales en todo el país, que agrupan tanto a sus correspondientes bases, como a organismos provinciales, de la siguiente forma:

**Tabla No. 1: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Norte.- Nuestra Tierra.
Sede: Otavalo**

Comunidad	Parroquia	Cantón	Provincia
Macarilla "GAEN"	Mira	Mira	Carchi
Chontal/Mandariacus	García Moreno	Cotacachi	Imbabura
Junín	García Moreno	Cotacachi	Imbabura
Nangulbi	Peñaherrera	Cotacachi	Imbabura
Santa Barbará	Sagrario	Cotacachi	Imbabura
Santa Barbará	Sagrario	Cotacachi	Imbabura

Tunibamba	San Francisco	Cotacachi	Imbabura
La Calera	San Francisco	Cotacachi	Imbabura
Morochos	Esperanza	Ibarra	Imbabura
Santa Rosa del Tejar	Gonzales Suares	Otavalo	Imbabura
Pijal	Miguel Egas	Otavalo	Imbabura
Agato	Olmedo	Cayambe	Pichincha
La Chimba	Machachi	Mejía	Pichincha
Loreto de Pedregal	Machachi	Mejía	Pichincha
Santa Ana del Pedregal	Machachi	Mejía	Pichincha
San Miguel de Pedregal	Machachi	Mejía	Pichincha
Mindo/Mindalaes	Mindo	Pedro V. Maldonado	Pichincha
Yungilla	Calacali	Quito	Pichincha

Fuente: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

Elaborado por: Anderson Maldonado.

Fecha: 25/02/2015

En la tabla No. 1, se da a conocer a las comunidades que hacen turismo comunitario en región Sierra Norte pertenecientes a la provincias de (Carchi, Imbabura y Pichincha).

Tabla No. 2: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro.- Tierra Hermosa. Sede: Riobamba

Comunidad	Parroquia	Cantón	Provincia
Salinas Centro	Salinas	Guaranda	Bolívar
Chozajuan	Salinas	Guaranda	Bolívar
Yuraucsha	Salinas	Guaranda	Bolívar
Lanzaurcu	Salinas	Guaranda	Bolívar
Muldiahuan	Salinas	Guaranda	Bolívar
Tigrehurcu	Salinas	Guaranda	Bolívar
La Palma	Salinas	Guaranda	Bolívar
Simiatug	Simiatug	Guaranda	Bolívar
Sendero Loma	Guanujo	Guaranda	Bolívar
Piedra Blanca	San Luis	Echeandía	Bolívar
Alto Guanujo	Guanujo	Guaranda	Bolívar
Nizag	La Matriz	Alausí	Bolívar
CEDEIN	Cajabamba	Colta	Chimborazo
CEDIBAL	Columbe	Colta	Chimborazo
San Martín Alto	Columbe	Colta	Chimborazo
San Pedro de Lluclud	Lluclud	Chambo	Chimborazo
Guargalla	Cebadas	Guamote	Chimborazo
Artesa Chuquipogio	Cebadas	Guamote	Chimborazo
Calshi y Santa Anita de Pulinguí	San Andres	Guano	Chimborazo
San Pablo de Pulingui	San Juan	Riobamba	Chimborazo
Palacio Real y “Quilla Pacari”	Calpi	Riobamba	Chimborazo
UCASAJ	San Juan	Riobamba	Chimborazo

Buena Vista	Pastocalle	Latacunga	Cotopaxi
Pastocalle	Pastocalle	Latacunga	Cotopaxi
Romerillos	Pastocalle	Latacunga	Cotopaxi
Guasalata	Salasaka	Pelileo	Tungurahua

Fuente: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

Elaborado por: Maldonado A.

Fecha: 25/02/2015

En la tabla No. 2, se encuentran las comunidades de la Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro, denominada Tierra Hermosa, con sede en Riobamba, las provincias que forman parte son las de (Cotopaxi, Bolívar, Chimborazo y Tungurahua).

Tabla No. 3: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro.- Tierra Hermosa. Sede: Riobamba

Comunidad	Parroquia	Cantón	Provincia
La Inmaculada/Barabón	San Joaquín	Cuenca	Azuay
Soldados	San Joaquín	Cuenca	Azuay
Chilcatotora	Tarqui	Cuenca	Azuay
Parcoloma	Tarqui	Cuenca	Azuay
Principal	Principal	Chordeleg	Azuay
San Juan	San Juan	Gualaceo	Azuay
Huertas	Shaglli	Santa Isabel	Azuay
Jima	Jima	Sigsig	Azuay
Zhipta	Jima	Sigsig	Azuay
Chobshi	Sigsig	Sigsig	Azuay
Chuchucán	Cañar	Cañar	Cañar
Shayakrumi	Cañar	Cañar	Cañar
San Pablo	Chontamarca	Cañar	Cañar
3 de mayo / Charón Ventanas	Honorato V.	Cañar	Cañar
Sisid Añejo	Ingapirca	Cañar	Cañar
Caguanapamba	El Tambo	El Tambo	Cañar
Molino Wayku	El Tambo	El Tambo	Cañar
La Puntilla	Tendales	El Guabo	El Oro
Costa Rica	Jambelí	Santa Rosa	El Oro
Salvias	Salvias	Zaruma	El Oro
Chamical	Cumbe	Saraguro	Loja
Sabadel	Manú	Saraguro	Loja
Las Lagunas	Saraguro	Saraguro	Loja
Ñamarin	Saraguro	Saraguro	Loja
Oñakapak	Saraguro	Saraguro	Loja
Oñakapak	Saraguro	Saraguro	Loja
La Papaya	Tenta	Saraguro	Loja
Vilcabamba	Volcabamba	Loja	Loja
Ocho de Marzo	Los Encuentros	Yanzatza	Zamora

Fuente: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

Elaborado por: Maldonado A.

Fecha: 25/02/2015

En la tabla No. 3, se encuentran las comunidades de la Red Regional de Turismo Comunitario del Austro, denominada Camino del Amanecer, con sede en Cuenca, las provincias que forman parte son las de (Cañar, Loja, Zamora, El Oro y Azuay).

**Tabla No. 4: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro.- Tierra Hermosa.
Sede: Riobamba**

Comunidad	Parroquia	Cantón	Provincia
Pacto Sumaco	Cotundo	El Chaco	Napo
Oyacachi	Oyacachi	Tena	Napo
27 de Febrero / Runa Wasi	Ahuano	Tena	Napo
Chuva Urcu	Ahuano	Tena	Napo
Chuva Urcu	Ahuano	Tena	Napo
Galeras	Ahuano	Tena	Napo
Río Blanco	Misahualí	Tena	Napo
Machacuyaku	Puerto Napo	Tena	Napo
Capirona	Talag	Tena	Napo
Sinchi Pura	Talag	Tena	Napo
Wasila Talag	Talag	Tena	Napo
Waysa Yaku-Alukus	Loreto	Loreto	Orellana
Santa Rosa de Suno / Waskila Yumbo	Alejandro La Baca	Orellana	Orellana
Añango	Curaray	Arajuano	Pastaza
Pavacachi	Arajuano	Arajuano	Pastaza
Curaray Liquino	Arajuano	Arajuano	Pastaza
Chaguamango	Madre Tierra	Puyo	Pastaza
Bellavista	Shell	Puyo	Pastaza
Amazonas	Madre Tierra	Puyo	Pastaza
Cotococha	Puyoyungo	Puyo	Pastaza
Shayari	Lumbaqui	Cáscales	Sucumbíos
Playa de Cuyabeno	San Roque	Cuyabeno	Sucumbíos
San Pablo	San Roque	Cuyabeno	Sucumbíos
Atari	El Eno	Lago Agrio	Sucumbíos
Yana Allpa	Pañacocha	Shushufindi	Sucumbíos

Fuente: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

Elaborado por: Maldonado A.

Fecha: 25/02/2015

En la tabla No. 4, se encuentran las comunidades de la Red Regional de Turismo Comunitario de la Amazonía, con sede en Tena, las provincias que forman parte son las de (Orellana, Sucumbíos, Napo y Pastaza).

**Tabla No. 5: Red Regional de Turismo Comunitario de la Sierra Centro.- Tierra Hermosa.
Sede: Riobamba**

Comunidad	Parroquia	Cantón	Provincia
San Miguel de Cayapas	Borbón	Borbón	Esmeraldas

San Miguel	Telembí	Eloy Alfaro	Esmeraldas
Bolívar	Bolívar	Muisne	Esmeraldas
Monpiche	Bolívar	Muisne	Esmeraldas
Bunche	Cabo de San Francisco	Muisne	Esmeraldas
Bellavista	Muisne	Muisne	Esmeraldas
Florida	Muisne	Muisne	Esmeraldas
Bilsa El Uñate	Muisne	Muisne	Esmeraldas
Las Manchas	San Gregorio	Muisne	Esmeraldas
Playa de Oro Río Santiago	Maldonado	San Lorenzo	Esmeraldas
Bucay	Bucay	Gral Antonia Elizalde	Guayas
Río Blanco	Puerto López	Puerto López	Manabí
Las Tunas	Salango	Puerto López	Manabí
Salango	Machalilla	Puerto López	Manabí
Agua Blanca	Portovelo	San Vicente	Manabí
Isla Corazón	Colonche	Santa Elena	Santa Elena
Ayangué	Colonche	Santa Elena	Santa Elena
Loma Alta	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
Libertador Bolívar	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
San Pedro	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
Manglar Alto	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
Olón	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
Dos Mangas	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
Valdivia	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena
San José	Manglaralto	Santa Elena	Santa Elena

Fuente: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

Elaborado por: Maldonado A.

Fecha: 25/02/2015

En la tabla No. 5, se encuentran las comunidades de la Red Regional de Turismo Comunitario del Litoral “La Ruta de los Spondylus”, con sede en Puerto López, las provincias que forman parte son las de (Esmeraldas, Guayas, Manabí y Santa Elena).

2.1.3.4 Situación del Sector Turístico en Imbabura

En Imbabura la actividad turística ha ido desarrollándose desde los años 60, entre los principales atractivos turísticos está la feria artesanal indígena de Otavalo Plaza Centenario, más conocida como la plaza de los Ponchos, que en éste tiempo ya llamaba la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros. En la actualidad, el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo

de turistas extranjeros y nacionales, además de la excelente infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación, ubicada en las zonas urbanas y rurales. Estos factores han sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

A partir de entonces, tanto los servicios turísticos de la provincia, como la demanda y el interés de los turistas se ha incrementado y modificado, hasta constituir en la actualidad un sector económico visible en toda la provincia.

Por su belleza paisajística y cultural le han dado fama a nivel nacional e internacional como la Provincia de los Lagos o la Provincia Azul. Sin embargo presenta también otros atractivos, posee innumerables bellezas escénicas y ecosistemas con una rica biodiversidad, pero fundamentalmente cuenta con la más alta diversidad étnica (indígenas, afroecuatorianos, awas y mestizos); nacionalidades y pueblos con características culturales propias.

Entre los más importantes atractivos de origen natural están las lagunas de Cuicocha, Mojanda, Yahuarcocha, San Pablo, Piñan, Puruhanta, la cascada de Peguche, parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, los balnearios termales de Chachimbiro, entre otros. De igual forma en la provincia de Imbabura se disfruta de las fiestas populares como son: INTI-RAYMI en el mes de junio, YAMOR en el mes de septiembre, PAWCAR RAYMI en el mes de febrero. También es necesario destacar que en el mes de febrero se disfruta de la fiesta del carnaval, en donde sobresale el carnaval COANGUE en el Chota, Olas del Río en el Juncal y el PALENQUE en Salinas, la expo feria Atuntaqui. Según datos del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Imbabura se registró un total de 160.000 visitas por el feriado de carnaval, cabe destacar que la mayor afluencia tuvo los carnavales afroecuatorianos con el 40% de las visitas.

El tren de la Libertad en su ruta Otavalo-Salinas también motiva a visitar la provincia, a turistas nacionales e internacionales, a más de la gastronomía, con apetecidos platos típicos con sus especialidades en cada uno de los Cantones.

Con éstos atractivos, servicios e instalaciones turísticas, la demanda y el interés de los turistas nacionales y extranjeros se han incrementado y diversificado, hasta llegar a ser en la actualidad, el sector económico más importante en toda la provincia.

La provincia de Imbabura ha sido considerada como el tercer destino turístico del Ecuador y dicha actividad, internamente es una de las principales, por su relación directa con otras ramas de la actividad económica como las artesanías y el comercio y todos los seis cantones de la provincia tienen una relación directa con el turismo y su especificidad con los subtipos y productos específicos. Adicionalmente la provincia cuenta con una planta turística importante existiendo aproximadamente y de manera constante un promedio de 400 establecimientos turísticos, los cuales mantienen un equilibrio entre la oferta y demanda turística existente.

2.1.3.5 Turismo Comunitario en Santa Catalina de Salinas

La parroquia Santa Catalina de Salinas, es un lugar que por su situación geográfica, equidistante, sus bondades climáticas y el carisma de la gente afro, cuenta con las condiciones óptimas para convertirse en el referente turístico de la provincia de Imbabura, sin embargo antes del año 2005 se denotaba deficiente infraestructura turística, la falta de políticas públicas, planes, programas, proyectos y sobre todo el desconocimiento identitario, producto de los sistemas intolerantes, esclavizadores y discriminatorios que se impusieron a nivel mundial; la no inclusión del pueblo afro en la historia del Ecuador, no ha permitido que se conozca la historia, el abandono de costumbres, tradiciones y la escasa capacitación de sus moradores, desencadenó un problema social, económico, cultural y ambiental en el territorio.

Es así que el Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas, desde el año 2005 inicia el trabajo de reconocimiento identitario, rescate de la cultura y

tradición del pueblo afro descendiente, así mismo la recuperación del territorio, creación y reconstrucción de infraestructura turística, como es la estación del tren, patrimonio cultural de la parroquia. Con este antecedente emprende el PROYECTO DE “DESARROLLO ETNOTURISTICO COMUNITARIO PALENQUE, (Palenque significa: “*Refugio de Esclavos*”, debido a que los esclavizados que escapaban de sus amos o haciendas en la época de la esclavitud, se refugiaban en determinados lugares (*escondites*) a los que llamaban Palenques, entonces se ha rescatado esta denominación porque para los afro Ecuatorianos, es un sinónimo de Libertad), y actualmente denominado Etnocultural Turístico Bombódromo Palenque, con el propósito de mejorar las condiciones de vida de las familias de Salinas, reducción de la pobreza, teniendo como meta crear alternativas de ingresos familiares, mediante el fomento de fuentes de empleo de forma directa e indirecta a los salinenses.

El Proyecto Bombódromo Palenque paulatinamente a crecido en infraestructura como es: Estación del Tren y rehabilitación de la Línea férrea, (es importante mencionar que según datos de la EP Ferrocarriles del Ecuador en su rendición de cuentas del año 2014, hacen mención que la ruta del Tren de la Libertad Ibarra-Salinas-Ibarra se encuentra en 2do lugar a nivel nacional con un total de 23.829 pasajeros, pág. 41), Plaza artesanal, Museo de Sal, Sala Etnográfica, Centro Gastronómico Palenque, Centro Cultural Comunitario, Centro de Capacitación, Complejo Turístico Palenque, Radio Comunitaria “La Voz de los Afros”, Hospederías Comunitarias y familiares, plazas culturales y deportivas. Estos espacios involucran a todos los 25 emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas, en donde son beneficiarias de manera directa alrededor de 120 personas, las cuales brindan bienes y/o servicios a los turistas y viajeros que pasan por esta parroquia, integrando a otros sectores de la sociedad que se benefician indirectamente con las actividades del Turismo Comunitario que se realiza en esta práctica. Además cabe señalar que en este proyecto se ha dado mucha importancia a temas trascendentales como la protección ambiental.

Es así, que desde los niños hasta los adultos mayores se interesan en la conservación de los recursos, se ha formado un club ecológico, mismo que en coordinación con el Gobierno Parroquial de Salinas, realizan programas de forestación, reciclaje de botellas, papel y su transformación. En la actualidad en todos los proyectos llevados a cabo en Salinas, se habla de desarrollo sostenible.

En esta práctica intervienen también los adultos mayores que a través de encuentros culturales e identitarios, transmiten su conocimiento a las nuevas generaciones fortaleciendo la memoria colectiva, para recuperar y reflejar la cultura del pueblo afro ecuatoriano y afro salinense.

Con el propósito de ser un gran referente en el turismo comunitario, en la parroquia de Salinas, se cuenta con alternativas innovadoras y competitivas, para estar a la par con otros lugares, más aún, hoy en día que estamos en un mundo globalizado. Obligatoriamente todas las ramas de producción y en este caso la actividad turística debe emprender un proceso de mejoramiento e innovación, procurando satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas y todos aquellos que visiten nuestro lugar, así como dinamizar el desarrollo sostenible de los habitantes de la parroquia de Salinas, es así como la parroquia Santa Catalina de Salinas en la actualidad se encamina al turismo, esto se debe al intenso trabajo realizado a través de los últimos años, cuyas actividades se han centrado en recuperar y aprovechar los componentes existentes dentro del proceso comunitario.

2.1.4 Producto turístico

Barrera, H; Muños, R. (2011), afirma que el producto turístico “es el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los turistas para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista los percibe como uno solo”, (pág. 84).

Al producto turístico se le entiende como el conjunto de bienes y servicios que demanda el turista, ya sean estos tangibles e intangibles y están inmensamente relacionados con los recursos turísticos, la infraestructura, planta turística y superestructura, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. A demás producto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades de acceso, calidad y calidez.

Los productos pueden ser apreciados a partir del soporte técnico para la prestación del servicio, la funcionalidad de su personal y por la imagen, intercambio que ofrece a sus clientes. Por lo general, se refiere a los servicios turísticos pueden ser resultados de múltiples configuraciones de los bienes y servicios complementarios que requieren los turistas para subsistir en sus desplazamientos del lugar de origen hacia donde se encuentran los recursos turísticos para satisfacer sus necesidades esenciales.

2.1.4.1 Características del producto

Barrera, H; Muños, R. (2011), dice que estos tienen dos componentes, unos tangibles y otros intangibles:

La tangibilidad: Se puede observar en la calidad de la comida, los muebles del hotel. La parte tangible la conforma el producto turístico como tal, así como es presentado por la empresa turística.

La intangibilidad: El producto no se puede palpar con los sentidos. Estos productos generan expectativas, hacen pensar al cliente como es el producto, que uso le darán y que resultados esperan obtener. Puede ser la atención del personal, la comodidad del sitio, etc.

2.1.4.2 Niveles del producto turístico

Ocaña, A; (2012), menciona que en la industria del turismo existen cuatro niveles del producto:

- ❖ **El producto básico.** Se trata de aquello que el cliente trata de obtener y más que proporcionar objetos se trata de proporcionar beneficios de esos objetos.
- ❖ **Productos auxiliares.** Son aquellos productos que deben estar presentes para que el cliente pueda hacer uso del producto básico. Se refiere a servicios mínimos que deben existir además del beneficio básico buscado por el cliente.
- ❖ **Productos secundarios.** Aunque el producto básico necesita de los productos auxiliares para su uso, no requiere la existencia de productos secundarios, ya que se trata de productos extras que proporcionan valor al producto básico y ayudan a diferenciarse de la competencia. No obstante las diferencias entre productos auxiliares y secundarios no siempre están claras.
- ❖ **Producto aumentado.** En líneas generales se puede indicar que el producto básico, el auxiliar y el secundario, muestran qué es lo que el cliente recibe y que el producto aumentado hace referencia a cómo el cliente recibe el servicio.

2.1.4.3 Estrategias para el producto turístico

Ocaña, A. (2012), Cuando se debe decidir si el producto se va a enviar a nuevos mercados o a los que ya tiene posicionamiento y por otro lado, si al nuevo mercado que se ha escogido se puede llegar con el mismo producto, o si se debe elaborar un nuevo. Para tomar una decisión correcta se debe tomar en cuenta estas cuatro estrategias turísticas:

- ✓ Estrategia de penetración: Acrecentar el mercado, ofreciendo el mismo producto que ya existe, sin realizar mejoras ni modificaciones.
- ✓ Estrategia de desarrollo del producto turístico: Incorporar nuevos productos que sobresalgan por sus diferencias o aprovechar las debilidades de los

productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

- ✓ Estrategia de extensión del mercado turístico: Se usa el mismo producto turístico, pretendiendo agradar a nuevos consumidores turísticos, ofreciendo rutas no exploradas en ese momento, o se busca nuevos segmentos del mercado a los que no se habían realizado las ofertas apropiadas.
- ✓ Estrategia de diversificación turística:
 - Horizontal: Brinda una amplia cobertura del mercado con un sin número de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes
 - Vertical: Los productos actuales captan nuevos mercados haciendo que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencien de las actuales.
 - Concéntricas: Dotar de mayor uniformidad a la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, con esto, renovar y desarrollar su variedad de productos y captar nuevos consumidores.

Cabe señalar que a pesar del buen diseño y la elección apropiada del objetivo en un anuncio para una promoción de ventas o un mensaje de relaciones públicas, al final, su éxito depende de que se transmita por el medio más apropiado

2.1.5 Sistema Turístico

Según Mármol, P; Ojeda, C. (2012), indica que el “sistema turístico es un conjunto abierto de procedimientos relacionados e integrados con su medio ambiente en el que establece una especie de trueques y este se encuentra integrado por un subconjunto de subsistemas los cuales se relacionan entre sí, interactuando para llegar a un objetivo común”, (pág. 113).

En general el sistema turístico es un conjunto de recursos que interactúan entre sí, para cumplir un objetivo común, es decir, es un modelo conceptual formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones, que a su vez permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo

comunitario en la parroquia Santa Catalina de Salinas, para la cual se detalla los cuatro elementos del sistema turístico:

2.1.5.1 Oferta Turística

Barrera, H; Muños, R. (2011), la oferta de una comunidad “pertenece al conjunto integrado de tres componentes básicos: atractivo turístico, planta turística e infraestructura. Estos pueden ser colocados en el mercado por medio de procesos de gestión, desplegados por los empresarios turísticos, por las propias comunidades y por otras organizaciones”, (pág. 115).

La oferta turística son todos los recursos o elementos con los que cuenta un destino, conformando así un producto turístico, la oferta por lo general es desarrollada por el sector privado con el apoyo del sector público, identificando los principales atractivos, recursos, infraestructura necesaria, promoción, entre otros, para poner en marcha la comercialización el mercado de dicho producto. Es decir que la oferta turística se identifica con los agentes productores de turismo.

La oferta turística se compone de tres elementos fundamentales que son:

- Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico y son la motivación principal de la visita.
- Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad turística, ya sean públicos o privados. Ej. carreteras, puertos.
- Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, entre otros.

2.1.5.2 Demanda Turística

Barrera, H; Muños, R. (2011), “La demanda es la cantidad de bienes y servicios (o factores) que un comprador puede adquirir y desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios, suponiendo que otras cosas, tales

como el ingreso del comprador, la publicidad y los precios de otros bienes, la permanecen constantes”. (pág. 112).

La demanda turística está constituida por los visitantes, ya sean turistas o excursionistas los cuales desean acceder a los diversos servicios que oferta la actividad turística y que se ven influenciados por dos tipos de factores, el interno, que es la motivación de viaje y el factor externo que hace mención a la economía, cambios demográficos y sociales, tecnología, política, entre otros. La demanda turística se divide en:

- Demanda Turística Potencial.- Es el grupo de consumidores de similares características que desean adquirir un bien o servicio, pero que aún no lo han realizado.
- Demanda Turística Actual.- Es el grupo de personas de similares características, que ya adquieren un producto o servicio turístico.

En conclusión la demanda es el conjunto de consumidores de una determinada oferta, que están dispuestos a adquirir en cualquier destino dicho servicio o bien.

2.1.5.3 Operadores de Mercado

Barrera, H; Muños, R. (2011), “Se considera operador de mercado a la empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems, transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.” (pág. 118).

Argumentando en este concepto los operadores de mercado vienen a ser aquellas empresas y organismos, cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, los tour operadores, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados, que mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

2.1.5.4 Espacio Geográfico

Barrera, H; Muños, R. (2011), “El espacio geográfico, es la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y que ofrece atracciones como clima, paisaje, playas, monumentos históricos, cultura de la población residente”, (pág. 119).

El espacio geográfico constituye una valorización social de los componentes naturales y culturales, debido que implican una escala de valores que discrimina el espacio valorizándolo según sus actividades, además esta valorización social, genera una evaluación social de distintos componentes como los potenciales recursos turísticos o la motivación de parte de la demanda.

2.1.6 Circuitos turísticos

Cabarcos, N. (2010), Circuitos turísticos manifiesta que son viajes o recorridos completos caracterizados por: tener contenido e interés turístico, ser permanentes, tener itinerarios previamente establecidos, incluyendo horarios fijos de salida y llegada, así como también paradas en determinados sitios para comidas, alojamientos, diversiones, recreación en general y visitas a lugares o monumentos nacionales. El punto de origen es común al punto de llegada y tiene una duración mayor de 24 horas, (p.119).

Se comprenden como la articulación de varios emprendimientos individuales o colectivos que tengan como actividades, ofrecer bienes o servicios a los turistas, dentro de lo cual el propósito fundamental de la ruta turística es obtener un producto o paquete turístico completo y articulado, capaz de satisfacer de mejor forma las expectativas y necesidades de los turistas, generando con esto mayores oportunidades de mercado para los ofertantes.

2.1.7 Cadena Productiva de Turismo Comunitario

Vega, M. Pérez, R. (2011), “Conjunto de agentes económicos que participan directamente en la producción, en la transformación y en el traslado hacia el mercado del mismo producto”, (pág. 10)

Es decir que una cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados y por una sucesión de operaciones, de producción, transformación, comercialización de un producto, en un entorno determinado. Considerando que además, los agentes participantes son proveedores de información y servicios, entidades públicas, instituciones de asistencia técnica, investigación, capacitación, financiamiento y comunicación social, etc.

Al trabajar bajo objetivos compartidos, todos estos agentes generan importantes economías externas, de aglomeración y especialización (por la presencia de productores, proveedores y mano de obra especializada y de servicios anexos específicos al sector). Esta concepción sistémica del desarrollo de la competitividad es crucial para maximizar la efectividad de la asignación de recursos, al hacer que las decisiones de los agentes no sean aisladas y aprovechen las sinergias que surgen del trabajo cooperativo.

Desarrollar y consolidar redes de empresas y encadenamientos productivos que integren el aporte de pequeñas, medianas y grandes empresas, permite aprovechar mejor las capacidades de cada quien y las sinergias del trabajo compartido, contribuyendo a maximizar el valor agregado al cliente.

Entre las principales ventajas se puede encontrar a las siguientes:

- La eficiencia del conjunto es mayor a la de cada empresa aislada, debido a las externalidades que genera cada quien hacia los demás, por las siguientes razones:
- La concentración y estandarización de la oferta atrae más clientes y facilita el acceso a mercados más grandes.
- La globalización de la oferta incentiva la especialización y la división de trabajo, lo que eleva la productividad.
- La fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico, administrativo y de comercialización.

2.1.8 Organización

Perez, M. (2011), “Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas”.

En otras palabras, una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos. Cabe destacar que una organización sólo puede existir, cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos.

2.8.1 Importancia de la organización

- ✓ Es de carácter continuo (expresión, contracción, nuevos productos).
- ✓ Es un medio que establece la mejor manera de alcanzar los objetivos.
- ✓ Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con el mínimo de esfuerzo.
- ✓ Evita lentitud e ineficiencia.
- ✓ Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al determinar las funciones y responsabilidades.
- ✓ La estructura debe reflejar los objetivos y los planes de la empresa, la autoridad y su ambiente

2.1.9 Sistemas de Articulación

Según Cebrián, F. (2011), manifiesta que “la articulación se logra a través de un proceso que promueve un mejor conocimiento entre las partes, sus funciones, objetivos, metas, productos y recursos y llega hasta la evaluación conjunta y mejora de sus procesos. Los niveles de articulación se pueden medir en al menos cinco niveles: Conocimiento, referencia, metas comunes, integración de procesos y evaluación y mejora conjunta, y se implementa a través de reuniones y talleres de trabajo”. (pág. 162).

Es decir, es el enlace que se realiza entre dos o mas personas, con el propósito de lograr fines comunes que beneficien a todos por igual. En el caso particular del turismo sería complementarse entre los emprendimientos turisticos, a traves de la oferta de los bienes y servicios a los turistas, logrando mayor dinamización económica para los involucrados.

Estos sistemas de articulación son aplicados muy a menudo en la gestión de instituciones públicas, privados, comunitarios Ha sido aplicado para articulación de instituciones en la gestión pública, en el desarrollo de planes de gobiernos sectoriales, para la aplicación de estrategias de ventas en empresas con múltiples divisiones y productos, entre otras.

2.1.10 Estándares de Calidad

Pulido, G. (2011). “Es el cumplimiento de requisitos mínimos en busca de la excelencia dentro de una organización”. Entonces un estándar de calidad se define como el grado de cumplimiento exigible a un criterio de calidad. Dicho en otros términos, es el rango en el que resulta aceptable el nivel de calidad que se alcanza en una determinada actividad turística.

Los estándares de calidad turística son de alta importancia y determinan fuertemente el arribo de los turistas a un lugar, ya que se dejan de lado aquellos destinos que no satisfacen las expectativas. La calidad turística no necesariamente supone altos costos, sino más bien, de niveles de calidad a cualquier escala de gasto. El turismo de calidad se traduce en un alto nivel de satisfacción de los clientes y en la protección del medio ambiente y de la cultura de las zonas vinculadas al turismo.

2.1.10.1 Gestión de la Calidad

De acuerdo con Evans, J; Lindsay, W Evans, (2011), “La gestión de la calidad es el compromiso de toda una organización para hacer bien las cosas, es decir, afecta a cada persona en una organización y por lo tanto, para que la gestión de la calidad sea próspera y exitosa, debe ser aceptada por todos los integrantes de la organización. (pág. 342).

La gestión de la calidad entonces, se puede considerar como el modo de dirección de una empresa, centrado en la calidad y basado en la participación de todos los miembros, que apunta a la satisfacción del cliente y al beneficio de todos los integrantes de la sociedad.

Por otra parte, se considera a la gestión de la calidad como el conjunto de actividades de la función empresarial que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades se las implementa por medios como la planificación, el control y vigilancia, seguimiento y el mejoramiento de bienes y servicios, en el marco del sistema de la calidad.

2.1.10.2 Funciones de la gestión de la calidad

Según Evans, J; Lindsay, W, (2011), existen algunas funciones necesarias para la gestión de la calidad, las cuales son: planificación, organización, dirección, personal y control:

La planificación se orienta al futuro y crea las directrices para toda la organización, ofrece la capacidad de ser proactivo y anticipar futuros eventos y establecer las acciones necesarias para enfrentarse positivamente a ellos, es esencial para un eficaz y manejable proceso de mejora de la calidad. Los elementos clave que incluye son: análisis del entorno, misión de la calidad, establecimiento de la política de calidad, objetivos estratégicos de calidad, y planes de acción de la calidad.

La función de organización, es asegurar que la empresa satisface los objetivos de calidad que se ha fijado. Desarrollo de un entorno de trabajo claro, con tareas y responsabilidades que contribuyan a la actividad eficaz de una organización y dirigir el comportamiento de las personas, grupos y departamentos para realizar los objetivos fijados por la organización. Los elementos clave que incluye son: asignación de tareas y responsabilidades, desarrollo consciente de la segmentación

de la organización en unidades específicas autónomas, desarrollo de requerimientos jerárquicos, para facilitar la comunicación y órdenes, delegación y esfuerzos de coordinación.

La función dirección, se hace hincapié en el término liderazgo, es un intento de influir en las actividades de los seguidores, a través de un proceso de comunicación hacia la consecución de algún o algunos objetivos. La función de dirección incluye los elementos clave que son: teorías de motivación, teorías de liderazgo, tipos de poder.

La función de gestión de la calidad enfocada al personal, hace referencia al recurso humano y lo define como el proceso de diseño de las medidas y actividades de la fuerza de trabajo para mejorar la eficiencia y eficacia del funcionamiento de la organización. Los elementos clave que incluye son: trabajo en equipo, orientación en todas las áreas y niveles de actividad de la organización, cultura altamente orientada a las personas, orientación multidisciplinar, formación y desarrollo.

El control es un proceso que se utiliza para asegurar que se satisfacen los objetivos, por medio de la información obtenida de la ejecución real del proceso, es decir la información del proceso es comparada con los estándares esperados y posteriormente se toman decisiones de acuerdo con el resultado de esta comparación. Los elementos clave que incluye son: herramientas de la gestión de la calidad, como: diagramas de flujo, hojas control, histogramas, diagramas causa-efecto, diagrama de Pareto, diagrama de dispersión, gráficos de control, diagramas de afinidad, diagramas de interrelación, diagramas de árbol, diagramas matriciales, matriz de análisis de datos, diagramas de flechas, gráfico del proceso de decisión del programa.

2.1.10.3 Familia de Normas ISO

Según Martínez, I. (2011). Las normas ISO se constituyen en una serie de Estándares que podemos agrupar por familias, según los distintos aspectos

relacionados con la calidad. Aunque existen más de 18000 normas publicadas por ISO, en esta investigación se va a resaltar las más importantes en cuanto a su aplicación y relevancia de los sectores.

Así podemos clasificar las normas según el siguiente criterio:

- ✓ Normas relacionadas directamente con la calidad.
- ✓ Normas relacionadas con la calidad en el medio ambiente y sostenibilidad.
- ✓ Normas relacionadas con la gestión de la seguridad.
- ✓ Normas relacionadas con la calidad en la investigación y desarrollo.

2.1.10.3.1 Normas de Calidad

Las normas de calidad podemos clasificarlas en:

Tabla No. 6: Sistemas de Gestión de Calidad

Sistemas de Gestión de Calidad	Sectores
ISO 9001	Todos
ISO TS 16949	Automoción
ISO/IEC 15504	Calidad de Software
ISO/IEC 17025	Laboratorios de ensayo y calibración
ISO/IEC 20000	Calidad de servicios tecnologías de información

Fuente: Martínez, I. A. (2011). La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001:2000.

Elaborado por: Anderson Maldonado

Medio Ambiente y Sostenibilidad

Tabla No. 7: Sistemas de Gestión Medioambiental y Sostenibilidad

Sistemas de Gestión Medioambiental y sostenibilidad	Sectores
ISO 14001	Medio ambiente
ISO 50001	Gestión de la energía

Fuente: Martínez, I. A. (2011). La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001:2000.

Elaborado por: Anderson Maldonado.

Seguridad

Tabla No. 8: Sistemas de Gestión de la Seguridad

Sistemas de Gestión de la Seguridad	Sectores
--------------------------------------------	-----------------

ISO 18001 OHSAS	Seguridad y salud de los trabajadores
ISO 27001	Seguridad de la información
ISO 22000	Seguridad en el sector de la alimentación

Fuente: Martínez, I. A. (2011). La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001:2000.

Elaborado por: Anderson Maldonado.

Innovación y Nuevas Tecnologías

Tabla No. 9: Sistema de gestión de la innovación

Sistema de gestión de la innovación	Sectores
ISO 166001	Proyectos I+D+I
ISO 166002	Gestión de la innovación I+D+I
ISO 20000	Gestión de servicios de nuevas tecnologías

Fuente: Martínez, I. A. (2011). La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001:2000.

Elaborado por: Maldonado A

2.1.11 Análisis F.O.D.A.

Ortiz, G. (2012), señala que el análisis FODA: Es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado acerca de la situación externa donde se puede señalar dos factores incontrolables las oportunidades y amenazas y de las características internas, es decir factores controlables, fortalezas y debilidades:

- ❖ Oportunidades: son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que una vez identificados, pueden ser aprovechados.
- ❖ Amenazas: son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.
- ❖ Fortalezas: son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.
- ❖ Debilidades: son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben reducirse o eliminarse.

A manera de conclusión se puede decir que la matriz FODA, es un instrumento estratégico que se utiliza para conocer la situación actual de los productores, empresas, organización, etc. Esto comprende un análisis del entorno (interno y externo). El análisis interno se enfoca a las fortalezas y debilidades que pueden

afectar la capacidad de la organización, mientras que el análisis externo se enfoca a las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente hacia su organización.

2.1.12 Emprendimiento Turístico

Peraza, S. (2014), “Emprendimiento es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto”, (pág. 33).

Se puede decir que un emprendimiento turístico es el resultado de la iniciativa de negocio generada individual o colectivamente, dentro de una determinada localidad, en base a sus características físicas, naturales y culturales, quienes han identificado en ello una oportunidad de insertarse dentro del mercado turístico heterogéneo, formando pequeñas empresas turísticas (comunitarias o privadas), gestionadas a través de sus necesidades, medios y recursos propios existentes y caracterizándose principalmente por ofrecer a su mercado por lo menos uno o varios servicios turísticos como: restauración, alojamiento, ocio y deportes, transporte, visitas guiadas, senderismo, avistamiento de flora y fauna, entre otros, y con precios relativamente accesibles. Todo esto complementado con una infraestructura básica como: vías de acceso y servicios básicos. Todo ello siempre ligado a las costumbres y valores de la localidad.

2.1.13 Marketing Turístico

Ojeda, C; Mármol, P. (2012), “Marketing es un modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad, mediante el desarrollo, valoración distribución y promoción, por una de las partes, de los bienes, servicios o ideas que la otra parte necesita”, (pág. 36).

Este concepto tiene importancia, ya que tiene esencial relevancia debido a que involucra a todas las personas que forman parte de los emprendimientos, sea cual sea su nivel jerárquico y su área funcional, tomando en cuenta, que cada una de

ellas tiene algo que aportar a la misión de la empresa, la cual se enmarca en servir constantemente y cada vez mejor a sus clientes.

Es importante resaltar que el marketing, no es cosa solo de empresas grandes, el marketing como filosofía es aplicable a cualquier empresa, independientemente de su tamaño y rama de productos o servicios. El colocar al cliente en el centro de atención de todas las decisiones, el identificar y entender mejor sus verdaderas necesidades, que piensan de nuestros productos o servicios, el incluir a todo el personal de la empresa de un espíritu y voluntad de servicio hacia nuestros clientes, es algo que se pueda hacer, tanto si la empresa tiene tres o cien empleados, es decir esta cultura es independiente del tamaño de la organización.

2.1.13.1 Elementos de marketing turístico

A continuación se detallan los elementos del marketing turístico, cabe señalar que uno de los objetivos importantes dentro de este proceso, se basa en la fabricación de productos y/o servicios, conocidos como satisfactores y que los mismos sean rentables. Partiendo de lo antes expuesto, los elementos del marketing turístico son los siguientes:

- Satisfacción de las necesidades del turista, en vacaciones, actividades de ocio, entre otras, para lo cual es necesario el tomar en cuenta sus motivaciones y comportamientos por medio del estudio de mercado.
- Diseño y promoción del producto turístico, conocido como el conjunto de bienes y servicios, con sus respectivos elementos, así como características, que una vez detalladas resulten atractivas al comprador y satisfagan sus expectativas, generando un rédito económico - social para la organización que lo produce.

- Función de intercambio, se realiza por canales de distribución, que permiten contactar al conjunto de personas que conforman la demanda y aquellos que se presentan como la oferta, generando un beneficio bilateral.

2.1.13.2 Gestión de marketing para el sector turístico

Ojeda, C; Mármol, P. (2012), “La gestión del marketing se precisa como el arte y la ciencia de seleccionar mercados objetivos y crear relaciones rentables con sus agentes, lo que incluye la captación, mantenimiento y ampliación del cliente mediante la generación, oferta y comunicación de un mayor valor para los clientes” (p.54).

Cabe mencionar que los enfoques en la gestión del marketing son alternativos y pueden ser adoptados por los emprendimientos a la hora de realizar sus actividades de mercadeo, que se apoyarán en cinco conceptos, como la producción, producto, ventas, marketing y marketing social.

Debido a que el turismo se admite como un servicio, el enfoque en el cual ahondará la presente investigación será el de marketing como vía publicitaria, así como destinado en el ámbito social, debido a que supone una filosofía de “observar y responder” con el cliente siempre como elemento clave, puesto que el trabajo consistirá en encontrar los productos adecuados para los clientes.

El enfoque de marketing empieza con un mercado bien definido, su elemento clave son las necesidades del cliente e integra todas las actividades de mercadeo que afecta a los clientes, de esta manera los beneficios se consiguen mediante la creación de relaciones duraderas basadas en el valor para el cliente y en su satisfacción.

El enfoque de marketing social sostiene que la organización debe identificar las necesidades, deseos e intereses de los mercados objetivos y en seguida ofrecer un valor superior al de la competencia de modo que el bienestar del individuo y la sociedad se mantengan en un nivel similar o superior.

Este enfoque requiere que los especialistas comerciales mantengan el equilibrio entre los beneficios de los emprendimientos, deseos de los consumidores e intereses de la sociedad, en el momento en el que establezcan sus políticas de marketing.

2.1.13.3 Estrategias Turísticas

Ojeda, C; M, P. (2012) “Estrategia es un conjunto de compromisos y actos, integrados y coordinados, diseñados para explotar las competencias centrales, aprovechar los recursos, las capacidades de la empresa, de tal forma que se logre alcanzar una ventaja competitiva, mediante decisiones y criterios orientados hacia la obtención de determinados objetivos”(p.67).

Es decir que las estrategias son las grandes acciones o los caminos a seguirse, para el logro de los objetivos de la empresa y así hacer realidad los resultados esperados. En el desarrollo de las estrategias de carácter general, cuyo ámbito de actuación abarcan a todos los emprendimientos, por tal razón se puede señalar que en el sector turístico se emplean principalmente aquellas orientadas a la especialización y diversificación de dichos productos o servicios.

Con el objetivo de establecer las pautas que establezcan un correcto establecimiento de estrategias, se hace referencia a dos estrategias propias en el área de decisión de marketing, la delimitación expresa en la segmentación y posicionamiento, que afectarán en el diseño operativo, precio, comunicación y distribución, de esta manera se tienen los siguientes:

- ❖ Estrategia de segmentación.- Consiste en elegir uno o más segmentos del mercado a los que se dirige la oferta comercial, en función de sus características, para lo cual se pueden emplear diferentes criterios de segmentación. Se debe tener en cuenta que las diferentes actuaciones de marketing deben optimizarse en torno a un cliente determinado, de lo contrario se arriesga a no satisfacer a nadie, queriendo complacer a todos.

- ❖ Estrategia de posicionamiento. Se fundamenta en definir como desea ser percibida la empresa por sus clientes, con respecto a la competencia, con esto se debe buscar un posicionamiento único y diferencial en los turistas, destacando los elementos que los clientes aprecian. Con este antecedente, un destino turístico rural, se puede posicionar como un lugar idóneo para realizar diferentes actividades de ocio, deporte, excursión, ruta gastronómica, entre otros.

En general, las estrategias turísticas permiten tener un enfoque objetivo y sistemático, a las empresas involucradas para asumir una posición proactiva y no reactiva en el mercado turístico, en el cual compiten, para no solo conformarse con responder a los hechos, sino influir y anticiparse a ellos, por lo que se considera de mucha importancia dentro de los emprendimientos, realizar un verdadero diagnóstico para conocer la situación actual en la que se encuentran, para determinar las estrategias adecuadas y lograr ser competitivos, y así, cumplir con la visión establecida.

2.2 Diagnóstico situacional de la parroquia de Santa Catalina de Salinas

2.2.1 Aspecto Histórico

Según Tapia A. (2006), las primeras noticias que se tiene sobre Salinas se las debe a Sancho Paz Ponce de León, quién en 1550 refiriéndose al centro de producción de la sal en la zona de Mira, dice: “hay en el distrito de mi corregimiento un pueblo que es del repartimiento de Otavalo, donde los indios que están en él, cogen la tierra que está como salistre, y la cuecen en unas ollas y elaboran mucha cantidad de sal”.

Sin embargo, según el mismo autor Tapia A. (2006), los datos sobre la existencia de este lugar son anteriores, toda vez que Fray Juan Nepomuceno de Suarez, en un informe al comendador del convento de la Merced de Quito, fechado en 15 de septiembre de 1598, le comenta que: “en el antiguo camino del

inca que saliendo de Carangue, toma la ruta hacia Mira, pero pasa por el pueblo de las Salinas, que es un lugar casi desolado por el paisaje agreste pero habitado por indios naturales, que sobre todo en los meses de verano extraen el preciado mineral de la sal, con la que los indios desde muy antiguo comerciaban con los habitantes de las tierras frías”.

Al respecto y para tener una idea más clara sobre el porqué del nombre de la parroquia; ya que hasta la actualidad, hay una confusión sobre su designación, equivocándose con el apellido del prócer Juan de Salinas, tergiversando la verdadera causa histórica de su nominación.

Las noticias que se ha logrado recoger sobre la sal, señalan que para la cultura andina este producto era vital. Aunque la recolección la hacían hombres y mujeres, siendo estas últimas las que más aportaban, porque en la visión indígena; las mujeres están vinculadas a la tierra, considerada su madre “pacha mamá” y por este motivo ellas debían realizar dicha actividad.

La sal era cambiada por oro, ají, algodón, entre otros. La sal era considerada una moneda y con ella se podía realizar varias transacciones comerciales. En igual forma, en periodo colonial, la sal de Salinas era un producto de exportación hacia Nueva Granada y Perú.

2.2.2 Características de la parroquia de Salinas

2.2.2.1 Ubicación

Santa Catalina de Salinas parroquia rural perteneciente al Cantón San Miguel de Ibarra, de la Provincia de Imbabura, ubicada a 25.5 km, al norte de la capital provincial. La cabecera parroquial consta con de las siguientes coordenadas geográficas: 0° 29' 36,67” de latitud norte y 78° 7' 53,25” de longitud oeste.

2.2.2.2 Límites

La parroquia de Salinas limita al norte con las parroquias de Juan Montalvo y La Carolina de los Cantones Mira e Ibarra respectivamente, al este con la delimitación territorial de las cabeceras cantonales de Ibarra y Mira, además con la parroquia de Juan Montalvo, al oeste con las parroquias de Cahuasqui, Pablo Arenas y Tumbabiro del Cantón San miguel de Urcuquí y al sur con la cabecera cantonal de Urcuquí.

2.2.2.3 Superficie

La parroquia de Salinas, tiene una superficie de 7,718.72 ha, debido a la incorporación desde hace algunos años de la comunidad de Cuambo. Es preciso señalar que Salinas está constituida por las comunidades de San Luis, Cuambo, caserío El Consejo y los barrios de La Floresta, La Esperanza, Central, San Martín y San Miguel.

2.2.2.4 Altura

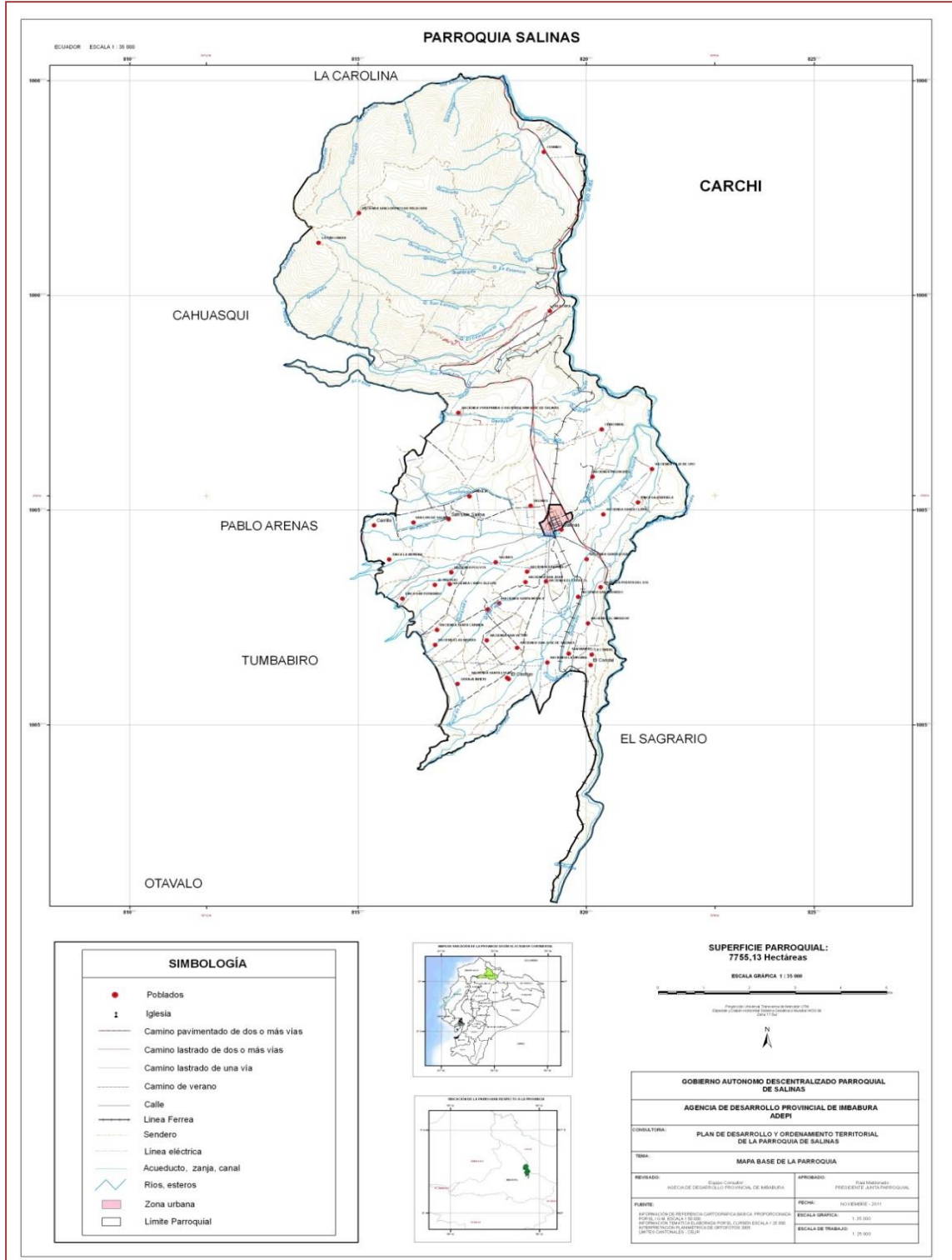
De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1400 y 3150 m.s.n.m., y la cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 1660 m.s.n.m., gozando de un clima cálido seco.

2.2.2.5 Mapa de Salinas

Según el presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Salinas, Abg. Raúl Maldonado, quien administra dicha institución desde el año 2005, hasta la actualidad, el mapa de Salinas, ha sido fruto de un largo proceso de construcción y reconocimiento de tierras a favor de la parroquia de Salinas. Durante este periodo de tiempo Salinas ha tenido cinco diferentes mapas, en donde en cada uno de ellos se ha ido recuperando territorio de la parroquia, iniciando sobre las 3500 hectáreas en el 2005, hasta las 7718.52, en la actualidad,

según el censo 2010 y cabe mencionar que aún no se termina de delimitar definitivamente, ya que aún existe un conflicto de límites con el cantón Urcuquí.

Gráfico No. 2: Ubicación geográfica de la parroquia de Santa Catalina de Salinas



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra
Elaborado por: ADEPI

2.2.2.5 Población

En la parroquia de Salinas existen aproximadamente 518 familias, con un promedio de cinco hijos por familia, los ingresos familiares provienen de las actividades agrícolas, prestación de mano de obra en las haciendas del sector, actividades agrícolas, florícolas, quehaceres domésticos, por mencionar algunas de las principales.

2.2.2.6 Datos demográficos

Tabla No.10: Datos Demográficos

INDICADORES DEMOGRÁFICOS	SALINAS	POBLACIÓN PARROQUIAL/TOTAL CANTONAL %
Población Económicamente activa	883	2,16
Total de viviendas	678	1,21
Total de Hogares	518	1,06

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.7 Datos poblacionales e indicadores

Tabla No. 11: Datos Poblacionales e Indicadores

DESCRIPCIÓN	PARROQUIA	CANTÓN
Población total	1935	139721
Población masculina	1002	67165
Población femenina	933	72556
Porcentaje de hombres	51.78	48.07
Porcentaje de mujeres	48.22	51.93
Índice de masculinidad	107.39	96.60
Índice de feminidad	93.11	108.00
Índice de analfabetismo	5.90	3.29
Índice de Jefatura Femenina	31.00	44.70
Edad Media	22.65	29.66
Razón Dependencia	65.95	57.00
Razón Dependencia menores	54.72	45.28
Razón Dependencia Adultos Mayores	11.23	11.72
Razón de Reemplazo	20.53	25.88
Porcentaje de Adultos Mayores	6.77	54.76
Porcentaje de Mujeres en Edad Fértil	51,87	53.78
Índice de Envejecimiento	20.53	25.88
Índice Generacional de Adultos Mayores	332.69	347.97

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.8 Población por edades

Tabla No.12: Población por Edades

DESCRIPCIÓN	PARROQUIA	CANTÓN
Población menor de 15 años de edad	638	40296
Población masculina menor de 15 años de edad	352	20476
Población femenina menor de 15 años de edad	286	19820
Población de 15 a 64 años de edad	1166	88996
Hombres de 15 a 64 años de edad	585	41947
Mujeres de 15 a 64 años de edad	581	47049
Población de 65 años y más	131	10429
Población masculina de 65 años y más	65	4749
Población femenina de 65 años y más	66	5687

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.9 Población por grupos étnicos

La parroquia Santa Catalina de Salinas, está constituida principalmente por población afroecuatoriana, sin embargo, es preciso señalar, que aunque la mayoría de habitantes son afroecuatorianos, existe un número considerable de mestizos en la zona, los mismos que han llegado por diferentes factores y se radican en la actualidad tanto en las comunidades, como en la cabecera parroquial.

Tabla No. 13: Población por Etnia

DESCRIPCIÓN	PARROQUIA		CANTÓN	
	CASOS	% POBLACIÓN	CASOS	% POBLACIÓN
Población Indígena	39	2,02%	5714	4.09%
Población Afro ecuatoriana	765	39,53%	5190	3.71%
Población Negra	200	10,34%	1794	1.28%
Población Mulata	161	8,32%	2806	2.01%
Población Montubia	10	0,52%	466	0.33%
Población Mestiza	728	37,62%	117514	84.11%
Población Blanca	31	1,60%	5995	4.29%
Otros	1	0,05%	242	0.17%
Total Población	1935	100,00%	139721	100.00%

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.10 Indicadores económicos de necesidades básicas

Tabla No. 14: Indicadores Económicos de Necesidades Básicas por %

INDICADOR	PARROQUIA	CANTÓN	PROVINCIA	PAÍS
Pobreza por NBI	63,3	44,6	58,2	61,3
Pobreza extrema por NBI	26,2	20,6	33,3	31,9
Incidencia de la pobreza de consumo	86,9	78,1	77,8	60,6
Incidencia de la extrema pobreza de consumo	42,4	38,6	42	21,5
Brecha de la pobreza de consumo	40,4	37,1	38,9	24,1
Brecha de la extrema pobreza de consumo	13,1	14,1	16,2	6,6

Fuente: SIISE versión 4.5
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.11 Situación vial

Actualmente existe una excelente vía de comunicación, que facilita el traslado de las personas en diferentes medios de transporte, mismos que pueden variar desde aquellos que permiten admirar el paisaje natural presente en cada rincón de la provincia, es así que el turista cuenta con una gama variada de transporte, como es el tren, transporte público y privado.

Las vías de acceso tienen como característica principal que la parroquia se encuentra atravesada de este a oeste por la vía asfaltada que une Ibarra – San Lorenzo, y de norte a sur por la vía que une Salinas Tumbabiro al cantón Urcuquí.

2.2.2.12 Vías de acceso a la vivienda

Tabla No. 15: Vías de acceso a la vivienda principal

VÍA DE ACCESO PRINCIPAL A LA VIVIENDA	CASOS	%
Calle o carretera adoquinada, pavimentada o de concreto	360	53,10%
Calle o carretera empedrada	92	13,57%
Calle o carretera lastrada o de tierra	188	27,73%
Camino, sendero, chaquiñán	38	5,60%
Total	678	100,00%

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.13 Tipo de producción de la parroquia

Tabla No. 16: Zonas Agrológicas

ZONAS AGROLÓGICAS	HECTÁREAS
Tierras apropiadas para cultivos permanentes, que requieren de prácticas especiales de conservación	418.06
Tierras aptas para conservación de vida silvestre	3,338.44
Tierras con ligeras limitaciones o con moderadas prácticas de conservación	2,216.89
Tierras con severas limitaciones, cultivables con métodos intensivos de manejo	860.54
Tierras no cultivables con severas limitaciones de humedad, aptas para pastos	375.26
Tierras no cultivables, aptas para fines forestales	489.50
Tierras sin limitaciones	19.82
AREA TOTAL	7,718.52

Fuente: Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.14 Situación ambiental

Tabla No. 17: Unidades ambientales por hectáreas

UNIDADES AMBIENTALES	HECTÁREAS
Agrícola	3,378.47
Cuerpo de agua	4.07
Ganadera	2,482.11
Matorral	1,705.20
Vegetación natural	148.67
ÁREA TOTAL	7,718.52

Fuente: Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.15 Descripción de hectáreas utilizadas

Tabla No. 18: Descripción de hectáreas utilizadas

	Descripción	Hectáreas
Ae	100% Área erosionada	1,473.61
Bn	100% Bosque natural	148.67
Cc/Af	100% Cultivos de ciclo corto en Área con fuerte proceso de erosión	22.96
Cc/Ap	100 Cultivos de ciclo corto en Área en proceso de erosión	244.74
Ce/Af	100% Cereales en Área con fuerte proceso de erosión	11.79
Ce/Ap	100% Cereales en Área en proceso de erosión	320.55

Ch	100% Hortalizas	13.19
Ci-Cñ	50% Cultivos bajo invernadero con 50% Caña de azúcar	4.17
Cm/Af	100% Maíz en Área con fuerte proceso de erosión	0.14
Cm/Ap	70% Maíz en Área en proceso de erosión	110.78
Cm/Cñ	70% Maíz con 30% Caña de azúcar	97.00
Cr/Ae	100% Frutales en Área erosionada	263.75
Cñ	100% Caña de azúcar	54.52
Cñ-Va	50% Caña de azúcar con 50% Vegetación arbustiva	2,001.61
Cñ/Af	100% Caña de azúcar en Área con fuerte proceso de erosión	84.09
Cñ/Pn	70% Caña de azúcar con 30% Pasto natural	127.64
Cñ/Va	70% Caña de azúcar con 30% Vegetación arbustiva	21.55
Pc	100% Pasto cultivado	467.67
Pc-Va	50% Pasto cultivado con 50% Vegetación arbustiva	34.41
Pc/Cm	70% Pasto cultivado con 30% Maíz	191.00
Pn	100% Pasto natural	75.89
Pn/Ae	100% Pasto natural en Área erosionada	979.15
Pn/Af	100% Pasto natural en Área con fuerte proceso de erosión	633.91
Pn/Cñ	70% Pasto natural con 30% Caña de azúcar	29.86
Pn/Er	70% Pasto natural con 30% Afloramientos rocosos, grava y minas.	70.23
Va	100% Vegetación arbustiva	18.91
Va/Af	100% Vegetación arbustiva en Área con fuerte proceso de erosión	2.08
Va/Cñ	70% Vegetación arbustiva con 30% Caña de azúcar	30.06
Va/Pc	70% Vegetación arbustiva con 30% Pasto cultivado	88.34
Va/Pn	70% Vegetación arbustiva con 30% Pasto natural	92.19
Wn	100% Cuerpos de agua natural	4.07
	AREA TOTAL	7,718.52

Fuente: Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.16 Indicadores de infraestructura y servicios básicos

Tabla No. 19: Indicadores de Infraestructura y Servicios Básicos

Indicador	Medida	Parroquia	Cantón	Provincia	País
Viviendas	Número	678	56022	122836	4654309
Hogares	Número	518	48708	103159	3815527
Servicio eléctrico	% (viviendas)	73,74	83,65	79,97	75,06
Recolección de basura	% (viviendas)	56,93	75,42	68,08	61,99
Servicio telefónico	% (hogares)	36,68	46,87	37,95	33,31
Servicio Telefonía Celular	% (hogares)	84,36	81,56	73,86	76,18
Disponibilidad Internet	% (hogares)	5,02	13,17	9,44	13,01
Disponibilidad Computadora	% (hogares)	20,66	38,24	28,66	26,22

Disponibilidad Televisión por Cable	% (hogares)	6,18	32,86	21,07	17,53
Vivienda propia	% (hogares)	60,42	57,38	63,42	63,90

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.17 Situación de educación

Tabla No. 20: Instituciones Educativas.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	COMUNIDAD	NÚMERO DE ESTUDIANTES
Escuela Antonio Ante	Salinas centro	200
Escuela Trece de Abril	San Luis	45
Escuela Jesús Calle	Cuambo	50
Colegio Técnico Salinas	Salinas centro	150
C.N.H de 0 a 5 años	San Luis	50
C.N.H de 0 a 5 años	Cuambo	50
C.N.H de 0 a 5 años	Salinas	54
Colegio a distancia	Salinas centro	30

Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Cuadro No. 21: Indicadores de alfabetismo

INDICADORES	PARROQUIA	CANTÓN	PROVINCIA
Tasa de alfabetismo de mayores de 15 años de edad	91.92	92.74	86.64
Tasa de alfabetismo de mayores de 10 años de edad	92.61	93.21	88.05
Tasa de analfabetismo de mayores de 15 años de edad	8.08	7.26	13.36
Tasa de analfabetismo de mayores de 10 años de edad	7.39	6.79	11.95
Tasa de asistencia escolar primaria	88.31	91.28	89.19
Tasa de asistencia escolar secundaria	31.34	49.37	38.86
Tasa de asistencia escolar superior	4.45	17.35	12.3
Escolaridad de la población de 10 y más años de edad	5.56	7.44	6.34
Escolaridad de la población de 24 y más años de edad	5.06	7.53	6.17
Escolaridad del jefe de hogar	4.42	6.8	5.65
Escolaridad del jefe (hombre) de hogar	4.48	7.05	5.91

Escolaridad de las jefas de hogar	4.07	6.06	4.9
Tasa de acceso a instrucción superior	3.4	20.87	14.88
Población alfabeta mayor de 15 años de edad	955	96177	194150
Población alfabeta mayor de 10 años de edad	1141	112437	232637
Población analfabeta mayor de 15 años de edad	84	7529	29931
Población analfabeta mayor de 10 años de edad	91	8190	31572
Población de 15 años y más con información válida para alfabetismo	1039	103706	224081

Fuente: INFOPLAN

Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.18 Situación de salud

Tabla No. 22: Enfermedades comunes de la parroquia

ENFERMEDAD	CAUSAS
IRA*	Gripes, clima, frío, contagio, contaminación
EDAS*	Desaseo, contagio, contaminación, parásitos
PARASITOSIS	Desaseo, falta de infraestructura sanitaria, mal tratamiento de agua
DERMATITIS	Ácaros, hongos, contaminación, contagio
DESNUTRICIÓN	Pobreza, poca diversificación en la alimentación, diarreas, tratamiento inadecuado
REUMATITIS	Factores climáticos y alimenticios

IRA: Infecciones respiratorias agudas

EDAS: enfermedades diarreicas agudas

Fuente: SIISE versión 4.5

Elaborado por: Anderson Maldonado

Tabla No. 23: Indicadores de Salud

INDICES	PARROQUIA	CANTÓN	PROVINCIA
Población menor de 1 año de edad	30	2823	6691
Hombres menores de 1 año de edad	15	1479	3413
Mujeres menores de 1 año de edad	15	1344	3278
Población menor de 5 años de edad	183	16590	38996
Hombres menores de 5 años de edad	98	8500	19828
Mujeres menores de 5 años de edad	85	8090	19168
Profesionales del área de la salud	5	2277	3639
Porcentaje de población menor a 1 año de edad	1.61	1.56	1.68
Porcentaje de hombres menores de 1 año de edad	1.50	1.68	1.76
Porcentaje de mujeres menores de 1 año de edad	1.61	1.44	1.60
Porcentaje de población menor de 5 años de edad	9.46	9.16	9.79
Porcentaje de hombres menores de 5 años de edad	9.78	9.68	10.24
Porcentaje de mujeres menores de 5 años de edad	9.11	8.66	9.37
Número de personas discapacitadas	92	9606	22660
Porcentaje de discapacitados	4.75	5.30	5.69
Razón de niños menores de 5 años/ Mujeres en edad Fértil	0.38	0.34	0.38

Porcentaje de Mujeres en Edad Fértil	58.84	52.48	50.21
Hijos e Hijas nacidos vivos	711	48388	101448
Hijos e Hijas que viven actualmente	503	32608	68052
Edad (años) promedio que tienen el primer hijo vivo	18	20	19
Población con Seguro Social Público	487	32513	62601
Población con Seguro Privado	139	16397	28856
Población con Seguro Social y Seguro Privado	124	13820	24749
Porcentaje de la Población con Seguro Público o Privado	38.76	19.37	8.28

Fuente: VII Censo de Población y Vivienda 2010
Elaborado por: Anderson Maldonado

2.2.2.19 Situación cultural

Salinas posee una población mayoritariamente afroecuatoriana, sus raíces ancestrales determinadas por sus antepasados influyen en forma determinante en la actualidad para propender al impulso de la “negritud”, induciendo fundamentalmente su identidad en el deporte por su fortaleza y temperamento, sus valores culturales que aún persisten en el colectivo social, están ligados a la producción de la sal y el algodón, al desarrollo de la línea férrea y de las actividades festivas que en torno a ello se desarrollaban, especialmente ligada a fechas eclesiásticas como los inocentes, semana santa y de los santos patronos, en los que se desarrollaba el baile, la danza y la música con características propias, mismas que se han ido perdiendo con el pasar del tiempo.

Tomando como precedente lo expuesto anteriormente, las manifestaciones culturales poseen características importantes, que en su conjunto reflejan el modo de vida y costumbres de los afroecuatorianos. La música es una de las manifestaciones más auténticas de la cultura de un pueblo, que al ser un proceso lento de transformación, va de la mano de la historia, es el valor tradicional que está enraizado, que se ve representado por la Marimba en la provincia de Esmeraldas y la Bomba en la provincia de Imbabura, dentro del Valle del Chota, cuenca del Río Mira y Salinas.

La bomba se Constituye en un baile típico, característico de las comunidades negras de los Valles del Chota, Salinas y la cuenca del Río Mira, los instrumentos

principales son; la bomba, que es un tambor cilíndrico bimenbranófono, fabricado de madera del tronco de la cabuya, cubierto en ambos extremos de cuero de chivo, otro de los instrumentos es la guitarra, una vez fusionados armoniosamente, expresan la alegría de los afroecuatorianos.

2.2.3 Análisis FODA de la parroquia de Salinas

“El FODA, es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado acerca de la situación externa donde se puede señalar dos factores incontrolables las oportunidades y amenazas y de las características internas, es decir factores controlables, fortalezas y debilidades”

Para el análisis FODA, se tomó como referencia los aspectos internos y externos de la parroquia Santa Catalina de Salinas y sus emprendimientos turísticos de manera general, de tal forma sea más fácil determinar los componentes e identificar en que parte se encuentran, de esta manera se puede evidenciar las potencialidades de este sector, así como también, sus debilidades o puntos fuertes, en los que se tiene que trabajar, para de esta manera solucionar los problemas que se identifiquen.

A continuación se describe el FODA realizado en la parroquia de Salinas, desde el punto de vista de la Organización Comunitaria de Gestión Turística, Social, Cultural y Productiva “Bombódromo Palenque”, representando en la actualidad el turismo comunitario de la parroquia de Salinas.

Fortalezas:

- Buena organización comunitaria, que ha permitido mejorar la condiciones de vida de la población.
- Salinas cuenta con un plan de desarrollo y ordenamiento territorial, en el cual consta la dinamización del turismo comunitario.
- Salinas es un lugar privilegiado por la ubicación geográfica.
- La gente está dispuesta a trabajar en la actividad turística e implementarla como una nueva forma de obtener ingresos económicos.

- Salinas cuenta con servicios de agua potable, luz eléctrica, telefonía fija y móvil, alcantarillado, centros de salud, es decir cuenta con una plataforma de servicios básicos.
- Las vías de acceso a la parroquia son de primer orden y están en constante mantenimiento.
- Salinas tiene su propio presupuesto participativo.
- Existe varias personas profesionales en la rama y otras afines, que permita administrar y operar de forma eficaz y eficientemente.
- Ruta férrea el tren de la libertad.
- Emprendimientos turísticos, que cuentan con infraestructura y equipamiento.

Debilidades:

- La mayor parte de los habitantes Santa Catalina de Salinas no están capacitados en relación a la actividad turística.
- La infraestructura turística, hospedajes comunitarios, restaurantes, centros de recreación, no son suficientes y si existe una mayor afluencia de turistas, no se podría albergarlos y satisfacer sus necesidades.
- No existe paquetes turísticos.
- Deficiente colaboración de los habitantes de la parroquia para mejorar los procesos de desarrollo comunitario.
- Los medios de transporte que circulan por la parroquia no tienen horarios fijos y no son permanentes.
- Limitación de recursos económicos para el desarrollo del turismo comunitario.

Oportunidades:

- Promulgación de leyes de Estado Ecuatoriano en favor del desarrollo del turismo comunitario.
- Procesos encaminados a fortalecer el turismo comunitario por parte del MINTUR.
- Salinas se encuentra en la zona de influencia de la Ciudad del Conocimiento (YACHAY).

- La articulación a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.
- Convenios con Organismos públicos, privados y organismos no gubernamentales en beneficio de desarrollar un turismo comunitario sostenible.

Amenazas:

- La migración de la gente de Santa Catalina de Salinas y sus comunidades, especialmente de los jóvenes.
- Disminución de ONG's que apoyan al turismo comunitario.
- Que no haya apoyo de futuras administraciones del Gobierno Parroquial de Salinas y de otros niveles de Gobierno.
- Daños de la vía férrea y de las unidades de transporte que se movilizan por esta vía.
- Problemas de organización de los emprendimientos turísticos de Salinas.
- Deterioro de la infraestructura turística.
- Que los barrios y comunidades no apoyen a la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la investigación

Para la presente investigación se utilizó el enfoque cualitativo y cuantitativo, en el primer caso porque ayudó a comprender todas las implicaciones que requiere la ejecución de estrategias para articular y aplicar estándares de calidad en los emprendimientos y en el segundo caso, porque se utilizó operaciones matemáticas y fórmulas estadísticas.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Investigación descriptiva

Según Ramírez, M. (2011), indica que la investigación descriptiva “busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sean sometido a análisis, en forma general mide o describe diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”, (p.52).

Esta investigación permitió desarrollar la descripción de la situación actual del problema, tomando las características más importantes y haciendo una relación causa-efectos, para luego conseguir alternativas de mejoramiento del turismo comunitario que se desarrolla en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

3.2.2 Investigación de campo

Según Ramírez, M. (2011), manifiesta que la investigación de campo “es aquella que se realiza en lugares no determinados específicamente para ello, sino

que corresponden al medio en donde se encuentran los sujetos o el objeto de la investigación, donde ocurren los hechos o fenómenos investigados”, (p.53).

Se efectuó visitas a los emprendimientos turísticos para conocer la problemática existe, en las actividades que realizan durante prestan el servicio turístico, a los visitantes que llegan a través del tren de la Libertad y a por otros medios de transporte.

3.2.3 Investigación aplicada

Según Ramírez, M. (2011), dice que “la investigación aplicada tiende a modificar una realidad presente con alguna finalidad práctica”, (p.54).

Se utilizó en el desarrollo de estrategias para la articulación de los emprendimientos en la parroquia de Santa Catalina de Salinas y la estructuración de paquetes turísticos para la implementación de una red comunitaria.

3.3 Métodos de investigación

Tamayo, M. (2010), indica que los métodos de investigación son el camino, manera o modo de alcanzar un objetivo, es también el procedimiento determinado para ordenar la actividad que se desea cumplir”, (p.73).

3.3.1 Método Inductivo-Deductivo

Tamayo, M. (2010), dice que “la inducción es un procedimiento que va de lo particular a lo general, mientras que la deducción va de lo general a lo particular”, (p.84).

Este método permitió identificar las falencias que existe en cada uno de los emprendimientos, para luego dar solución y promover que los turistas satisfagan sus necesidades, a través de un servicio de calidad, en todas las actividades realizadas.

3.3.2 Método Analítico-Sintético

Tamayo, M. (2010), indica que es “el análisis es un procedimiento mental que logra la descomposición de un todo en sus partes componentes y relaciones, el cual se completa con la síntesis que logra la integración a nivel mental de las partes constitutivas del objeto”, (p. 84).

Se utilizó para elaborar el marco teórico, diseño de encuestas, la tabulación de resultados y las estrategias para articular y aplicar los estándares de calidad en los emprendimientos, conclusiones y recomendaciones.

3.4 Técnicas de investigación

Leiva, F. (2012), dice que las técnicas son “el conjunto de instrumentos y medios, a través de los cuales se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia” (p.26). Para esto se utilizó como técnicas de investigación a la entrevista y la encuesta.

3.4.1 Entrevista

Leiva, F. (2012), consiste en un dialogo entre dos personas: entre el entrevistador y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en el tema de investigación”, (ps.30, 31).

La entrevista se realizó al presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Salinas, entidad que impulsa y gestiona el desarrollo del turismo comunitario de la parroquia y al presidente de la Organización Comunitaria de Gestión Turística, Social, Cultural y Productiva “Bombódromo Palenque”, entidad que tiene la responsabilidad de coordinar el turismo comunitario de Salinas.

3.4.2 Encuesta

Leiva, F. (2012), es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador”. (p.34).

Se seleccionaron los 25 emprendimientos que ofertan productos y servicios turísticos en la parroquia de Santa Catalina de Salinas. La encuesta estuvo compuesta por 21 preguntas de selección múltiple, se aplicó a los propietarios y representantes de los emprendimientos, otra encuesta de 21 preguntas de selección múltiple se aplicó a 316 turistas que llegan a la parroquia.

A los turistas se realizó en los emprendimientos turísticos, luego que terminaban el recorrido, para recoger el comentario de varias actividades turísticas.

3.5 Instrumento de investigación

3.5.1 Cuestionario

Leiva, F. (2012), dice que “es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista, en el cual se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables; posibilita observar la valoración que hacer el encuestado o entrevistado”. (p. 39).

Los instrumentos de investigación se aplicaron en los emprendimientos que ofertan productos y servicios a los turistas que llegan a la parroquia de Santa Catalina de Salinas.

El proceso de aplicación de los instrumentos de investigación se inició desde los primeros días de mayo del 2015. Se seleccionó dos tipos de informantes, 25

propietarios o representantes de los emprendimientos cuyas edades están comprendidas entre los 18 a 50 años de edad, a quienes se les aplicó la encuesta.

También se encuestó a 341 turistas, quienes de forma gentil colaboraron para llevar a cabo la recopilación de información. De estos se seleccionó 316 encuestas, ya que fue el número obtenido en el cálculo de la muestra.

3.6 Población y muestra

Leiva, F. (2012), manifiesta que “la muestra, en estadística, es un conjunto de individuos extraídos de una población con el fin de inferir, mediante su estudio, características de toda la población. Se dice que una muestra es representativa cuando, por la forma en que ha sido seleccionada, aporta garantías suficientes para realizar inferencias fiables a partir de ella”. (p.20).

La población de la investigación fue de 1500 turistas, según datos del proyecto turístico de Salinas, es el promedio mensual aproximado de turistas, que visitan Salinas, a través de diferentes medios de transporte, especialmente por el tren de la Libertad del tramo Otavalo Salinas.

Determinación de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{PQ \times N}{(N - 1) \times (E/K)^2 + PQ}$$

En dónde:

N= Población total

n= Muestra buscada

PQ= Constante de la varianza poblacional (0.25)

E= Error máximo admisible (5%)

K= Coeficiente de Correlación de Error (2)

Datos:

N=	1500
n=	?
PQ=	0.25
E=	5% (0.05)
K=	2

n()	=	$\frac{0,25 \times 1500}{(1500-1)(0.05/2)^2 + 0.25}$
n()	=	$\frac{375}{1,1868}$
n()	=	315,9757

El tamaño de la muestra fue de 316 turistas.

3.7 Proceso para obtener los resultados

- ✓ Identificación del Problema
- ✓ Planteamiento de Objetivos Generales y Específicos
- ✓ Planteamiento de las Preguntas de Investigación
- ✓ Estructuración del Marco Teórico
- ✓ Definición de Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación
- ✓ Recopilación de Datos
- ✓ Conclusiones y Recomendaciones

3.8 Proceso para construir la propuesta

- ✓ Análisis de Resultados del Diagnóstico
- ✓ Generación de Antecedentes
- ✓ Formulación de Objetivos Generales y Específicos
- ✓ Justificación
- ✓ Diseño Técnico de la Propuesta
- ✓ Señalamiento de Impactos

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Resultados análisis e interpretación de los instrumentos de investigación

4.1.1 Encuesta dirigida a turistas que llegan a Santa Catalina de Salinas

1.- Su país de origen es:

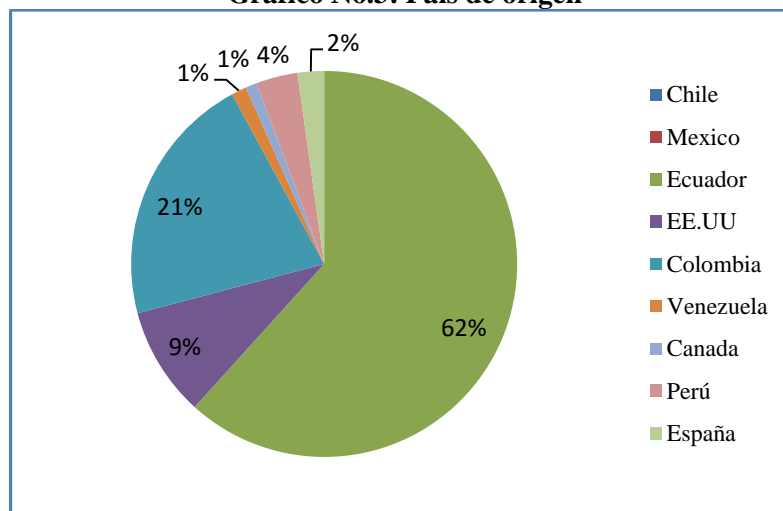
Tabla No. 28: País de origen

País de origen	País de origen	No	%
Chile		0	0%
México		0	0%
Ecuador		195	62%
EE.UU		29	9%
Colombia		67	21%
Venezuela		4	1%
Canadá		3	1%
Perú		11	4%
España		7	2%
Total		316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No.3: País de origen



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En esta investigación se ha evidenciado que la mayor parte de turistas que llegan a la parroquia son ecuatorianos, seguidos por un buen porcentaje de colombianos y estadounidenses, lo que señala que el turismo comunitario de Santa Catalina de Salinas si es deseado por el turista nacional e internacional.

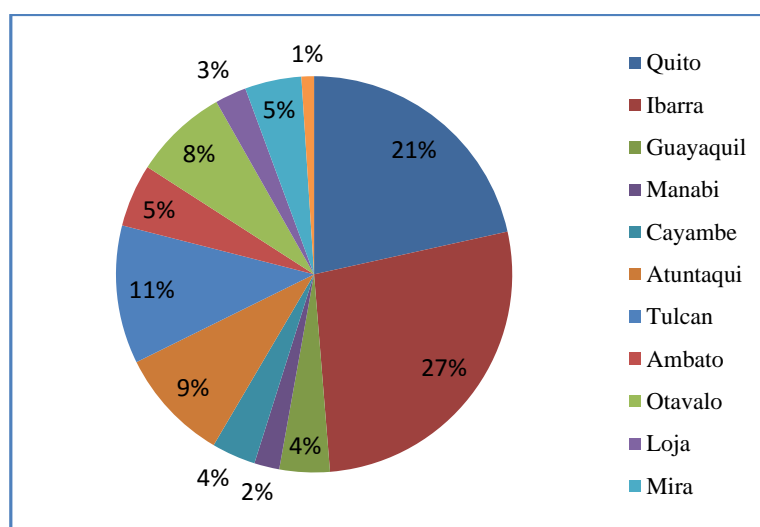
2.- Si su nacionalidad es ecuatoriana de que ciudad:

Tabla No. 29: Ciudad de Ecuador

Ciudad de Ecuador	No	%
Quito	42	21%
Ibarra	53	27%
Guayaquil	8	4%
Manabí	4	2%
Cayambe	7	4%
Atuntaqui	18	5%
Tulcán	22	11%
Ambato	10	5%
Otavalo	15	8%
Loja	5	3%
Mira	9	5%
Cuenca	2	1%
Total	195	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 4: Ciudad de Ecuador



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: La mayor afluencia de turistas nacionales que llegan a Santa Catalina de Salinas son de las provincias de Imbabura, Carchi y Pichincha, evidenciando que, en estas provincias existe un mercado potencial para aprovechar el turismo comunitario de la parroquia y de igual forma, los datos alertan que se debe mejorar las estrategias de publicidad en diferentes partes del país.

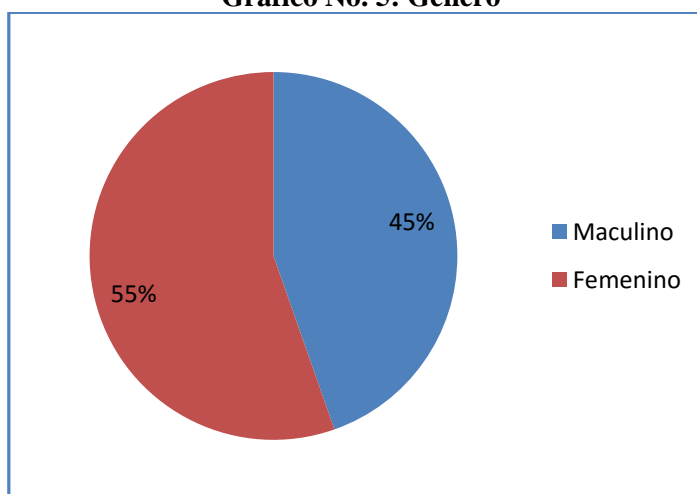
3.- Género:

Tabla No. 30: Género

Género	No	%
Masculino	141	45%
Femenino	175	55%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 5: Género



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: De la gran cantidad de turistas que llegan a la parroquia, a través de los diferentes medios de transporte, en esta investigación se refleja que las mujeres tienen un porcentaje mayor que los hombres, esto se debe a que las mujeres se agrupan en diferentes formas de organizaciones y planifican viajes a distintos lugares.

4.- Su edad promedio es:

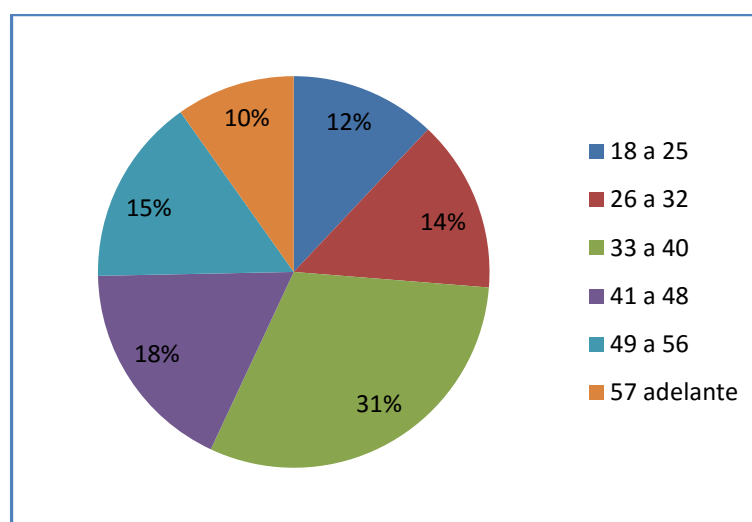
Tabla No. 31: Edad

Edad	No	%
18 a 25	38	12%
26 a 32	45	14%
33 a 40	97	31%
41 a 48	56	18%
49 a 56	49	15%
57 en adelante	31	10%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 6: Edad



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En los resultados obtenidos se aprecia, que el rango de edad, que tiene mayor cantidad de personas, que han visitado la parroquia de Salinas es de 33 a 40 años de edad, sin embargo se observa que en todos los rangos de edades, existe acogida significativa de las personas en viajar a la parroquia de Salinas, especialmente en el recorrido el tren de la Libertad, ya que estos datos coinciden con los de la Empresa de Ferrocarriles; por tanto, los bienes y servicios que se vayan implementando en el proyecto turístico de Salinas, tienen que enfocarse a satisfacer a toda esta demanda de personas.

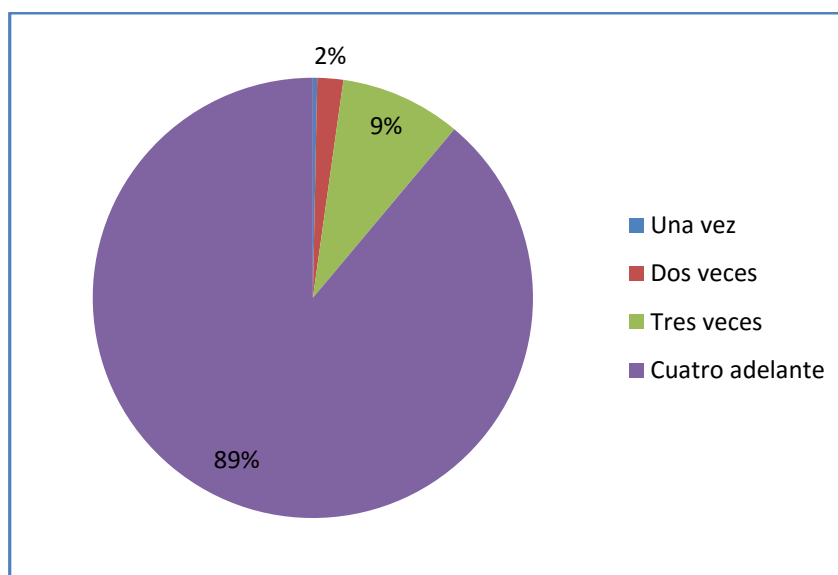
5.- Al año ¿Cuántas veces viaja con fines turísticos?

Tabla No. 32: Frecuencia de viajes

Frecuencia de viaje	No	%
Una vez	1	0%
Dos veces	6	2%
Tres veces	28	9%
Cuatro en adelante	280	89%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 7: Frecuencia de viajes



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En esta pregunta de la frecuencia de viajes con fines turísticos, se evidencia que las personas siempre están en movimiento, lo que indica que se debe de mejorar y aplicar nuevas estrategias, para hacer del turismo comunitario de la parroquia más atractivo, ya que la demanda turística cada vez crece en niveles sorprendentes, y a su vez, se vuelven más exigentes.

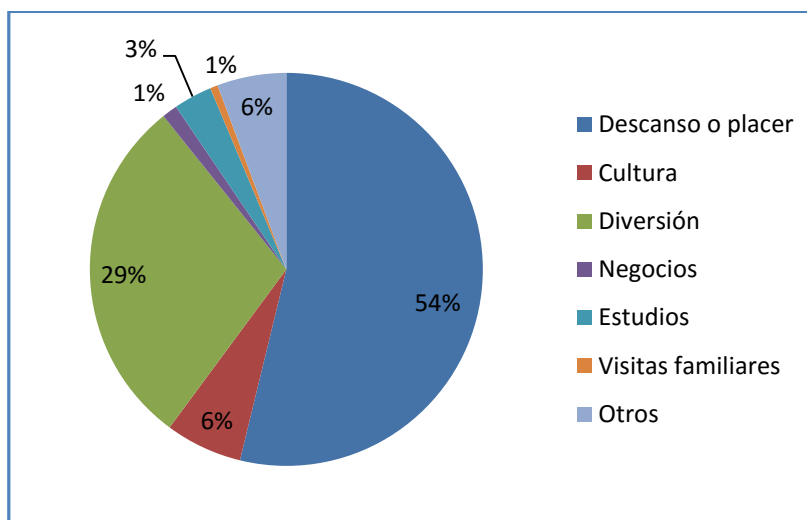
6.- ¿Cuál es su principal motivo de su visita?

Tabla No. 33: Motivo de visita

Motivo de visita	No	%
Descanso o placer	170	54%
Cultura	20	6%
Diversión	92	29%
Negocios	4	1%
Estudios	10	3%
Visitas familiares	2	1%
Otros	18	6%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 8: Motivo de visita



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Los turistas que llegan a Santa Catalina de Salinas manifiestan que las razones principales por las cuales viajan, es por descanso o placer y por diversión, para salir de la rutina y experimentar cosas nuevas, a través del tren de la libertad y por otros medios que conducen a la parroquia, es decir que, Salinas tiene condiciones suficientes para ofertar bienes y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de los turistas.

7.- ¿Cuál es su forma de viajar?

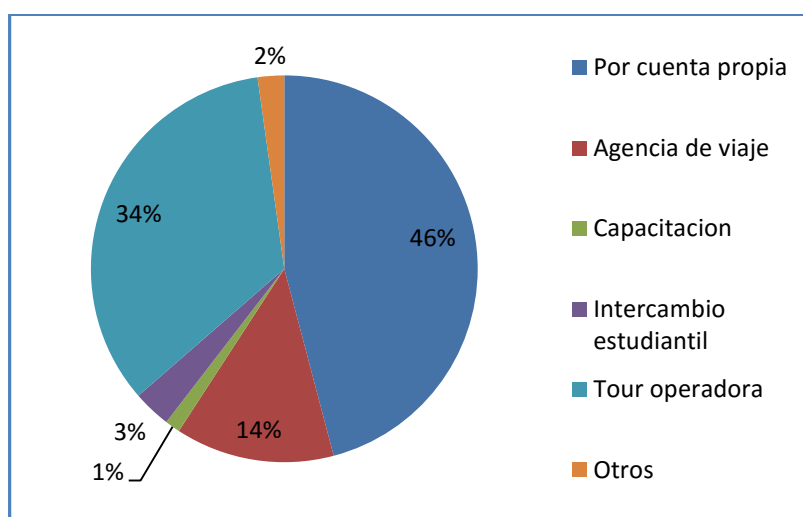
Tabla No. 34: Forma de viajar

Forma de viajar	No	%
Por cuenta propia	145	46%
Agencia de viaje	42	14%
Capacitación profesional	4	1%
Intercambio estudiantil	10	3%
Tour operadora	108	34%
Otros	7	2%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 9: Forma de viajar



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Hoy en día, hay tantas alternativas para hacer turismo, que las personas encuestadas en esta investigación han manifestado que se sienten mejor optando por viajar por cuenta propia y no depender de nadie, mientras que el 36% indican que es mejor viajar mediante una operadora turística ya que brindan mayor facilidad para la adquisición de paquetes turísticos, con el cual se sienten identificados; siendo importante este porcentaje se puede ir pensando en la parroquia de Salinas, en crear una operadora de turismo, para ofrecer el servicio turístico de forma directa e incrementar los réditos económicos en beneficio del proyecto.

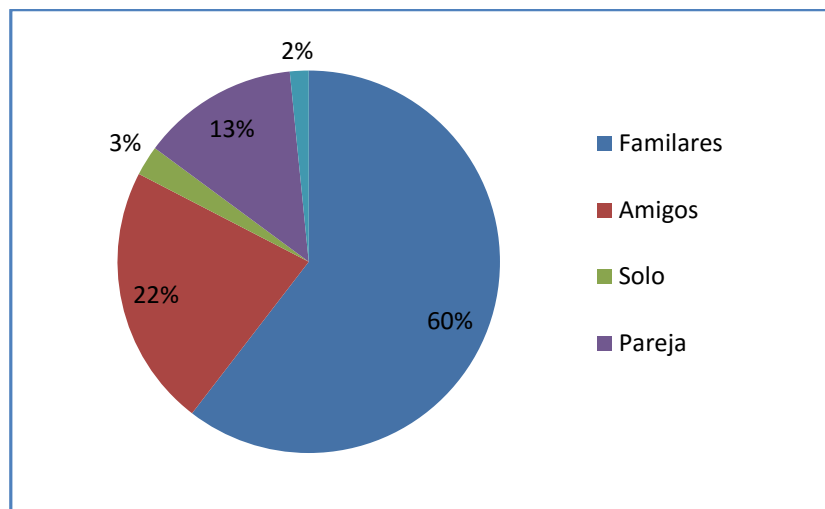
8.- Con que personas está haciendo turismo en Salinas:

Tabla No. 35: Personas que le acompañan

Personas que le acompañan	No	%
Familiares	191	60%
Amigos	70	22%
Solo	8	3%
Pareja	42	13%
Compañeros de trabajo	5	2%
Otros	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 10: Personas que le acompañan



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada a los turistas, han manifestado que se sienten cómodos viajando en familia y así, compartir momentos inolvidables juntos, seguido de los que viajan con amistades para dejar a un lado el estrés. De igual forma hay un considerable porcentaje de turistas que llegan a la parroquia con sus parejas. Estas formas de viajar es bueno para la parroquia, ya que permite deducir que la cantidad de turistas ira incrementando

progresivamente, siempre y cuando los turistas se vayan satisfechos y hagan propaganda positiva de los bienes y servicios que se ofertan en Salinas.

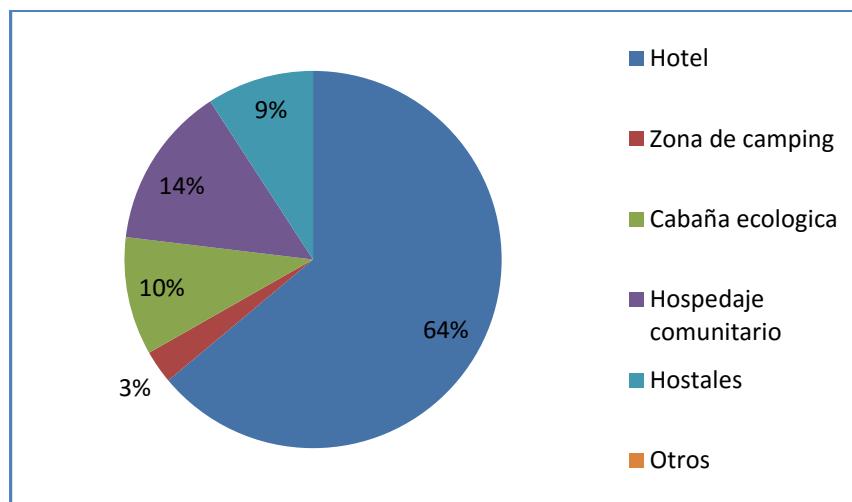
9.- Cuando usted se desplaza ¿Qué tipo de alojamiento suele contratar?

Tabla No. 36: Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	No	%
Hotel	202	64%
Zona de camping	9	3%
Cabaña ecológica	32	10%
Hospedaje comunitario	44	14%
Hostales	29	9%
Otros	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No.11: Tipo de Alojamiento



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: La mayor parte de los encuestados han manifestado que cuando viajan y necesitan de alojamiento lo hacen en un hotel y un número menor lo hacen en hospedajes comunitarios, lo cual indica que en la parroquia se debe de aplicar nuevas estrategias para motivar a los turistas para utilizar los hospedajes comunitarios que oferta la parroquia.

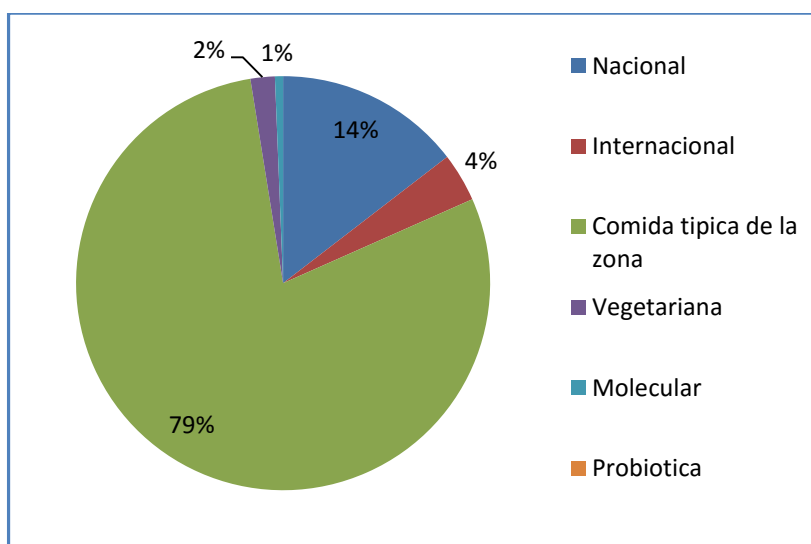
10.- ¿Qué tipo de alimentación usted prefiere?

Tabla No. 37: Tipo de Alimentación

Tipo de alimentación	No	%
Nacional	46	14%
Internacional	12	4%
Comida típica de la zona	250	79%
Vegetariana	6	2%
Molecular	2	1%
Prebiótica	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 12: Tipo de Alimentación



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Mediante la encuesta aplicada un 79% indican que prefieren consumir la comida típica del lugar donde llegan, siendo esto un incentivo para la gastronomía de Santa Catalina de Salinas, ya que los turistas si están dispuestos a degustar de esta gastronomía, razón por la cual los emprendimientos deben de ofertar un producto de calidad y progresivamente ir recuperando todos los platos típicos de la Zona del Valle del Chota y Cuenca del Río Mira.

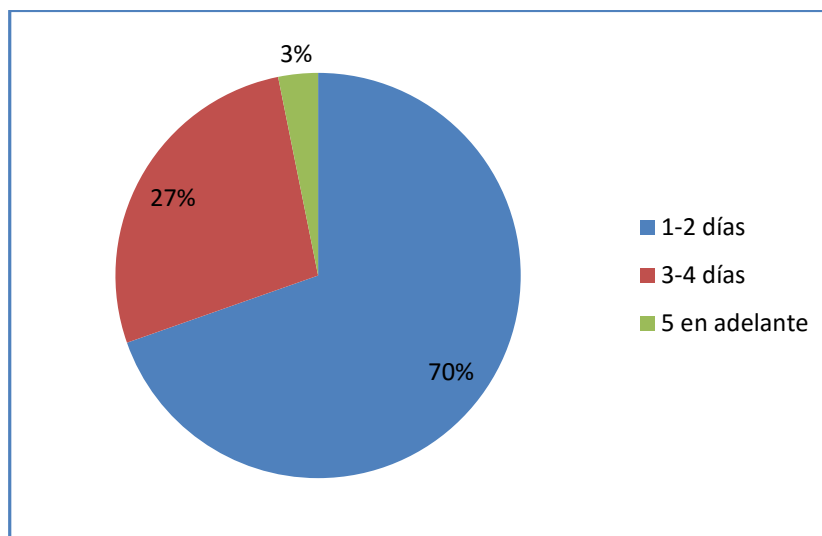
11.- ¿Normalmente por cuánto tiempo permanece en el lugar que usted visita?

Tabla No. 38: Tiempo que permanece en el lugar

Tiempo que permanece en el lugar	No	%
1-2 días	220	70%
3-4 días	86	27%
5 en adelante	10	3%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 13: Tiempo que permanece en el lugar



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Según los turistas que llegan a la parroquia, indican que el tiempo que se quedan en un lugar es de 1 a 2 días, siempre y cuando en el lugar existan lugares donde alojarse. Esto indica que en la parroquia se necesita de manera urgente incrementar la infraestructura de hospedajes comunitarios para satisfacer al turista que necesitan de alojamiento.

También es necesario complementarse con otros lugares turísticos de la zona, de la provincia y país, con el propósito de incrementar y mejorar la oferta turística y lograr que el visitante se quede más tiempo para generar mayores ingresos para los beneficiarios directos e indirectos.

12.- ¿Cuál es el medio de transporte para sus viajes y turismo?

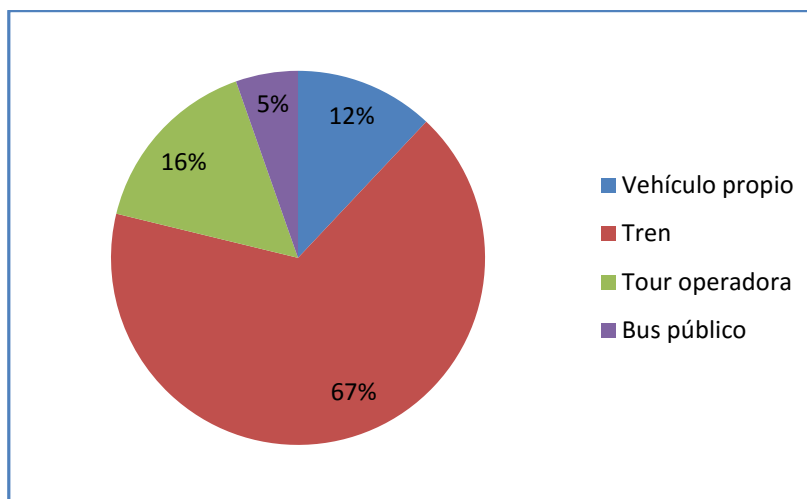
Tabla No. 39: Medio de transporte que utilizó

Medio de transporte que utilizó	No	%
Vehículo propio	38	12%
Transporte público	17	5%
Tour operadora	50	16%
Tren	211	67%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 14: Medio de transporte que utilizó



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En esta investigación refleja que la mayor parte de turistas que llegan a la parroquia de Santa Catalina de Salinas, lo hacen a través del tren de la libertad, siendo uno de los transportes favoritos, así también, lo hacen en transportes privados de las operadoras turísticas, que le tienen a la parroquia dentro de sus paquetes turísticos, de igual forma lo hacen en transporte público y vehículos propios con el fin de llegar al complejo turístico Bombódromo y a otros emprendimientos de la parroquia.

Aquí se debe mencionar, que en la parroquia, se cuenta con una chiva turística de propiedad del Gobierno Parroquial de Salinas, que en la actualidad esta subutilizada, razón por la cual, es necesario tomar medidas y buscar mecanismos para incorporar este servicio de transporte en el desarrollo turístico de Salinas.

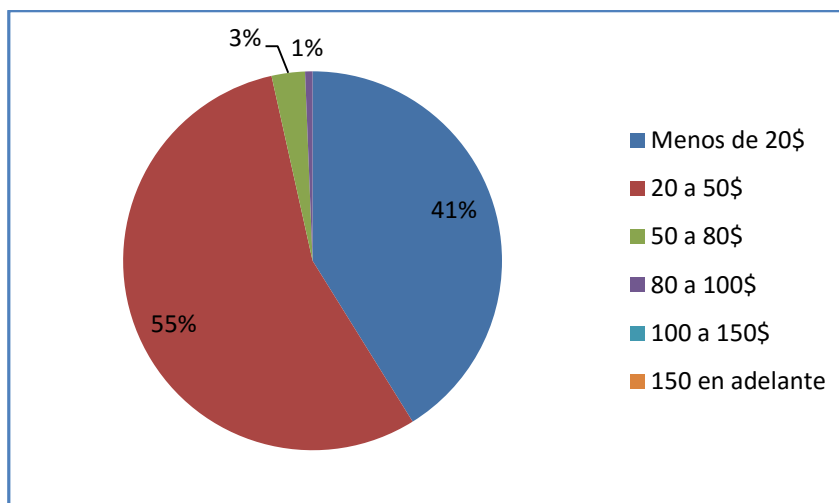
13.- ¿Cuál fue su promedio de gasto en la parroquia de Salinas por persona (en dólares)?

Tabla No. 40: Promedio de gasto en Salinas

Promedio de gasto en Salinas	No	%
Menos de 20 \$	130	41%
20 a 50 \$	175	55%
50 a 80 \$	9	3%
80 a 100 \$	2	1%
100 a 150 \$	0	%
150 \$ en adelante	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 15: Promedio de gastos en Salinas



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En esta investigación se comprueba las falencias que tiene el turismo comunitario de Santa Catalina de Salinas, ya que el 41% indica que no gasta más de 20 dólares debido a que no existe mucha diversidad de productos y servicios que promueva el impulso de gasto de los turistas que llegan,

de igual forma el 55% gasta de 20 a 50 dólares, promedios que deben ser superados con el transcurso del tiempo, a través de estrategias que permitan motivar e incrementar el gasto de los turistas.

Para lograr lo antes mencionado, se debe incorporar nuevos e innovadores servicios. Además de la comercialización de paquetes turísticos que permitan incrementar la oferta y demanda turística, sin dejar de lado un buen sistema de publicidad de las actividades turísticas comunitarias de la parroquia de Salinas.

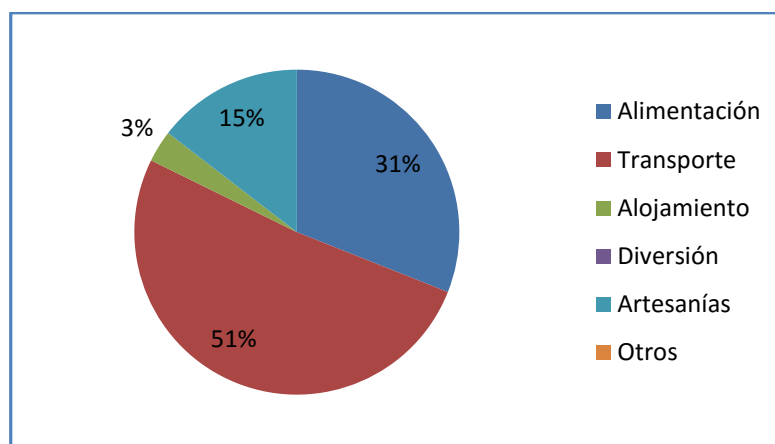
14.- ¿En qué gastó más recursos económicos en su viaje de turismo a Salinas?

Tabla No. 41: Actividad con mayor gasto

Actividad con mayor gasto	No	%
Alimentación	98	41%
Transporte	162	1%
Alojamiento	10	1%
Diversión	0	%
Artesanías	46	57%
Otros	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 16: Actividad con mayor gasto



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Los turistas que llegan a la parroquia de Santa Catalina de Salinas, a través del tren de la libertad han manifestado que la

actividad que ha generado mayor gasto es el transporte; por otro lado aquellas personas que se movilizan en transporte público y privado han mencionado que la actividad que ha generado mayor gasto ha sido en la alimentación y la compra de artesanías, logrando de esta manera dinamizar la economía de estos emprendimientos. Sin embargo, esto muestra que se debe incrementar servicios adicionales, que permita dinamizar la economía a otros sectores de la población.

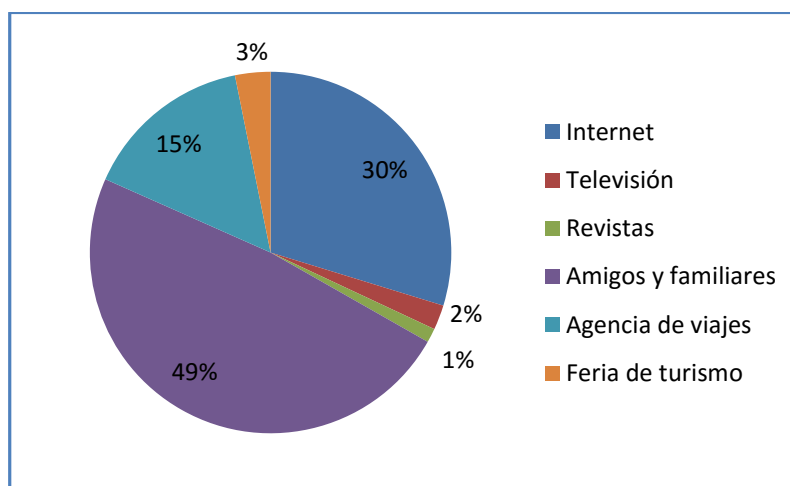
15.- ¿Cómo se informó usted del Turismo Comunitarios en Salinas?

Tabla No. 42: Medio Informativo

Medio Informativo	No	%
Internet	94	30%
Televisión	7	5%
Revistas	4	1%
Amigos y familias	153	21%
Agencia de viajes	48	40%
Ferías de turismo	10	3%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 17: Medio informativo



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Los turistas que llegan a Salinas han manifestado que se han enterado del turismo comunitario de la parroquia, a través de familiares y amigos que han visitado este sector, de igual forma han investigado en el internet

sobre Salinas y los servicios que ofrece, en los cuales no se encuentra una información detallada, tomando en cuenta, que no se dispone de una página web propia para dar a conocer las actividades turísticas que se oferta. Otra de las fuentes de información son las agencias y las operadoras turísticas, con las cuales interactúan a través del internet y logran conseguir una información básica.

Ante esto, se considera necesario, que la parroquia de Salinas cuente con una página web, en donde pueda ofertar todas las actividades turísticas que se realiza en la parroquia y a través de esta, incrementar el número de turistas que visitan la parroquia, en donde no solo vengan por el recorrido en tren, sino también a participar de todos los servicios turísticos que se tiene en la parroquia.

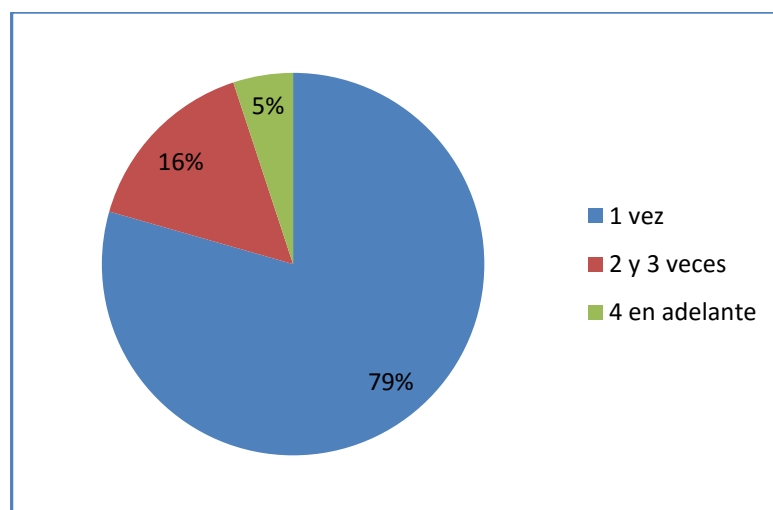
16. ¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Salinas?

Tabla No. 43: Número de veces que a visitado Salinas

Número de veces a visitado Salinas	No	%
1 vez	251	76%
2 y 3 veces	49	16%
4 en adelante	16	5%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 18: Número de visitas a Salinas



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: De los turistas encuestados el 79% manifiesta que es la primera vez que visitan Salinas y en un 21%, ya han visitado más de una vez, siendo una señal importante, que Salinas y sus servicios resultan interesante para volver a visitar, siendo una gran responsabilidad en brindar un servicio óptimo, para constantemente incrementar el número de turistas y con ello el desarrollo socio económico.

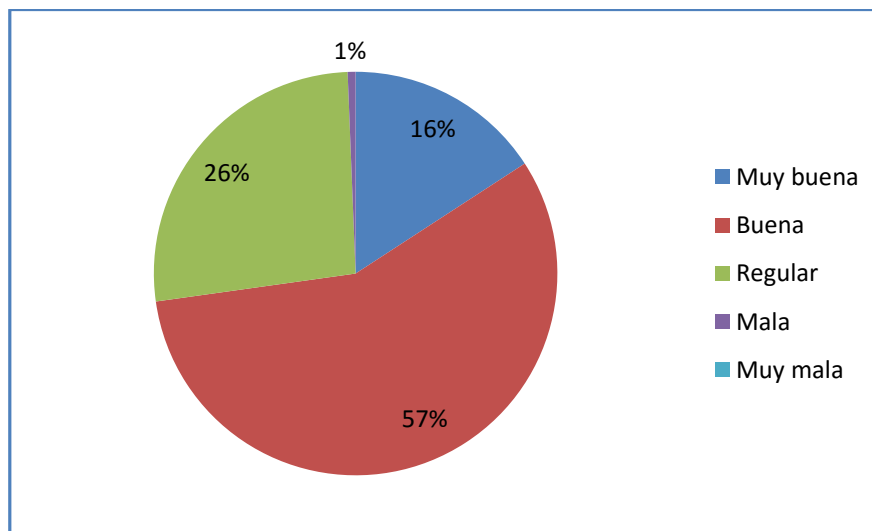
17. ¿Cómo le pareció la infraestructura de los emprendimientos turísticos de Salinas?

Tabla No. 44: Infraestructura de emprendimientos

Infraestructura de emprendimientos	No	%
Muy buena	20	6%
Buena	180	57%
Regular	114	36%
Mala	2	1%
Muy mala	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 19: Infraestructura de emprendimientos



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Los turistas en su mayoría manifiestan que la infraestructura es buena, sin embargo que se necesita hacer varios cambios a los

locales donde funciona cada emprendimiento, para dar mayor realce a cada uno de ellos y hacer que los turistas se sientan cómodos, y a su vez, inserten mayor cantidad de dinero para el bienestar de sus familias.

Entre la infraestructura turística puesta a consideración de los turistas para el análisis fue el Centro Gastronómico Palenque, Restaurantes Familiares, Museo de Sal, Sala Etnográfica, Estación del Tren, Plaza Artesanal, Bombódromo Palenque.

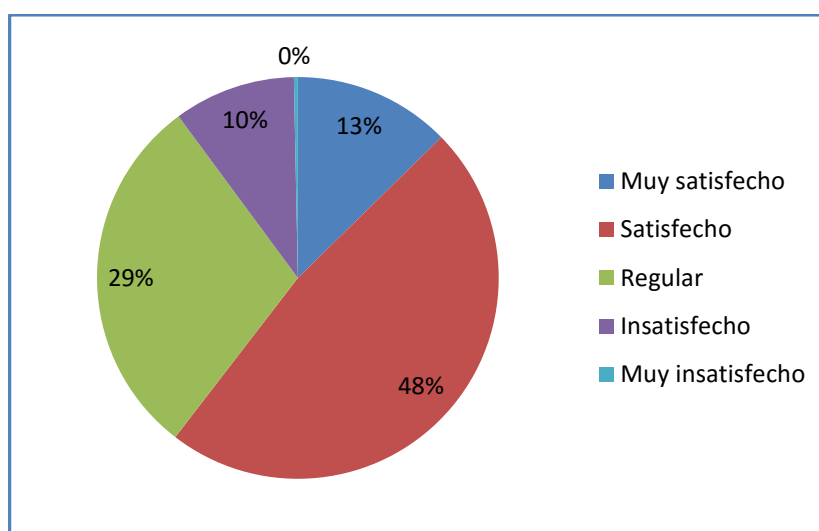
18. Desde su punto de vista, que mérito le da, a la atención del servicio al turista en los emprendimiento visitados

Tabla No. 45: Atención al turista

Atención al turista	No	%
Muy satisfecho	35	11%
Satisfecho	145	46%
Regular	99	31%
Insatisfecho	36	12%
Muy insatisfecho	1	0%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 20: Atención al turista



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: El éxito del turismo refleja en la atención del servicio que se oferta. En este caso se puede apreciar, que el proyecto turístico de Salinas, debe implementar diferentes estrategias para mejorar el porcentaje de aceptabilidad por parte de los turistas, ya que según los datos obtenidos no existe una satisfacción completa por parte de los turistas, por lo que es necesario concienciarse de las debilidades que el proyecto tiene, para cambiar la situación actual y cumplir con las expectativas de los clientes.

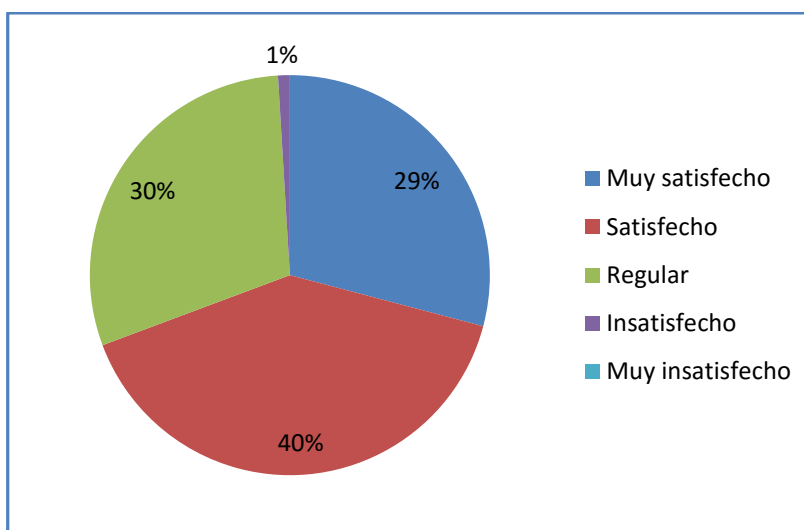
19. ¿Cómo califica usted la higiene y seguridad que ofrecen los emprendimientos turísticos de Salinas?

Tabla No. 46: Higiene y seguridad de emprendimientos

Atención al turista	No	%
Muy satisfecho	92	29%
Satisfecho	127	40%
Regular	94	30%
Insatisfecho	3	1%
Muy insatisfecho	0	%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 21: Higiene y seguridad de emprendimientos



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Tomando en cuenta que la higiene y seguridad es fundamental en la prestación de servicios turísticos, se debe implementar mecanismos que garanticen el uso de estándares de calidad en cada uno de los emprendimientos; para esto se debe iniciar primeramente reforzando los conocimientos a través de programas de capacitación, que permitan y garanticen el cumplimiento de normas de calidad, a través de los cual el proyecto turístico tendrá un mejor posicionamiento.

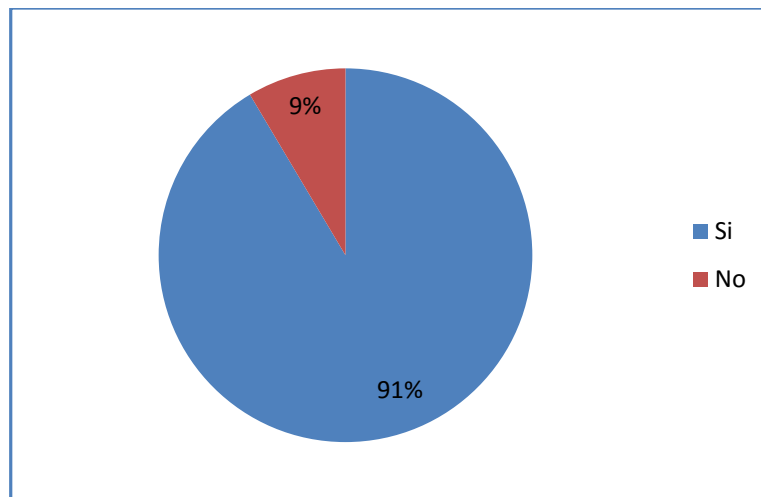
20. ¿Le gustaría volver a la parroquia de Salinas?

Tabla No. 47: Volvería a Salinas

Volvería a Salinas	No	%
Si	289	91%
No	27	9%
Total	316	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 22: Volvería a Salinas



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas nacionales y extranjeros
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: El 91% de los turistas han indicado que regresarían nuevamente a la parroquia de Santa Catalina de Salinas, para lo cual es necesario implementar nuevas estrategias y realizar los cambios sugeridos por los visitantes,

y así, satisfacer mejor las necesidades que demandan cada uno de los turistas nacionales e internacionales.

La posibilidad de regresar por parte de los visitantes, se debe también, a que los turistas valoran el esfuerzo realizado en la parroquia de Salinas y el evidente desarrollo que ha tenido la misma, ya que gran cantidad de visitantes que han conocido la parroquia hace más de diez años, incluso personas que nunca han visitado la parroquia, se han sorprendido el avance que ha tenido la parroquia en los últimos tiempos.

21. ¿Cuál es su recomendación final para los emprendimientos turísticos de Salinas?

De acuerdo a las respuestas de esta pregunta abierta se ha concluido, que los turistas sugieren que se mejore la atención en el servicio de los diferentes emprendimientos, de igual forma que exista mayor diversidad de productos para realizar compras y generar recursos económicos para los emprendimientos y que se cree más alternativas para visitar, ya que el recorrido es muy corto y no hay mucha diversidad, para los visitantes que viajan en el tren.

De igual forma los visitantes encuestados en el complejo Bombódromo Palenque, recomiendan continuar complementando el proyecto con servicios adicionales, ya que es una buena alternativa de distracción y a su vez mencionan que este proyecto debería estar más articulado a los emprendimientos turísticos que existe en la parroquia.

4.1.2 Encuestas para emprendimiento de Santa Catalina de Salinas

1. ¿Qué tipo de emprendimiento turístico u Organización es?

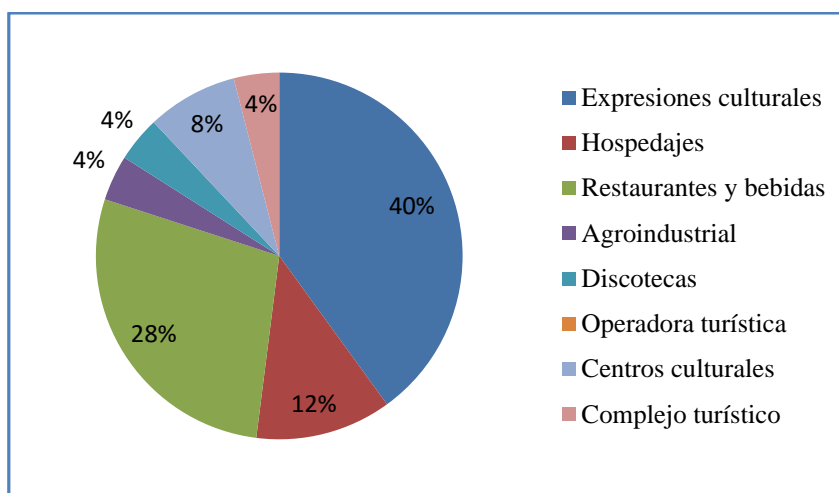
Tabla No. 48: Tipo de emprendimientos

Tipo de emprendimientos	No	%
Expresiones culturales	10	40%
Hospedajes	3	12%
Restaurantes y bebidas	7	28%
Agroindustrial	1	4%
Discotecas	1	4%
Operadoras turísticas	0	%
Centros culturales	2	8%
Complejo turístico	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 23: Tipo de emprendimiento



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Aquí se evidencia que la mayor parte de emprendimientos turísticos son de expresiones culturales, identificados por la ancestralidad del pueblo afroecuatoriano, con el fin de revitalizar la cultura y exponer al turista la importancia que tiene este rescate cultural en la parroquia, así también, existen varias alternativas para degustar de la gastronomía de Salinas, el resto de emprendimientos está repartido en hospedajes y comercialización de productos terminados, sin dejar de lado el servicio de piscinas y cuartos húmedos en el complejo Bombódromo Palenque.

2. ¿Qué tipo de actividad Turística oferta su emprendimiento?

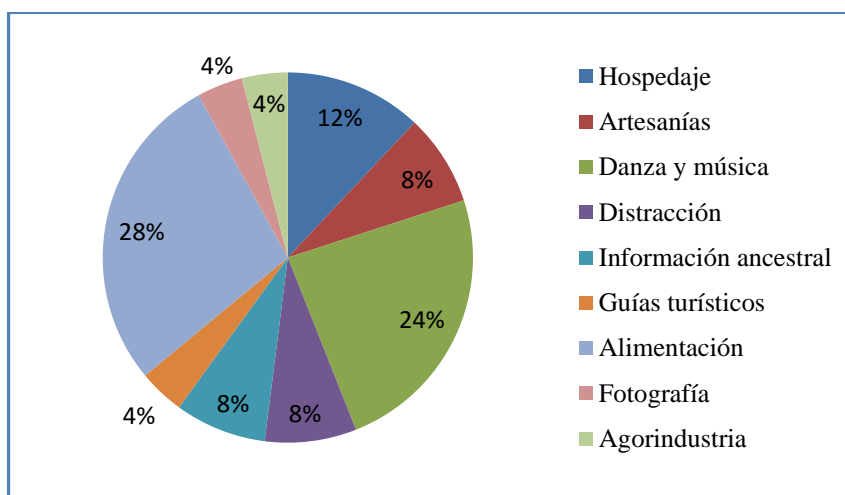
Tabla No. 49: Tipo de actividad

Actividad turística	No	%
Hospedajes	3	12%
Artesanías	2	8%
Danza y música	6	24%
Distracción	2	8%
Información ancestral	2	8%
Guías turísticos	1	4%
Fotografía	1	4%
Alimentación y bebidas	7	28%
Agroindustria	1	4%
Otros	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 24: Actividad turística



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Las actividades que tiene mayor movimiento son aquellas que están vinculadas con los turistas que llegan en el tren, estas son la gastronomía, danza, exposición en centros culturales, venta de artesanías y guianza, sin duda es positivo contar con este medio de transporte que circula de miércoles a domingo, sin embargo se empieza a notar una competencia entre emprendimientos, para lo cual se ha construido el Bombódromo Palenque, con la finalidad de no depender exclusivamente de los turistas que llegan a través del tren.

El propósito de la implementación del complejo Bombódromo Palenque, es incorporar nuevos servicios turísticos en la parroquia de Salinas y dinamizar los beneficios socio económicos a mayor cantidad de personas.

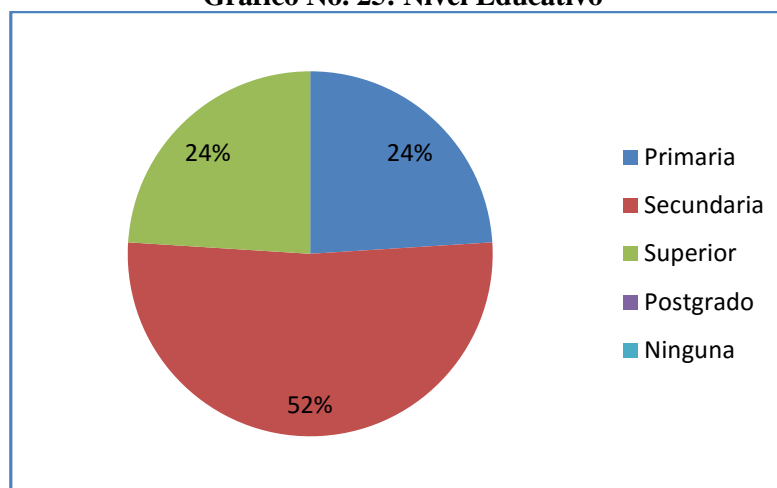
3. ¿Qué nivel educativo tiene usted?

Tabla No. 50: Nivel Educativo

Nivel Educativo	No	%
Primaria	6	24%
Secundaria	13	52%
Superior	6	24%
Postgrado	0	%
Ninguna	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 25: Nivel Educativo



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado.

Análisis e interpretación: De acuerdo a las encuesta realizada a los emprendedores el 52% de ellos tienen un nivel educativo de secundaria, lo cual indica que si tienen conocimientos básicos para emprender un negocio, un 24% tiene un nivel superior los cuales están capacitados para ir generando nuevas estrategias de crecimientos de sus negocios e ir incentivando a otros para crear nuevas ideas de emprendimientos y dinamizar la economía, y para el 24% tiene un nivel de primaria los cuales se ven en la necesidad de ser capacitados con mayor urgencia.

Vale mencionar que el propósito es que las personas que no han logrado obtener un título, aspiren continuar estudiando, para esto se implementa constantemente dentro del Gobierno Parroquial programas de estudio para terminar la secundaria, permitiendo contar con personas más capacitadas en el proyecto turístico y en la parroquia en general.

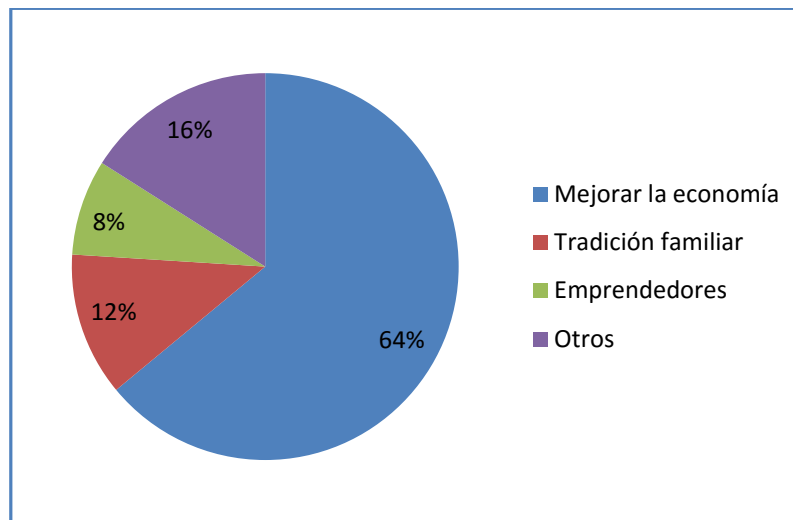
4. ¿Qué le motivo a crear su propio emprendimiento?

Tabla No. 51: Motivación para emprender

Motivación para emprender	No	%
Mejorar la economía	16	64%
Tradición familiar	3	12%
Emprendedores	2	8%
Otros	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a emprendedores
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 26: Motivación para emprender



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: La mayor parte de los emprendimientos turísticos han sido creados con el objeto de mejorar sus condiciones de vida, y han visto en

el turismo comunitario una alternativa importante para cumplir sus metas, aportar al desarrollo de la parroquia, así mismo, existe emprendimientos que han sido creados por personas que tiene un alto espíritu emprendedor y por tradiciones familiares que han sido heredadas.

La motivación que va generando en la parroquia para emprender, se debe también a que hoy en día, se cuenta con un Salinas más desarrollado, en donde existe mayores posibilidades de emprender diferentes emprendimientos, especialmente dentro de la actividad turística, dado que el flujo turístico de la parroquia es motivador para enfocarse y proponerse dinamizar la economía familiar a través de un emprendimiento individual o grupal.

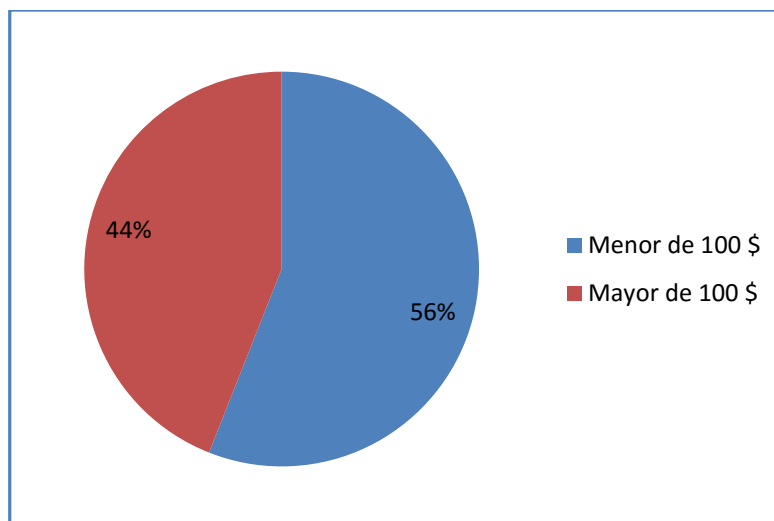
5. ¿Cuánto es el ingreso promedio mensual de su emprendimiento?

Tabla No. 52: Ingreso promedio mensual

Ingreso promedio mensual	No	%
Menor de 100 \$	14	56%
Mayor de 100 \$	11	44%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 27: Ingreso promedio mensual



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Tomando en cuenta que el turismo comunitario en primera instancia se le ha visto como una alternativa complementaria para mejorar los ingresos económicos familiares, se ha puesto un rango de 100 dólares para realizar la evaluación. En donde el ingreso promedio mensual del 44% de los emprendimientos superan los 100 dólares, lo que es bueno para ellos ya que les permite contribuir a la economía familiar, y el 56% que no logra cubrir los 100 dólares mensuales se deberá optar por nuevos mecanismos para cumplir con las metas establecidas por los emprendedores turísticos.

6. ¿Cómo considera la situación actual de su emprendimiento?

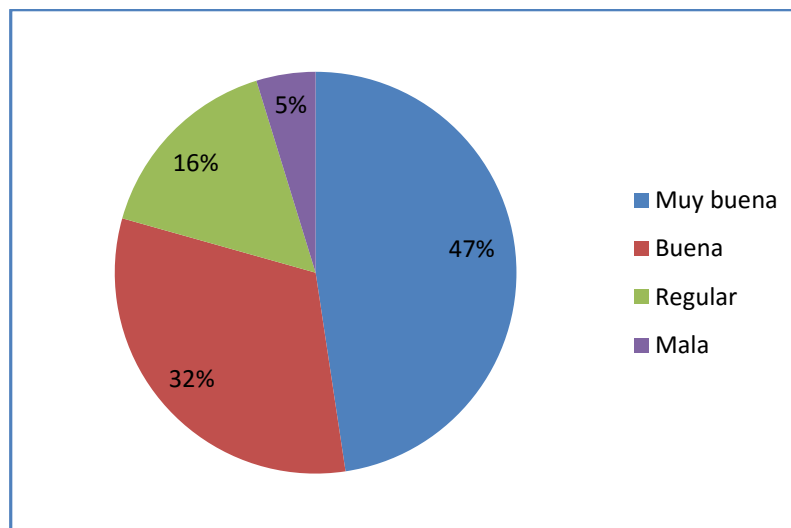
Tabla No. 53: Situación Actual del emprendimiento

Situación Actual	No	%
Muy buena	12	47%
Buena	8	32%
Regular	4	16%
Mala	1	5%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 28: Situación Actual



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Los emprendimientos que están en mejores condiciones son aquellos que son vitados por los turistas que viajan en el tren, ya que incluye en el recorrido establecido, dentro del producto turístico el tren de la Libertad y los que están en menores posibilidades de crecimiento, son los emprendimientos que sus ventas no están garantizadas en ningún paquete turístico, para lo cual se debe buscar alternativas en donde se vincule a todos los emprendimientos en la oferta turística, promoviendo la igualdad de oportunidades.

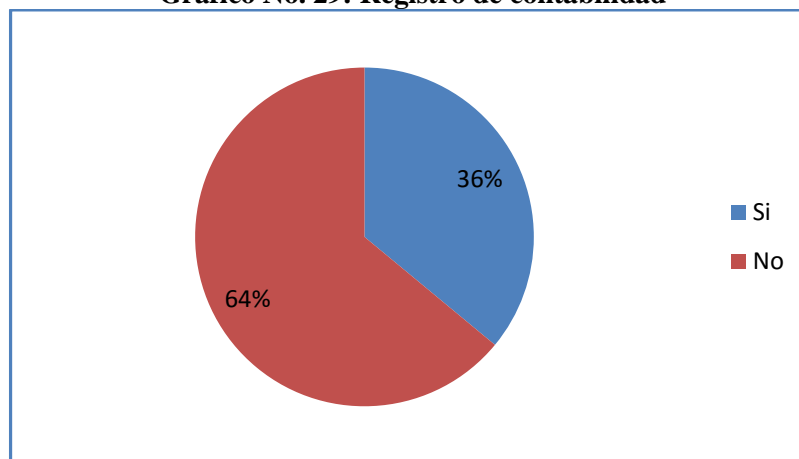
7. ¿Cuentan con una persona que lleve la contabilidad técnicamente?

Tabla No. 54: Registro de contabilidad

Registro de contabilidad	No	%
Si	9	36%
No	16	64%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 29: Registro de contabilidad



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En esta interrogante se comprueba que el 36% de los emprendimientos llevan una contabilidad de sus actividades que realizan diariamente lo que les permite estar al día con sus obligaciones y acceder a diferentes beneficios, mientras que el 64% no lleva una contabilidad, lo cual han indicado que no lo hacen por falta de recursos.

Tomando en cuenta el alto porcentaje de emprendimientos que no llevan contabilidad, es necesario emprender procesos de capacitación y buscar la posibilidad de que el proyecto turístico de Salinas, cuente con una persona que conozca a profundidad del tema y pueda llevar la parte contable de todos los emprendimientos, con el propósito de conocer de forma efectiva, la situación económica de todos los emprendimientos y tomar las mejores decisiones en beneficio del desarrollo sostenible del turismo comunitario de la parroquia de Salinas.

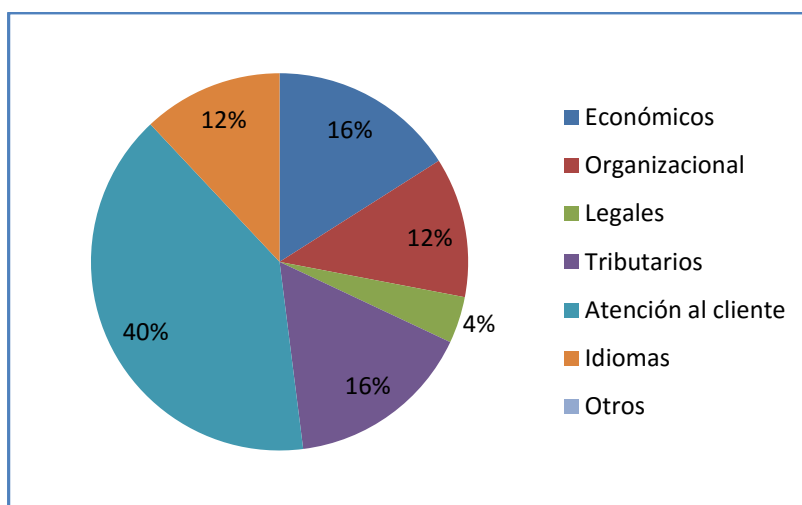
8. ¿En qué temas considera usted que hay inconvenientes dentro de su emprendimiento?

Tabla No. 55: Registro de contabilidad

Registro de contabilidad	No	%
Económicos	4	16
Organizacional	3	12%
Legales	1	4%
Tributarios	4	16%
Atención al cliente	10	40%
Idiomas	3	12%
Otros	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 30: Problemas



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En la encuesta aplicada a los emprendimientos han manifestado que el principal problema que tienen es en el servicio al turista, ya que las personas que atienden en los diferentes lugares que ofertan productos y servicios no se encuentran capacitadas correctamente.

Éste problema, que los emprendimientos mencionan tener con mayor preocupación, incide directamente con el nivel de satisfacción que tengan los turistas, por tanto, es necesario y urgente implementar programas de capacitación, especialmente en atención al cliente, sin dejar de lado otros temas importantes, dentro de la actividad turística.

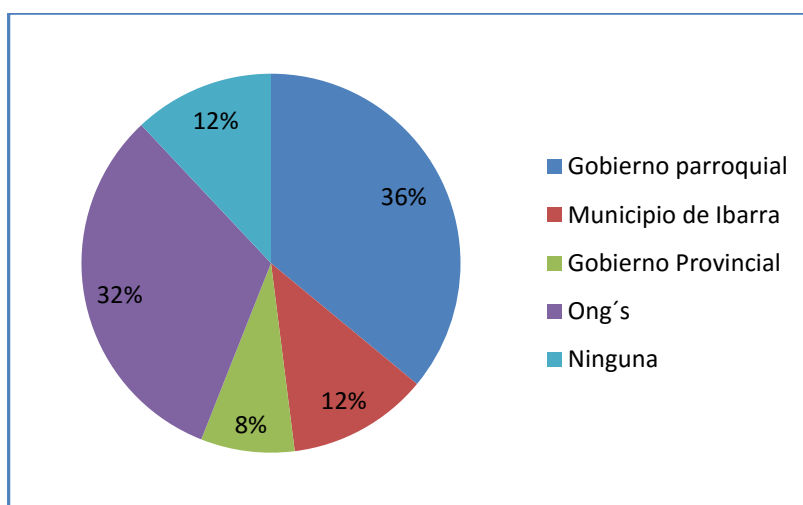
9. ¿Qué Instituciones ayudan en las actividades turísticas de su emprendimiento?

Tabla No. 56: Ayuda de Instituciones

Ayuda de Instituciones	No	%
Gobierno parroquial	9	36%
Municipio de Ibarra	3	12%
Gobierno Provincial	2	8%
Ong's	8	32%
Ninguno	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 31: Ayuda de Instituciones



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En la parroquia de Salinas, en los últimos tiempos ha existido apoyo de varias instituciones públicas y privadas, en diferentes ámbitos del turismo comunitario de la parroquia, sin embargo cabe mencionar el apoyo del Gobierno Parroquial, entidad que ha visto al turismo un puntal fundamental para dinamizar el desarrollo sostenible de los habitantes de la parroquia.

Esto ha sido importante para que el proyecto turístico, progresivamente se vaya fortaleciendo, permitiendo que las personas se agrupen y busquen diferentes alternativas, para vincularse a la actividad turística.

10. ¿Dónde adquieren las materias primas e insumos para la elaboración y venta de sus productos?

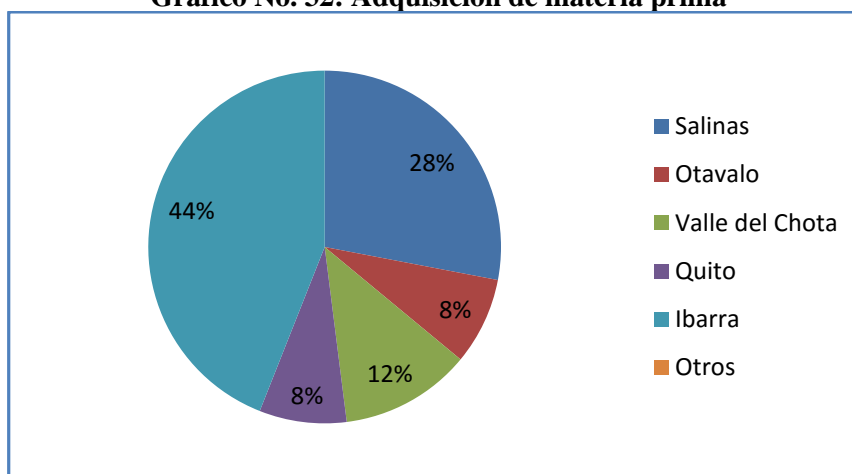
Tabla No. 57: Adquisición de materia prima

Adquisición de materia prima	No	%
Salinas	7	28%
Otavalo	2	8%
Valle del Chota	3	12%
Quito	2	8%
Ibarra	11	44%
Otros	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 32: Adquisición de materia prima



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Según los datos obtenidos se visualiza que el lugar, donde se obtiene la mayor cantidad de la materia prima para la elaboración de diferentes productos artesanales, gastronómicos y otros, es de la ciudad de Ibarra, con lo cual, queda una tarea pendiente, de apoyar con la compra de materia prima en la zona de Salinas, el Valle del Chota y la Cuenca del Río Mira, con el propósito de fortalecer la cadena productiva de la zona y mejorar los ingresos económicos de sus habitantes.

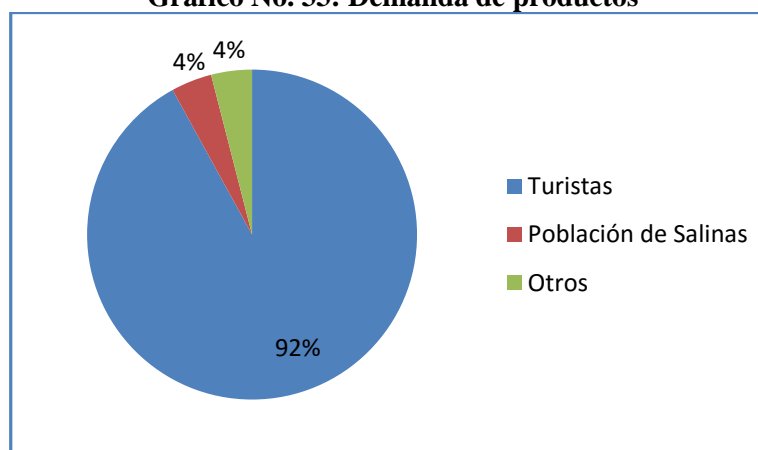
11. ¿A quiénes venden sus productos?

Tabla No. 58: Demanda de productos

Demanda de productos	No	%
Turistas	24	92%
Población de Salinas	1	4%
Otros	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 33: Demanda de productos



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: Los emprendimientos de la parroquia de Salinas, en su mayoría ofertan los productos y servicios a los turistas que llegan en el tren, transportes públicos o en vehículos propios, es decir, que la demanda se encuentra fuera de la parroquia. Esto se debe a que la parroquia de Salinas cuenta con un importante flujo turístico, especialmente el recorrido en el tren de la Libertad.

12. ¿Cómo realizan la promoción de sus productos?

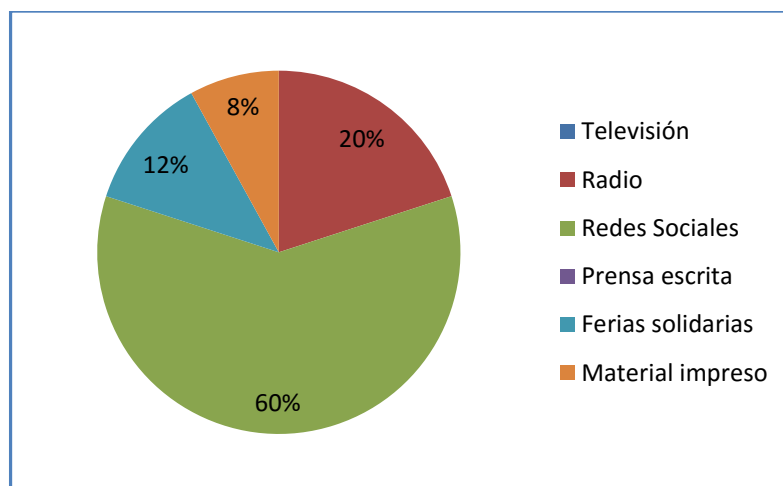
Tabla No. 59: Promoción de productos

Promoción de productos	No	%
Televisión	0	%
Radio	5	20%
Redes Sociales	15	60%
Prensa Escrita	0	%
Ferias Solidarias	3	12%
Material impreso	2	8%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 34: Promoción de productos



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En la actualidad el medio de comunicación más usado por los emprendimientos, son las redes sociales, además varias personas y diferentes medios de comunicación, han puesto en la web, información sobre el proyecto turístico de la parroquia de Salinas.

En la parroquia de Salinas, se cuenta con la radio comunitaria La Salinera, por lo que se hace uso también de esta herramienta de comunicación, con la aclaración de que el alcance de la misma es reducido. En realidad el proyecto

turístico de Salinas, no ha trabajado lo suficiente en publicidad, siendo esta una limitación del proyecto, es así, que no se cuenta con una página web, en donde se difunda todos los servicios turísticos; por tanto se debe implementar estrategias de publicidad, para que se conozca sobre las actividades turísticas de Salinas y se logre incrementar la cantidad de turistas que visiten la parroquia.

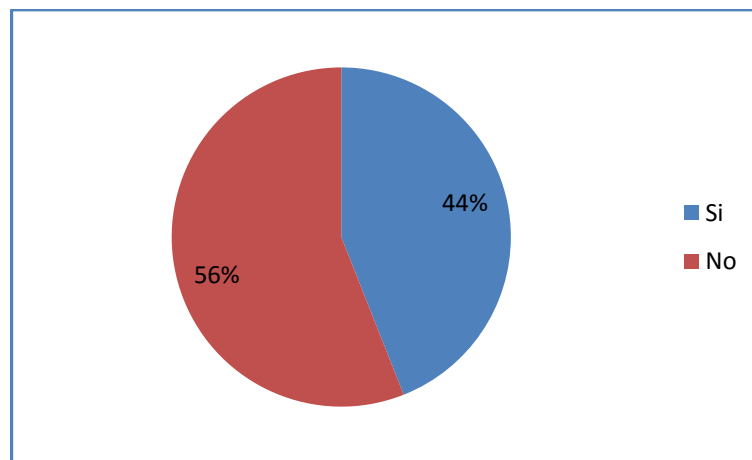
13. ¿Ha recibido capacitaciones usted en temas relacionados al turismo?

Tabla No. 60: Capacitación

Capacitación	No	%
Si	11	44%
No	14	56%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 35: Capacitación



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En el proyecto turístico de la parroquia de Salinas, es evidente la falta de capacitación de gran parte de los emprendedores, mismos que reconocen esta falencia, ya que en la encuesta realizada a los emprendimientos, el 56% menciona que no ha recibido capacitaciones constantes relacionadas al turismo, aspecto que afecta a la prestación del servicio con calidad y calidez.

Por tanto se debe implementar un programa de capacitaciones que permita incrementar las capacidades de los prestadores del servicio y poder mejorar la atención al turista, además el Gobierno Parroquial de Salinas, debe continuar apoyando en programas de educación a distancia para las personas que no estudian en el sistema regular de educación, ya que la educación es la parte fundamental para mejorar la actitud y aptitud de las personas, parámetros importantes para realizar una buena atención dentro del turismo.

14. ¿Está de acuerdo que en su emprendimiento se realice encuestas de satisfacción a los turistas?

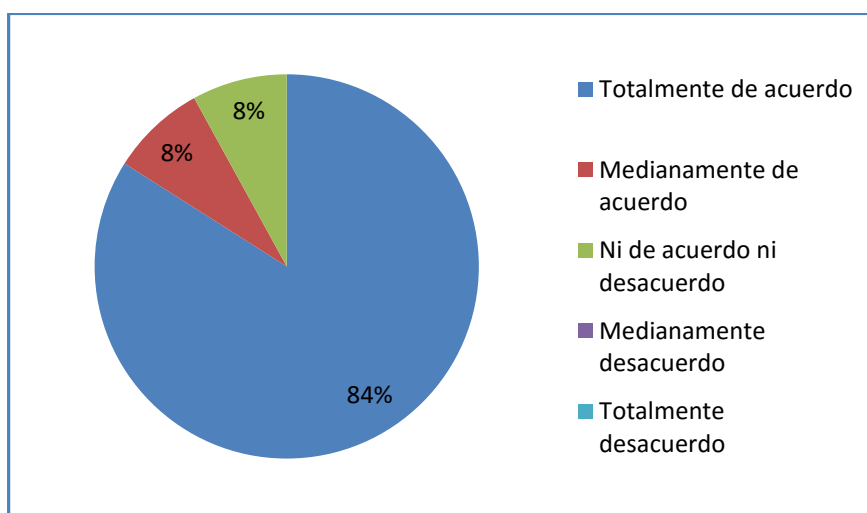
Tabla No. 61: Encuesta de satisfacción

Encuesta de satisfacción	No	%
Totalmente de acuerdo	21	84%
Medianamente de acuerdo	2	8%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2	8%
Medianamente desacuerdo	0	%
Totalmente desacuerdo	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 36: Encuestas de Satisfacción



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: El mejor resultado para conocer si el cliente está conforme con un servicio, es realizando las encuestas de satisfacción a los turistas para conocer a ciencia cierta la realidad, en el resultado de esta pregunta el 84% manifiestan que si están de acuerdo con que se aplique este tipo de estrategias.

Justamente una de las debilidades hasta la fecha, en la parroquia de Salinas, es no realizar encuestas periódicas de satisfacción, para conocer cuál es la percepción de los clientes y con ello, implementar correcciones que permita mejorar el servicio según la necesidades de los clientes, que son la parte medular e importante para que mantenga el emprendimiento.

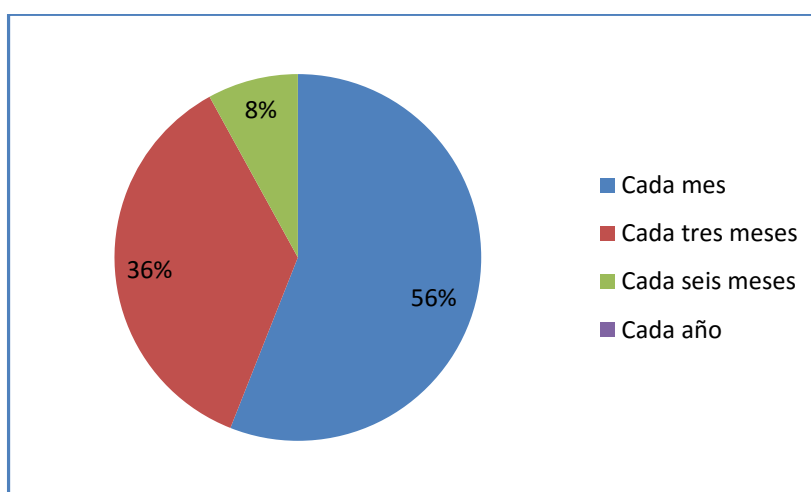
15. ¿Cada qué tiempo cree usted que se debe realizar encuestas de satisfacción a los turistas?

Tabla No. 62: Tiempo de ejecución

Tiempo de ejecución	No	%
Cada mes	14	84%
Cada tres meses	9	8%
Cada seis meses	2	8%
Cada año	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 37: Tiempo de ejecución de encuestas



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: El tiempo que estiman los emprendedores que se debe realizar las encuestas de satisfacción, un 56% indica que sea cada mes y el 36% cada tres meses, para la cual se haría un análisis exhaustivo y ver lo más conveniente en beneficio del emprendedor y del turista.

Es necesario, que se realice encuestas periódicas a los turistas, que permita evidenciar las debilidades y corregirlas a tiempo, con el afán de cumplir con las exigencias y necesidades de los turistas, para mantener el mercado y poder continuar e incrementar la oferta turística de la parroquia.

16. ¿Quién cree que se debería encargar de realizar las encuestas de satisfacción?

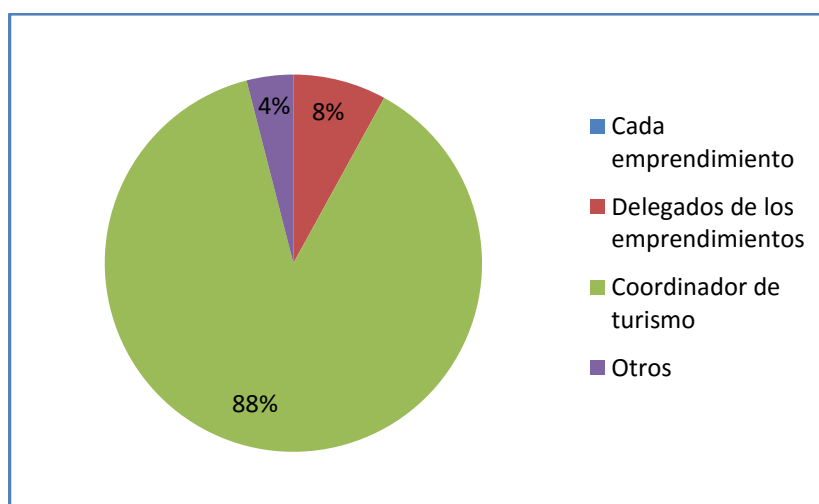
Tabla No. 63: Ejecución de encuestas

Ejecución de encuestas	No	%
Cada emprendimiento	0	84%
Delegados de los emprendimientos	2	8%
Coordinadores del turismo comunitario	22	8%
Otros	1	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 38: Ejecución de encuestas



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En base a los resultados se observa que la decisión de los emprendedores que la ejecución de las encuestas de satisfacción, lo hagan los coordinadores del turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, ya que serían ellos los responsables de evidenciar las falencias, que se presentan en cada emprendimiento.

Tomando en cuenta que en la parroquia de Salinas, desde su inicio de la operación turística, ha existido una entidad responsable, que anteriormente fue la Fundación Fortalecimiento Organizativo “Sembrando Nuestro Futuro” y en la actualidad la Organización Comunitaria de Gestión Turística, Social, Cultural y Productiva Bombódromo Palenque, quienes respectivamente se han encargado de estar al frente de la actividad turística y a su vez han contratado una persona que cumpla el rol de coordinador turístico; razón por la cual los emprendimientos confían esta responsabilidad para realizar las encuestas a dicho responsable de la coordinación.

Sin embargo cabe mencionar que esto debe hacerse de forma conjunta con los representantes de los emprendimientos, con la intención de que exista el empoderamiento de estos en la actividad turística y en las debilidades que se encuentre en dichas encuestas.

17. ¿Está de acuerdo que a más de las encuestas de satisfacción, su emprendimiento debería tener un cuaderno de comentarios y sugerencias?

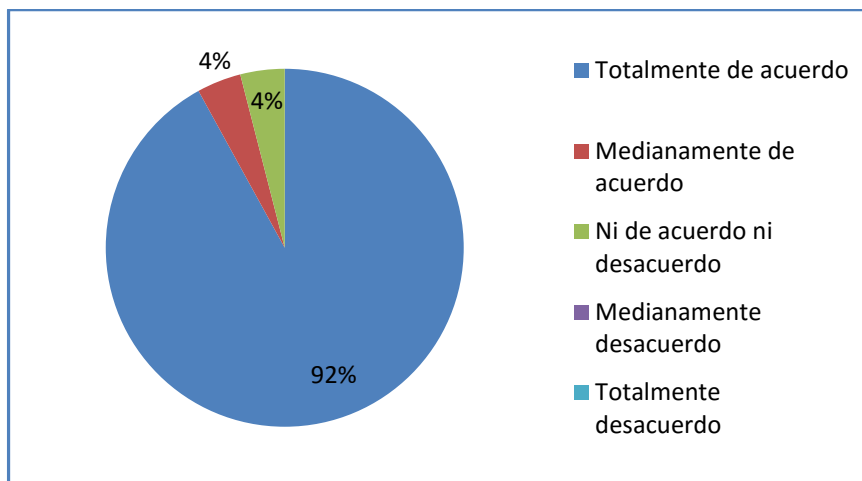
Tabla No. 64: Cuaderno de sugerencia

Cuaderno de sugerencia	No	%
Totalmente de acuerdo	23	92%
Medianamente de acuerdo	1	4%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	1	4%
Medianamente desacuerdo	0	%
Totalmente desacuerdo	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos

Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 39: Cuaderno se sugerencias



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: La respuesta demuestra que los emprendedores si están de acuerdo con que se implemente estrategias de consulta periódica a los turistas, para esto se propone, disponer de un cuaderno de sugerencias en cada uno de los emprendimientos. Esto permitirá diariamente conocer, de forma directa las opiniones de los clientes frente al servicio recibido por el personal del emprendimiento y en conclusión sobre su nivel de satisfacción.

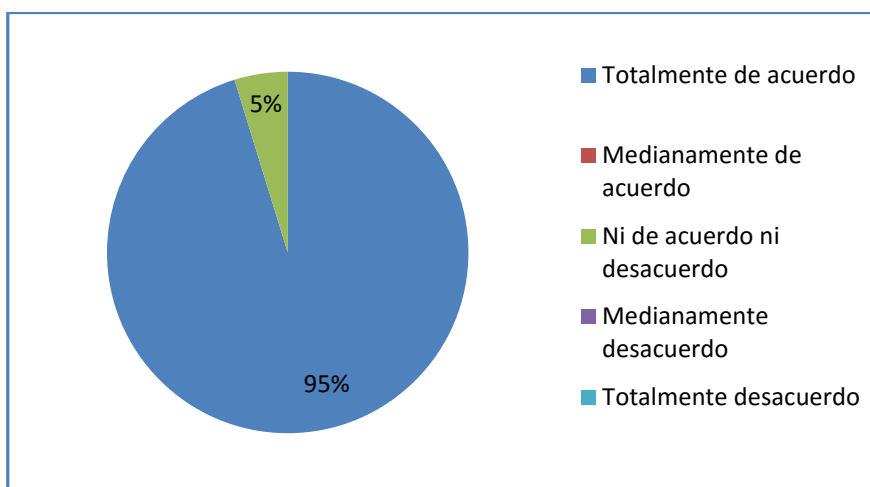
18. ¿Está de acuerdo que su emprendimiento cumpla normas de estándares de calidad?

Tabla No. 65: Estándares de Calidad

Estándares de Calidad	No	%
Totalmente de acuerdo	24	95%
Medianamente de acuerdo	0	%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	1	5%
Medianamente desacuerdo	0	%
Totalmente desacuerdo	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 40: Estándares de Calidad



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: En las encuestas realizadas a los turistas, se comprobó que los emprendimientos de la parroquia de Salinas, no aplican estándares de calidad, sin embargo existe la predisposición de que se implemente, ya que las y los miembros de los emprendimientos, están conscientes de que es necesario estandarizar la calidad del servicio, en todas las actividades turísticas que se oferta en la parroquia.

Esto permitirá contar con un servicio óptimo, logrando que la calidad se estandarice y con ello mejorar la satisfacción y cumplimiento de necesidades de los turistas.

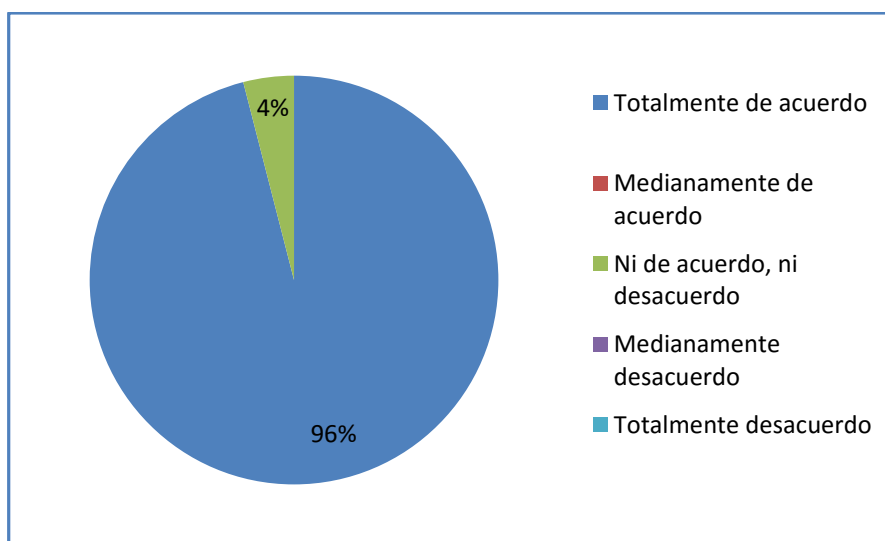
19. ¿Estaría de acuerdo que su emprendimiento tenga un sello de calidad una vez que se compruebe que cumple con los requisitos del estándar de calidad?

Tabla No. 66: Sello de Calidad

Sello de Calidad	No	%
Totalmente de acuerdo	22	96%
Medianamente de acuerdo	0	%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	1	4%
Medianamente desacuerdo	0	%
Totalmente desacuerdo	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 41: Sello de Calidad



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: El 96% de los encuestados están de acuerdo con que su emprendimiento tenga su sello de calidad, que garantice los productos y servicios que ofertan, ya que están conscientes que la mejor forma de crecer es estar en la vanguardia de la calidad y a su vez esto incrementará la confianza y seguridad de los turistas.

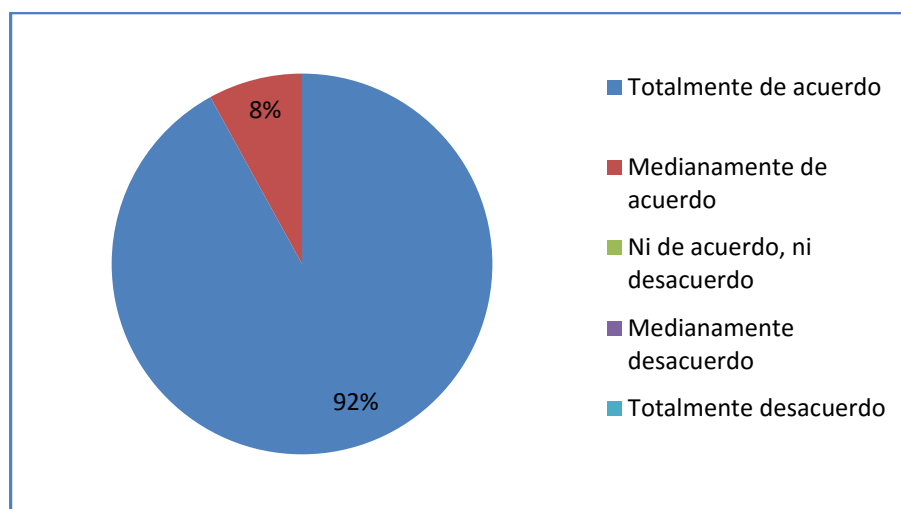
20. ¿Cree usted que se debería realizar alianzas turísticas con otros emprendimientos de la provincia y país?

Tabla No. 67: Alianzas Turísticas

Alianzas Turísticas	No	%
Totalmente de acuerdo	23	92%
Medianamente de acuerdo	2	8%
Ni de acuerdo ni desacuerdo		%
Medianamente desacuerdo	0	%
Totalmente desacuerdo	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 42: Alianzas turísticas



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas
Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: La mejor manera de crecer es justamente haciendo alianzas estratégicas, en donde se pueda juntar esfuerzos con otras instituciones, organismos, empresas que se encuentren fuera de la zona para incrementar nuevos espacios, donde se pueda ofertar los productos, razón por la cual los emprendedores de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, están mayoritariamente de acuerdo en que se realice alianzas turísticas con otros ofertantes de turismo.

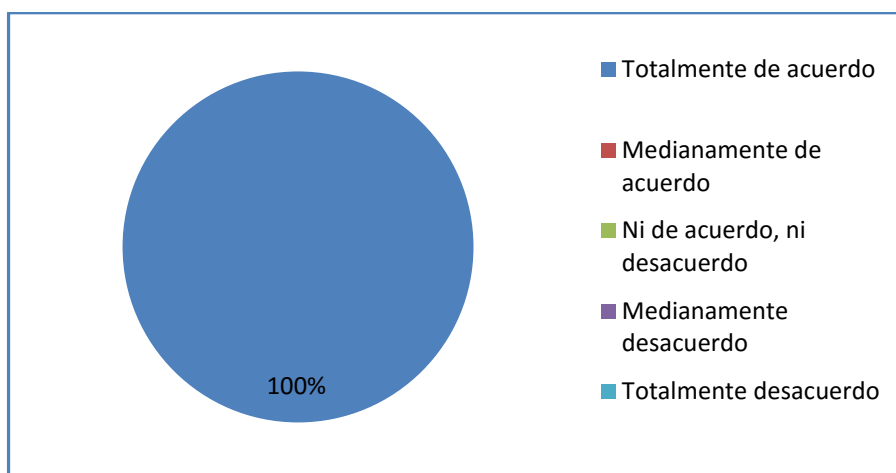
21. ¿Está de acuerdo que su emprendimiento forme parte de un paquete turístico?

Tabla No. 68: Paquete Turístico

Paquete Turístico	No	%
Totalmente de acuerdo	25	100%
Medianamente de acuerdo	0	%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	%
Medianamente desacuerdo	0	%
Totalmente desacuerdo	0	%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta aplicada a emprendimientos
Elaborado por: Anderson Maldonado

Gráfico No. 43: Ser parte de un paquete turístico



Fuente: Encuestas aplicadas a gestores de los emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Análisis e interpretación: La implementación de nuevos paquetes turísticos permitirá tener una mayor demanda de turistas en la parroquia de Santa Catalina de Salinas, ya existirá una mejor diversidad de lugares para visitar, es por eso que los emprendedores se sienten entusiasmados y convencidos de que será una buena alternativa para incrementar sus ventas, así lo demuestra el 100% de encuestados que están totalmente de acuerdo en ser parte de los paquetes turísticos. Además esto permitirá que se tome en cuenta a emprendimientos que en la actualidad, no tienen réditos económicos, ya que no están dentro del recorrido de los turistas que viajan en el tren de la Libertad.

4.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados, según los objetivos de la investigación

4.2.1. Diagnosticar la situación actual de los emprendimientos turísticos de Santa Catalina de Salinas

Para profundizar la situación actual de los emprendimientos, es necesario iniciar conociendo cuales son las actividades turísticas que se realiza en la parroquia de Salinas, para entender de mejor forma el trabajo de los emprendimientos turísticos.

4.2.1.1 Tours en Tren Ibarra-Salinas-Ibarra

Imagen No. 1 Tour en tren



Fotografía 1. Ruta de tren Ibarra Salinas
Fuente: Maldonado, A. 2013

El viaje en tren es simplemente espectacular, en tiempos anteriores este era utilizado a diario como un medio de transporte, hoy en día se usa con fines turísticos. En la actualidad existe un tren, una ferrocarrilera y un autoferro que prestan sus servicios en el tramo Otavalo-Salinas. Esta ruta es muy apetecida por los turistas, debido a que cuenta con espectaculares paisajes, túneles y puentes, además de la riqueza cultural al llegar a la parroquia de Salinas.

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, FEEP, ejecuta el proyecto de Rehabilitación del Sistema Ferroviario Nacional, el mismo que mediante Acuerdo Ministerial No. 029 del 1 de abril de 2008, publicado en el registro Oficial No. 361 del 17 de junio del 2008, el Ministerio de Cultura declaró como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado, a la red ferroviaria del Ecuador, Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Símbolico. El Gobierno

Nacional puso este patrimonio al servicio turístico, que revaloriza la cultura y la integración nacional.

La operación del tren de la Libertad como producto turístico, contribuye al desarrollo y dinamización de las economías locales, a través de la generación de empleo de forma directa o mediante emprendimientos individuales o colectivos de iniciativa de los habitantes de la parroquia de Salinas.

Luego de haber dejado de funcionar durante mucho tiempo las unidades ferreas, el 22 de marzo del 2008, se inicio nuevamente la circulación del autoferro con enfoque turístico. La rehabilitación fue impulsada por el Gobierno Parroquial de Salinas y financiada por el proyecto municipal PRODESIMI, con auspicio de la Cooperación Técnica Belga CTB.

Posteriormente, en enero del 2012 se inicio las operaciones con la vía totalmente rehabilitada y con la circulación del tren, siendo este en la actualidad, el atractivo principal de llegada a la parroquia de Salinas. Con esto, se dio un incremento notable de turistas, ya que se aumento de 8000 turistas anuales que se tenía aproximadamente con el autoferro, a sobre los 20000 turistas anuales, a partir de la rehabilitación del tren.

Con la rehabilitación del tren, también se incrementó los emprendimientos turísticos, ya que en su inicio unicamente funcionaban el centro gastronómico Palenque, venta de bisutería, museo de sal, música y danza y el emprendimiento de agroindustrias, mientras que en la actualidad hay mas de 20 emprendimientos que trabajan en la actividad turística.

Desde el año 2012, Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública y la Fundación Fortalecimiento Organizativo Sembrando Nuestro Futuro, vienen firmando convenios para las presentaciones culturales, donde los grupos de danza se presentan a la llegada del tren. Desde este mismo año, también se firma convenios con el Gobierno Parroquial de Salinas, con el propósito de que el pasaje del tren, incluya la visita al museo de sal.

En la actualidad, existe una alianza estratégica entre la FEEP y la Organización Comunitaria Bombodromo Palenque, quien reemplazo a la Fundación Sembrando Nuestro Futuro en la coordinación turística. Dicha alianza incluye las presentaciones culturales y la alimentación para las personas que viajan en el tren desde Otavalo hasta Salinas. Actualmente la capacidad máxima del tren es de 120 personas y recorre hasta la parroquia de Salinas de miércoles a domingo, con las siguientes rutas:

- Ibarra Salinas (de miércoles a domingo)
- Otavalo Salinas (sábado y domingo)
- Salinas Otavalo (sábado y domingo)

Cabe señalar que existe también la ferrocarrilera con capacidad de 30 pasajeros y el autoferrocarril para 34 pasajeros, mismos que recorren únicamente en ocasiones especiales, cuando la demanda de turistas lo amerita.

4.2.1.2 Museo de la sal

En la parroquia de Salinas se desea recuperar la tradición ancestral del proceso de elaboración de sal. Antiguamente esta actividad era la principal fuente de empleo, ya que gran parte de los habitantes de esta parroquia se dedicaban a esta labor. Además el aprovechamiento de este recurso, en aquella época era muy importante para la economía y la alimentación, debido a que la sal se comercializaba a diferentes partes de la provincia y país. Así mismo este producto se utilizaba para realizar el intercambio con otros productos como algodón, ají, coca, fréjol, yuca, maíz, camote, papas, etc. A dicho intercambio se le conoce como “trueque”.

Con lo antes mencionado, es trascendental rescatar la producción de sal, no con el fin de buscar un beneficio económico, a través de su comercialización, sino más bien, para recuperar la cultura y costumbres de nuestros ancestros, lo cual es un atractivo turístico y sobre todo contribuye con el rescate cultural e identitario de la parroquia de Salinas.

Además el nombre de Salinas de esta parroquia, se debe justamente a que desde tiempos ancestrales, incluso cuando este lugar pertenecía al corregimiento de Otavalo, los indígenas ya se dedicaban a la producción de la sal; entonces ellos decían “vamos a las salinas”, refiriéndose a las minas de sal, razón por la cual el pueblo queda con el nombre de Salinas y una vez que se logró la parroquialización en 1824, toma el nombre de Santa Catalina de Salinas.

Tapia, (2006) Las primeras noticias que tenemos sobre el pueblo de Salinas las debemos a Sancho Paz Ponce de León, quien en 1550 refiriéndose al centro de producción de la sal en la zona de Mira, dice: “Hay en el distrito de mi corregimiento un pueblo que es del repartimiento de Otavalo, donde los indios cogen la tierra que esta como salitre, la cuecen en unas ollas y de ella hacen en gran cantidad una sal muy ruin”.

Es una de las expresiones más representativas de la zona, debido a que pone en manifiesto lo ocurrido en el período comprendido entre las décadas de los 50 y 70, como lo fue el aprovechamiento de las minas de sal, que constituyó una de las principales actividades económicas, llevadas a cabo en el norte del país, de igual forma se utilizaba para realizar el intercambio “trueque” con otros productos como algodón, ají, coca, fréjol, yuca, maíz, camote, papas, entre otros, por este motivo es necesario reflejar la importancia de este componente dentro de las actividades culturales presentes en el turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas.

Imagen No. 2, 3: Museo de la Sal



Fotografía No: 2, 3: Interior y exterior del museo
Fuente: Anderson Maldonado, 2014

Al museo de sal también se complementan las tolas de sal. En la actualidad existen 23 tolas de sal, inventariadas con el Ministerio de Patrimonio, las mismas que son montículos de tierra residuo de la elaboración de Sal. Por tanto donde hay una tola, significa que en tiempos ancestrales, en ese lugar existió una cocina de sal. El proceso de elaboración de sal en la parroquia de Salinas, tiene más de 460 años, razón para entender que las tolas, son un patrimonio cultural e histórico importante para Salinas, Imbabura y Ecuador, dado que los ingresos obtenidos del comercio de la Sal, benefició a muchos lugares del país.

Imagen No. 4: Tolas de Sal



Fotografía No. 4: Tolas de sal
Fuente: Anderson Maldonado

4.2.1.3 Sala Etnográfica Nuestros Ancestros

Constituye un centro de manifestaciones culturales en dónde se exhiben una serie de representaciones artísticas, culturales y artesanales de la historia del pueblo afrodescendiente, las mismas que se exponen de diversas maneras, considerando que para este efecto se llevó a cabo, una investigación basada en fotografías, videos, mediante la recolección de información en cuanto a los saberes ancestrales. La sala etnográfica es de propiedad del Barrio La Esperanza, dado que con su presupuesto de 4 años, construyeron este espacio, con el propósito de reducir la problemática de pérdida cultural e identitaria del pueblo afrosalinense.

Imagen No. 5: Sala Etnográfica



Fotografía No. 5: Sala Etnográfica
Fuente: Anderson Maldonado, 2014

4.2.1.4 Iglesia de Santa Catalina de Salinas

En el altar mayor de la Iglesia de la parroquia de Salinas, está ubicada la piedra con la imagen de la Virgen de las Lajas, que es un atractivo turístico, para los que conocen o se enteran de la historia, que sostiene que la imagen de la virgen apareció en una piedra, que a su vez incrementa su tamaño, según el relato de varias personas adultas y adultos mayores. A continuación se describe la reseña histórica de la aparición:

Imagen No. 6: Piedra con la imagen de la virgen de Las Lajas



Fotografía No. 6: Iglesia Santa Catalina de Salinas
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

El proceso tradicional comenzó en 1932, en la Parroquia de Santa Catalina de Salinas, Provincia de Imbabura; al cumplirse 83 años de la virtuosa felicidad del pueblo de Salinas, cuando Dios, alumbro con la aparición de la Madre Santísima Virgen de las Lajas, en un día de gracia y a su vez sorpresivo, por el sonar de las

campanas que lo hizo el Sr. Víctor Herrera Morales, síndico de la Iglesia; el pueblo queriendo conocer cuál era el bullicio de las campanas, llegaron con mucha curiosidad a la Iglesia y en voces altas gritaron: que pasa?, que sucede?; contesto el Sr. Víctor Herrera, vengan y observen lo que DIOS nos ha donado, ¡UNA VIRGENSITA!, la misma que ha nacido en la piedra que donó como limosna la Sra. Zoila Salgado, quien me dijo que había traído del Santuario de las Lajas del vecino país de Colombia.

Toda la multitud de la gente, al quedarse impresionada de la aparición de la Santísima Virgen, solicitaron celebrar una misa y que en la misma sea bendecida. En ese momento se le comunico al reverendo Padre Luis Clavijo, el mismo que tenía su residencia en Tumbabiro, pero al oír esta novedad religiosa llamo al Sacristán y le pidió un caballo para ir a la parroquia de Salinas y bajo en seguida; esto ocurrió un día Sábado, cuando el padre celebro la misa y la bendición de la piedra en la que apareció la Santísima Virgen; en ese momento estuvo presente también el Padre Vicente Silva y de esta manera verificaron la aparición de la Virgen de las Lajas. A partir de ese año se posesiono como párroco de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, el Padre Vicente Silva.

El Reverendo Padre en la hora del Evangelio, felicito al pueblo y recomendó que la imagen sea guardada en algún nicho, después de escuchar estas palabras, tomó la palabra la señora Benigna Salazar y dijo: Yo doy el nicho para que la imagen sea guardada; pero no duró muchos meses cuando el pueblo otra vez se alarmó al enterarse de que la imagen había roto el nicho, porque había crecido más; al observar que la imagen seguía creciendo se la colocó sobre la pared.

Nuevamente al observar que la imagen había crecido y estrechado en su lugar, un grupo de personas tomaron la decisión de organizarse como priostes de la Santísima Virgen de Las Lajas, para realizar las fiestas en su honor cada año. Estas personas fueron las siguientes: Señores Mesías Ramos, (fallecido), Gabriel Morales (fallecido), Claudio Anangón (fallecido), Luis Lastra (fallecido),

Ricardo Álvarez (fallecido), Luis Minda (fallecido), Juan Antonio Otuna (fallecido) y Manuel Villalba (fallecido).

Después que ya han transcurrido varios años, algunos de los organizadores han fallecido. En la actualidad, existen más personas quienes son priostes de la Santísima Virgen y apoyan en la organización las fiestas, además existe la acogida de devotos dentro y fuera de la provincia, que acuden todos los años la tercera semana de septiembre a festejar con mucha Fe y Devoción, las fiestas en honor a la SANTÍSIMA VIRGEN DE LAS LAJAS.

En la iglesia Santa Catalina de Salinas, se organizan las misas afo, que es una manifestación religiosa y cultural, dado que estas misas, tienen la particularidad de que intervienen grupos de música y danza dando alegría y colorido a las misas. Esta misa se ha institucionalizado y se celebran una vez al año en las fiestas de fundación de la parroquia en acontecimientos importantes que se desarrollen en la parroquia de Salinas.

Imagen No. 7: Iglesia Santa Catalina de Salinas



Fotografía No: 7: Iglesia Santa Catalina de Salinas
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.6 Centro Gastronómico Palenque

El centro gastronómico Palenque, es un restaurante comunitario muy acogedor y llamativo, en donde se presta el servicio de alimentación. Actualmente se está trabajando con algunas de las operadoras turísticas importantes del Ecuador como

Kleintous, Quimbaya, Equinoccial Adventure, entre otras y su principal clientela, es el flujo de personas que viajan a través del tren de la Libertad, los cuales degustan de la comidas típicas de la zona. Además el restaurante atiende a las personas que transitan por la vía Ibarra San Lorenzo y habitantes de Salinas, que deseen servirse de la alimentación de este lugar. Cabe señalar que en la parroquia de Salinas, existen otros restaurantes familiares, que trabajan dentro de la actividad turística en Salinas.

Imagen No. 8, 9: Centro Gastronómico Palenque



Fotografía No. 8, 9: Centro Gastronómico Palenque
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.7 Recorrido en Chiva Turística

Este medio de transporte permite a los turistas visitar las comunidades de Salinas, parroquias del valle del Chota y la cuenca del río Mira, hosterías, Ibarra o cualquier otro lugar, está a disposición como vehículo turístico tradicional, misma que es de propiedad del Gobierno Parroquial de Salinas y se adquirió con la finalidad de dinamizar las actividades turísticas de la parroquia.

Imagen No. 10: Recorrido de la Chiva “La Tuya”



Fotografía No. 10: Chiva Turística de Salinas “La Tuya”
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.8 Tienda del tren

Es un emprendimiento que complementa a la llegada de los turistas en el tren, denominada tienda del tren, se ofrece fundamentalmente productos propios de la zona como jugos de ovo, tuna y las ricas empanadas de viento, café y helados, operando directamente en la estación de ferrocarriles y la mayoría de turistas que llegan en el tren adquieren estos productos.

Imagen No. 11: Tienda del Tren



Fotografía No. 11. Cafetería del Tren
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.9 Plaza Artesanal

Frente la estación del tren de Salinas, está ubicada la plaza artesanal, infraestructura de propiedad de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública. En este espacio comercializan las artesanías 14 emprendimientos individuales y grupales. Los emprendimientos elaboran las artesanías en sus domicilios y llevan a la plaza artesanal, lugar donde son expuestas a los turistas para que hagan las adquisiciones de las artesanías elaboradas en la parroquia de Salinas y en comunidades vecinas.

Las principales materias primas con las cuales se elaboran las artesanías son arcilla, resina, tawa, mullos, papel reciclado, fomix, tela, semillas, carrizo, entre otros, con los cuales se elabora, collares, pulseras, aretes, máscaras, tarjetas, gorras, camisetas, bufandas, cartucheras, bolsos, utensilios de cocina, imágenes decorativas, monederos, etc.

Imagen No. 12, 13: Plaza Artesanal



Fotografía No: 12, 13: Plaza Artesanal
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.10 Hospederías Comunitarias

Existen familias que se han capacitado para ofrecer al turista el servicio de hospedaje, para que exista la interrelación del turista con la familia con el propósito de intercambiar experiencias. También se ha construido hospederías comunitarias, que son de propiedad de toda la parroquia de Salinas, para incrementar la capacidad de alojamiento de Salinas.

Imagen No. 14: Hospederías Comunitarias



Fotografía No. 14: Hospederías Comunitarias
Fuente: Anderson Maldonado. 2014

4.2.1.11 Industria Santa Catalina de Salinas

La asociación Santa Catalina de Salinas, es una microempresa se dedica a la elaboración de productos agroindustriales, como mermelada, arope de mora, helados, chocolate, piña colada, almivar, panela granulada, entre otros. En la actualidad esta dentro del recorrido de los turistas en la parroquia de Salinas, por tanto es un emprendimiento que tienen buena acogida y comercialización de los productos.

Imagen No. 15: Microempresa Agroindustrial “Santa Catalina de Salinas”



Fotografía No. 15: Microempresas Santa Catalina de Salinas
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.12 Presentaciones culturales de música y danza

Los principales atractivos turísticos de Salinas, son las presentaciones culturales de música y danza. Para esto, la parroquia cuenta con grupos que se han organizado y exponen su arte cultural a los turistas que visitan la parroquia. Los grupos de danza tienen la responsabilidad de recibir a los turistas que llegan en el tren, por tanto realizan sus presentaciones de miércoles a domingo frente a la estación del tren de Salinas. Cabe mencionar que existe un convenio con Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, en donde por cada presentación en la estación del tren, reciben un incentivo económico de 35,00 mas IVA, cantidad que a partir del mes de agosto del 2015, incrementará a 50 dólares mas IVA.

Se ha realizado varios procesos de formación a los grupos de música y danza, para potencializar las capacidades artísticas de los grupos culturales de la parroquia.

Imagen No. 16, 17: Grupos musicales de Salinas



Fotografía No. 16, 17: Grupos musicales de Salinas
Fuente: Anderson Maldonado. 2014

4.2.1.13 Complejo Turístico Bombódromo Palenque

El Bombódromo Palenque tiene un área de 12 hectáreas, las cuales se dividen en tres ejes: recreación, protección cultural y conservación ambiental, con el objeto de crear un espacio de esparcimiento que permita a la parroquia recibir a miles de turistas de acuerdo a su interés.

Actualmente el área recreativa se encuentra ejecutándose y se cuenta con tres piscinas, tobogán, turco, hidromasaje, sauna, laguna y paseo en bote acuático, ciclo paseo, cuadrones para recorridos, entre otros.

Imagen No. 18, 19: Complejo Turístico Bombódromo Palenque



Fotografía No. 18, 19: Complejo Turístico Bombódromo Palenque
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

4.2.1.14 Servicios complementarios de formación y promoción

En la parroquia de Salinas, se cuenta adicionalmente con servicios complementarios para el fortalecimiento de los emprendimientos, mismos que se detallan a continuación:

4.2.1.14.1 Radio comunitaria “La Salinera”

En la parroquia de Salinas, se cuenta con un medio de comunicación local, La Radio Comunitaria La Salinera 88.9, La Voz de Los Afros, medio que sirve para dar a conocer a los salinenses, las actividades diarias que se realiza en la

parroquia, servicio a la comunidad, promoción de los atractivos turísticos de Salinas y a su vez sirve como herramienta para impulsar programas de educación a distancia y diferentes procesos de capacitación en temas turísticos y otros.

Imagen No: 20. Radio Comunitaria La Salinera “La Voz de los Afros”



Fotografía No. 20. Radio Comunitaria La Salinera “La Voz de los Afros”
Fuente: Anderson Maldonado. 2014

4.2.1.14.2 Centro de capacitación y exposiciones

Es el lugar en el cual se llevan a cabo talleres, conferencias y demás eventos que tienen como finalidad el fortalecer la parroquia en el aspecto organizativo y formativo, es menester señalar que el centro está a disposición del público mediante el alquiler, aprovechando la ubicación equidistante de esta parroquia, es un sitio estratégico para realizar este tipo de actividades que van acompañadas de un rico almuerzo en el centro gastronómico Palenque.

Imagen No. 21: Centro de Capacitaciones



Fotografía No. 21. Centro de Capacitaciones
Fuente: Anderson Maldonado. 2015

A continuación se muestra un resumen de los datos más importantes de los emprendimientos turísticos de Salinas.

Tabla No. 68 Emprendimientos Turísticos

Atractivo	Entidad Representante	Personería jurídica	N° de personas que trabajan en el emprendimiento	Tipo	Estado de conservación	Funcionalidad
Museo de la sal	Gobierno Parroquial	Si	9	Parroquial	Regular	Funcionando
Sala Etnográfica	Barrio La Esperanza	No	8	Parroquial	Bueno	Funcionando
Centro gastronómico de comidas típicas	Organización Comunitaria Bombódromo Palenque	Si	9	Se especializa en la elaboración Parroquial	Bueno	Funcionando
Tienda del tren	Asociación Mujeres Emprendedoras de Salinas	Si	5	Estatal	Muy bueno	Funcionando
Plaza Artesanal	Grupos Independientes	No	40	Grupales	Bueno	Funcionando
Recorrido en Chiva turística	Gobierno Parroquial	Si	2	Parroquial	Bueno	Funcionando
Bombódromo Palenque	Organización comunitaria Bombódromo Palenque	Si	10	Parroquial	Muy bueno	Funcionando
Industria Santa Catalina de Salinas	Asociación Santa Catalina de Salinas	Si	6	Grupal	Bueno	Funcionando
Grupos de Danza	Organización Comunitaria Bombódromo Palenque	Si	25	Grupales	Bueno	Funcionando
La dulce tradición	Particular	No	2	Grupal	Regular	Funcionando

Fuente: Emprendimientos turísticos de Salinas

Elaborado por: Anderson Maldonado

Los emprendimientos turísticos de la parroquia de Salinas, están integrados por personas de la parroquia, quienes con la intención de mejorar el nivel de vida de las familias, a través de la dinamización económica, se han organizado y emprendido actividades vinculadas al turismo comunitario. En la actualidad están 116 personas vinculadas en las actividades turísticas, de las cuales el 90% son mujeres y esto a su vez se refleja en el nivel organizativo de la parroquia, ya que en las reuniones parroquiales y en diferentes actividades colectivas, existe mayor participación femenina.

Los emprendimientos turísticos de Salinas, cuentan con la suerte de tener en la parroquia, dos vías de primer orden (vía férrea Otavalo Salinas y vía vehicular Ibarra San Lorenzo), facilitando la llegada de turistas a la parroquia y con ello la

dinamización de la economía de las familias salinenses, tomando que el incentivo económico, es la razón principal por la cual las personas están involucrados a la actividad turística. Esto se sustenta con la encuesta realizada a los emprendimientos, en donde el 64% de los emprendimientos manifiestan que el factor económico, fue su principal motivación para emprender en el turismo.

La mayoría de emprendimientos turísticos han sido beneficiados, con equipamiento por el Gobierno Parroquial y diferentes proyectos de organizaciones públicas y privadas. El turismo en la parroquia de Salinas, consta dentro del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT, por tanto el Gobierno Parroquial y otros niveles de gobierno, asignarán presupuestos para el programa de desarrollo turístico de la parroquia.

La parroquia de Salinas, cuenta con todos los servicios básicos, factor importante para que los emprendimientos puedan realizar las actividades turísticas, es así que, en la cabecera parroquial y las comunidades, las personas pueden emprender en turismo comunitario. Además existe infraestructura comunitaria importante para el desarrollo de la actividad turística, como el museo de sal, sala etnográfica, complejo turístico, hospedería comunitaria, restaurantes, entre otros y la infraestructura propia de los emprendimientos individuales o grupales, en donde realizan las actividades turísticas.

Salinas está ubicado en el centro del Valle del Chota y la Cuenca del Río Mira, siendo una oportunidad para realizar diferentes encuentros y actividades que involucren al pueblo afroecuatoriano, en donde los emprendimientos pongan a consideración la oferta de bienes y servicios turísticos.

La mayoría de personas de los emprendimientos turísticos, están vinculados a la gastronomía en un 28% y a las presentaciones culturales de danza, en un 24%, sin dejar de lado otras actividades turísticas que se realizan en la parroquia.

El 47% de los emprendimientos turísticos de la parroquia, creen estar en condiciones muy buenas, mientras que el 36% en condiciones buenas y el resto está entre regular y malas condiciones, por lo que es necesario, continuar trabajando con más ahínco, dentro de la actividad turística para buscar los puntos críticos y superarlos para que todos los emprendimientos estén en condiciones favorables para realizar un buen trabajo.

Una de las razones más importantes, por las cuales los emprendimientos, no han tenido un mayor impulso, es el bajo nivel educativo y la falta de capacitación en aspectos relacionados al turismo, ya que el 56% menciona no haber participado en este tipo de espacios, razón por la cual es necesario buscar alternativas que promuevan la educación complementaria, a través de diversos programas de capacitación.

Vale mencionar, que esta problemática la tienen la mayoría de proyectos turísticos que hacen turismo comunitario en el Ecuador, por tanto debería generarse políticas públicas que garanticen la formación de los prestadores de servicios, en la actividad turística comunitaria.

La parroquia de Salinas, con el apoyo de la Fundación Cooperación de España CODESPA, contrató en el año 2013, a la Consultora Desarrollo Turístico Sostenible DTS, con la finalidad de que se realice un estudio sobre las Brechas de Calidad en los emprendimientos turísticos de Salinas, mismo que se basó en contrastar el estado de la situación actual y el estado esperado o ideal.

Para la determinación de brechas de calidad en los emprendimientos se hizo un diagnóstico a través de encuestas, observación directa, conversaciones con directivos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, con propietarios y empleados de los emprendimientos.

4.2.1.15 Brechas de calidad

A continuación se muestra la brecha de calidad de varios servicios turísticos:

4.2.1.15.1 Brecha de calidad alojamiento

Tabla No. 69 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Alojamiento	Física/ tangible	Falta señalética No se cuenta con mobiliario necesario	Media Media
	Gestión	<p>Contactar al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> No existe un protocolo de recibimiento ni de información de cómo debe acomodarse el turista y políticas de los emprendimientos. <p>Recepción:</p> <ul style="list-style-type: none"> No se entrega una información detallada sobre el servicio a prestar, la información técnica es casi nula. No existe un material publicitario impreso en español e inglés, que permita a los propietarios de los emprendimientos ofertar sus actividades y servicios a extranjeros, ya que la mayoría de los dueños de los emprendimientos no hablan inglés. <p>Estadía:</p> <ul style="list-style-type: none"> No existe un protocolo de bienvenida por parte de los anfitriones, ni una información, ni una presentación detallada de los servicios con que cuenta el emprendimiento. En la mayoría de los emprendimientos sus propietarios no hablan inglés. Las infraestructuras especialmente comunitarias carecen de un orden y son poco estéticos. Falta de fumigación, presencia de insectos en exteriores de casas. <p>Convivencia cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> No hay un protocolo comunitario ni en los emprendimientos que hablen de la naturaleza comunitaria de cada sector o de las características de la comunidad local. Existe dependencia por decoración y uso de objetos foráneos, predominando artículos plásticos y de orígenes extranjeros. Existe poca comprensión de decoración alternativa y acorde a la cultura local y del tipo de emprendimientos comunitarios. <p>Excursiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> No existe un guión, ni explicación técnica anticipada de las actividades que se desarrollaran con los turistas. Los guías de la parroquia no poseen información actualizada, así como tampoco datos concretos sobre la cultura local. <p>Seguimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> No existe un sistema o mecanismo de autoevaluación por parte de cada emprendimiento. 	Alta Alta Media Alta Alta Alta Media Alta Alta Alta Alta Media

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

4.2.1.15.2 Brecha de calidad de alimentación

Tabla No. 70 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Alimentación	Física/ tangible	La infraestructura no habla de la cultura de Salinas El menú ofrecido no potencializa la gastronomía de Salinas	Media Alta

Gestión	<p>Contacto y reservación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe un material actualizado y publicitado visual que indique el sitio, ni los servicios que en él se ofrecen en el caso de los restaurantes comunitarios. 	Media
	<p>Recepción y servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No hay un manual o protocolo de información, recepción y venta de servicios, así como de información técnica en caso de ser requerida por las agencias contratantes o por los turistas. - No se hace una presentación del personal que labora, ni del restaurante como comunitario, ni de sus servicios. - No se aplica una normativa de servicios y aseo del personal de cocina especialmente para los Restaurantes Comunitarios, que impulse la higiene sin perder su naturaleza cultural. 	Alta
	<p>Ambientación y decoración:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe una adecuada decoración que valore la cultura de la comunidad. - No existen sitios exteriores adaptados para la espera de los clientes (bancas, jardines) hasta que haya mesas disponibles. - No se dispone de elementos decorativos producidos en la comunidad y tampoco se aprovecha de estos espacios para exhibir y vender dichos productos. 	Alta
	<p>Valoración cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existen elementos que refuercen la valoración cultural, ni gastronomía típica, ni decoración. - No se valoriza, ni se potencializa los saberes gastronómicos y culinarios de las personas que tienen conocimientos ancestrales. 	Alta
		Alta

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

4.2.1.15.3 Brecha de calidad de guianza

Tabla No. 71 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Guianza	Física/ tangible	No utilizan distintivos o uniformes que identifiquen a los guías comunitarios.	Media
Gestión	Gestión	<p>Formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe un proceso formal de formación de guías. - No existe una formación profesional de los guías. 	Alta
		<p>Capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los guías no están siendo evaluados y capacitados periódicamente. - No existe capacitación en procedimientos a los guías para la coordinación con los emprendimientos comunitarios, así como para la prestación de servicios a los visitantes. - La mayoría de los guías no hablan inglés. 	Alta
		<p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe un manual de procedimiento de trabajo para los guías en relación a coordinar con los emprendimientos comunitarios, así como la prestación de servicios para los visitantes. - No existe un monitoreo o evaluación acerca de la calidad de trabajo de los guías. 	Alta
			Alta
			Medio

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

4.2.1.15.4 Brecha de calidad de transporte

Tabla No. 72 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Transporte	Física/ tangible		
	Gestión	<p>Ofertar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe una propuesta formal de servicios de transporte turístico. - No existe un catálogo de transporte ni de servicios del mismo. - No hay un chofer disponible para uso exclusivo del transporte turístico (chiva). 	Alta Alta

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

4.2.1.15.5 Brecha de calidad de artesanías

Tabla No. 73 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Artesanías	Física/ tangible	<p>Los diseños son repetitivos.</p> <p>No se encuentra artesanía exhibida en los emprendimientos.</p>	Alta Media
	Gestión	<p>Adquisición materia prima:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No utilización de materiales potenciales de la zona, para efecto de transformarlos en artesanía. - Subutilización de materiales alternativos que son desechados. <p>Procesamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La poca generación de fuentes alternativas de trabajo vinculas a la elaboración y comercialización de artesanías. - La poca creatividad para efecto de diseño de nuevos productos que respondan a la exigencia de la demanda. - Existencia de poca artesanía con identidad cultural. <p>Acabados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de algunos productos con técnicas y materiales inadecuados o tóxicos. <p>Embalaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No se da importancia al embalaje y no se aprovecha como un medio publicitario. <p>Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe una proyección, ni planificación de la producción artesanal y/o agro alimenticia en función del mercado y del potencial de la zona, que determine la cantidad a producirse ya sea baja, media y o a gran escala. <p>Comercialización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No existe el aprovechamiento de los locales o emprendimientos vinculados al turismo comunitario de Salinas para exhibir y vender sus productos artesanales. - No existe personal capacitado para vender ni productos artesanales ni productos turísticos. 	Alta Media Media Media Media Baja Media Alta Alta Media

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

4.2.1.15.6 Brecha de calidad de música y danza

Tabla No. 74 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Música y Danza	Física/ tangible	Falta colorido en las vestimentas de los participantes No se utilizan instrumentos musicales típicos de la localidad.	Alta Alta
	Gestión	<p>Definir producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No se define en su totalidad un producto folclórico netamente típico de la parroquia de Salinas. - No hay un manejo microempresarial de este producto. <p>Definir participantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hay participación no acorde con la experiencia con la que el producto amerita presentarse (falta involucrar a adultos con saberes ancestrales). - Se define la creación de grupos de danza y música sin la caracterización de emprendimientos. <p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No se hace una presentación formal de los participantes, las actividades y menos de la cultura local. - Falta la presencia de instrumentos musicales alternativos típicos y aditamentos usados en la danza tradicional. (Hojas de naranjal, embudos, mandíbulas de animales, peinillas, botellas en la cabeza, vestimenta colorida). - Falta de participación de personas de la comunidad que tengan conocimientos ancestrales. 	Alta Media Alta Media Alta Alta Alta

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

4.2.1.15.7 Brecha de calidad de valoración cultural

Tabla No. 75 Matriz de Brechas de Calidad de los Emprendimientos en Salinas

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar	Brecha
Valoración cultural	Física/ tangible	Los emprendimientos físicamente hablan poco de la identidad cultural de la parroquia de Salinas.	Alta
	Gestión	<p>Socializar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La valoración comunitaria a pesar de estar implícito en el discurso político especialmente de los guías y dirigentes no es socializada y asumida en todos sus integrantes y por la comunidad. - No existe un plan de revitalización o de valoración cultural que condicione a los emprendimientos a tomar atención en su cultura. <p>Capacitar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La valoración cultural es un tema poco conocido por la población. - La comunidad da poco o casi nulo impulso a la permanencia de su identidad y revalorización cultural. 	Alta Media Alta Alta

Fuente: Desarrollo Turístico Sostenible

Elaborado por: Anderson Maldonado

Este diagnóstico ha permitido evidenciar las debilidades que tienen los emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas, a la hora de ofertar un servicio o producto turístico, reflejando la necesidad de estructurar un sistema de estándares de calidad.

4.2.2 Determinar el perfil y nivel de satisfacción de los turistas que visitan la parroquia de Santa Catalina de Salinas

En el año 2014, 23.289 personas visitaron la parroquia de Salinas, a través del recorrido en el tren de la Libertad.

El 62% de los visitantes son ecuatorianos, de los cuales el 21% es de Quito, mientras que el 27% de Ibarra y el resto de otras ciudades del país.

Del 38% que corresponde al porcentaje de extranjeros que visitan la parroquia de Salinas, se tiene que el 21% son Colombianos y el 9% de Estados Unidos y en menor proporción de otros países.

El medio de transporte más utilizado para visitar Salinas es el tren de la Libertad en un 67%, seguido de transporte de tour operadoras en 16%, mismas que en su mayoría, viene con pasajeros que tomaran el tren de retorno. Sin embargo, cabe mencionar que se ha puesto en marcha, el proyecto del Bombódromo Palenque, mismo que está teniendo una importante acogida, reflejando que en poco tiempo habrá importantes cantidades de visitantes que los hagan por la vía Ibarra San Lorenzo.

El rango de edad de los turistas, que viaja en mayor cantidad a la parroquia de Salinas, es entre 41 a 48 años con el 18%, sin embargo no hay una diferencia significativa al resto de rangos de edad, por lo que se deduce que el segmento en cuanto a edad, la parroquia de Salinas es visitada por todas las edades, especialmente por la aventura de viajar en tren.

En cuanto al gasto de los turistas en la parroquia de Salinas, el 55% gasta entre 20 y 50,00 dólares, mientras que el 41% gasta menos de 20,00 dólares. Los emprendimientos deben asumir el reto de incluir nuevos productos llamativos, innovadores y de calidad, para satisfacer de mejor forma a los turistas e incentivar el incremento de gasto de los visitantes de la parroquia de Salinas, lo cual mejorará el desarrollo económico de los integrantes de los emprendimientos turísticos.

Otro dato importante, según los datos obtenidos en las encuestas, es que el 79% de los visitantes prefieren la gastronomía típica de la zona, por tanto, es un reto que debe asumir la parroquia, en recuperar todos los platos típicos de Salinas, el Valle del Chota y Cuenca del Río Mira.

En cuanto a la satisfacción de los turistas, los emprendimientos de forma urgente deben realizar mejoras en las actividades turísticas ofertadas, dado que, el 10% de turistas encuestados mencionaron estar insatisfechos con la atención.

En la parroquia de Salinas se observa que entre las debilidades más visibles, que aún se sigue teniendo, es la poca variedad de nuevos e innovadores productos, en la mayoría de emprendimientos turísticos, ya que esta es la principal observación de los turistas, provocando que no se logre cumplir con las expectativas de los turistas y por ende su nivel de satisfacción no es el esperado.

Aquí se debe tomar en cuenta que los productos deben de satisfacer a todos grupos generacionales, sociales y culturales, aquí hay varias sugerencias de los turistas en donde piden que se elabore productos dirigido para niños y niñas, para adultos mayores, personas con discapacidad, personas con otras costumbres gastronómicas, etc., que satisfaga las necesidades de los turistas mientras permanecen en la parroquia de Salinas.

Sobre la higiene y seguridad, también hay que implementar normas que promuevan el tener permanentemente espacios limpios y seguros en cada uno de

los emprendimientos y parroquia en general, ya que el 30% de los turistas encuestados, califican como regular la higiene y seguridad de los emprendimientos, enfatizando la preocupación de la inseguridad vehicular durante el recorrido de los turistas para visitar los emprendimientos, para lo cual las autoridades competentes y ciudadanía en general deben tomar medidas de acción que reduzcan esta problemática.

4.2.4 Diseñar un sistema de oferta turística y estándares de calidad para los emprendimientos turísticos de la parroquia de Salinas

Se puede visualizar en los resultados obtenidos que uno de los principales inconvenientes del turismo comunitario en la parroquia de Salinas, es la inestabilidad de la calidad turística en el servicio ofertado, dado que el proyecto turístico, no contempla la aplicación de estándares de calidad, que puedan poner en práctica los emprendimientos, esto es, requisitos mínimos sobre normas de calidad, que garanticen la estandarización del servicio, en donde todos y todas las personas que sean atendidas, palpén y evidencien un esmero por parte de los emprendedores turísticos y esto a su vez permita incrementar la oferta y demanda turística.

Sin embargo vale mencionar, que los emprendimientos están dispuestos a implementar estándares de calidad y encuestas periódicas para los turistas, con el propósito de estar pendientes en el cumplimiento de expectativas y necesidades de los turistas.

Cabe mencionar que el Ministerio de Turismo del Ecuador, no ha implementado estándares de calidad dirigido al turismo comunitario, basando en las realidades locales especialmente en el sector rural, razón por la cual, a nivel de todo el país se tiene la problemática de que los emprendedores no aplican estándares de calidad.

Para la aplicación de estándares de calidad, en la parroquia de Salinas, se requiere el apoyo de varias instituciones locales como el Gobierno Parroquial de Salinas y la Empresa de Ferrocarriles, que promuevan estímulos o sanciones para los emprendimientos, según sea el caso.

En la parroquia de Salinas, el proyecto de desarrollo turístico ha venido trabajando de forma aislada a otros procesos de turismo en la provincia y país, ya que no se ha vinculado a redes de turismo comunitario, a través de paquetes turísticos. En determinados momentos se ha intentado con el apoyo de CODESPA de España y la operadora Runatupari de Otavalo, sin embargo no se dio continuidad a la iniciativa.

El 100% de los emprendimientos están de acuerdo, que se realice alianzas turísticas, ya que una de las necesidades sentidas de las personas involucradas en las actividades turísticas de Salinas y de todos quienes se dedican al turismo, es incrementar la oferta y demanda turística, para mejorar los beneficios, principalmente económicos, sin dejar de lado otros aspectos importantes para alcanzar el desarrollo sostenible de la parroquia.

Por tanto es necesario articularse a otros lugares que también realizan actividades turísticas, con la intención de complementarse y presentar paquetes turísticos más atractivos, en donde sea un ganar para proveedores del servicio y visitantes.

La articulación con redes de turismo comunitario a nivel nacional y por ende el diseño de nuevos paquetes turísticos para volverle más dinámico al turismo de la parroquia, ya que una de las sugerencias de los turistas es crear nuevas rutas y finalmente el implementar una página web donde se dé a conocer sobre el turismo de la parroquia.

Varios proyectos turísticos, realizan su promoción turística a través de páginas web, siendo una buena herramienta de comunicación para dar a conocer los servicios turísticos y conseguir clientes que visiten y dinamicen la economía local.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En la parroquia Santa Catalina de Salinas existen 25 emprendimientos turísticos, de los cuales, el 48% están dedicados a expresiones y centros culturales de música, danza y artesanías, seguido del servicio de alimentación en un 28%. Estos emprendimientos están vinculados principalmente a los turistas que realizan el recorrido del Tren de La Libertad, en el trayecto Otavalo – Ibarra – Salinas.
- El 83% de los turistas que visitan Salinas, lo hacen utilizando como medio de transporte el tren de la Libertad, convirtiéndose en el atractivo turístico principal de la parroquia.
- El 62% de los visitantes son ecuatorianos, de los cuales el 21% es de Quito, el 27% de Ibarra y el resto de otras ciudades del Ecuador, mientras que de los extranjeros, el 21% son colombianos, seguido del 9% de Estados Unidos y en menor proporción de otros países.
- El 19% de los turistas que visitan la parroquia de Salinas, califican el servicio recibido en Salinas como regular, el 10%, mencionan que han quedado insatisfechos, mientras que el 71% señalan estar satisfechos con el servicio.
- El 95% de los emprendimientos turísticos de Salinas, apoyan la alternativa de aplicación y cumplimiento de estándares de calidad, que permita mejorar el desarrollo turístico de la parroquia.

- El 92% de los emprendimientos están de acuerdo en establecer alianzas turísticas y de igual forma el 100%, sí quieren formar parte de paquetes turísticos dentro y fuera de la parroquia, que permitan incrementar y mejorar la oferta turística de Salinas.

5.2 Recomendaciones

- Realizar una propuesta integral del turismo comunitario de Salinas, que permita mejorar la oferta turística, en donde se considere algunos aspectos importantes como:
- El fortalecimiento de las capacidades del talento humano, en donde se capacite periódicamente a todas las personas involucradas en la actividad turística y sometiendo a la vez, a proceso de evaluación continua con el propósito de que los prestadores de servicio turístico en la parroquia de Salinas, estén calificados con conocimientos básicos y predisposición para trabajar con calidad y calidez.
- El programa de desarrollo turístico, debe articularse con la red de turismo nacional, liderada por la FEPTCE, para potencializar la estructura comunitaria de turismo en la parroquia de Santa Catalina de Salinas.
- Implementar plan de marketing turístico para difundir los servicios que se prestan en la parroquia de Salinas. Es importante crear una página web que exponga los atractivos de la parroquia, destacando su historia y manifestaciones culturales, así como el recorrido del tren de la libertad el mayor exponente turístico de la parroquia.
- Implementar un sistema de estándares de calidad en los emprendimientos turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, con el fin de que satisfaga las necesidades de cada uno de los turistas que llegan a este lugar.

- Diseñar e incluir paquetes turísticos, para generar mayor alternativas a los turistas que deciden optar por el turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, de igual forma formalizar convenios con agencias de viajes, con el objeto de diversificar aliados e incrementar la oferta y demanda turística.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

6.1 Título de la propuesta

“SISTEMA DE ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA LA GESTIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE SANTA CATALINA DE SALINAS PARA SER MIEMBRO DE LA FEDERACIÓN PLURINACIONAL DEL TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR

6.2 Antecedentes de la propuesta

Antes de investigar la temática de los estándares de calidad y la articulación del turismo comunitario a una red nacional, se realizó una minuciosa indagación sobre las necesidades, deseos y demandas de los turistas que visitan los emprendimientos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas.

Además se evidenció la situación actual y las condiciones en las que los emprendimientos prestan su servicio, de ésta manera se determinó que en estos lugares se necesita de manera urgente, la aplicación de estándares de calidad, el cual permita lograr un mejor servicio al turista, y así, incrementar mayor demanda e incentivar su rentabilidad económica.

Para lograrlo se realizó un profundo análisis de alternativas que permitan mejorar el servicio al turista, en tal virtud y precisamente para elegir una estrategia de solución más conveniente, se propuso una encuesta para emprendedores y turistas, en el cual se evidenció las debilidades que poseen los emprendimientos y el turismo comunitario de la parroquia en general, es así, como se ha optado por la aplicación de estándares de calidad para el uso de los

emprendimientos en la parroquia Santa Catalina de Salinas y la articulación a una red de turismo comunitario nacional a través de la FEPTCE.

Al ingresar a los emprendimientos turísticos y luego de conversar con los propietarios y empleados, salieron a relucir muchas dificultades que les aquejan, entre las cuales se pueden mencionar: los bajos estándares de calidad, conocimientos empíricos en contabilidad, deficiente cultura de servicio, falta de promoción de los emprendimientos, sello de calidad, entre otros.

En lo que respecta a las opiniones de los turistas existieron diversos criterios, evidenciándose a la vez los siguientes inconvenientes: espacio físico reducido para la prestación del servicio en algunos emprendimientos, mejorar la higiene y seguridad, personal poco cordial, pocos productos turísticos, entre otros.

Con la investigación de campo realizada, se pudo concluir que la propuesta de la aplicación de estándares de calidad para el uso de los emprendimientos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas con el objeto de integrar al turismo comunitario a una red nacional será de mucha ayuda, tanto para los emprendedores, empleados, turistas y parroquia en general.

Es importante mencionar que la Fundación CODESPA (2012), en su libro Modelo de gestión del turismo rural comunitario, basado en experiencias reales de la zona andina, realizó un estudio para implementar estándares de calidad en las microempresa de las zonas rurales del cantón Cotacachi, con la intención de potencializar el turismo comunitario de este sector.

6.3. Objetivos

6.3.1 Objetivo General

- Diseñar un sistema de estándares de calidad para la gestión de los emprendimientos turísticos de Santa Catalina de Salinas, para ser miembro de la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador.

6.3.2 Objetivos Específicos

- Definir estándares de calidad para las actividades turísticas comunitarias de la parroquia Salinas.
- Elaborar un plan de capacitación dirigido a los emprendedores turísticos de Santa Catalina de Salinas, para lo cual se establecerá un programa de capacitación.
- Establecer los productos turísticos que se integrarán en el programa de turismo comunitario y su registro en la FEPTCE.
- Diseñar un portal web para difundir la oferta turística de Santa Catalina de Salinas a nivel nacional e internacional.

6.4 Justificación

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo guarda una estrecha relación con el desarrollo, esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso, el cual debe incentivar la conservación de recursos naturales y culturales, impidiendo el deterioro y la desvalorización de su entorno, promover la distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales, y culturales que ofrezca dicho sector.

El turismo representa un sector estratégico y por lo tanto, la propuesta está dirigida a innovar la estructura, procesos y planificación de los emprendimientos turísticos, para responder con eficiencia, y convertir al turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas en la primera apuesta productiva de la provincia con inclusión social, alineándose a los principios fundamentales de la Constitución Nacional y a los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

En consecuencia, esta investigación denominada aplicación de un sistema de estándares de calidad para el uso de los emprendimientos turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, e implementación del turismo comunitario a una red nacional a través de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, permitirá aprovechar de mejor manera los recursos naturales y culturales, la integración de todos los actores y sectores, la generación de nuevas fuentes de trabajo, el respeto a la cultura, la conservación de la biodiversidad, y por ende el buen vivir de la población beneficiaria, creando un destino turístico, competitivo, organizado y sostenible.

6.5 Descripción de la propuesta

La aplicación de un sistema de estándares de calidad para el uso de los emprendimientos turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, e implementación del turismo comunitario a una red nacional a través de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, constituye el mecanismo más viable para mejorar el nivel de servicio que ofrecen los emprendimientos turísticos y lograr posesionarle a la parroquia como potencia a nivel nacional en turismo comunitario.

La finalidad primordial de la investigación es conseguir la satisfacción total e incremento de turistas que llegan a la parroquia, con el mismo se pretende establecer un sello de calidad, a cada uno de ellos y concienciar a los emprendedores turísticos y empleados sobre la importancia de mantener entre su cultura de que, el cliente es lo primero.

6.6 Diseño técnico de la propuesta

6.6.1 Sistema de Estándares de Calidad para los Emprendimientos Turísticos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas

Las instituciones vinculadas con la actividad de las empresas turísticas y las propias empresas turísticas han plasmado en documentos estándares que

garanticen el desarrollo de procesos eficientes y la satisfacción de las partes vinculadas con su quehacer.

Un estándar viene a ser una norma o patrón de referencia, es decir un aspecto que se ha establecido para determinado rubro comercial o empresa y cuyo cumplimiento garantiza la calidad del servicio que se ofrece.

Al respecto, De la Parra. P. (2006) indica sobre las normas de calidad “Cuando en una organización se han considerado el mayor número de variables posibles, es cuando se procede a establecer las normas para un amplio conjunto de condiciones de servicio. El objetivo y los mecanismos necesarios para establecer las normas son sencillos y directos, dando una clara definición y difusión de sus contenidos a los directivos, empleados y clientes. Es estas condiciones, los clientes saben lo que esperan y, en general, lo obtienen, mientras que los empleados saben, que van a ser medidos por los resultados y así la supervisión es menos arbitraria y subjetiva”, (p. 103).

También agrega que el establecimiento de normas está compuesto por tres partes: finalidad o propósito, lo que se refiere a que se debe decidir por qué necesitan ser desarrolladas y además cumplirlas para transmitir un mensaje positivo a los clientes; describir lo que se espera, es importante que la dirección de la empresa planifique que clase de comportamiento debe mostrarse, para después poderlo indicar con claridad en la correspondiente norma; y hacer medible el servicio, enfocado a la imperiosa necesidad de medir las acciones, puesto que si no se puede medir no se puede mejorar.

Concluyendo, una norma es un documento establecido por consenso y aprobado por un organismo en actividades de normalización. La norma establece, para usos comunes y repetitivos, reglas, criterios o características para las actividades o sus resultados procurando la obtención de un nivel óptimo de ordenamiento en un contexto determinado.

A continuación se presentan los estándares identificados tomando en cuenta principalmente la naturaleza del turismo que se desarrolla en la parroquia de Santa Catalina de Salinas y sobre todo la realidad de sus aspectos culturales, sociales, económicos y el nivel de educación:

6.6.1.1 Estándares para emprendimientos de alojamiento

Tabla No. 69: Estándares de calidad para emprendimientos de alojamiento

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar
Alojamiento	Física/tangible	
		Contactar al cliente:
		<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un guión o un protocolo de recibimiento y de información sobre como acomodarse y políticas de cada sitio. - Tener información técnica detallada sobre el servicio que se está prestando. - Contar con material publicitario impreso en español e inglés, que permita a los propietarios de los emprendimientos ofertar sus actividades y servicios a extranjeros.
		Estadía:
Gestión		<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un guión o protocolo de bienvenida por parte de los anfitriones, presentar en forma detallada las viviendas y los servicios con que cuenta el emprendimiento. - Contar con una guía básica de frases en inglés y español para mejor la comunicación con los pax. - Mejorar la estética de las infraestructuras especialmente comunitarias, pintándola, utilizando elementos decorativos que hablen de la cultura afroecuatoriana. - Fumigar periódicamente, para efecto de no tener insectos en las habitaciones, baños y exteriores de las casas.
		Convivencia cultural:
		<ul style="list-style-type: none"> - Contar con un guión o protocolo que hable de la naturaleza comunitaria de cada sector o comunidad y se presente al inicio de cada tour. - Para la decoración minimizar el uso de objetos plásticos, utilizar objetos decorativos que hablen de la cultura local.
		Excursiones:
		<ul style="list-style-type: none"> - Tener un guión técnico de las actividades que se desarrollarán todos los días y exponer a los turistas todas las noches después de cenar, las actividades del día siguiente.

- Los guías de la parroquia deben disponer de información actualizada de la realidad local y nacional, así como histórica y cultural.

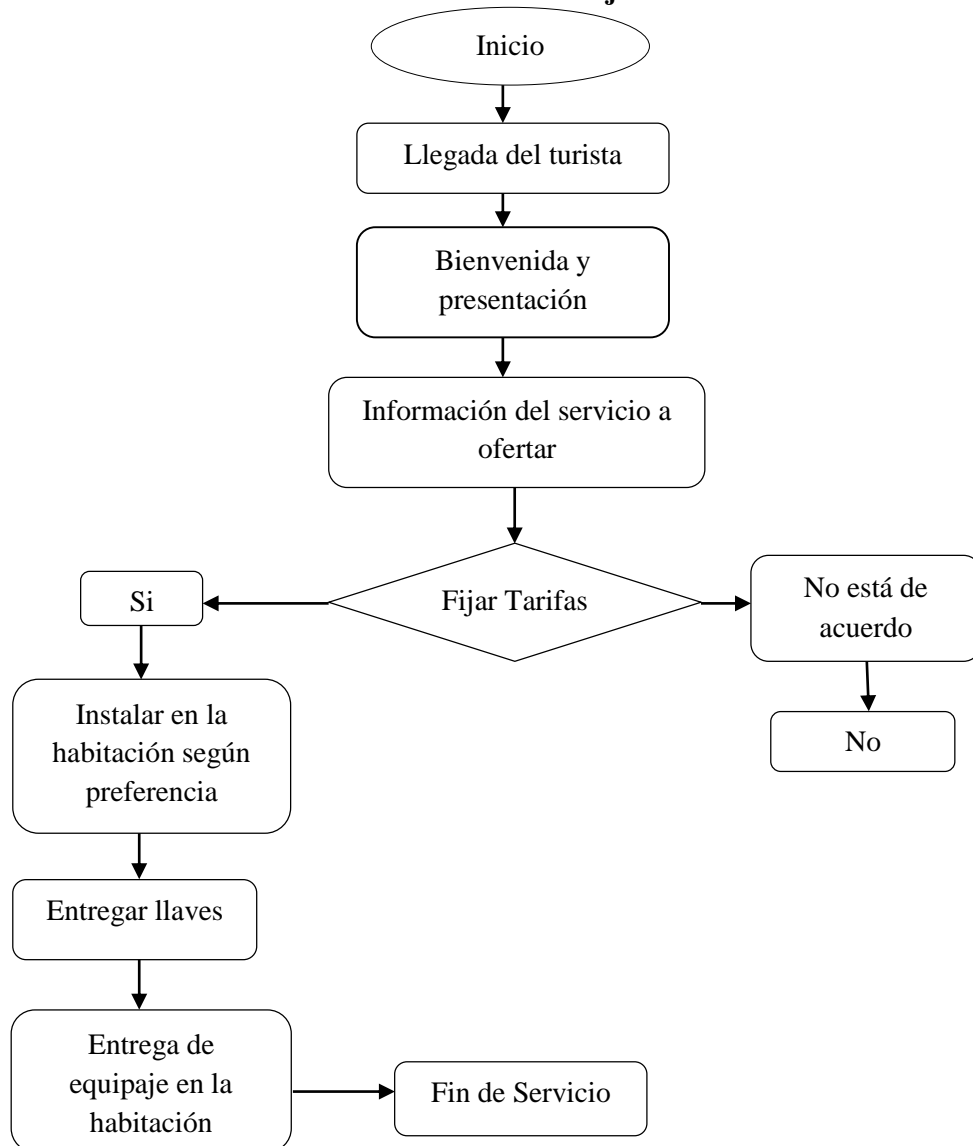
Seguimiento:

- Realizar autoevaluaciones periódicas de cada emprendimiento.
- Contar con mecanismos de evaluación constante a los servicios de los emprendimientos por parte de la coordinación general del turismo comunitario de Santa Catalina de Salinas.

Elaborado por: Anderson Maldonado
Fecha: 08/04/2015

6.6.1.1.1 Flujoograma del proceso de alojamiento

Gráfico No. 44 Proceso de alojamiento



Elaborado por: Anderson Maldonado
Fecha: 09/04/2015

6.6.1.2 Estándares para emprendimientos de alimentación

Tabla No. 70: Estándares de calidad para emprendimientos de alimentación

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar
Alimentación	Física/tangible	

Contacto y Reservación:

- Promocionar la existencia de los restaurantes comunitarios, con diferentes materiales impresos, escritos, entre otros., así como con señalética informativa.
- La señalética informativa deberá ser colocada en sitios de bastante afluencia turística como el caso de la estación del tren, gobierno parroquia, en el complejo turístico.
- El primer contacto, debe ser con los coordinadores del turismo comunitario de Salinas, ya sea vía telefónica, por internet o personalmente, para reservaciones de servicios gastronómicos.
- Contar con un contrato de servicios donde se detalle precios, políticas, fechas, cantidades, etc. de tarifa.

Gestión

Recepción y Servicio:

- Contar con un guión y protocolo de información, recepción y venta de servicios, así como de información técnica en caso de ser requerida por las agencias contratantes o por los turistas.
- Contar con un guión y protocolo de presentación del personal del restaurante comunitario y de su naturaleza comunitaria, así como de sus servicios.
- Presentación formal del grupo a prestar los servicios a cargo de un coordinador.
- Crear y aplicar una normativa de servicios y aseo del personal de cocina especialmente para los Restaurantes Comunitarios, pero sin perder su naturaleza cultural. Tomando en cuenta varios aspectos básicos como:
- Cartel sobre mesa reservada con nombre del grupo.
- Colocar sobre la mesa cubiertos para el número determinado de pax que ha realizado la reservación.
- Información verbal de la coordinadora sobre el menú a degustar.
- Servicio de plato por plato ejemplo.
- Apenas se termina de comer se limpia la mesa inmediatamente, así como el piso en caso de haber basura.
- Prohibir el ingreso de animales perros o gatos,

-
-
- gallinas u otros al interior de los comedores.
 - Prohibir el uso de equipos de música a gran volumen mientras se está comiendo.

Ambiente y decoración:

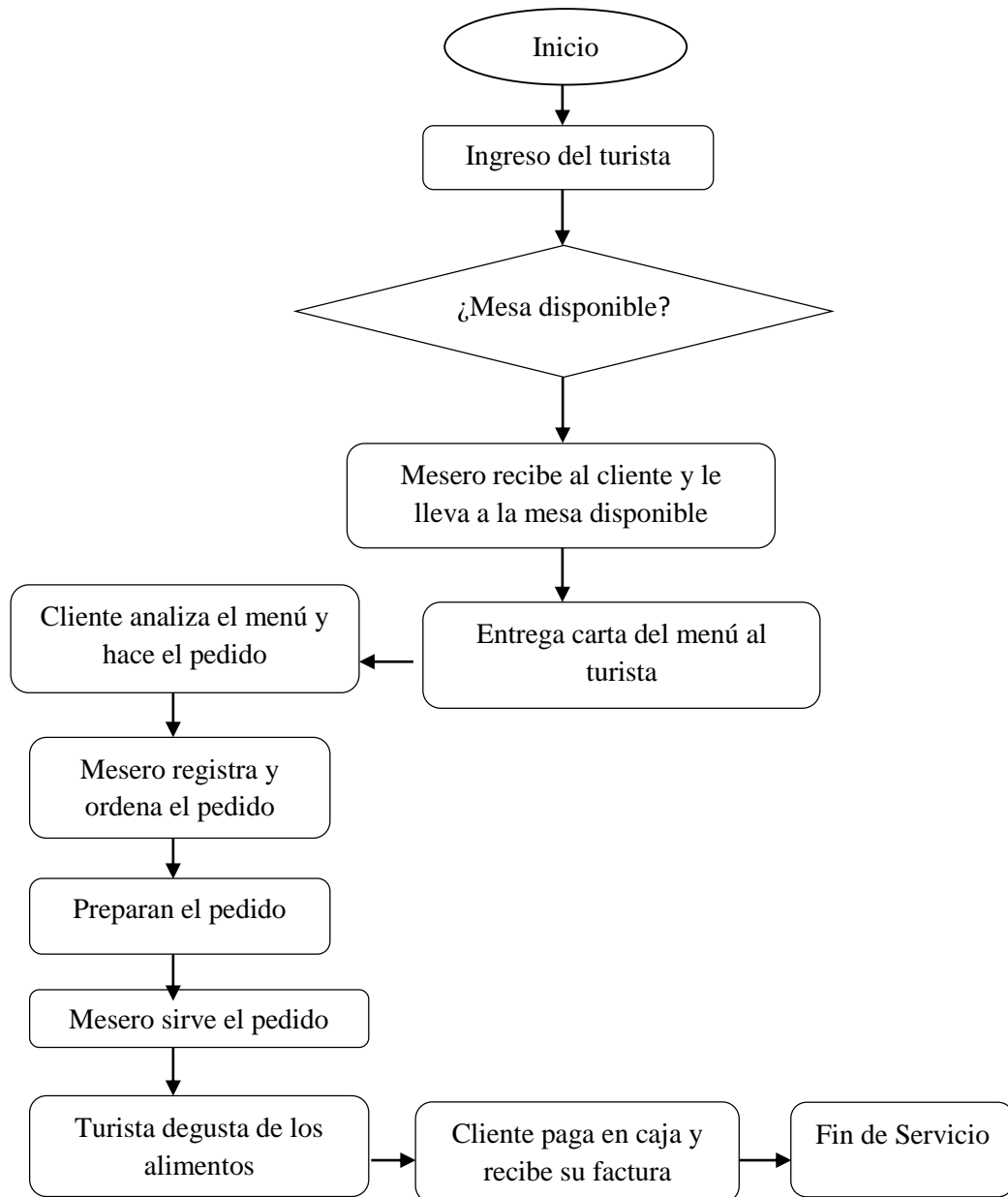
- El emprendimiento deberá disponer de un nombre, en un letrero acondicionado para tal efecto el mismo que armonice con la construcción y con el valor cultural de la propuesta.
- Los restaurantes o comedores deberán tener el mobiliario necesario para la prestación de este servicio con diferentes tamaños. Debiendo individualizar la atención a cada grupo.
- El servicio higiénico deberá estar constantemente aseado y dotado de útiles de aseo, las paredes deberán estar limpias así como tendrán dos rodapiés uno al interior y otro al exterior.
- Los servicios higiénicos deberán tener el piso y paredes preferentemente con cerámica.
- Tanto las paredes del restaurante, comedor, cocina y baños deberán estar completamente limpios, libres de animales o insectos, como telas de araña, moscas, sancudos o nidos de avispas por lo que deberá haber una fumigación constante.
- Los exteriores entendiéndose por patios y casa adyacente o huertos deberán estar limpios sin ningún resto de basura.
- Se recomienda que en los patios existan lugares en donde se pueda descansar o esperar que las mesas sean desocupadas.
- Se deberá prohibir la presencia de alambres con ropa en los exteriores de los restaurantes.
- Se deberá poner un recipiente o buzón para efecto de receptar propinas para el emprendimiento, así como un cuaderno para comentarios, en caso de haberlos.
- Se deberá alejar la presencia de animales perros, gatos, gallinas o animales del corral cerca del restaurante y peor al interior de los comedores.

Valoración Cultural:

- Los restaurantes turísticos comunitarios deberán ser decorados con elementos del sector y cada uno de los elementos deberá contener una interpretación, la misma que constituya un argumento físico de la valoración de la Cultura del lugar.

6.6.1.2.1 Flujograma del proceso de alimentación

Gráfico No. 45: Proceso de Alimentación



Elaborado por: Anderson Maldonado
Fecha: 09/04/2015

6.6.1.3 Estándares para emprendimientos de guianza

Tabla No. 71: Estándares de calidad para emprendimientos de guianza

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar
Guianza	Física/tangible	<p>Formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los guías deberán tener un proceso formal de capacitación abalizado por el Ministerio correspondiente y en concordancia con la propuesta turística comunitaria de la parroquia. - Los guías deberán tener una acreditación formal por parte del Ministerio competente, además de la Comunidad o de la Red. - Los guías podrán ser hombres o mujeres mayores de edad y deberán ser preferentemente de la parroquia de Salinas. <p>Capacitación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los conocimientos del guía deberán ser amplios en relación: Historia, Antropología, Geografía, Cultura local y turismo actual. - Se deberá crear un manual de procedimiento de trabajo para los guías en relación a coordinar con los emprendimientos comunitarios, así como la prestación de servicios para los visitantes. - Los guías deberán ser capacitados preferentemente en inglés, técnicas de conducción de grupos y liderazgo. <p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Deberá existir un manual de procedimiento de trabajo para los guías en relación a coordinar con los emprendimientos comunitarios, así como la prestación de servicios para los visitantes. - El guía asignado conjuntamente con la coordinadora del emprendimiento o del servicio comunitario a ofrecerse, deberá explicar a los visitantes los servicios que recibirán, su importancia y el beneficio socio económico para la parroquia. - El guía deberá recibir en la oficina que contrata sus
	Gestión	

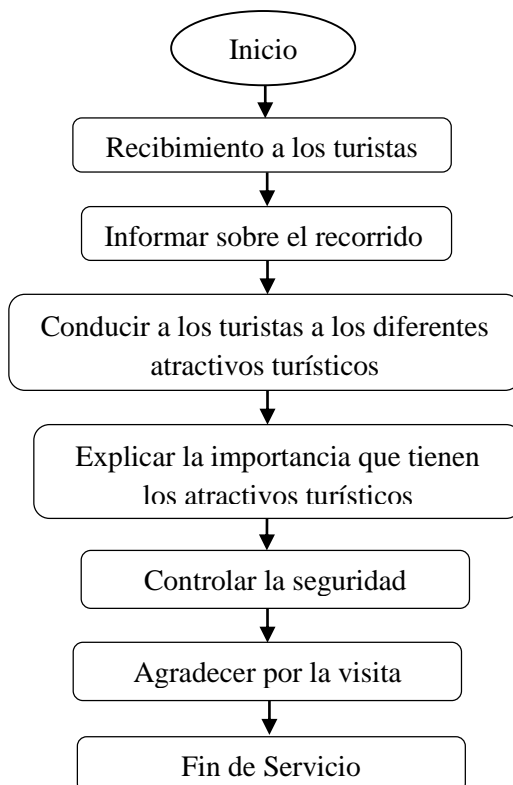
servicios un Boucher con las indicaciones que deberá cumplir y conjuntamente con el coordinador de la Operadora y el o los turistas deberán ser explicados de la ruta a seguir y de las obligaciones del guía por cumplir, todo esto con la presencia del turista o visitante.

- Cuando los paquetes sean de más de dos días, después de cada cena, el coordinador junto al guía o acompañante explicaran el itinerario o actividades que realizarán al día siguiente, así les dirán lo que deberán llevar para dicha excursión.
- Al final de cada trayecto el guía será el encargado de hacer llenar la hoja de evaluación, la cual será sistematizada por el coordinador comunitario.
- Los guías deberán ser evaluados trimestralmente por el Proyecto Turístico Comunitario de la parroquia.

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 08/04/2015

6.6.1.3.1 Flujograma del proceso de guianza

Gráfico No. 46: Proceso de Guianza



Elaborado por: Anderson Maldonado
Fecha: 09/04/2015

6.6.1.4 Estándares para emprendimientos de transporte

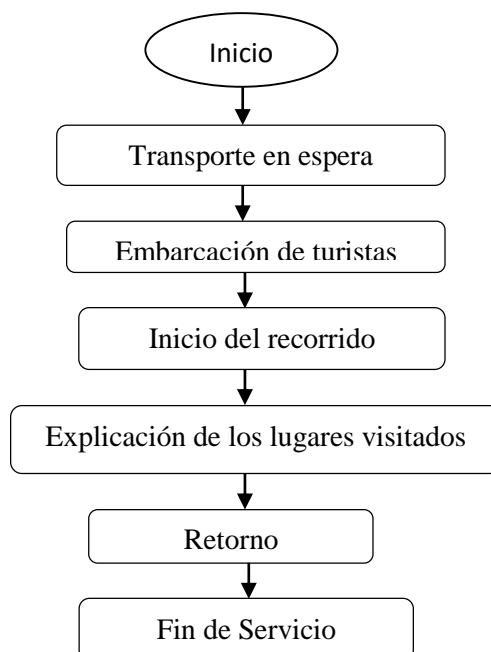
Tabla No. 72: Estándares de calidad para emprendimientos de transporte

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar
Transporte	Física/tangible	<p>Servicio y Oferta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se deberá tener una oferta complementaria de transporte vinculada a los servicios y paquetes Comunitarios. - La chiva turística de la parroquia deberá ser trasformada en un vehículo más vistoso, más alegre y más típico de la Comunidad. - Toda unidad de transporte deberá estar en buenas condiciones mecánicas. <p>Gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las unidades de transporte deberán estar limpias antes y durante su uso. - El transporte contratado deberá estar estacionado 15 minutos antes de la hora prevista. - El Chofer deberá tener licencia de conducción profesional, así como deberá conocer los sitios que se vinculan a la propuesta de turismo. - En caso de determinados recorridos se recomienda establecer las tarifas con anticipación. - Los vehículos deberán constar con toda su documentación en regla.

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 08/04/2015

6.6.1.4.1 Flujograma del proceso de transporte

Grafico No. 47: Proceso de Transporte



Elaborado por: Anderson Maldonado
Fecha: 09/04/2015

6.6.1.5 Estándares para emprendimientos de artesanías

Tabla No. 73: Estándares de calidad para emprendimientos de artesanías

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar
Artesanías	Física/tangible	<p>Adquisición materia prima:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar preferentemente materia prima de la parroquia de Santa Catalina de Salinas o de sus alrededores. - Desarrollar nuevos productos artesanales en función del material reciclado y del volumen de la misma comunidad. - Usar materia prima que no esté en peligro de extinción, que su utilización no implique exterminar especies vegetales y animales. <p>Procesamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contratación de mano de obra dando prioridad a la local. - Desarrollo de modelos artesanales o productos agroalimenticios con identidad local y aprovechamiento de las potencialidades del sector. - Diseño utilitario en función del mercado consumidor y de las necesidades de los emprendimientos de la parroquia. Ejemplo: artesanía para el consumidor extranjero no local, conocer lo que los europeos y otros necesitan y sus preferencias. - Diseño innovador o único. - Tamaño y peso que permitan su fácil transportación - Dar preferencia a procesos manuales de elaboración. <p>Acabados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Materiales preferentemente locales. - Coloridos. - No usar productos tóxicos: selladores de madera, no esmaltado con plomo, entre otros. <p>Embalaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atractivo. - Económico. - Que venda una Marca Registrada. - Que el embalaje tenga marketing de la parroquia de Salinas e información del turismo comunitario de este sector. <p>Promoción y comercialización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar un estudio de materiales y productos de la parroquia potencialmente utilizables para su transformación y comercialización. - Contar con una política y un manual de manejo de

inventarios que permitan el cumplimiento en las entregas, y una efectiva rotación.

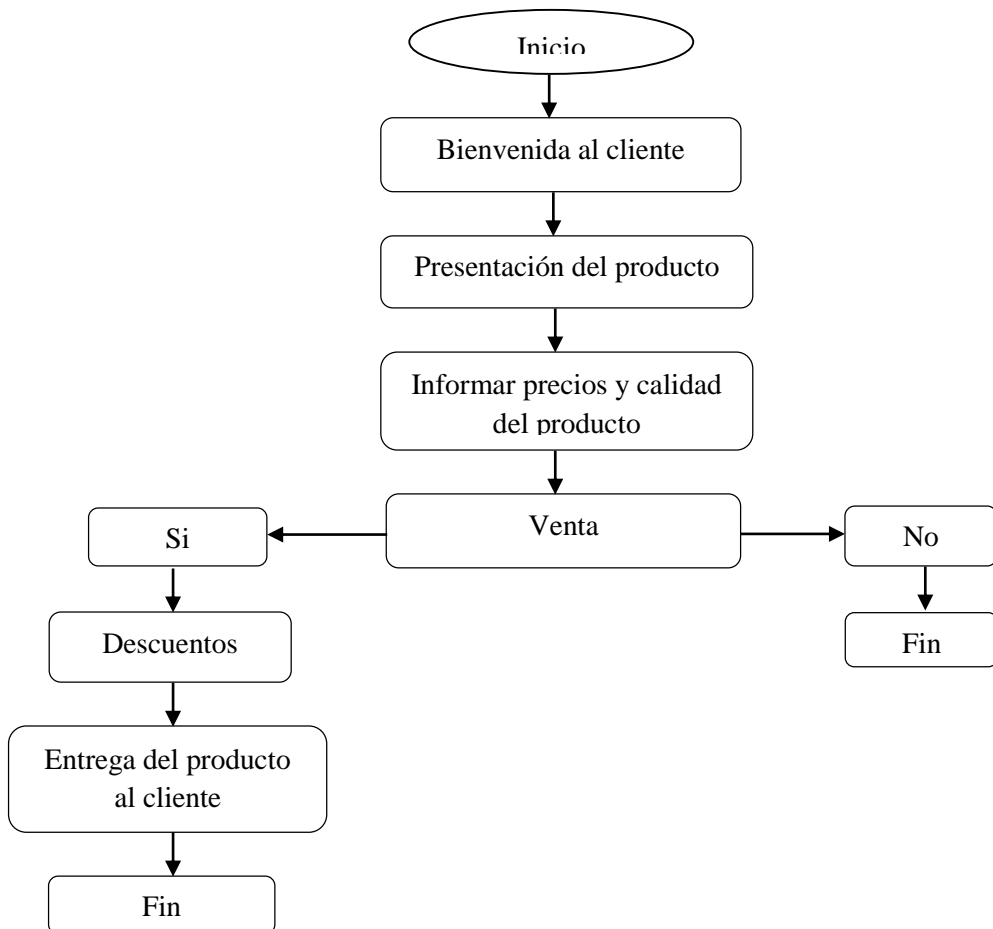
- Comercializar artesanía y productos turísticos del sector en las diferentes ferias que se presentan en la provincia y el país.
 - Contar con variedad de productos artesanales y realizar un plan de marketing.
 - Desarrollo de nuevos modelos y o productos en función de potencialidades y de la demanda de mercado y el aprovechamiento de puntos de venta de Intermediarios con políticas de precios y comisiones definidas.
 - Creación o contratación de equipo de ventas de productos de la comunidad y desarrollo de un plan de ventas corporativas.
-

Elaborado por: Anderson Maldonado.

Fecha: 08/04/2015

4.6.1.5.1 Flujograma del proceso de artesanías

Grafico No. 48: Proceso de Artesanías



Elaborado por: Anderson Maldonado

Fecha: 09/04/2015

6.6.1.6 Estándares para emprendimientos de música y danza

Tabla No. 74: Estándares de calidad para emprendimientos de música y danza

Servicios	Indicador	Determinación de Estándar
Música y Danza	Física/tangible	<p>Definir producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contar con información histórica que retome las verdaderas prácticas tradicionales vinculadas al folclor de Salinas e incluir las mismas en las presentaciones. - Definir un verdadero producto con características propias y únicas de la parroquia. - Se debe definir dicho producto como autóctono y único del Ecuador y posesionarlo como tal. <p>Definir participante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Involucrar la participación y dirección de músicos o bailarinas natales del sitio y conocedoras de esta actividad. - Unificar experiencia e historia local y tecnología foránea actual, para adaptar estos cambios a la estructura actual. - Se debe capacitar a los participantes tanto en folclor como en danza tomando en consideración los anteriores criterios. - Para efecto que se presente un producto acorde a la cultura afroecuatoriana. - Se debería contar con una planificación, planes de reinversión, capacitación, uniformes, promoción y pago justo por este servicio. <p>Ejecución:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear un protocolo de bienvenida, explicación y presentación de los espectáculos. - Capacitar absolutamente a todos los miembros de los grupos, para que conozcan el valor y la cultura de lo que ellos están representando. - Contar con una política de tarifas, para efecto de cada presentación la misma que inicialmente financie la dotación de vestimenta típica, de todos los participantes. - Se deberá contar con un repertorio acorde a las preferencias musicales de los diferentes grupos visitantes. - Se deberá permitir que el grupo fusione el ritmo local con nuevos ritmos que ellos consideren pertinente. - Elaborar instrumentos típicos del sector utilizando los elementos que antiguamente se utilizó para darles vida: hojas, peinillas, embudos, entre otros. - En lo posible se deberá contratar a músicos antiguos

Gestión

del sector, para efecto que enseñen a tocar dichos instrumentos.

- Se deberá fusionar los instrumentos antiguos con los instrumentos actuales.
- Contar con materiales publicitarios y artículos que permitan el financiamiento y mejoramiento del emprendimiento como DVD, CD, fotos, postales, etc.

Valoración Cultural:

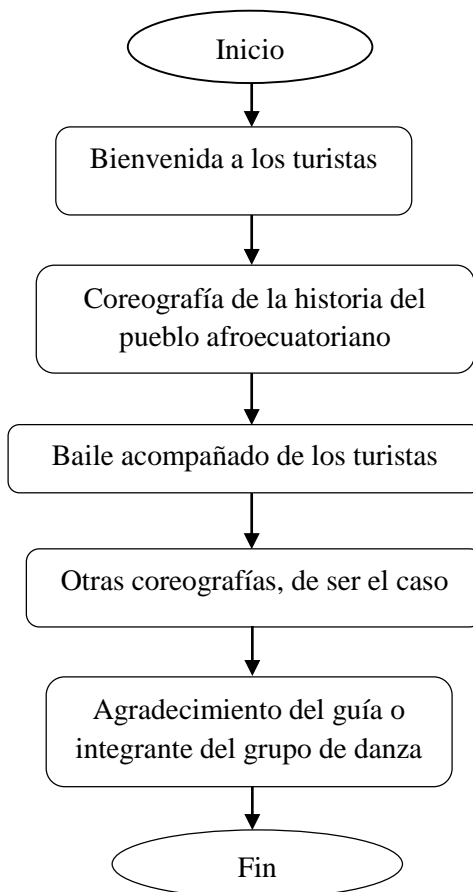
- Se deberá socializar la verdadera naturaleza de los emprendimientos y valor cultural que la comunidad tiene sobre los mismos.
- Se deberá realizar planes de valoración cultural dirigidos a la comunidad.

Elaborado por: Anderson Maldonado.

Fecha: 08/04/2015

6.6.1.6.1 Flujograma del proceso de música y danza

Gráfico No. 49: Proceso de Música y Danza



Elaborado por: Anderson Maldonado

Fecha: 09/04/2015

6.6.2 Plan de Capacitación para los emprendimientos de la parroquia de Santa Catalina de Salinas

La segunda alternativa para dar cumplimiento a esta investigación es la implementación de un programa de capacitación para los emprendimientos turísticos de la parroquia de Salinas, con el afán de mejorar los procesos, organizativos, operativos, administrativos y financieros de dichas iniciativas.

6.6.2.1 Objetivos del programa de capacitación

- ✓ Alcanzar la eficiencia y eficacia de los emprendimientos.
- ✓ Contribuir al desarrollo del talento humano, diseñando un modelo de capacitación que oriente a la formación profesional.
- ✓ Preparar al talento humano para la ejecución de diversas actividades relacionadas al turismo comunitario.

El programa de capacitación se llevará a cabo durante seis meses, con una duración de cuatro horas a la semana, tomando en consideración el día más adecuado para todos los emprendimientos, tiene una primera parte que está enfocado al manejo exclusivo de la administración, contabilidad, destrezas del emprendedor entre otros, con el objeto de potencializar la organización y reflejar una rentabilidad económica, en donde participarán todos los emprendimientos y población en general.

La segunda parte está dirigida exclusivamente a cada emprendimiento de acuerdo a sus necesidades que presenta en el interior de su organización para potencializar la atención al turista de manera eficiente, con el apoyo de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque, Gad Salinas y Fundación de Fortalecimiento Organizativo Sembrando Nuestro Futuro (FFOSNF).

Este programa de capacitación deberá ser monitoreado de forma permanente, para medir el impacto y evidenciar el crecimiento organizacional que tengan los emprendimientos turísticos de la parroquia.

6.6.2.2 Programa de capacitación para emprendimientos turísticos

Tabla No. 75: Programa de capacitación para emprendimiento turísticos de Salinas

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN				
Emprendimiento	Actividades	Horario	Horas	Responsable
Todos los emprendimientos y población en general	1. Administración de Empresas	8:00 a 12:00	4	GAD SALINAS, OCBP, FFOSNF
	1.1 Definición de la Administración			
	1.2 Que es un Gerente y un Administrador			
	1.3 Habilidades administrativas			
	2. La empresa turística	8:00 a 12:00	4	
	2.1 Concepto de la empresa			
	2.2 Tipos de empresas			
	2.3 Elementos de la empresa			
	2.4 Funciones de la empresa			
	2.5 Criterios de clasificación de la empresa			
	3. Proceso administrativo	8:00 a 12:00	4	
	3.1 Planeación			
	3.2 Organización			
	3.3. Ejecución			
	3.4 Control			
	4. Contabilidad	8:00 a 12:00	4	
	4.1 Para qué sirve la contabilidad			
	4.2 Nociones básicas de contabilidad			
	4.3 Registros que debe llevar la contabilidad			
	5. Libro diario	8:00 a 12:00	4	
5.1 Que un libro diario				
5.2 Recomendaciones para llevar un libro diario				
6. Inventario	8:00 a 12:00	4		
7. El cliente				
7.1 Atención al cliente				
8. El emprendedor	8:00 a 12:00	4		
8.1 Requisitos para ser emprendedores				
8.2 Ventajas del emprendedor				

	9. Toma de decisiones empresariales		
	10. Liderazgo empresarial		
	11. Conocimientos sobre el RISE y facturero		
	11.1 Quienes pueden acogerse	8:00 a 12:00	4
	11.2 Cuales son sus beneficios		
	11.3 Cuales son sus requisitos		
	Subtotal		32
Alojamiento y Alimentación	12. Asistencia a hogares, cabañas y restaurantes		68
	13. Gastronomía		
	14. Mediación comunitaria	8:00 a 12:00	
	15. Protocolo		
	16. Servicio al cliente		
	17. Ingles turístico		
	18. Valoración cultural		
Guianza	19. Mediación comunitaria		
	20. Protocolo		
	21. Servicio al cliente	8:00 a 12:00	
	22. Ingles turístico		
	23. Valoración cultural		
Transporte	24. Mediación comunitaria		
	25. Animación y entrenamiento	8:00 a 12:00	
	26. Valoración cultural		
Artesanías	27. Valoración cultural		
	28. Diseño		
	29. Comercialización y promoción	8:00 a 12:00	
	30. Ingles turístico		
Música y Danza	31. Mediación comunitaria		
	32. Protocolo	8:00 a 12:00	
	33. Valoración cultura		
	Total		100

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 08/04/2015

6.6.2.3 Presupuesto del Programa de Capacitación

Tabla No. 76: Presupuesto del programa de capacitación

PRESUPUESTO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario/h	Total
100 horas	Honorarios capacitadores	25,00	2.500,00
120	Módulos	1,80	216,00
120	Esferos	0,24	28,80
120	Lápices	0.24	28,80
120	Carpetas	0.25	30,00
2	Resmas de papel boom	3.90	7,80
120	Certificados	0.50	60,00
	Imprevistos	100,00	100,00
	Total		2.963,60

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 08/04/2015

6.6.3 Articulación del turismo comunitario de la parroquia Santa Catalina de Salinas con la red nacional de turismo a través de la FEPTCE

6.6.3.1 Antecedentes

Desde hace aproximadamente veinte años, los pueblos y nacionalidades del Ecuador, han buscado alternativas para adaptarse a las nuevas situaciones socioculturales de la sociedad y para enfrentar la crisis económica, profundizada por el proceso de la globalización. En este sentido, empiezan a construir desde sus propias racionalidades culturales experiencias de autogestión turística comunitaria, las mismas que van encontrando en el turismo una posibilidad de mejorar sus condiciones de vida y de abrir espacios para encuentros interculturales.

Si bien, inicialmente la experiencia prioriza una perspectiva principalmente económica, esta se va profundizando en la marcha y se empieza a mirar al turismo desde una perspectiva lógica sistémica. En este campo las comunidades encuentran en el desarrollo de esta actividad, como un espacio que posibilite la

autoafirmación identitaria, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva, que contribuya al fortalecimiento socio-organizativo, así como para la preservación y manejo sostenible del medio ambiente.

Esta experiencia se ha constituido en un esfuerzo pionero en América Latina, a la vez que ha aportado a diversificar y potencializar la oferta turística del Ecuador hacia el mundo. Para dar mayor fortaleza a este trabajo, se conformó la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, es una organización comunitaria, constituida jurídicamente mediante acuerdo ministerial N° 20020059, del 11 de septiembre del 2002, cuyo estatuto vigente fue aprobado mediante Acuerdo N° 20050005, expedido con fecha 25 de mayo del mismo año, publicado en el Registro Oficial N° 23 de junio de 2005. Su sede en la ciudad de Quito, con jurisdicción nacional.

Agrupar a más de 60 experiencias turísticas de gestión comunitaria de las nacionalidades y pueblos indígenas, mestizos, montubios y afroecuatorianos, con cobertura en las regiones Costa, Sierra y Amazonía.

Es el Organismo Gremial representativo del Turismo Comunitario del país, por ello es miembro del Consejo Consultivo del Ministerio de Turismo. La FEPTCE, tiene como objetivo general, promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario para mejorar la calidad de vida de las comunidades, de las nacionalidades y pueblos, desde una perspectiva integral sostenible con identidad, representándolas a nivel nacional e internacional.

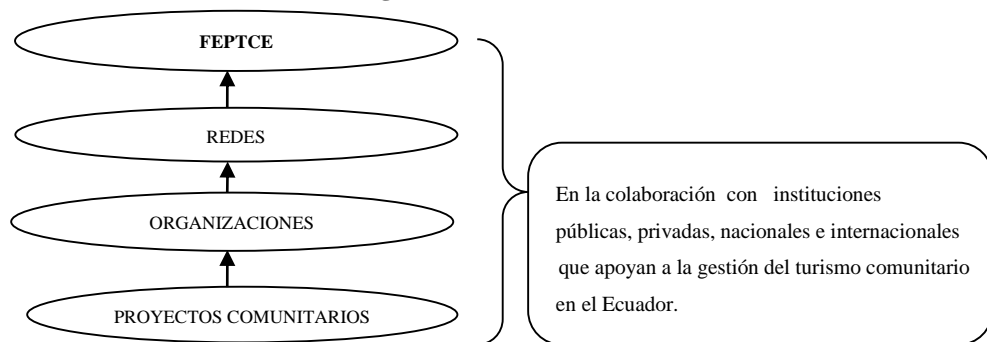
Su área de trabajo en las cuales considera prioritarias la vida de la FEPTCE, como medio para lograr un auténtico desarrollo humano y comunitario, son las siguientes:

➤ Turismo comunitario;

- Cultura e identidad cultural;
- Defensa ambiental y territorial;
- Métodos alternativos de resolución de conflictos;
- Economía social y solidaria para el desarrollo;
- Patrimonio comunitario; y,
- Equidad de género y generacional.

6.6.3.2 Estructura Socio-Organizativa de la FEPTCE

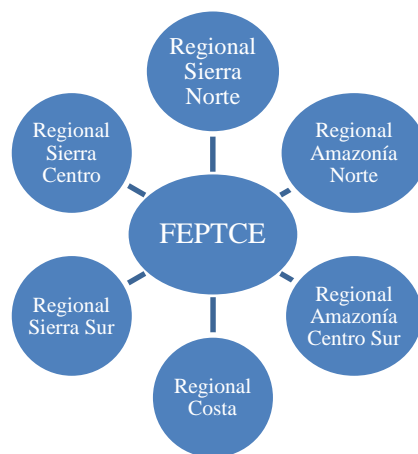
Gráfico No. 50: Estructura Socio-Organizativa



Fuente: FEPTCE; Guía de Turismo Comunitario del Ecuador; marzo, 2007.
Elaboración por: Anderson Maldonado.

6.6.3.3 Regiones de turismo comunitario que insertan en la estructura organizativa de la FEPTCE

Gráfico No. 51: Regiones del turismo comunitario de la FEPTCE



Fuente: FEPTCE; Guía de Turismo Comunitario del Ecuador; marzo, 2007.
Elaboración por: Maldonado A.

6.6.3.4 Estructura de la organización nacional

Ilustración No. 52: Estructura de la organización nacional de la FEPTCE



Fuente: FEPTCE; Guía de Turismo Comunitario del Ecuador; marzo 2007.

Elaboración por: Maldonado A.

6.6.3.5 Para que trabajan las comunidades de la FEPTCE en la gestión turística

Las nacionalidades y pueblos indígenas, afroecuatorianos, campesinos y montubios del Ecuador, que trabajan en la gestión turística del Ecuador, son herederos de las diversas culturas ancestrales y los territorios de vida que ahora habitan. Hacer turismo para las comunidades significa la protección de los territorios, de vida y el derecho a la visibilización de las culturas, ser reconocidos como seres humanos que tienen una forma de vida diferente. En tal sentido, la participación en el turismo asegura la protección y gestión sostenible de este patrimonio de vida, garantizada por la filosofía y tradición milenaria de respeto y cuidado a la Madre Tierra, con la cual le une vínculos sagrados.

5.6.3.6 Registro de Centros de Turismo Comunitario

Es importante realizar el registro de todos los centros turísticos comunitarios, para la cual la comunidad tendrá que estar constituida con personería jurídica, debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro se lo puede hacer en diferentes direcciones provinciales o en la matriz del Ministerio de Turismo del país, debiendo adjuntar los siguientes requisitos:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas.
- Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitarios del Ecuador (FEPTCE).
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo). Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).
- Valor de registro es de \$ 94,40 dólares.
- El certificado se otorgará en aproximadamente 30 minutos, después de la evaluación de los servicios ofertados.

La legalización de los Centro de Turismo Comunitario les permite obtener varios incentivos entre ellos: ser parte de la oferta turística del país a través de un reconocimiento jurídico y legal de los CTC en el catastro turístico del país, pueden acceder a la promoción nacional e internacional por parte del Ministerio

de Turismo, acceder a líneas de crédito público privadas, fomento y apoyo a programas de capacitación y acceso a programas de cooperación interministerial.

6.6.3.7 Normativa que regula los principios del turismo comunitario

La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.

Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades, mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades.

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

6.6.3.8 Membresía para miembros activos de la FEPTCE

6.6.3.8.1 Miembros activos

Pueden ser miembros activos de la FEPTCE, las comunidades u organizaciones comunitarias, como comunas, comunidades, asociaciones, centros, comités, recintos, palenques, cooperativas (solo en Galápagos), etc. que oferten algún tipo de servicio turístico, con excepción de las empresas societarias o

unipersonales de capital; los organismos del Estado; y, las organizaciones religiosas.

6.6.3.8.2 Criterios para calificar como miembros activos

- El beneficio directo para la comunidad de las actividades turísticas que realice.
- La participación consensuada de los miembros de la comunidad.
- La gestión propia.
- El manejo responsable de los recursos naturales y culturales.
- La personalidad jurídica comunitaria.

6.6.3.8.3 Requisitos formales

Para ser miembro activo deberán presentar los siguientes documentos:

1. Solicitud de Afiliación, dirigida al presidente de la organización provincial o regional filial de la FEPTCE, o al presidente nacional, si no existiera organizaciones provinciales o regionales.
2. Copia certificada del Acuerdo / Resolución Ministerial, o documentos similares, que demuestren la personalidad jurídica.
3. Copia certificada del estatuto aprobado en vigencia.
4. Copia certificada del registro de la directiva o del nombramiento.
5. Acta de asamblea general, en la que conste:
 - ✓ La resolución de pertenecer a la FEPTCE.
 - ✓ Nombramiento de un Delegado/a Principal y un/a Suplente, con todas las atribuciones para tomar decisiones a nombre de la organización que los delega.
 - ✓ Lista de asistentes a la asamblea general, con sus números de cédula y las firmas autógrafas.
6. Copias de la Cédula de los Delegados/as.
7. Pago único de derecho de inscripción, por el valor de USD \$ 100,00.

La consolidación de la FEPTCE como forma alternativa de gestión turística depende, de diversos factores: la maduración de sus operaciones, la solidez

organizativa como gremio de turismo comunitario, la búsqueda de acceso directo al mercado nacional e internacional, la presión por la participación en la toma de decisiones, y la interlocución más horizontal con la empresa privada, el Estado y el Mercado.

En los últimos años FEPTCE ha trabajado sobre todo en consolidar su derecho al territorio y ampliar el marco de acción en el ejercicio turístico. Así, se ha logrado incidir en nuevas normativas que cristalizan las aspiraciones de ejercer el turismo con exclusividad en su territorios (el sector privado empresarial debe acatar las normas de las comunas para el uso de sus atractivos turísticos); los guías comunitarios realizan sus actividades en las comunidades y también en los pueblos a los que pertenecen y en interrelación con otras comunidades y pueblos; en definitiva, conquista algunos derechos que anteriormente le estaban negados.

Con el advenimiento de un régimen constitucional cuya economía es social y solidaria, FEPTCE interviene en consolidar el modelo comunitario de la economía, e incide tanto en la construcción de los contenidos de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria (LOEPS), cuanto en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

Razón por la cual, la parroquia de Santa Catalina de Salinas, se ve en la necesidad de articular su turismo comunitario a la red nacional, a través de la FEPTCE, para potencializar y competir en igualdad de condiciones, sin lugar a duda, será una estrategia importante para implementar mecanismos e instrumentos que permitan la participación efectiva de la comunidad, con el objeto de tener mejores condiciones de vida, para lo cual se ha diseñado algunos paquetes turísticos y progresivamente se irán conformando otros, que articulen diferentes lugares del Ecuador.

6.6.3.9 Diseño de paquetes turísticos para la parroquia de Santa Catalina de Salinas

Según Chan. (2010), indica que “paquetes turísticos es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma “de bloque” a un precio único y global” (p.19). Se lo considera un conjunto de servicios debido a que en el momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Transporte de aproximación
- ✓ Gastronomía
- ✓ Recreación
- ✓ Visitas guidas
- ✓ Transporte local
- ✓ Lugar de diversión

Es decir, que el paquete turístico tiene por función la comercialización turística de un destino y entre sus principales características se destacan, la ganancia en términos de tiempo que percibe el turista y posibilitar la visita masiva a un destino, sin alterar su capacidad de carga diaria.

Con el objeto de incrementar la demanda turística se han diseñado ocho paquetes turísticos para la parroquia de Santa Catalina de Salinas, que se detallan a continuación:

6.6.3.9.1 Paquete Turístico 1

Tabla No. 77: Paquete Turístico 1

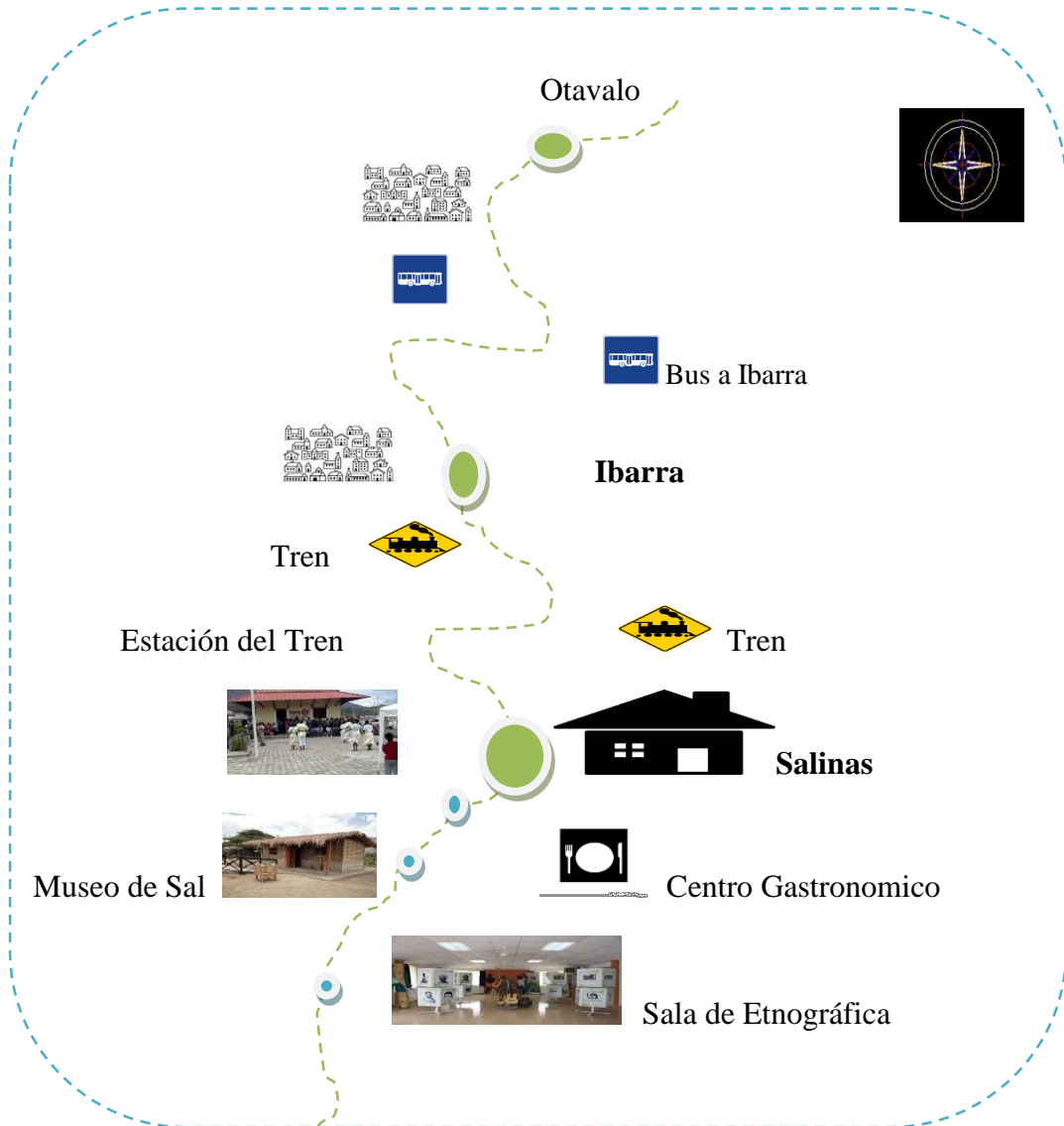
Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas			
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
Día 1	8:45	Salida de Otavalo	
	9:30	Llegada a la estación del tren de Ibarra	
	10:00	Salida del tren Ibarra- Salinas	
	12:00	Llegada a Salinas; presentación de danza reflejando la cultura afroecuatoriana.	
	12:30	Caminata por las principales calles y atractivos de la parroquia de Salinas	
	13:00	Charla explicativa en el Museo de la Sal	
	13:40	Almuerzo	
	15:00	Visita a la Sala Etnográfica	
	15:30	Llegada a la estación del tren de Salinas	
	16:00	Salida del tren Salinas-Ibarra	
	18:00	Llegada a Ibarra y salida de Otavalo	
	18:45	Ciudad de Otavalo fin del tour	
Descripción del paquete			
En la mañana luego de viajar en el tren a la parroquia de Santa Catalina de Salinas, los turistas serán recibidos por la comunidad, con mucha amabilidad y alegría a través de los grupos de danza y música, luego se trasladaran a conocer sobre la historia del sector en los establecimientos culturales, como son la sala etnográfica y el museo de sal y en la tarde se realizara el regreso a la ciudad de Otavalo.			
Requerimientos para la visita		Documentos personales para el registro de turistas	
		Protector solar, gorra para el sol, gafas	
		Cámara fotográfica	
Normas de comportamiento		No arrojar basura	
		No recolectar especies de flora y fauna	
		No destruir infraestructura y materiales	
Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte Otavalo-Ibarra-Otavalo ✓ Tren Ibarra-salinas-Ibarra ✓ Alimentación ✓ Visitas anteriormente descritas. 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas ni bebidas extras. ✓ Gastos personales o propinas. ✓ Artesanías adicionales
Observaciones: El paquete empezará en la mañana			
Precio:		\$40.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA

Fecha: 2014

6.6.3.9.1 Croquis del Paquete Turístico No. 1

Ilustración No. 13: Croquis del Paquete Turístico No. 1



Simbología de Atractivos.

- Tren de la libertas
- Estación de Salinas
- Museo de Sal
- Centro de Interpretación
- Centro Gastronómico



Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.3.9.2 Paquete Turístico 2

Tabla No. 78: Paquete Turístico 2

Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas			
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
Día 1	7:30	Salida de Otavalo a la Reserva del Ángel	
	9:30	Reserva el Ángel caminata	
	11:00	Salida a la Comunidad de Mascarilla	
	12:15	Visita a Mascarilla y taller artesanal de mascararas	
	13:00	Salida a Salinas	
	13:15	Almuerzo en Centro Gastronómico Palenque	
	14:30	Charla explicativa en el Museo de la Sal	
	15:0	Visita a la Sala Etnográfica	
	15:30	Llegada a la estación del tren con dirección a Ibarra	
	18:00	Llegada a Ibarra y salida a Otavalo	
	18:45	Ciudad de Otavalo fin del tour	
Descripción del paquete			
Se empieza en la ciudad de Otavalo en un bus contratado con dirección al cantón Espejo, para visitar la reserva ecológica del Ángel y hacer una caminata, luego se procede hasta llegar la comunidad de Mascarilla visitar sus artesanías, luego sale con dirección a Salinas para conocer su riqueza cultural y luego partir a la ciudad de Ibarra en el Tren de la Libertad.			
Requerimientos para la visita		Documentos personales para el registro de turistas	
		Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente, abrigos gruesos	
		Cámara fotográfica	
Normas de comportamiento		No arrojar basura	
		No recolectar especies de flora y fauna	
		No destruir infraestructura y materiales	
Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte Otavalo-reserva el Ángel-Mascarilla-Salinas ✓ Tren Ibarra-salinas-Ibarra ✓ Alimentación ✓ Visitas anteriormente descritas. ✓ Entradas 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas ni bebidas extras. ✓ Gastos personales o propinas. ✓ Artesanías adicionales
Observaciones: El paquete empezará en la mañana			
Precio:		\$75.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA
Fecha: 2014

6.6.3.9.3 Paquete Turístico 3

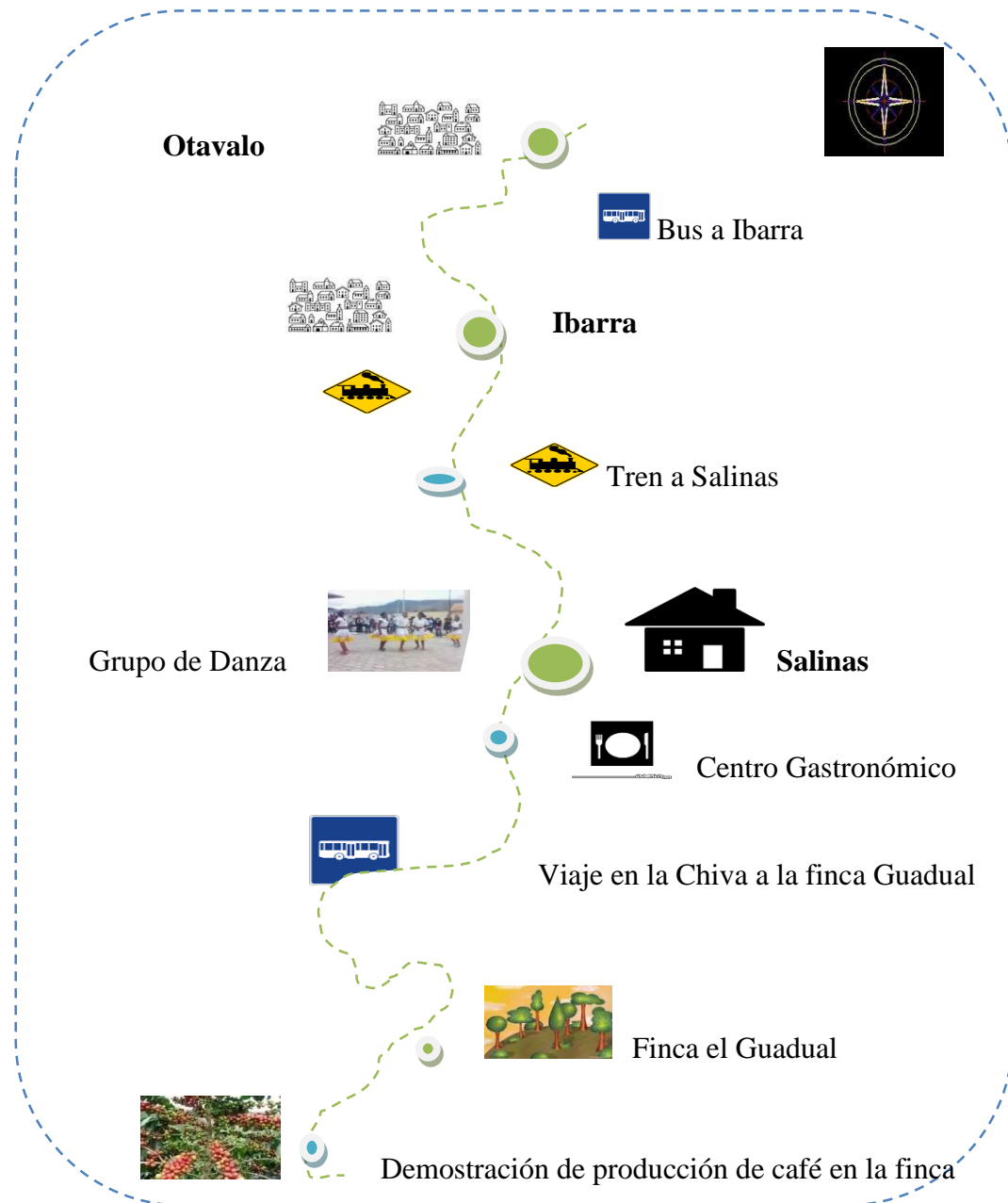
Tabla No. 79: Paquete Turístico 3

Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas			
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
Día 1	9:00	Salida de Otavalo	
	9:45	Chequeo en el Tren	
	10:30	Salida en el Tren Ibarra-Salinas	
	12:00	Llegada a Salinas y presentación y recibimiento con un grupo danza afroecuatoriana	
	12:30	Almuerzo en el Centro Gastronómico Palenque	
	13:30	Salida a la Comunidad Corazón de Guadual	
	14:15	Llegada y visita a la finca agro turística, caminata, demostración y procesamiento de café.	
	15:30	Salida en transporte terrestre a Otavalo	
	17:30	Ciudad de Otavalo fin de tour	
Descripción del paquete			
Se empieza en la mañana con salida de Otavalo a Ibarra para embarcarse en el Tren de la Libertad para llegar a la parroquia de Santa Catalina de Salinas, almorzar en el mismo lugar y luego tomar un bus con dirección a la comunidad Corazón de Guadual hasta llegar a la finca agro turística, realizar caminata y ver la demostración del procesamiento del café para posteriormente trasladarse a la ciudad de Otavalo.			
Requerimientos para la visita		Documentos personales para el registro de turistas	
		Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente, botas	
		Cámara fotográfica	
Normas de comportamiento		No arrojar basura	
		No recolectar especies de flora y fauna	
		No destruir infraestructura y materiales	
Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte Otavalo-Ibarra-Comunidad de Corazón- Otavalo ✓ Tren Ibarra-salinas ✓ Alimentación ✓ Visitas anteriormente descritas. ✓ Guía nativo 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas ni bebidas extras. ✓ Gastos personales o propinas. ✓ Artesanías adicionales
Observaciones: El paquete empezará en la mañana			
Precio:		\$73.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA
Fecha: 2014

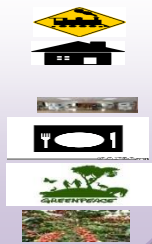
6.6.3.9.3.1 Croquis del Paquete Turístico No. 3

Ilustración No. 15: Croquis del Paquete Turístico No. 3



Simbología de Atractivos.

- Tren de la libertad
- Estación de Salinas
- Museo de Sal
- Centro de Interpretación
- Centro Gastronómico
- Finca el Guadual
- Café



Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.3.9.4 Paquete Turístico 4

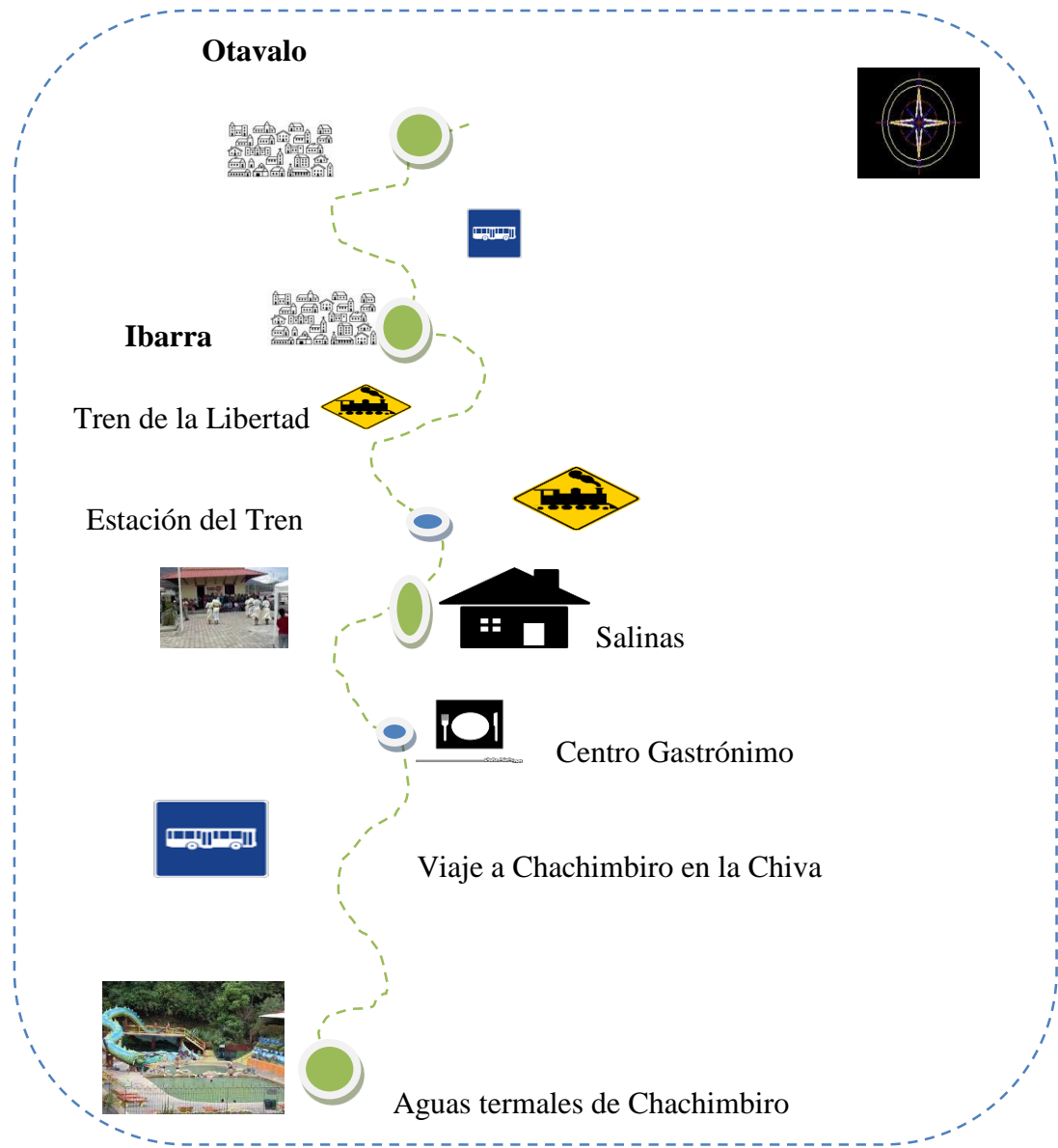
Tabla No. 80: Paquete Turístico 4

Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas			
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
Día 1	9:00	Salida de Otavalo a Ibarra	
	9:30	Chequeo en tren Ibarra	
	10:30	Salida tren Ibarra-Salinas	
	12:00	Llegada a Salinas y recibidos por un grupo de danza afroecuatoriana	
	12:30	Almuerzo en el Centro Gastronómico Palenque	
	13:30	Salida en bus a Chachimbiro	
	14:30	Agua termales de Chachimbiro	
	17:00	Salida a de Chachimbiro a Otavalo	
	18:45	Ciudad de Otavalo fin del tour	
Descripción del paquete			
Se empieza en la ciudad de Otavalo en un bus contratado con dirección a Ibarra hasta llegar a la estación del tren para embarcar y trasladarse a Salinas, almorzar y partir para las aguas termales de Chachimbiro disfrutar de un ambiente agradable.			
Requerimientos para la visita	Documentos personales para el registro de turistas		
	Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente, implementos para piscinas		
	Cámara fotográfica		
Normas de comportamiento	No arrojar basura		
	No recolectar especies de flora y fauna		
	No destruir infraestructura y materiales		
Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte Otavalo-Ibarra-Salinas-Chachimbiro- Otavalo ✓ Tren Ibarra-salinas ✓ Alimentación ✓ Entrada a termas de Chachimbiro ✓ Guía nativo 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas ni bebidas extras. ✓ Gastos personales o propinas. ✓ Artesanías adicionales
Observaciones: El paquete empezará en la mañana			
Precio:		\$80.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA
Fecha: 2014

6.6.3.9.4.1 Croquis del Paquete Turístico No. 4

Ilustración No. 15: Croquis del Paquete Turístico No. 4



Simbología de Atractivos.

Tren de la libertad	
Estación de Salinas	
Interpretación	
Centro Gastronómico	
Chiva turística	
Chac himbiro	

Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.3.9.5 Paquete Turístico 5

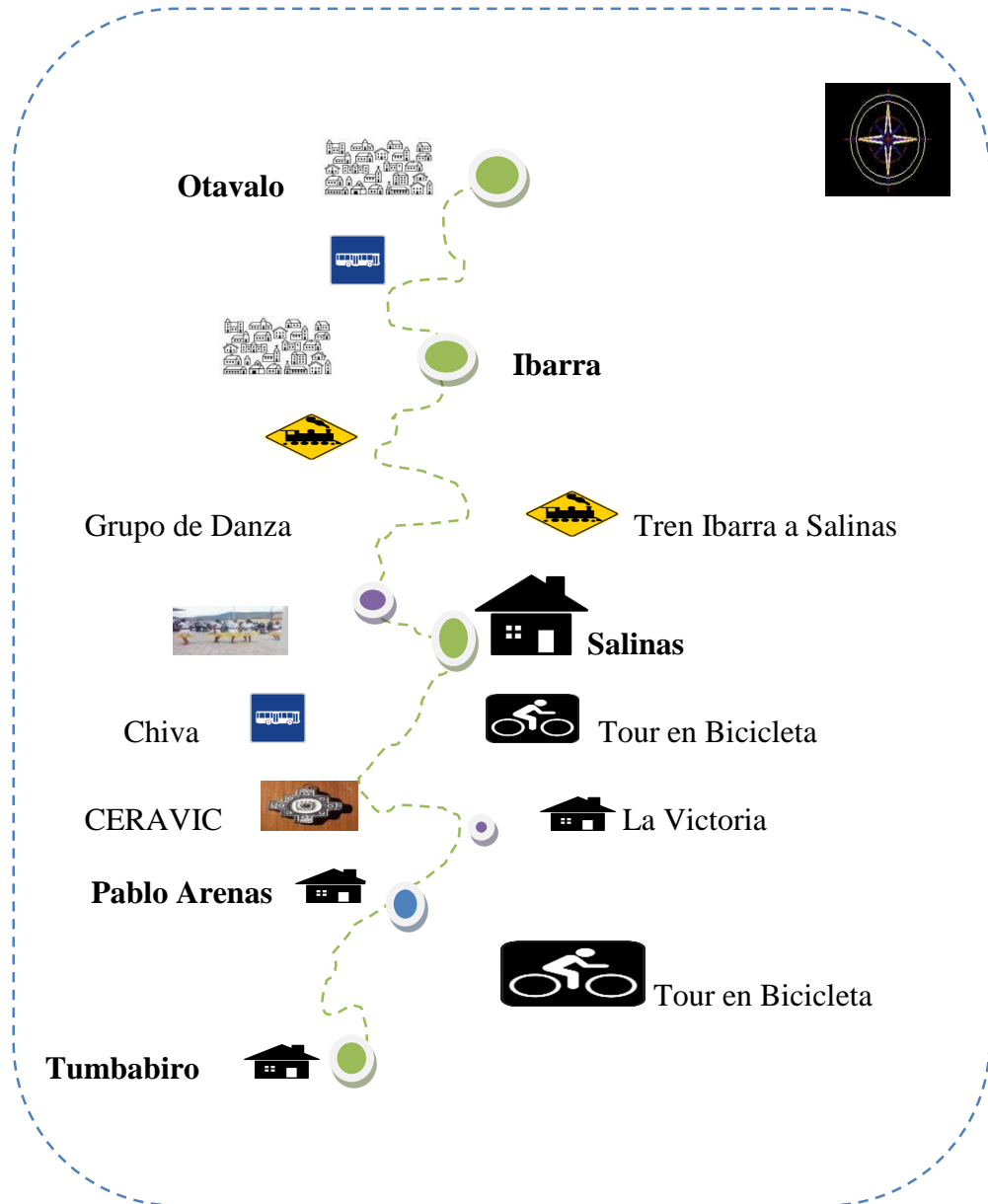
Tabla No. 81: Paquete Turístico 5

Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
Día 1	7:30	Salida de Otavalo
	9:30	Estación del tren en Ibarra
	11:00	Salida en el tren Ibarra-Salinas
	12:00	Llegada a Salinas y recibimiento por un grupo de danza afroecuatoriana
	12:00	Salida a la comunidad La Victoria
	12:45	Visita charla de demostración del taller de cerámica CERAVIC
	13:15	Transporte a Pablo Arenas y box lonct
	14:00	Visita para conocer el descubrimiento del pueblo de Pablo Arenas
	14:30	Salida tour Bicicletas dirección Tumbabiro-Salinas
	15:30	Chequeo en la estación del tren en Salinas
	16:00	Salida en el tren Salinas-Ibarra
	17:30	Llegada a Ibarra y salida a Otavalo
	18:45	Ciudad de Otavalo fin del tour
Descripción del paquete		
Es un paquete muy atractivo empezando en la ciudad de Otavalo, para trasladarse a la parroquia de Santa Catalina de Salinas, luego conocer las experiencias del procesamiento de la cerámica en la comunidad La Victoria, avanzar hasta Pablo Arenas y regresar a Salinas en bicicleta para posteriormente viajar en el tren hasta Ibarra o culminar el viaje en Otavalo.		
Requerimientos para la visita	Documentos personales para el registro de turistas	
Requerimientos para la visita	Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente, equipamiento deportivo, cámara fotográfica	
Normas de comportamiento	No arrojar basura	
	No recolectar especies de flora y fauna	
	No destruir infraestructura y materiales	
Observaciones: El paquete empezará en la mañana		
Precio:	\$86.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	





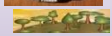

Elaborado por: Fundación CODESPA
Fecha: 2014

6.6.3.9.5.1 Croquis del Paquete Turístico No. 5

Ilustración No. 16: Croquis del Paquete Turístico No. 5



Simbología de Atractivos.

- Tren de la libertad 
- Estación de Salinas 
- Chiva turística 
- Artesanías CERAVIC 
- Bosque nativo de Pablo Arenas 
- Tour en Bicicleta 

Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.3.9.6 Paquete Turístico 6

Tabla No. 82: Paquete Turístico 6

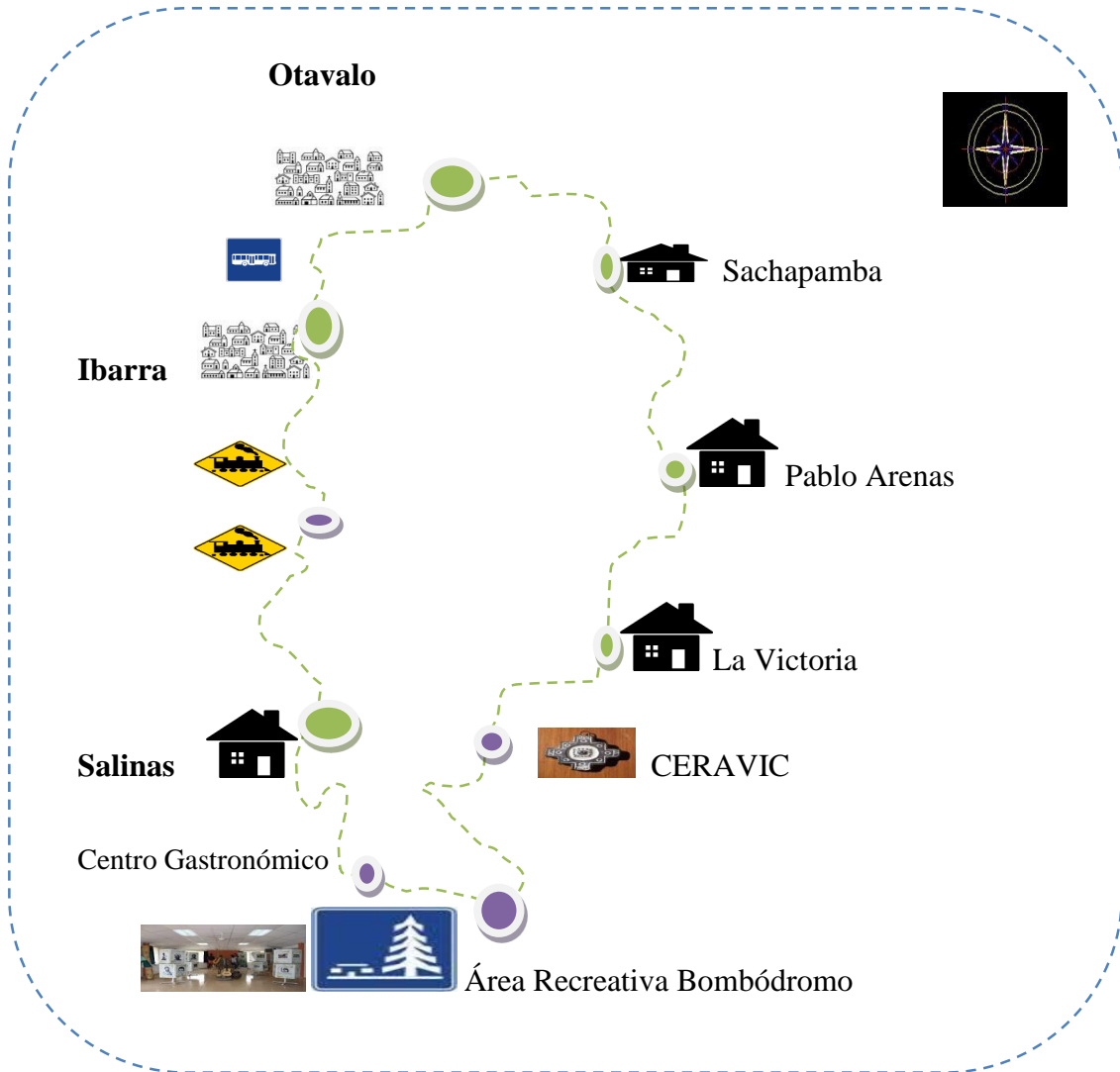
Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas		
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
Día 1	7:30	Salida de Otavalo- Sacha Pamba
	9:00	Llegada a Sacha Pamba
	9:15	Salida tour bike
	9:45	Llegada a Cahuasqui para conocer el descubrimiento de esta parroquia ancestral
	10:00	Salida a la Pablo Arenas
	10:45	Parada y reconocimiento del pueblo Pablo Arenas
	11:00	Salida vía empedrada a la comunidad la Victoria
	11:30	Llegada y visita al taller de cerámicas CERAVIC
	12:00	Salida con dirección Salinas
	12:30	Visita al museo de la sal
	13:00	Almuerzo
	14:00	Visita al complejo turístico Bombódromo
	16:00	Salida del tren Salinas-Ibarra
	17:30	Llegada a Ibarra y salida a Otavalo
18:45	Ciudad de Otavalo fin del tour	
Descripción del paquete		
Es un paquete en donde se mezcla el deporte, cultura y relajamiento, recorriendo diferentes comunidades con el objeto de conocer su cultura, tradiciones, recorrer en bicicleta varios tramos del recorrido y disfrutando del complejo turístico Bombódromo en la parroquia de Santa Catalina de Salinas para luego regresar en tren hasta Ibarra.		
Requerimientos para la visita	Documentos personales para el registro de turistas	
	Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente, equipamiento deportivo y para piscinas, cámara fotográfica	
Normas de comportamiento	No arrojar basura	
	No recolectar especies de flora y fauna	
	No destruir infraestructura y materiales	
Observaciones: El paquete empezará en la mañana		
Precio:	\$82.00 x pax	
	Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA

Fecha: 2014

6.6.3.9.6.1 Croquis del Paquete Turístico No. 6

Ilustración No. 17: Croquis del Paquete Turístico No. 6



Simbología de Atractivos.

Tren de la libertad
Estación de Salinas



Centro Gastronómico



Chiva turística
Artesanías CERAVIC



Área Recreativa



Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.3.9.7 Paquete Turístico 7

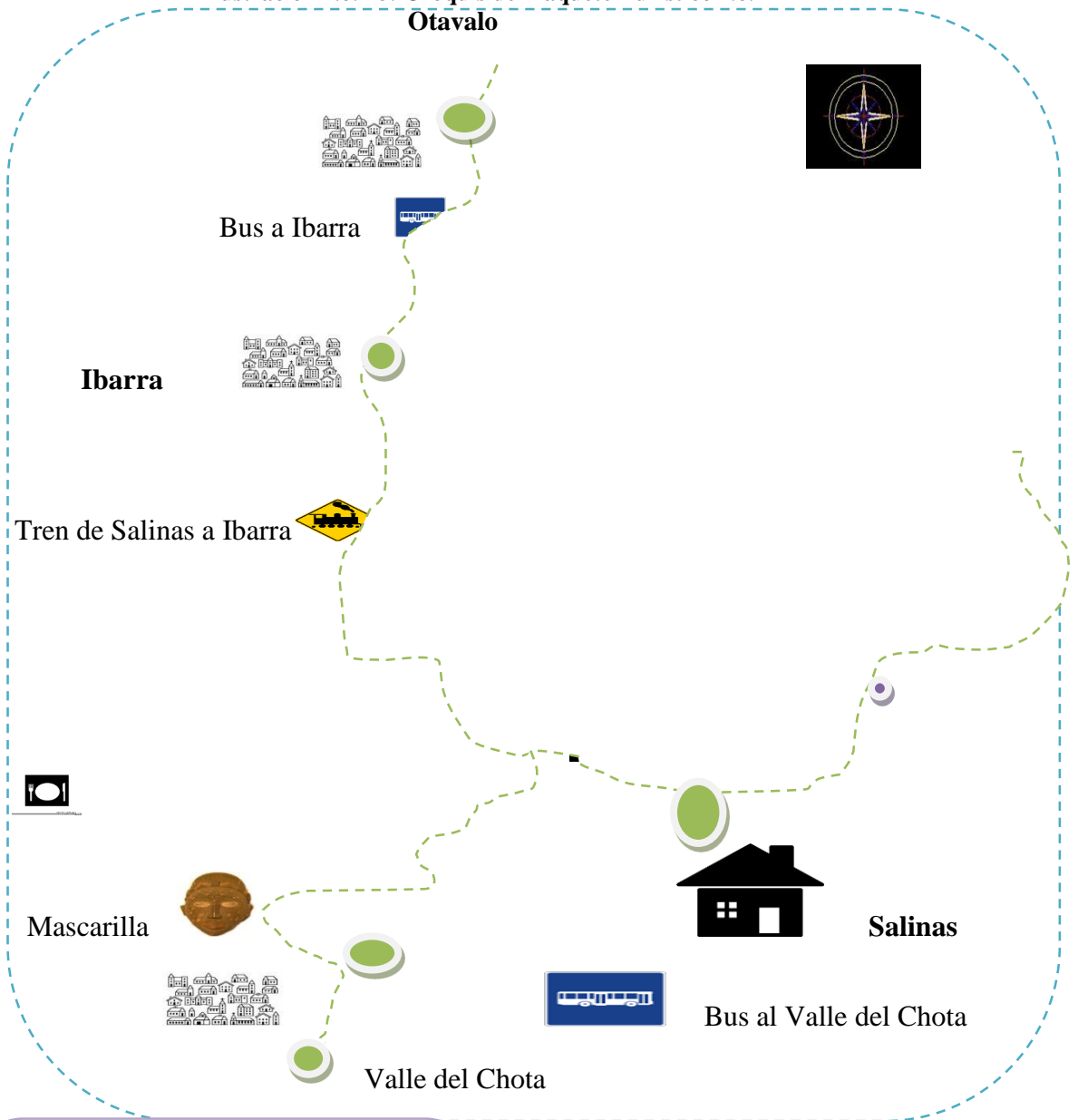
Tabla No. 83: Paquete Turístico 7

Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas			
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
Día 1	9:00	Salida de Otavalo	
	9:45	Cheque en la estación del tren en Ibarra	
	10:30	Salida tren Ibarra-Salinas	
	12:00	Llegada a Salinas y recibidos por un grupo de danza y un grupo de música bomba	
	12:30	Almuerzo	
	13:30	Salida a la comunidad de Mascarilla	
	13:45	Visita al taller y demostración de máscaras	
	14:45	Salida al Valle del Chota	
	15:15	Visita a la escuela de futbol e intercambio de experiencias	
	17:00	Regreso a Otavalo	
	18:00	Ciudad de Otavalo fin del tour	
Descripción del paquete			
Paquete cultural que sale desde la ciudad de Otavalo hasta llegar a Ibarra para llegar a Salinas por la ruta del tren, almorzar en la localidad y partir en bus a la comunidad de mascarilla, valle del chota y regreso a Otavalo en bus.			
Requerimientos para la visita		Documentos personales para el registro de turistas	
		Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente	
		Cámara fotográfica	
Normas de comportamiento		No arrojar basura	
		No recolectar especies de flora y fauna	
		No destruir infraestructura y materiales	
Paquete Incluye		Paquete no incluye	
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte Otavalo-Salinas-Mascarilla-Valle del Chota-Otavalo ✓ Tren Ibarra-salinas ✓ Alimentación ✓ Guía nativo ✓ Visitas anteriormente descritas. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas ni bebidas extras. ✓ Gastos personales o propinas. ✓ Artesanías adicionales
Observaciones: El paquete empezará en la mañana			
Precio:		\$75.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA
Fecha: 2014

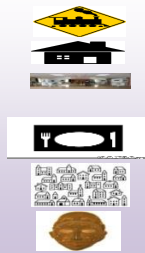
6.6.3.9.7.1 Croquis del Paquete Turístico No. 7

Ilustración No. 18: Croquis del Paquete Turístico No. 7
Otavalo



Simbología de Atractivos.

- Tren de la libertad
- Estación de Salinas
- Museo de Sal
- Centro de Interpretación
- Centro Gastronómico
- Valle del Chota
- Mascarilla



Fuente: Tabla No. 92

Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.3.9.8 Paquete Turístico 8

Tabla No. 84: Paquete Turístico 8

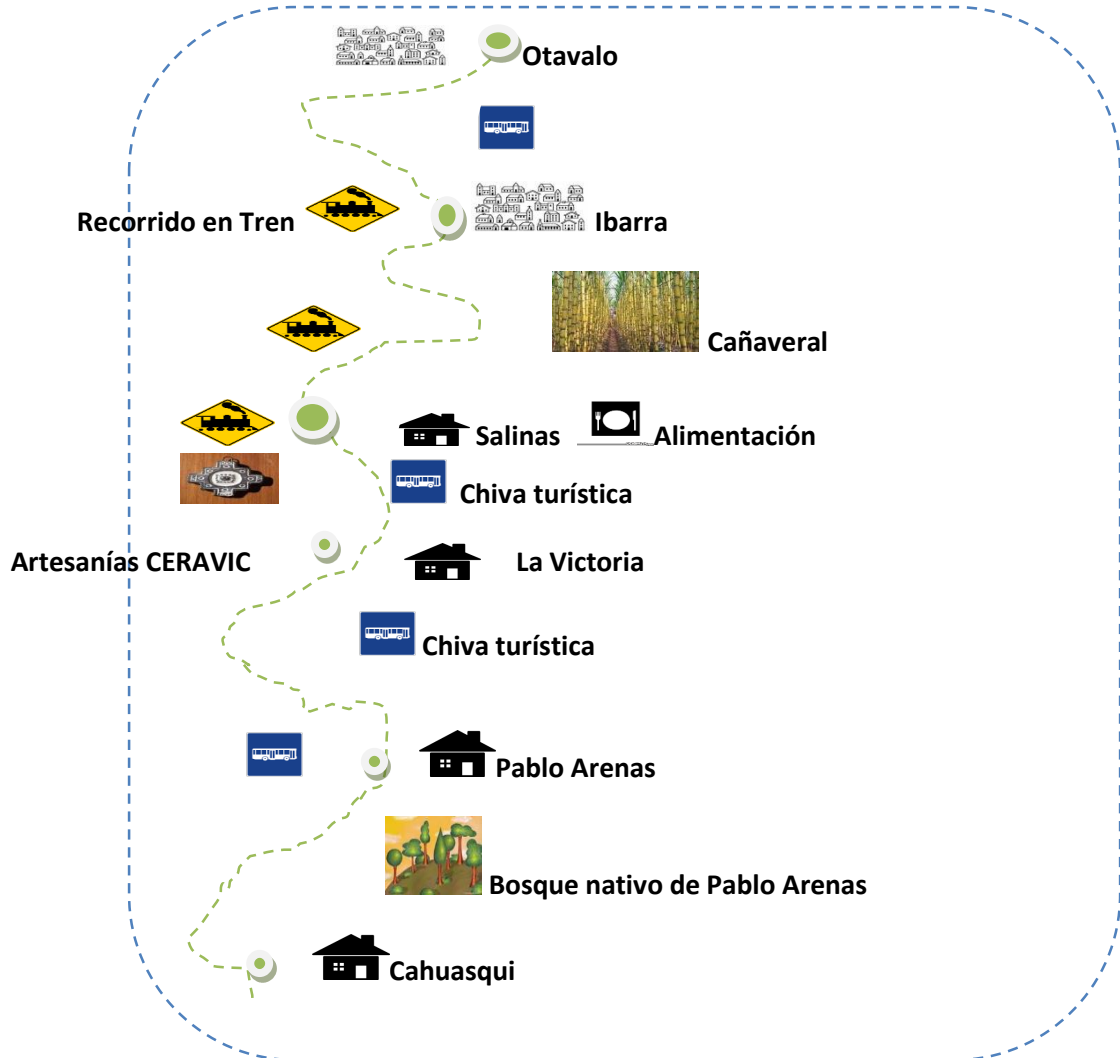
Centro de Operaciones: Turismo Comunitario Salinas			
Itinerario			
Día	Hora	Actividades	
Día 1	9:00	Salida de Otavalo	
	9:45	Cheque en la estación del tren en Ibarra	
	10:30	Salida tren Ibarra-Salinas	
	12:00	Llegada a Salinas y recibidos por un grupo de danza y un grupo de música bomba	
	12:30	Salida a la comunidad la Victoria en la Chiva turística	
	12:45	Visita charla de demostración del taller de cerámica CERAVIC	
	13:15	Traslado a Pablo Arenas en la Chiva turística y box lonch	
	13:30	Relato de la historia de esta parroquia	
	14:00	Sigue la ruta con destino a Cahuasqui	
	14:30	Relato de la historia de esta parroquia	
	15:00	Regreso a Salinas en la Chiva turística	
	15:30	Llegada a Salinas y cheque en la estación del tren	
	16:00	Salida tren Salinas-Ibarra	
	17:30	Llegada a Ibarra y traslado a Otavalo	
18:00	Ciudad de Otavalo fin del tour		
Descripción del paquete			
Paquete cultural que sale desde la ciudad de Otavalo hasta llegar a Ibarra para llegar a Salinas por la ruta del tren, tomar la chiva turística como medio de transporte y visitar la comunidad de la Victoria y las parroquias de Pablo Arenas, Cahuasqui y retornar a Salinas para tomar el tren y finalizar el recorrido en la ciudad de Otavalo.			
Requerimientos para la visita		Documentos personales para el registro de turistas	
		Protector solar, gorra para el sol, gafas, repelente, cámara fotográfica	
		No destruir infraestructura, materiales y no botar basura	
Paquete Incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Transporte Otavalo-Ibarra-Otavalo, chiva Salinas-Pablo Arenas-Cahuasqui-Salinas ✓ Tren Ibarra-Salinas-Ibarra ✓ Box lonch ✓ Guía nativo 	Paquete no incluye	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comidas ni bebidas extras. ✓ Gastos personales o propinas. ✓ Artesanías adicionales
Observaciones: El paquete empezará en la mañana			
Precio:		\$50.00 x pax Mínimo 2 pax hasta 4 pax	

Elaborado por: Fundación CODESPA

Fecha: 2014

6.6.3.9.8.1 Croquis del Paquete Turístico No. 8

Ilustración No. 19: Croquis del Paquete Turístico No. 8



Simbología de Atractivos

Tren de la libertad	
Estación de Salinas	
Museo de Sal	
Centro de Interpretación	
Centro Gastronómico	
Chiva turística	
Artesanías CERAVIC	
Bosque nativo de Pablo Arenas	

Elaborado por: Anderson Maldonado

6.6.4 Diseño de un portal web para el turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas

Según Ramos, M. (2011), indica que una página web “es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentra conectado a la red mundial de información denominada Internet” (p.32).

De forma general, se puede decir que una página web es un documento dinámico, porque permite realizar diferentes acciones a través de textos o imágenes, que conducen al usuario a otra página web, a otra sección dentro del documento o a un e-mail, en definitiva es un canal más de comunicación con sus clientes actuales y potenciales. Ser invisible en Internet en estos días es algo impensable para cualquier empresa que quiera tener presencia online y aparecer en los resultados de los motores de búsqueda.

Una de las debilidades del turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, es no contar con una presencia Online lo que implica que cierto segmento del mercado turístico potencial se esté perdiendo por la falta de reconocimiento de la parroquia, sus productos y servicios para el público en internet.

Durante mucho tiempo no se ha tenido en cuenta la importancia de una página web, y por el contrario utilizan otras estrategias como las de redes sociales, esto como justificación del porque la comunidad no cuentan con una página web, pero sin tener en cuenta que no se obtendrán los mismos resultados, o al menos los que se espera obtener.

Por estas y muchas razones es muy importante contar con una página web comunitaria, en donde se pueda recibir a los turistas y mostrar toda la información importante de la comunidad.

6.6.4.1 Requisitos para tener una página web

- ✓ Registrar un dominio: es la página principal de presentación del contenido de un sitio web, donde va a ser publicado.
- ✓ Contratar hosting (alojamiento u hospedaje): consiste en poner el sitio web en un servidor, desde el que las páginas serán descargadas por los visitantes que entren al sitio web.
- ✓ Diseño de la página web: consiste en la creación de un diseño y la maquetación de los textos, imágenes, vídeos y sonido.
- ✓ Programación: consiste en "traducir" el diseño a un código que pueda ser leído y entendido por los navegadores.

6.6.4.2 Propiedades que debe tener la página web

Estos son los pilares primordiales que debe tener la página web de Salinas para que sea eficiente y eficaz.

- **Optimización para buscadores:** contar con un nivel básico para ser encontrada vía los buscadores como google, además debe tener un servicio adicional de posicionamiento de palabras clave para incrementar las posibilidades de ser encontrado.
- **Código limpio:** considerar los estándares dictados por Google y por la WC3.org para la creación de la página web, ya que una página con muchos errores difícilmente será indexada en los buscadores.
- **Redacción y ortografía:** cuidar en medida de lo posible los errores y corregirlos al instante los que se pudiera haber colocado. Se deberá revisar varias veces antes y después de publicarla.
- **Descarga rápida y ordenada:** buscar óptimos para que la página web visualice sin contratiempos.
- **Hosting y Servicios Online:** se debe de sugerir planes de hosting de buen precio y desempeño. Ya los servidores permiten con facilidad instalar aplicaciones adicionales como foros, blogs y sistemas de control de

proyectos en caso que el turismo comunitario de Santa Catalina de Salinas así lo requiera.

6.6.4.3 Ventajas de contar con una página web

Al haber una cultura en crecimiento en el turismo comunitario, donde se reporta que la cantidad de usuarios se está duplicando año con año y que cada día más empresas consideran internet como una fuente de información fiable. Es importante contar con algo que nos separe de nuestros competidores y que sea herramienta para que nos encuentren nuevos prospectos.

En consecuencia, es fundamental contar con una página web para proyectar una imagen profesional y ofertar productos y servicios turísticos en la red, con el objeto de incrementar valores positivos en los prospectos del turismo comunitario, entre ellos están:

- Confianza
- Vanguardia
- Crecimiento y solidez
- Versatilidad en la oferta de los productos turísticos

6.6.4.4 Página web del turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas

La página web del turismo comunitario de la parroquia de Santa Catalina de Salinas estará diseñada de la siguiente forma:

Portada

Ilustración No. 20: Portada: Puerta al Pacífico



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS QUÉ HACER INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

HISTORIA MAPAS CÓMO LLEGAR



Tren de La Libertad


DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Historia de Santa Catalina de Salinas

Ilustración No.: 21: Historia de Salinas



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA


"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS QUÉ HACER INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

CONÓCENOS > HISTORIA

HISTORIA

Salinas es una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra, su nombre completo es Santa Catalina de Salinas, está ubicada al noreste de la ciudad de Ibarra se encuentra a aproximadamente 1.600 msnm, está rodeada por haciendas y plantaciones de caña de azúcar. Las primeras noticias que se tiene de esta parroquia es que sus primeros habitantes fueron indígenas, ellos se dedicaban a extraer sal que provenía de los salitrales de este sector y lo intercambiaban con habitantes de tierras altas por productos como el oro, ají y algodón. La sal era un producto tan esencial que llegó a tener mucho valor económico por lo que distintas congregaciones religiosas como los Dominicos, los Franciscanos, los Mercedarios y los Jesuitas despojaron a los indígenas sus tierras y trajeron a esclavos del África para trabajar en la extracción de sal, algodón e introdujeron la caña de azúcar al sector. Actualmente el 80% de su población es afro descendiente y se dedican al cultivo de la caña de azúcar y al turismo comunitario.



DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Como llegar a Santa Catalina de Salinas

Ilustración No. 22: Como llegar a Salinas



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

Buscar Q

CONÓCENOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

CONÓCENOS > **CÓMO LLEGAR**

CÓMO LLEGAR A SANTA CATALINA DE SALINAS

Las vías de acceso a la parroquia de Salinas se encuentran en muy buen estado por lo que se puede acceder al lugar a través de los siguientes medios de transporte.

Tren:

El destino de llegada del tren de la Libertad es la parroquia de Salinas de Ibarra.
El Tren de la Libertad opera de Miércoles a Domingo. Una sola salida diaria.

Horario de salida del tren:

Salida del tren de la estación de Ibarra: 10:30 am
Llegada del tren a la parroquia de Salinas de Ibarra : 12:00

Salida del Tren de la estación de Salinas : 15:00
Llegada del Tren a la estación de Ibarra: 16:300

Para poder viajar en tren a la parroquia es necesario realizar una **reserva con 8 días de anticipación** lo pueden hacer llamando al **062950390 – 062955060**.

Bus:

Las cooperativas de buses que van a la parroquia de Salinas desde el terminal terrestre de la ciudad de Ibarra :

Cooperativa de Transportes Valle

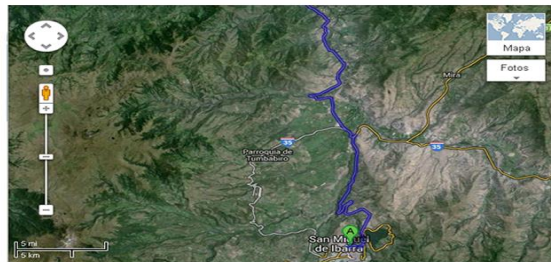
Horarios de Salida
8:00 11:00 14:00 18:00

Cooperativa de Transportes Espejo

Horario de Salida
7:20 8:30 10:20 13:00 15:20 18:20

Vehículo particular:

- Desde el obelisco de la ciudad de Ibarra dirigirse hacia el este por la Av. Eugenio espejo
- Tomar la calle Juan de Velasco, girar a la izquierda en la Simón Bolívar continuar y girar a la derecha en la Rafael Troya.
- Continuar por la Av. Carchi, llegar a la Panamericana Norte girar a la izquierda.
- Continuar hasta la Y de la troncal E35 - E10, girar al lado izquierdo por la vía Ibarra San Lorenzo.
- Continuar hasta el primer semáforo donde se puede Observar una troncal de vía con un rotulo grande que dice "Bienvenido a Salinas".



Haga click aquí para ampliar el mapa



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Mapa Turístico de Santa Catalina de Salinas

Ilustración No. 23: Mapa Turístico

CONÓCENOS QUÉ HACER INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

CONÓCENOS > MAPA

MAPA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

MAPA TURISTICO PARROQUIA SALINAS

SIMBOLÍA

- ESTACION SALINAS
- IGLESIA CENTRAL
- TOLAS DE SAL
- CENTRO DE INTERPRETACION
- MUSEO DE LA SAL
- CENTRO ARTESANAL
- COMPLEJO TURISTICO BOMBEROS "TALENQUE"
- RUTA TOLAS DE LA SAL
- JUEGOS INFANTILES
- HOSPEDAJE
- RESTAURANTE
- PARQUE
- UNIDAD DE POLICIA
- AGROTURISMO - TRAFICHE
- PLAZA DEL BUEN VIVIR

DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Parámetros del tiempo climático

Ilustración No. 24: Tiempo climático

CONÓCENOS QUÉ HACER INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

CONÓCENOS > EL TIEMPO

EL TIEMPO

Ahora 23:27 CLST Fin de semana Ampliado Mes SATÉLITE

Nubes y claros
18°
RealFeel® 19°
Previsión por horas

Esta noche oct 21
Nubes tornándose más espesas
Min. 14°
RealFeel® 14°
más

Mañana oct 22
Aclarando
Máx. 28°
RealFeel® 31°
más

Jueves oct 23
Soleado y agradable
Máx. 29°
RealFeel® 32°
más

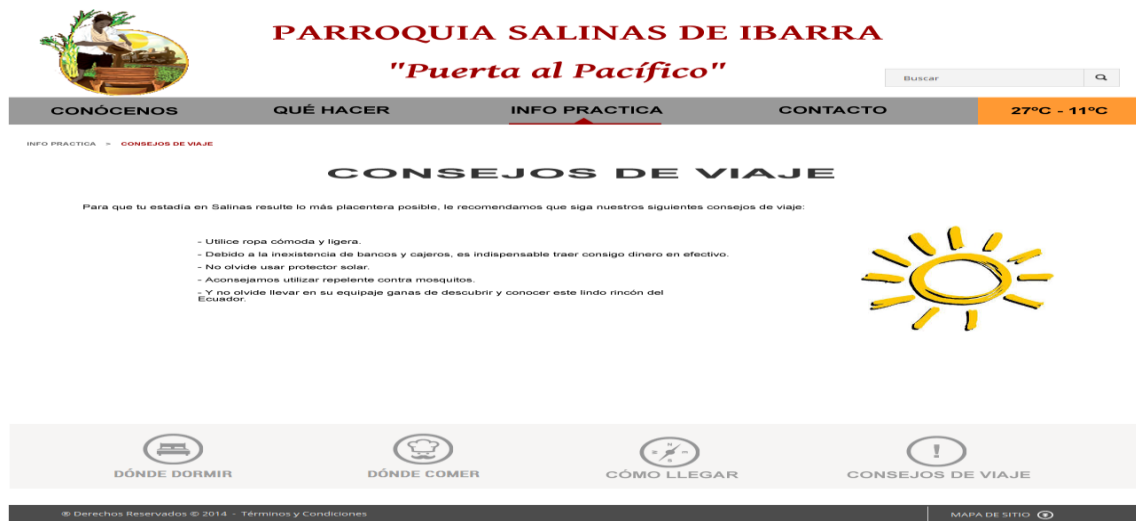
DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Consejos de Viaje

Ilustración No. 25: Consejos de viaje



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA
"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS QUÉ HACER **INFO PRACTICA** CONTACTO 27°C - 11°C

CONSEJOS DE VIAJE

Para que tu estadía en Salinas resulte lo más placentera posible, le recomendamos que siga nuestros siguientes consejos de viaje:

- Utilice ropa cómoda y ligera.
- Debido a la inexistencia de bancos y cajeros, es indispensable traer consigo dinero en efectivo.
- No olvide usar protector solar.
- Aconsejamos utilizar repelente contra mosquitos.
- Y no olvide llevar en su equipaje ganas de descubrir y conocer este lindo rincón del Ecuador.

DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Anderson Maldonado

Fecha: 13/04/2015

Naturaleza

Ilustración No. 26: Naturaleza



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA
"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS QUÉ HACER **INFO PRACTICA** CONTACTO 27°C - 11°C

NATURALEZA

Las Tolmas de Sal:
Las Tolmas de Sal de Santa Catalina de Salinas se encuentran ubicadas en el Barrio San Miguel. En una extensión de terreno de aproximadamente 2 hectáreas, en las que se puede observar 23 lomas de tierra, construidas a mano por indígenas del pueblo Kichwa Otavalo, que antes de la llegada del pueblo afro desecintadas, habitaban el sector. Es un sitio ideal para hacer volar la cometa, caminar y ciclear. El ingreso al atractivo es totalmente gratis, se recomienda las vistas entre las 9 am y las 5 pm.



Trapiche "San Ignacio":



DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla

Fecha: 2015

Arte y cultura

Ilustración No. 27: Arte y cultura



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA
"Puerta al Pacífico"

CONÓCEENOS QUÉ HACER INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

QUÉ HACER > ARTE Y CULTURA

ARTE Y CULTURA

Museo de sal "Barro Caliente":
Un atractivo más de la parroquia de Santa Catalina de Salinas es: El museo de Sal Barro Caliente, este museo es fundamentalmente histórico dedicado al pueblo Salinense y a su esencia Salinera.
El museo está abierto de miércoles a domingo de 11 de la mañana a 3 de la tarde, el ingreso tiene el costo de 1 \$.



Sala etnográfica "Nuestros Ancestros":
El museo etnográfico Nuestros Ancestros, hace honor al nombre que lleva puesto, en él se da a conocer la historia del pueblo afro descendiente, desde su llegada al Ecuador hasta la actualidad, entérate además el actual de líderes afro que hicieron posible la abolición de la esclavitud en el Ecuador y en diferentes partes del mundo.
El ingreso al museo tiene el costo de 1 dólar y está abierto de Miércoles a Domingo de 11 am a 10 pm.



DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Alimentación

Ilustración No. 28: Alimentación



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA
"Puerta al Pacífico"

CONÓCEENOS QUÉ HACER INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

INFO PRACTICA > ALIMENTACION

ALIMENTACIÓN

Cafetería de la Estación
La cafetería del tren ofrece fundamentalmente productos como jugos de ovo de luna, empanadas, café y helados.
Cierra en la estación del Tren en la parroquia de Salinas.
Contacto:
Verónica Pozo 09884 18870



Parador Las Cañas
El Parador las cañas brinda servicio de alimentación para habitantes de la localidad y turistas. Ofrecen platos típicos de la zona.
Contacto:



Centro gastronómico Palenque
El centro gastronómico Palenque, es un restaurante muy acogedor y llamativo, en donde se preparan platos típicos de la zona.
Contacto:
Jessica Perigra 062605005



DÓNDE DORMIR DÓNDE COMER CÓMO LLEGAR CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Alojamiento

Ilustración No. 29: Alojamiento



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

 [CONÓCENOS](#)[QUÉ HACER](#)[INFO PRACTICA](#)[CONTACTO](#)

27°C - 11°C

[INFO PRACTICA](#) > [ALOJAMIENTOS](#)

ALOJAMIENTOS

Hospederías comunitarias

Existe familias que se han capacitado para ofrecer al turista el servicio de hospedaje, para que exista la interrelación del turista con la familia con el propósito de intercambiar experiencias. También se está construyendo hospederías comunitarias, para incrementar la capacidad de alojamiento de Salinas

[DÓNDE DORMIR](#)[DÓNDE COMER](#)[CÓMO LLEGAR](#)[CONSEJOS DE VIAJE](#)

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

[MAPA DE SITIO](#)

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Emprendimientos Comunitarios

Ilustración No. 30: Emprendimientos comunitarios



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA "Puerta al Pacífico"

Buscar

CONÓCENOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

QUE HACER > EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS

EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS

Microempresa Santa Catalina de Salinas

La microempresa Santa Catalina de Salinas, se dedica a la elaboración de productos agroindustriales, entre ellos derivados de frutas, caña de azúcar.



Papel Reciclado y Serigrafiado "Palenque"

El grupo del papel reciclado y serigrafiado se dedican a elaborar artículos a base de papel reciclado



Confecciones "Luchando por La Vida"

El emprendimiento Luchando por la Vida, se dedica a la confección de diferentes prendas de vestir.



Bandas Juveniles de Salinas



Grupos de Danza

En la parroquia de Salinas, las habilidades culturales es un potencial, en esto resalta las presentaciones culturales de los grupos de danza, de ahí que en la actualidad se cuenta con algunos grupos, que muestran su talento a través de la cultura afroecuatoriana a los turistas.



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Festividades comunitarias

Ilustración No. 31: Festividades comunitarias



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOSQUÉ HACERINFO PRACTICACONTACTO27°C - 11°C

QUÉ HACER > FESTIVIDADES

FESTIVIDADES

6 de Enero - Día de Reyes
Comparsa donde los habitantes de la localidad participan disfrazados de personajes representativos imitando de forma satírica los acontecimientos buenos, malos y feos que estas personas realizaron durante el año pasado.

Viernes Santo - Fiesta Monte Calvario
Procesión donde se escenifica la pasión y muerte de Cristo.

25 de Junio - Fiesta de Parroquialización de Santa Catalina de Salinas
Desfile por las principales calles de Salinas.

Octubre 2014						
Lun	Mie	Mie	Jue	Vie	Sáb	Dom
	1	2	3	4	5	
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

DÓNDE DORMIR

DÓNDE COMER

CÓMO LLEGAR

CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

Contactos

Ilustración No. 32: Contactos



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOSQUÉ HACERINFO PRACTICACONTACTO27°C - 11°C

CONTACTO

Contáctenos

Teléfono: 0997162776 - Anderson David Maldonado



DÓNDE DORMIR

DÓNDE COMER

CÓMO LLEGAR

CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones MAPA DE SITIO

Elaborado por: Rosa Bonilla
Fecha: 2015

6.6.5 Presupuesto de la propuesta

DESCRIPCIÓN	COSTO
Sistema de Estándares de Calidad para los emprendimientos de Salinas	1500,00
Programa de capacitación para emprendimientos turísticos	2.963,60
Articulación del turismo comunitario de Salinas con la red nacional a través de la FEPTCE	300,00
Diseño de paquetes turísticos para Salinas	400,00
Diseño de un portal web para el turismo comunitario de Salinas	1000,00
TOTAL	6163,00

6.6.6 Determinación de Impactos

Tabla No. 85: Evaluación de impactos

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Impacto Alto positivo	3
Impacto Medio positivo	2
Impacto Bajo positivo	1
Impacto Indiferente	0
Impacto Bajo negativo	-1
Impacto Medio negativo	-2
Impacto Alto negativo	-3

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 02/04/201

6.6.5.1 Impacto comercial turístico

Tabla No. 86: Impacto comercial turístico

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Servicio y atención al turista							x
Competitividad turística							x

Socialización y difusión	x	
Segmentación del mercado turístico		x
Total	2	9
		$\Sigma = 11$

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 02/05/2015

Total de impacto comercial = $11/4 = 2,75$

Nivel de impacto comercial turístico = Impacto medio positivo

Análisis.- El principal objetivo del presente proyecto es lograr la satisfacción total de los turistas, quienes constituyen el pilar fundamental de los emprendimientos de la parroquia, los aspectos tales como: servicio y la atención al cliente, la competitividad turística y la segmentación de mercado turístico tiene un nivel de impacto alto positivo ya que constituyen factores determinantes para lograr el éxito de los emprendimientos, mientras que la socialización y difusión; tienen un nivel de impacto medio positivo ya que el presente proyecto se socializará a nivel interno de los emprendimientos y de la organización comunitaria.

6.6.5.2 Impacto educativo y cultural

Tabla No. 87: Impacto educativo y cultural

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Generación de conocimientos							x
Aplicaciones prácticas							x
Culturalidad							x
Total							9
							$\Sigma = 9$

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 02/05/2015

Total de impacto comercial = $9/3 = 3$

Nivel de impacto comercial = Impacto alto positivo

Análisis.- Al aplicar el presente proyecto se generan nuevos conocimientos en el área de servicio al cliente, además se pone a consideración de los propietarios, representantes y empleados de los emprendimientos una herramienta práctica y de gran utilidad para hacerle sentir bien al turista nacional e internacional. Este de igual manera permitirá mantener viva la cultura afroecuatoriana, ya que el turismo comunitario que se práctica en la parroquia de Santa Catalina de Salinas, tiene que ver mucho con la historia de este sector.

Todos estos indicadores tienen un nivel de impacto alto positivo, ya que son la escancia fundamental para que el turismo comunitario vaya tomando fuerza con el impulso de los ciudadanos actuales u de las nuevas generaciones.

6.6.5.3 Impacto socioeconómico

Tabla No. 87: Impacto socioeconómico

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Mejorar el nivel de ingresos de los emprendedores y sus familias.							x
Generación de empleo.							x
Precio justo para los turistas.						x	
Total						2	6
							$\Sigma = 8$

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 02/05/2015

Total de impacto socio económico $8/3 = 2,67$

Nivel de impacto socio económico = Impacto medio positivo

Análisis.- Al aplicar el presente proyecto se generan más ingresos para los emprendimientos ya que al ofrecer un servicio de calidad se logrará satisfacer a los turistas, por otra parte los turistas pagarán un precio justo acorde al servicio o producto que reciben, además en el caso de algunos emprendimientos se requiere

la contratación de por lo menos una persona adicional con el fin de cumplir los objetivos trazados.

En cuanto al indicador referente a mejorar el nivel de ingresos de los emprendimientos tiene un nivel de impacto alto positivo debido a que las estrategias aplicadas adecuadamente permitirán aumentar la demanda de turistas y por ende permitirá aumentar los ingresos económicos deseado y así, cumplir con sus necesidades familiares, en lo que respecta a la generación de empleo el nivel de impacto es alto positivo ya que con la afluencia de más turistas permitirá incrementar nuevas plazas de trabajo, en cuanto al pago de un precio justo por parte de los turistas tiene un nivel de impacto medio positivo ya que los emprendimientos tratan de ofertar sus servicios o productos a un precio accesible en beneficio del turismo comunitario de Santa Catalina de Salinas.

6.6.5.4 Impacto ético

Tabla No. 88: Impacto ético

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Valores éticos							x
							x
Responsabilidad laboral							
Actividades basadas en actos de buenas conductas.						x	
Total						2	6
							$\Sigma = 8$

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 02/05/2015

Total de impacto ético $8/3 = 2,67$

Nivel de impacto ético = Impacto medio positivo

Análisis.- Al aplicar el presente proyecto debe evidenciarse la práctica de principios y valores éticos por parte de los emprendimientos para que ellos los reflejen de forma directa a los turistas, por tal motivo las actividades basadas en

actos de buena conducta y los valores éticos tienen un impacto alto positivo, sin embargo en lo que respecta a la responsabilidad laboral tiene un impacto medio positivo ya que dicho aspecto depende única y exclusivamente del personal que labora en los emprendimientos; quienes tendrán que basar su accionar en la responsabilidad, la puntualidad y el trato cordial, respetuoso y sincero con todos y cada uno de los turistas sin demostrar ningún tipo de discriminación.

6.6.5.5 Impacto relativo a la higiene y salubridad

Tabla No. 89: Impacto de higiene y salubridad

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicador							
Limpieza general del emprendimiento.							x
Higiene del personal.							x
Preparación higiénica de los productos.							x
Limpieza y desinfección del menaje que dispone cada emprendimiento.							x
Total							12
							Σ = 12

Elaborado por: Anderson Maldonado.
Fecha: 02/05/2015

Total de impacto ético $12/4= 3$

Nivel de impacto ético = Impacto alto positivo

Análisis.- Al aplicar el presente proyecto se logrará un impacto alto positivo en lo concerniente a higiene y salubridad, ya que en el sistema de estándares de calidad, dan a conocer la importancia de mantener una limpieza general del emprendimiento, la higiene del personal, deben ser cumplidas por todo el personal que labora en los emprendimientos turísticos.

Asociado a ello, otro aspecto que jamás puede dejarse de lado es aquel que tiene que ver con la selección de los alimentos, frutas, verduras, cárnicos, lácteos, y productos de consumo masivo; los cuales deben ser elaborados bajo estrictas

normas de higiene y calidad; con la finalidad de que los turistas logren beneficiarse del valor nutricional de los mismos y tengan la seguridad de consumir alimentos, sin el temor de contraer enfermedades.

6.6.5.6 Impacto General

Tabla No. 90: Matriz de Valoración de Impactos Generales

Número de Impactos	Ponderación
Impacto comercial turístico	2,67
Impacto educativo cultural	3
Impacto económico	2,67
Impacto ético	2,67
Impacto relativo a la higiene y salubridad	3
Total	14.09
Media	2.82

Elaborado por: Anderson Maldonado.

Fecha: 02/04/2015

$$\text{Impacto General} = \frac{\Sigma (\text{sumatoria de los niveles})}{N (\text{número de indicadores})}$$

$$\text{Impacto General} = 14.09/5$$

$$\text{Impacto General} = 2,82$$

Análisis.- De acuerdo a los resultados de la matriz se logra evidenciar que el nivel de impacto general es medianamente positivo lo cual significa que el sistema de estándares de calidad propuesto sin lugar a dudas beneficiará tanto a los propietarios y representantes de los emprendimiento porque al mejorar el servicio se incrementará la afluencia de turistas y por ende obtendrán mayores ingresos, y de igual manera los turistas se sentirán satisfechos tanto por la calidad de servicio que recibirán así como la variedad de productos y servicios los cuales serán regulados bajo estrictas normas de calidad, además de ello los empleados se beneficiarán con las constantes capacitaciones en cuanto a servicio al cliente,

entre otros temas, los cuales enriquecerán aún más sus conocimientos y les permitirán brindar a los clientes un nivel de servicio superior con calidad y calidez; todo ello basado en la práctica de principios y valores que rigen la conducta de los individuos.

BIBLIOGRAFÍA

- Artesi, Liliana. (2011), *Redes, Turismo y Sistemas Locales*. Madrid, España.
- Barrera, H; Muños, R. (2011), *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Buenos Aires, Argentina. PROMER.
- Barrera, E; Muratone, N. (2011), *Turismo Rural en Latinoamérica*. Casos y Experiencias de Turismo Rural. Universidad del País Vasco, España.
- Cabarcos, Novas, N. (2010), *Gestión de unidades de información y distribución turística*, 2da Ed.
- Cebrián, Abellán, F. (2011), *Desarrollo Rural y Desarrollo Local*, 2da Ed. Sevilla, España.
- Chan, Nelida. (2010), *Circuitos Turísticos (programación y cotización)*, 4ta Ed. Buenos Aires, Argentina.
- Chávez, Rosa, (2010), *Turismo Comunitario en México*, 1era Ed. Guadalajara, México.
- Evans, James; lindsay, William. (2011), *Administración y Control de la Calidad*. 7ma Ed.
- Federación Plurinacional del Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE. (2010), *Historia del Turismo Comunitario*. Quito, Ecuador.
- Flores, Paltan, S. (2010), *Ecoturismo Cultural. Sin perder el sentido a lo tradicional*. 1era Ed. Perú.
- Gallucci, Sicurello, L. (2011), *Dirección de Marketing*, 3era Ed.
- García, Pando, A. (2010), *Guía para la elaboración de productos turísticos*; Quito-Ecuador.
- Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas. (2009), *Plan Estratégico de Salinas*. Ibarra, Ecuador.
- Gonzales, Fuenzalida, L. (2011), *Gestión del Territorio*. Cusco, Perú. S
- Gonzales, R; Salvador, A. (2011), *Planificación Territorial de Turismo*. 2da Ed. España.
- Gonzales, Tafur, A. (2010), *Planeación Estratégica*. 1era Ed. Ecuador.

- Juárez, Bolaños, D. (2012), *Turismo Sustentable y Competitividad*, 1era Ed.
- Kothler, Philip. (2009), *Principios del marketing*; Editorial Pearson Prentice Hall, España.
- Leiva, Zea, F. (2012), *Nociones de Metodología de Investigación Científica*, 5ta Ed.
- Lombardi, Hernán, (2010), *Desarrollo Estratégico del Turismo Comunitario*; Ecuador.
- López, Cerdán, P. (2011), *Redes Empresariales*, 3era Ed. Venezuela.
- Manual del Emprendedor Turístico. (2006), *Turismo para todos*. Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Martínez, I. (2011). *La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en base a la norma ISO 9001:2000 en una organización a través de la consultaría y capacitación*. Maestría de Gestión de Calidad de UNIMAYAB..
- Mendoza, Alvares, A. (2012), *Desarrollo Sostenible en Ecuador*. 1era Ed. Ecuador.
- Montaña, Sánchez, F. (2013), *Mercadotecnia Investigación y análisis para el éxito*; 3era Ed. México.
- Olmos, Juárez; GARCÍA, Rafael. (2011), *Estructura del Mercado Turístico*. 1era Ed. Madrid, España.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2009), *Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid, España.
- Ocaña, Albar, I. (2012), *Gestión de Productos Turísticos*. 1era Ed. Editorial Síntesis. Bogotá, Colombia.
- Ojeda, C; Marmol, P. (2012), *Marketing Turístico*. 1era Ed. Madrid, España.
- Ortiz, Gómez, A. (2012), *Diagnóstico Estratégico*, 2da Ed. México.
- Quezada, Martín, (2010), *Elementos del Turismo*, 5ta Ed. San José, Costa Rica.
- Pabón. I. (2008), *Etnohistoria*. Valle del Chota FECONIC.
- Páez, Zamora, J. (2009), *Elementos de la Gestión Ambiental*, 1Ed. Quito, Ecuador.
- Peraza, Pizarro, S. (2014), *Instrucción al Emprendimiento*.

- Perez, Sevilla, M. (2011), *Fortalecimiento Organizativo de la Corporación de Organizaciones Campesinas en la Sierra Ecuatoriana*. Quito, Ecuador.
- Programa DELNET. (2010), *Turismo y Desarrollo Local*. Caja Granada
- Proyecto Comunitario Turístico Palenque. (2009), *El Turismo en Salinas*. Salinas Ibarra.
- Pulido, Gutierrez, H. (2011), *Calidad Total y Productividad*, 3era Ed.
- Ramirez, Teran, M. (2011), *Metodología de la Investigación Científica*. 4ta Ed. Quito, Ecuador.
- Ramos, Martín, A. (2011), *Aplicaciones Web*. 1era Ed. Madrid, España.
- SILICEO, Aguilar, A. (2011), *Capacitación y Desarrollo de Personal*, Limusa, 5ta Ed. México.
- Revista Capital publicación del 21 de Septiembre de 2013.
- Tapia, A. (2006), *Historia de Salinas*. Junta Parroquial de Salinas.
- Tierra, P. (2010), *Texto Básico de Paquetes Turísticos*.
- Tierra, Nancy. (2010), *Texto básico de Certificación Turística*.
- Vega, M. Pérez, R. (2011), *Metodología de apoyo para el Desarrollo de Redes Horizontales de Empresas “Paso a Paso”*. 3era Ed. Perú.

ANEXOS

Anexo No. 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS PROTEGIDAS
ENCUESTAS

Encuesta para microempresarios turísticos

Nombre de la Empresa:.....

Encuestado:.....

Fecha:.....

Marque con una x según sea necesario.

1. ¿Qué tipo de emprendimiento turístico u Organización es?

- a) Expresiones culturales () b) Hostería () c) Museo () d) Hotel ()
d) Operadora Turística () e) Centro Cultural () f) Restaurante ()
g) Complejo Turístico () h) Agroindustrial () j) Otros.
Cuáles?.....

2. ¿Qué tipo de actividad Turística oferta su emprendimiento?

- a) Hospedaje () b) Artesanías () c) Danza () d) Música () e) Fotografía ()
f) Información ancestral () g) Guía de Turismo () h) Alimentación ()
i) Distracción (piscinas etc.) () i) Otros. Cuáles?

3. ¿Qué nivel educativo tiene usted?

- a) Primaria () b) Secundaria () c) Superior () d) Posgrado () e) Ninguno ()

4. ¿Qué le motivo a crear su propio emprendimiento?

- a) Mejorar económicamente () Tradición familiar () Emprendedor(a) ()
b) Otros. Cuál?.....

5. ¿Cuánto es el ingreso promedio mensual de su emprendimiento?

Mayor a 100 \$ () Menor a 100 \$ ()

6. (Subraye una "x" a la derecha de la opción que más se asemeja a la situación actual de su empresa) En su opinión, ¿cómo considera la situación actual de su emprendimiento?

Alternativas		x
Muy buena	Estamos creciendo y en el emprendimiento tenemos planes de expansión a corto plazo (1 año).	
Buena	Creemos a un ritmo lento, pero nos mantenemos optimistas, esperamos la	

	mejora en el mediano plazo (2-3 años)	
Regular	El crecimiento es casi nulo, nos mantenemos expectantes pero el panorama de corto y mediano plazo es incierto.	
Mala	No hay crecimiento, sino descenso en la rentabilidad. En el emprendimiento no sabemos muy bien qué hacer y nos mantenemos activos con nuestros clientes de hace años.	

7. ¿Cuentan con una persona que lleve la contabilidad técnicamente?

Si No Por qué?.....

8. ¿En qué temas considera usted que hay inconvenientes dentro de su emprendimiento?

- a) Económicos b) Tributarios c) Organización d) Atención al cliente
e) Legales f) Idioma g) Otros. Cuáles?.....

9. ¿Qué Instituciones ayudan en las actividades turísticas de su emprendimiento?

- a) Gobierno Parroquial de Salinas b) Municipio de Ibarra c) Prefectura de Imbabura
d) Ong's e) Otros. Cuáles?.....

10. ¿Dónde adquieren las materias primas e insumos para la elaboración y venta de sus productos?

- a) Salinas b) Valle del Chota c) Ibarra
d) Otavalo e) Quito f) Otros Cuáles?.....

11. ¿A quiénes venden sus productos?

- a) Turistas b) Población de Salinas c) Mercados de Ibarra
c) Otros Cuáles?.....

12. ¿Cómo realizan la promoción de sus productos?

- a) Televisión b) Radio c) Redes Sociales d) Prensa escrita e) Ferias solidarias
f) Material impreso

13. ¿Ha recibido capacitaciones usted en temas relacionados al turismo?

Si En qué temas..... No

Si su respuesta es positiva, escoja las siguientes respuestas:

- a) En los últimos tres meses b) En los últimos seis meses
c) En el último año d) Hace más de un año

14. ¿Está de acuerdo que en su emprendimiento se realice encuestas de satisfacción a los turistas?

- a) Totalmente de acuerdo b) Medianamente de acuerdo
c) Ni acuerdo ni desacuerdo d) Medianamente desacuerdo

15. ¿Cada qué tiempo cree usted que se debe realizar encuestas de satisfacción a los turistas?

- a) Cada mes () b) Cada tres meses () c) Cada seis meses () d) Cada año ()

16. ¿Quién cree que se debería encargar de realizar las encuestas de satisfacción?

- a) Cada emprendimiento por separado. () b) Delegados de todos los emprendimientos. ()
c) Coordinadores del turismo comunitario. () d) Otros.....

17. ¿Está de acuerdo que a más de las encuestas de satisfacción, su emprendimiento debería tener un cuaderno de comentarios y sugerencias?

- a) Totalmente de acuerdo () b) Medianamente de acuerdo ()
c) Ni acuerdo ni desacuerdo () d) Medianamente desacuerdo ()
e) Totalmente de desacuerdo ()

18. ¿Está de acuerdo que su emprendimiento cumpla normas de estándares de calidad?

- a) Totalmente de acuerdo () b) Medianamente de acuerdo ()
c) Ni acuerdo ni desacuerdo () d) Medianamente desacuerdo ()
e) Totalmente de desacuerdo ()

19. ¿Estaría de acuerdo que su emprendimiento tenga un sello de calidad una vez que se compruebe que cumple con los requisitos del estándar de calidad?

- a) Totalmente de acuerdo () b) Medianamente de acuerdo ()
c) Ni acuerdo ni desacuerdo () d) Medianamente desacuerdo ()
e) Totalmente de desacuerdo ()

20. ¿Cree usted que se debería realizar alianzas turísticas con otros emprendimientos de la provincia y país?

- a) Totalmente de acuerdo () b) Medianamente de acuerdo ()
c) Ni acuerdo ni desacuerdo () d) Medianamente desacuerdo ()
e) Totalmente de desacuerdo ()

21. ¿Está de acuerdo que su emprendimiento forme parte de un paquete turístico?

- a) Totalmente de acuerdo () b) Medianamente de acuerdo ()
c) Ni acuerdo ni desacuerdo () d) Medianamente desacuerdo ()
e) Totalmente de desacuerdo ()

Anexo No. 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS PROTEGIDAS
ENCUESTAS PARA TURISTAS

La finalidad de la presente investigación es para conocer el perfil y nivel de satisfacción de los turistas que llegan la parroquia de Santa Catalina de Salinas y visitan cada uno de los emprendimiento turísticos que presenta este sector.

Se ruega contestar todas las preguntas y en lo posible ser lo más sincero.

Lugar..... Fecha.....

A.- DATOS INFORMATIVOS DEL ENCUESTADO

1.- Su país de origen es:

- a) Chile () b) Venezuela () c) Canadá () d) México () e) Ecuador ()
e) Colombia () f) España () g) EE.UU () h) Perú () i) Otros.
Cuales.....

2.- Si su nacionalidad es ecuatoriana de que ciudad es.....

- 3.- Género: a) Masculino () b) Femenino ()

4.- Su edad promedio es:

- a) Entre 18 – 25 () c) Entre 33 - 40 () e) Entre 49 – 56 ()
b) Entre 26 – 32 () d) Entre 41 - 48 () f) Mas de 57 ()

B.- HÁBITOS Y MOTIVACIÓN DEL VIAJE

5.- Al año ¿Cuántas veces viaja con fines turísticos?

- a) 1 vez () b) 2 veces () c) 3 veces () d) Más de 3 ()

6.- ¿Cuál es su principal motivo de su visita

- a) Descanso o placer () b) Diversión () c) Negocios () d) Cultura ()
e) Estudios () f) Visita a familiares () g) Otros.....

7.- ¿Cuál es su forma de viajar?

- a) Por cuenta propia () c) Capacitaciones profesionales () e) Tours operadoras ()
b) Agencia de viajes () d) Intercambios estudiantiles () f) Otros, cuales.....

8.- Con que personas está haciendo turismo en Salinas:

- a) Familiares () c) Solo () e) Compañeros de trabajo ()
b) Amigos () d) Pareja () f) Otros, cuales.....

9.- Cuando usted se desplaza ¿Qué tipo de alojamiento suele contratar?

- a) Hotel () b) Cabañas ecológicas () c) Hostales () d) Zona de camping ()
e) Alojamientos comunitarios () f) Otros () Cuales?.....

10.- ¿Qué tipo de alimentación usted prefiere?

- a) Nacional () c) Típica de la zona () e) Molecular ()
b) Internacional () d) Vegetariana () f) Probiótica()

11.- ¿Normalmente por cuánto tiempo permanece en el lugar que usted visita?

- a) 1 – 2 días () b) 3 – 4 días () c) Mas de 5 días ()

12.- ¿Cuál es el medio de transporte para sus viajes y turismo?

- a) Vehículo propio () b) Transporte público () c) Tour operador () d) Tren ()

C.- PERFIL SOCIO-ECONÓMICO

13.- ¿Cuál fue su promedio de gasto en la parroquia de Salinas por persona (en dólares)?

- a) Menor a 20 () b) 20 a 50 USD () c) 50 a 80 ()
d) 80 a 100 () e) 100 a 150 USD () f) 150 en adelante ()

14.- ¿En qué gastó más recursos económicos en su viaje de turismo a Salinas?

- a) Alimentación () c) Alojamiento () e) Artesanías ()
b) Transporte () d) Diversión () f) Otros. Cuáles?.....

D.- INFORMACIÓN DEL PROYECTO

15.- ¿Cómo se informó usted del Turismo Comunitarios en Salinas?

- a) Internet () d) Revistas de turismo () f) Agencias de viajes ()
b) Televisión () e) Amigos y familiares () g) Ferias de turismo ()
c) Otros. ¿Cuáles?.....

16.- ¿Cuál fue el medio de transporte que utilizó para llegar a la parroquia de Salinas?

- a) Tren () b) Autobús () c) Automóvil () d) Otros, Cuál?.....

17. ¿Cuántas veces ha visitado la parroquia de Salinas?

- a) 1 vez () b) Entre 2 y 3 veces () c) Más de 4 veces ()

E.- NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

18. ¿Cómo le pareció la infraestructura de los emprendimientos turísticos de Salinas?

- a) Mus buena () b) Buena () c) Regular () d) Mala () e) Muy mala ()

19. Desde su punto de vista, que mérito tiene, la atención del servicio al turista en los emprendimiento visitados.

- a) Muy satisfecho () b) Satisfecho () c) Regular () d) Insatisfecho () e) Muy insatisfecho ()

20. ¿Cómo califica usted la higiene y seguridad que ofrecen los emprendimientos turísticos de Salinas?

a) Muy satisfecho () b) Satisfecho () c) Regular () d) Insatisfecho () e) Muy insatisfecho ()

21. Le gustaría volver a la parroquia de Salinas.

Si () No ()

Porqué.....

22. ¿Cuál es su recomendación final para los emprendimientos turísticos de Salinas?

.....

Anexo No. 3

Entrevista al presidente de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque.

1. ¿Qué importancia le da Salinas al Turismo?

.....
.....
.....

2. ¿Qué rutas han establecido hasta el momento?

.....
.....

3. ¿Le parece adecuada la implementación de nuevos paquetes turísticos, los cuales se articulen con una red a nivel nacional?

.....
.....
.....

4. ¿Trabajan conjuntamente con el gobierno parroquial de Salinas, en la planificación del Turismo?

.....
.....
.....
.....

Anexo No. 4

Entrevista al presidente del Gobierno Parroquial de Santa Catalina de Salinas.

1. ¿Qué importancia le da el Gobierno Parroquial al Turismo?

.....
.....
.....

2. ¿Qué considera usted, que ha sido el principal impedimento para el desarrollo del turismo comunitario en la parroquia?

.....
.....
.....

3. ¿Desde su punto de vista, que se debe implementar en Salinas, para desarrollar el turismo?

.....
.....

4. ¿Qué considera usted, que le falta a la población de Salinas para incluirse en el turismo comunitario?

.....
.....
.....

5. ¿Tienen ustedes alianzas con otras poblaciones u organismos?

.....
.....
.....

6. ¿Cuenta con presupuesto necesario para ejecutar proyectos en beneficio del turismo en la parroquia de Salinas?

.....
.....
.....

Anexo No. 6



REQUISITOS PARA REGISTRO CENTROS
TURÍSTICOS COMUNITARIOS

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

Anexo No. 7



MEMBRESÍA PARA MIEMBROS ACTIVOS-FEPTCE

1. Miembros activos:

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

2. Criterios para calificar como miembros activos:

1. El beneficio directo para la comunidad, de las actividades turísticas que realice.
2. La participación consensuada de los miembros de la comunidad.
3. La gestión propia.
4. El manejo responsable de los Recursos naturales y culturales.
5. La personalidad jurídica comunitaria.

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

1. Solicitud de Afiliación, dirigida al Presidente de la organización provincial o regional filial de la FEPTCE, o al Presidente nacional, si no existiera organizaciones provinciales o regionales.
2. Copia certificada del Acuerdo / Resolución Ministerial, o documentos similares, que demuestren la personalidad jurídica.
3. Copia certificada del Estatuto aprobado en vigencia.
4. Copia certificada del Registro de la Directiva o del Nombramiento.
5. Acta de asamblea general, en la que conste:
 - La resolución de pertenecer a la FEPTCE.
 - Nombramiento de un Delegado/a Principal y un/a Suplente, con todas las atribuciones para tomar decisiones a nombre de la organización que los Delega.
 - Lista de asistentes a la asamblea general, con sus números de cédula y las firmas autógrafas.
6. Copias de la Cédula de los Delegados/as.
7. Pago único de derecho de inscripción, por el valor de USD \$ 100,00.

Anexo No. 8



SOLICITUD DE AFILIACIÓN

_____, a __ de _____ del 2015.

Señor:

Galo Villamil Gualinga

PRESIDENTE DE LA FEPTCE

Su Despacho.

Estimado compañero Presidente:

A nombre de la organización denominada _____, ante Usted

respetuosamente comparezco y solicito nuestra afiliación a la FEDERACIÓN PLURINACIONAL DE TURISMO COMUNITARIO DEL ECUADOR, FEPTCE, para lo cual adjunto la documentación correspondiente.

Con esta ocasión reciba mis sentimientos de consideración y estima.

Fraternalmente:

f.) _____

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

CARGO: _____

Nº DE CÉDULA: _____

Adjunto documentos

Nota: Este formato puede ser utilizado para las solicitudes de afiliación a cualquiera de las organizaciones provinciales o Regionales de la FEPTCE.