



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DE AGUA
BLANCA, PARROQUIA MACHALILLA-ECUADOR”**

Previo a la obtención del Título de Ingeniería en Turismo

AUTORA:

Mediavilla Latacumba Diana Lorena

DIRECTORA

MSc. Yoarnelys Vasallo

Ibarra, 2019

RESUMEN

El turismo comunitario surge como una alternativa económica para que las comunidades generen ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y revaloricen los recursos naturales y culturales. El estudio se centra en conocer cómo se ha desarrollado la gestión del turismo comunitario en Agua Blanca, perteneciente a la parroquia Machalilla, cantón Puerto López, considerado la primera comunidad eco turística en la costa ecuatoriana.

La investigación plantea identificar diferentes aspectos como la situación actual de la gestión organizativa y administrativa de la comunidad, el nivel de apoyo por parte de entidades públicas y privadas para el desarrollo de la actividad turística, los puntos críticos en la administración de los establecimientos de turismo de la comunidad y el nivel de satisfacción del turista con los servicios que ofrece la comunidad.

La metodología para el desarrollo de la investigación fue la siguiente, aplicación de encuestas de satisfacción a los turistas y propietarios de los emprendimientos turísticos, entrevistas a los dirigentes comunitarios y autoridades locales, matriz de identificación de puntos críticos, ficha de evaluación de calidad a los servicios turísticos y matriz FODA.

Los resultados obtenidos permitieron establecer estrategias de mejora centradas en la reestructuración interna y las relaciones externas que permitan a la comunidad dejar de lado el empirismo y poner en práctica la teoría basada en una gestión estratégica y organizada que garantice el futuro del proyecto de turismo comunitario.

Palabras claves: turismo comunitario, cultura Manteña, Agua Blanca, autogestión comunitaria.

ABSTRACT

ABSTRACT

This study is focused on the management of community tourism in Agua Blanca in to the parish of "Machalilla", in Puerto López canton, considered the first eco-tourist community on the Ecuadorian coast.

The research proposes to identify different aspects in this activity such as organizational and administrative management, level of support from public and private entities, critical points in the management of community tourism establishments and the level of satisfaction of tourists with the services offered by the community.

The methodology for the development of the research was the application of surveys to measure tourists' satisfaction, interviews to community leaders and local authorities, critical points for matrix identification, quality assessment for tourist services and SWOT matrix.

Results allowed us to establish strategically improvements focused on internal and external restructuring to allow the community to put aside empiricism based on strategic and organized administration guaranteeing the future of this practice within the community.

Keywords: community tourism, "Manteña" culture, Agua Blanca, community self management.

Victor Rodríguez
M. Rueda



AUTORÍA

Yo, Mediavilla Latacumba Diana Lorena, portadora de la cedula de ciudadanía número 100384148-1, declaro que este documento de tesis de grado titulado **GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DE AGUA BLANCA, PARROQUIA MACHALILLA-ECUADOR**, es de mi autoría que no ha sido presentado para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

En la ciudad de Ibarra, 13 de marzo 2019



Diana Lorena Mediavilla Latacumba

C.I.:100384148-1

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la estudiante Mediavilla Latacumba Diana Lorena, para optar por el Título de Ingeniería en Turismo, cuyo tema es **"GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DE AGUA BLANCA, PARROQUIA MACHALILLA-ECUADOR"**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe

En la ciudad de Ibarra, 13 de marzo del 2019



.....
MSc. Yoarnelys Vasallo
DIRECTORA DE TESIS

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

Yo, Diana Lorena Mediavilla Latacumba con cedula de ciudadanía N° 100384148-1 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 **“GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DE AGUA BLANCA, PARROQUIA MACHALILLA-ECUADOR”** que ha sido desarrollado para obtener el título de Ingeniera en Turismo, 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 y en el momento que hago entrega del trabajo final impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra, 13 de marzo 2019


.....
Diana Lorena Mediavilla Latacumba

C.I.:100384148-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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 extensión de la universidad.

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100384148-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Mediavilla Latacumba Diana Lorena		
DIRECCIÓN:	Alpachaca, calle Tungurahua		
EMAIL:	lorenitam95@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0994564581
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	GESTIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO DE AGUA BLANCA, PARROQUIA MACHALILLA-ECUADOR		
AUTORAS:	Mediavilla Latacumba Diana Lorena		
FECHA: AAMMDD	2019,Marzo 16		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	

TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Turismo
ASESOR/ DIRECTOR:	Msc. Yoarnelys Vasallo

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Mediavilla Latacumba Diana Lorena, con cédula de identidad nro. 100384148-1, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital en la biblioteca 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

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos del autor de terceros, por lo tanto, la obra es original, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

EL AUTORA:


 Diana Lorena Mediavilla Latacumba

C.I:100384148-1

Facultado por la resolución del Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado en primer lugar a mi madre, por ser mi soporte y ejemplo de vida para alcanzar cada una de mis metas; quién me ha acompañado incondicionalmente en este largo recorrido, brindándome su confianza y amor.

En segundo lugar, a la comunidad Agua Blanca, principalmente a su directiva, emprendedores comunitarios y comuneros que compartieron su conocimiento y colaboraron de forma desinteresada en el desarrollo de la investigación.

Lorena Mediavilla

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiar mi camino y llenarme de fortaleza y sabiduría en mis estudios y ayudarme a terminar otro logro más en mi vida.

A mi familia, por ser mi inspiración y ejemplo en cada momento brindándome su apoyo y consejos para culminar mi trayectoria estudiantil.

A mis amigos y compañeros de la UTN gracias por su apoyo y por ser una segunda familia para mí.

Y por último y no menos importantes a mis docentes por la paciencia y confianza que fueron de vital importancia, aprendí de ustedes no solo conocimientos científicos sino también valores humanos que serán importantes para mi desarrollo profesional.

Lorena Mediavilla

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	III
AUTORÍA.....	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO DE GRADO.....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. Contextualización del problema.....	3
1.1 Problema de investigación.....	3
1.2 Antecedentes del problema.....	3
1.3 Planteamiento del problema.....	5
1.4 Formulación del problema.....	8
1.5 Objeto de estudio.....	8
1.6 Descripción del área de estudio.....	8
1.7 Justificación.....	10
1.8 Objetivos.....	11
1.8.1 Objetivo general.....	11
1.8.2 Objetivos específicos.....	11
1.8.3 Interrogantes.....	12
CAPÍTULO II.....	13
2. MARCO TEÓRICO.....	13
2.1 Turismo.....	13
2.1.1 Tipos de turismo.....	13
2.1.1.1 Turismo de sol y playa.....	14
2.1.1.2 Turismo cultural.....	15
2.1.1.3 Turismo de salud.....	15
2.1.1.4 Turismo sostenible.....	16
2.1.1.5 Turismo comunitario.....	16
2.1.2 Turismo comunitario en Ecuador.....	18
2.1.3 Importancia del turismo comunitario.....	19

2.1.4 Beneficios del turismo comunitario.....	19
2.1.5 Centros de turismo comunitario.....	21
2.1.6 FEPTCE.....	22
2.2 Mercados turísticos.....	23
2.2.1 Tipos de mercados turísticos.....	23
2.2.2 Demanda turística.....	24
2.2.3 Oferta turística.....	25
2.2.4 Productos y servicios.....	26
2.3 Gestión turística.....	26
2.3.1 Conceptualización y organización.....	26
2.3.2 Organización empresarial.....	27
2.3.3 Autogestión turística.....	28
2.3.4 Gestión sostenible.....	28
2.3.5 Modelos de gestión turística.....	29
2.3.6 Gestión comunitaria.....	30
2.3.7 Participación comunitaria.....	30
2.4 Marco Legal.....	31
2.4.1 Constitución del Ecuador.....	31
2.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir.....	33
2.4.3 Reglamento para Centros Turísticos Comunitarios.....	34
CAPÍTULO III.....	36
3. METODOLOGÍA.....	36
3.1 Tipos de investigación.....	36
3.1.1 Investigación documental.....	37
3.1.2 Investigación de campo.....	37
3.2 Métodos de investigación.....	37
3.2.2 Métodos teóricos.....	37
3.2.2.1 Analítico-sintético.....	38
3.3 Técnicas de recolección de datos.....	38
3.3.1 Revisión bibliográfica.....	38
3.3.2 Fichas de observación.....	39
3.3.3 Encuestas.....	40
3.3.4 Entrevistas.....	40
3.3.5 Matriz FODA.....	41
3.4 Población y muestra.....	41
CAPÍTULO IV.....	45

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	45
4.1 Análisis de la situación actual de la gestión comunitaria.....	46
4.1.1 Entrevista a los dirigentes comunitarios y autoridades locales.....	46
4.1.2 Encuestas para emprendimientos turísticos.....	62
4.2 Identificar los puntos críticos de la gestión organizativa.....	70
4.2.1 Matriz Vester.....	82
4.2.2 Representación de la Matriz Vester.....	83
4.3 Determinar el nivel de satisfacción de los turistas.....	87
4.3.1 Encuestas de satisfacción al cliente.....	87
4.3.2 Fichas de evaluación.....	98
4.4 Establecer estrategias de mejoramiento.....	115
4.4.1 FODA Comunidad Agua Blanca.....	115
4.4.2 Estrategias FODA Comunidad Agua Blanca.....	117
CAPÍTULO V	119
5.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	119
5.1 Conclusiones.....	119
5.2 Recomendaciones.....	121
BIBLIOGRAFÍA	123
ANEXOS	125

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1.- Requisitos para el registro de emprendimientos comunitarios.....	22
Tabla 2.- Modelos de gestión turística.....	29
Tabla 3.- Constitución de la República del Ecuador.....	32
Tabla 4.- Plan Nacional del Buen Vivir.....	34
Tabla 5.- Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.....	35
Tabla 6.- Género (Emprendedores turísticos).....	62
Tabla 7.- Edad.....	63
Tabla 8.- Servicio turístico que presta en la comunidad.....	63
Tabla 9.- Hace que tiempo se dedica a la actividad turística.....	64
Tabla 10.- Ha recibido capacitaciones en el área turística.....	65
Tabla 11.- Dispone de un sistema de tecnologías actualizado.....	65
Tabla 12.- A través de qué medios de comunicación difunde sus servicios.....	66
Tabla 13.- Meses de mayor flujo de turistas.....	67
Tabla 14.- Clave para mantenerse en el mercado.....	68
Tabla 15.- Cómo calificaría la gestión y desarrollo turístico.....	69
Tabla 16.- Lugar de procedencia (turistas).....	87
Tabla 17.- Veces que ha visitado la comunidad.....	90
Tabla 18.- Factores que motivaron la visita a la comunidad.....	91
Tabla 19.- Servicios que oferta la comunidad.....	92
Tabla 20.- Actividades que realizó en la comunidad.....	93
Tabla 21.- Cómo calificaría la calidad del servicio recibido.....	93
Tabla 22.- Expectativas cumplidas.....	94
Tabla 23.- La calidad del servicio recibido estuvo acorde al precio.....	95
Tabla 24.- Aspectos que se debe poner atención para mejorar el servicio.....	96
Tabla 25.- Recomendaría la comunidad.....	97

INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario es un concepto diferente y novedoso de hacer turismo, es así como las comunidades han visto en el turismo la alternativa para mejorar sus ingresos permitiendo al turista conocer sus costumbres y sus atractivos turísticos. Para que el turismo comunitario funcione de forma correcta requiere de elementos fundamentales como una gestión administrativa adecuada, apoyo técnico y financiero, liderazgo, y mercadeo estratégico.

La Comunidad Agua Blanca se ha convertido en una de las comunidades pioneras en desarrollar esta modalidad de turismo, no obstante presenta falencias principalmente en su gestión, es así que se identificaron los principales puntos críticos para posteriormente desarrollar estrategias combinadas que permitan que la comunidad reestructure su organización interna y sus relaciones externas.

Capítulo I: Especifican los antecedentes, el planteamiento del problema, objeto de estudio, describe el área de estudio, justificación u objetivos de la investigación.

Capítulo II: Expone el contenido científico en base a varios autores, se presenta la fundamentación teórica para comprender los significados y enfoques de terminologías relacionadas con la temática.

Capítulo III: Puntualizan los distintos tipos y métodos de investigación empleados, técnicas de recolección de datos y la aplicación de una fórmula para obtener la muestra para las respectivas encuestas y entrevistas.

Capítulo IV: Integra el análisis e interpretación de los resultados obtenidos con la aplicación de cada instrumento.

CAPÍTULO I

1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Problema de investigación

Inadecuada gestión del turismo comunitario en la comunidad Agua Blanca, parroquia Machalilla- Ecuador.

1.2 Antecedentes del problema

Ecuador es un país con gran diversidad intercultural y multiétnico, estas características hacen que sea un lugar único que atrae un flujo importante de turistas extranjeros, es así que en función de adaptarse a las nuevas tendencias de la oferta y demanda se ha experimentado un proceso de cambios profundos que busca sentar las bases para desarrollar un modelo de gestión de turismo que ofrezca oportunidades de visitas y experiencias inolvidables, ofreciendo calidad y bienestar, para gestar de la mejor manera los recursos naturales y culturales existentes. De ahí emerge la necesidad de

proponer nuevas ofertas de turismo enfocadas en el sector comunitario, que involucre la participación de la comunidad local, bajo los principios de sostenibilidad y sustentabilidad (Senplades, 2013).

Así, empiezan a originarse los primeros emprendimientos de turismo comunitario en el país correspondiente a la Comunidad Agua Blanca, provincia de Manabí en 1979, la misma que según el censo del 2010 tiene una población de 300 habitantes, que en la actualidad mayoritariamente están vinculados a la actividad turística comunitaria. Reciben anualmente alrededor de 16.000 visitantes tanto nacionales como extranjeros, sin embargo existe falencias en la gestión del desarrollo turístico, por tanto se debe buscar alternativas que permitan mejorar e incrementar la dinamización turística de Agua Blanca, desarrollando una gestión basada en los ejes de sostenibilidad (económico, ambiental y socio-cultural) que todavía no es aplicado por sus miembros.

En principio contar con una misión, visión y valores claros bien definidos le permitirán a la comunidad establecer alianzas estratégicas con el sector público y privado, con los cuales ha tenido mínimas participaciones o convenios para el desarrollo de emprendimientos o iniciativas turísticas y como poder administrarlos con estrategias de gestión claras, de tal forma que permita que la comunidad concentre sus esfuerzos a favor de mejorar sus servicios con un sistema de gestión estratégica.

1.3 Planteamiento del problema

La comunidad Agua Blanca es considerada como la primera comunidad eco turística de la costa ecuatoriana. Es de gran importancia debido al potencial arqueológico con ruinas prehistóricas perteneciente a la cultura Manteña, la última de la prehistoria ecuatoriana, a través de la cual se observa una gran historia, conociendo como fue la vida de nuestros ancestros, los sitios ceremoniales, cultura, costumbres, herramientas de trabajo y sus creencias, a la vez que nos ofrece atractivos naturales con gran variedad de flora y fauna.

Se ha identificado las causas y efectos en torno a la problemática del poco conocimiento de cómo emprender en la actividad turística por la comunidad, lo que ha generado que no se desarrolle de forma adecuada la planta turística en hospedaje y alimentación, teniendo en cuenta que la comunidad tiene plazas de alojamiento turístico comunitario pero que no cumple no cumplen en su totalidad las expectativas del turista por lo que su rentabilidad y factibilidad es totalmente baja, así como también la falta de personal profesional y técnico en la actividad turística tiene su incidencia debido a que la mayoría de actividades y emprendimientos son desarrollados de forma empírica lo que no garantiza que se lleven a cabo en su totalidad o tengan acogida por parte de los turistas.

Lo que da como resultado que las pocas iniciativas que se han desarrollado en la comunidad tengan poco éxito y rentabilidad en el ámbito turístico debido a que no se tiene un conocimiento previo de cómo hacer rentable su negocio o planificarlo de acuerdo a las expectativas de la demanda, a la vez de que las capacitaciones comunitarias para el desarrollo de emprendimientos turísticos son casi nulas y las pocas que se desarrollan son financiadas por los propietarios.

Otra causa es el desconocimiento del potencial turístico natural y cultural de la comunidad que posee una gran cantidad de endemismo y diferentes representaciones culturales, fiestas ceremoniales y expresiones orales, esto se debe a que no existe un inventario de atractivos turísticos que den a conocer estos lugares, en cuanto los propios habitantes desconocen la importancia del valor histórico y cultural que estos poseen.

El efecto es que la comunidad vaya desvalorizando los recursos naturales y culturales que posee lo que puede generar un impacto ambiental y social a largo plazo sino se diversifica la oferta, reduciendo la sobrecarga turística a un lugar específico y perdiendo valor a su identidad cultural.

El limitado apoyo por parte de las autoridades y gobiernos locales también ha sido una de las causas que dan origen al problema, debido a la atención del gobierno parroquial y municipio a otras actividades de desarrollo social dejando de lado la ejecución de proyectos de desarrollo turístico para

la comunidad, en la que la mayor parte de personas ven su desarrollo económico sustentado en la actividad turística.

Esto genera que exista bajo nivel en la calidad de vida de los pobladores de la comunidad, ya que la mayoría busca emprender en la actividad turística pero no cuentan con los recursos humanos y económicos para realizarlo de forma apropiada, a la vez que proyectos de desarrollo turístico, promoción e implementación de infraestructura turística se ven estancados por la falta de financiamiento y de apoyo gubernamental y de empresas públicas y privadas que quieran vincularse con el turismo comunitario.

Todas estas causas y efectos han derivado en la deficiente gestión del turismo comunitario y tiene una relación directa e indirectamente lo que ha generado que la comunidad no aproveche las potencialidades turísticas que posee y pueda mejorar su oferta y expansión de mercado, incluyendo que alianzas estratégicas de empresas públicas y privadas se desarrollen con éxito generando mayor rentabilidad.

Al seguir este problema y no tomar las medidas de corrección pertinentes no se podrá desarrollar una gestión estratégica que integre a todos los actores sociales vinculados a la actividad turística, cumpliendo con el compromiso social comunitario que se desea alcanzar a corto plazo.

1.4 Formulación del problema

¿Cómo se ha desarrollado la gestión del turismo comunitario y cuál es la estrategia para mejorar el sistema organizativo y operativo de las actividades turísticas en la comunidad Agua Blanca, parroquia Machalilla-Ecuador?

1.5 Objeto de estudio

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la comunidad Agua Blanca perteneciente a la parroquia Machalilla cantón Puerto López.

En la investigación se recopiló información de cómo se ha desarrollado la gestión comunitaria, en la que se identificaron elementos de planificación, estrategias de comercialización, organizaciones de apoyo y los niveles de participación de la comunidad en la actividad turística, fundamentales para la aplicación de una gestión con compromiso social.

1.6 Descripción del área de estudio

La Comunidad Agua Blanca está ubicada en la parroquia Machalilla, cantón Puerto López, provincia de Manabí a 80 °44' 20" O de longitud y 1° 32' 26" S de latitud, en coordenadas UTM (WGS 84), a una altitud de 80 msnm.

Limita al norte con la parroquia Machalilla, al sur la cordillera Chongón y Colonche, al este con la parroquia Hulcuy y al oeste con la vía principal Jipijapa-Puerto López. Agua Blanca es conocida por su gastronomía variada, existen diferentes platos típicos como principal el seco de chivo y como complementarias conchas de *Spondylus*, variedad de pescados, y platos a carta, y también bocadillos como los corviches, bolones, empanadas de verde o panes de yuca que son apetecidas por los turistas que visitan la comunidad.

Cuenta con servicios de alojamiento como: cabañas con habitaciones simples, dobles, triples cada una con los servicios básicos complementarios como baños para cada habitación; además de casas comunitarias en las que los turistas podrán tener un vínculo más directo con las actividades y costumbres de los comuneros, y para las personas que desean disfrutar de la naturaleza y un ambiente relajado pueden hacer uso del área de camping.

Asimismo, la comunidad brinda servicios de alimentación con un restaurante comunitario que ofrece desayunos, almuerzos, meriendas y platos a la carta de acuerdo a la elección de los turistas. A más de contar con servicios de recreación como: caminatas, paseos en bicicleta, camping, paseos a caballo a través del bosque húmedo de San Sebastián, shamanismo

y Spa comunitario, algunas de estas actividades deben ser reservadas con anticipación para poder ofrecer un servicio de calidad. Es conocida como una comunidad ancestral que conserva y práctica sus tradiciones como un legado para futuras generaciones, siendo la fiesta más importante la realizada cada 12 de octubre en la que a través de rituales y representaciones mantienen viva su cultura.

1.7 Justificación

Actualmente los proyectos o iniciativas turísticas comunitarias implementadas son realizados con poca planificación y algunas veces empíricamente lo que induce directa o indirectamente a que el nivel de ingresos internos sea limitado por ende se reduce la capacidad de compra o el poder adquisitivo de las comunidades externamente.

Analizar la gestión administrativa y organizativa de la comunidad Agua Blanca es lo que motiva el desarrollo de esta investigación, empezando por el diagnóstico de la situación actual para determinar aspectos como nivel de financiamiento público y privado y los diferentes puntos de vista de autoridades locales y líderes comunitarios con respecto al desarrollo de la actividad turística. La identificación de puntos críticos es una herramienta clave para conocer los principales déficits en la gestión, considerando aspectos negativos en la organización y administración de los diferentes establecimientos que brindan un servicio a los turistas.

Conocer la opinión y el nivel de aceptación de los turistas con el proyecto comunitario es importante porque permite medir el nivel de satisfacción con la oferta de la comunidad y lograr fidelizar al turista. El resultado de la investigación es lograr definir puntos positivos y negativos en la gestión que desarrolla la comunidad, para posteriormente establecer estrategias enfocadas en el desarrollo del proyecto comunitario a la vez de que se convertirá en una herramienta de gestión pública para la comunidad.

1.8 Objetivos

1.8.1 Objetivo general

Analizar la gestión organizativa, administrativa y estrategias de mejoramiento en el proyecto de turismo comunitario de Agua Blanca, parroquia Machalilla, cantón Puerto López.

1.8.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca.
- Identificar los puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la actividad turística
- Determinar el nivel de satisfacción de los turistas con los servicios ofertados por la comunidad.

- Establecer estrategias de mejoramiento enfocado a la reestructuración interna y relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario de Agua Blanca.

1.8.3 Interrogantes de investigación

- ¿Cuál es la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca?
- ¿Cuáles son los puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la actividad turística?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción con los servicios ofertados por la comunidad Agua Blanca?
- ¿Qué estrategias mejorarían la estructura interna y relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario de Agua Blanca?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

La investigación se sustenta en distintos aspectos bibliográficos y normativas a detallarse a continuación:

2.1 Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define al turismo como: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio u otros” (p. 22).

La actividad turística constituye una fuente de ingresos importantes en los países donde se desarrolle, generando mayores fuentes de empleo y aprovechando los recursos naturales y culturales de forma sustentable, convirtiéndose en una herramienta que permite dinamizar la economía y vincular a varios actores sociales en una nueva modalidad de desarrollo económico.

(Sancho, 2012), “Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (p. 42).

2.1.1 Tipos de turismo

Ecuador es un país mega diverso, es así que se puede desarrollar diferentes modalidades de turismo de acuerdo a los diferentes pisos climáticos y las necesidades y expectativas de los turistas, clasificando los diferentes tipos de turismo de la siguiente forma:

2.1.1.1 Turismo de sol y playa

Es el más convencional, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda (Ibañez & Rodríguez, 2012). En la actualidad es una definición que ha incorporado nuevos parámetros como diversificación de la oferta y segmentación de turistas con la finalidad de cumplir las expectativas de la alta demanda por esta modalidad de turismo

(Egas & Revelo, 2010), define al turismo de sol y playa como la modalidad de turismo que se desarrolla en zonas costeras que tienen playas con condiciones climáticas favorables, y que gozan de muchos días soleados y temperaturas suaves que oscilan entre 25 y 30 grados.

El viajero que visita este tipo de destino, generalmente reside en sitios donde el clima es frío, lluvioso o nublado durante casi todo el año (p. 22).

2.1.1.2 Turismo cultural

Es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico. Es más exigente y menos estacional. Busca transmitir la esencia cultural de un determinado lugar o ambiente a los turistas.

(Egas & Revelo, 2010), es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y su protección. (p. 23)

2.1.1.3 Turismo de salud

Está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.

(Egas & Revelo, 2010), son las actividades que realiza una persona al desplazarse de su localidad a otra por más de un día y menos de un año implicando el tener que hospedarse por lo menos una noche,

teniendo como motivo principal o alternativo el recibir algún servicio de salud o bienestar. (p. 24)

2.1.1.4 Turismo Sostenible

La (OMT, 2012), define al turismo sostenible como “ el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades beneficiadas” (p. 23).

El turismo sostenible reconoce que el futuro del sector turístico depende de que se proteja la vida en toda su diversidad, contribuyendo a incorporar políticas de sostenibilidad en sus operaciones diarias, así como en la planificación a largo plazo que desarrollen las mismas.

Por lo tanto, el turismo sostenible permite usar óptimamente los recursos ambientales, respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras de turismo proporcionando beneficios socioeconómicos viables y duraderos para todos los actores sociales vinculados a la actividad turística.

2.1.1.5 Turismo Comunitario

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE, 2011), define al turismo comunitario como:

La relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros garantizando un manejo adecuado de los recursos naturales y culturales, para una distribución equitativa de los beneficios generados.

Para (Moncayo & Atiencia, 2014) el turismo comunitario:

Es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, a través de prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos. (p. 5)

El turismo comunitario se desarrolla como una de las modalidades generadora de beneficios económicos, convirtiéndose en una actividad que vincula a la población local en el desarrollo de emprendimientos y actividades turísticas, partiendo de una necesidad de la comunidad por mejorar su economía y desarrollo social.

La comunidad Agua Blanca ha desarrollado en la mayoría de sus actividades estos tipos de turismo, que han logrado ser accesibles para la mayoría de turistas que buscan encontrar en un solo lugar servicios y atractivos que sean viables y puedan cumplir sus expectativas.

2.1.2 Turismo comunitario en Ecuador

En el tercer trimestre del 2016, con más de 1.075 millones de dólares en ingresos, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1% , pero el desarrollo del turismo no solo es económico, la importancia del turismo radica en la extraordinaria biodiversidad y la potencial riqueza cultural de este pequeño país sudamericano, sin embargo el desarrollo del turismo convencional es reciente, en este contexto las comunidades pueblos y nacionalidades empezaron a plantearse en la década de los 80 su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia llamada turismo comunitario.

Es así como varias comunidades fueron desarrollando esta nueva modalidad de turismo, más consiente y participativo, generándose los primeros emprendimientos turístico comunitarios como es el caso de la Comunidad de Agua Blanca, y otros emprendimientos de relativa importancia en la región amazónica (Rivera, 2012).

Al ser una nueva modalidad de turismo ha generado expectativas positivas y negativas a la vez, pero como una alternativa que busca que las comunidades aprovechen sus recursos naturales y culturales como una para mejorar su calidad de vida, brindándoles un empleo, una identidad propia y cómo manejar de manera sostenible los recursos que ha futuro significaran su fuente de desarrollo social y económica para futuras generaciones.

2.1.3 Importancia del turismo comunitario

El turismo comunitario se caracteriza por que las comunidades se encargan de al menos una parte del control y manejo de la actividad turística, su rasgo distintivo es su dimensión humana y cultural orientada a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes. Se trata de una determinada forma de organización empresarial en el destino turístico, basados en pautas de autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con compromiso a prácticas democráticas solidarias en el trabajo y distribución de los beneficios generados para el bienestar de todos sus miembros (Palacios, 2016).

De esta forma su importancia radica en la inclusión y participación de todos los miembros de la comunidad en la actividad turística y en cada una de las decisiones que se generen en la gestión de los recursos naturales y culturales, mejorando su calidad de vida y generando más fuentes de trabajo de acuerdo a las habilidades de cada uno de los miembros, ese ha sido el plus del turismo comunitario, gestionar sus recursos de forma democrática y sostenible generando beneficio social.

2.1.4. Beneficios del Turismo Comunitario

Los beneficios del turismo comunitario se pueden observar desde el aspecto cualitativo más bien que desde en cuantitativo. En lo socio cultural

fortalece el empoderamiento, la autoestima, mejora la cohesión de la comunidad y crea una política democrática y equitativa.

En lo económico, el turismo comunitario contribuye a la reducción de la pobreza, genera nuevas fuentes de empleo principalmente para mujeres y jóvenes y promueve el fortalecimiento de las gobernanzas locales. En cuanto los ingresos se reparten equitativamente, el turismo mejora la calidad de vida de la comunidad porque hay una reinversión en salud, educación, energías limpias e infraestructura.

En el ámbito ambiental favorece la sostenibilidad a través de un cambio de actividades extractivas y perjudiciales para el ambiente por actividades de conservación de los recursos para el uso turístico como es el caso de la comunidad Agua Blanca (Rodas, Ulluari, & Sanmartín, 2015).

Por lo tanto, el turismo comunitario debe contar con todo el apoyo en políticas y actos que los estados y gobiernos locales puedan aportar para generar desarrollo local desde las comunidades. Más allá del aspecto económico, la generación de capitales sociales contribuirá a la participación de todos los miembros de la comunidad no solo para alcanzar beneficios y desarrollo turísticos, sino para las diferentes metas y objetivos de una comunidad que busca el bien colectivo.

Aunque el turismo comunitario puede generar beneficios para las comunidades, todavía se manifiestan deficiencias en la calidad de la infraestructura y servicios turísticos como escasa conectividad, falta de servicios básicos, necesidad de diversificación de los productos ofertados, limitada gestión profesional e insuficiente acceso a conocimientos y mercados. Se debe trabajar en estas áreas a través de capacitaciones permanentes, financiamientos y participación activa de todos los actores social, con el objetivo de que en un futuro el turismo comunitario sea una fuente económica no solo local sino también nacional.

2.1.4 Centros de turismo comunitario

(Moncayo & Atiencia, 2014), definen a los centros de turismo comunitario como:

Un centro (o varios, según las condiciones del medio, como pueden ser extensión, fragilidad ambiental, la vulnerabilidad y amenazas naturales, situación socioeconómica, condición cultural, paisajismo, accesibilidad), en que se concentre el desarrollo de las instalaciones necesarias para la atención del turismo, facilitando el control sobre impactos ambientales, sociales y culturales, así como su ejecución y control. (p. 9)

De acuerdo a esta definición los centros de turismo comunitario permiten a las comunidades poder organizarse logrando así el desempeño de las actividades turísticas, hasta convertirse en un eje dinamizador de la

economía local y regional. Logrando alcanzar no solo el desarrollo social sino también fortaleciendo el aspecto jurídico, puesto que se definen las políticas con las cuales se va a manejar y administrar la comunidad. La creación de políticas es fundamental dentro del desarrollo comunitario.

Tabla 1

Requisitos para el registro como Centros de Turismo Comunitario

REQUISITOS
a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad.
c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante.
d) 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.
e) 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.
f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
g) 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
h) 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.

Fuente: Ministerio de Turismo, 2010

2.1.5 Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE)

En 2002, un grupo de comunidades locales crearon la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) que, bajo una estructura democrática y descentralizada, en la actualidad agrupan a 130 comunidades, trabajan principalmente 4 ejes: revitalización cultural, socio-organización, economía solidaria y defensa territorial.

Este organismo recibió apoyo de la cooperación internacional y de organismos en defensa de los pueblos indígenas, aunque la FEPTCE, tiene incidencia política en la economía popular y solidaria del país, no ha logrado alcanzar presupuestos que demanda el turismo comunitario para infraestructura turística y mejora en la calidad de servicios (Rodas, 2015).

La FEPTCE expone principios del turismo comunitario relacionados con aspectos ambientales, culturales, sociales, económicos y políticos en la práctica turística, promoviendo la revalorización de identidad, la defensa del territorio, la mejora de la calidad de vida y la necesidad del fortalecimiento organizacional comunitario, aunque él no contar con financiamiento por parte de instituciones públicas o privadas su participación directa en las comunidades es parcial, pero en la mayoría de casos contribuyen al desarrollo de capacitaciones e inversión en infraestructura turística.

2.2 Mercados turísticos

(Socatelli, 2013), define a los mercados turísticos como:

La confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (p. 49)

El turismo es el sector económico que engloba a todas las empresas que producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes u otras actividades. Su estructura se basa en un mercado donde existen dos variables la oferta y la demanda, por lo tanto es necesario cumplir con las expectativas del cliente, diseñando servicios que cumplan con condiciones de calidad y que su rentabilidad sea multiplicadora a corto y largo plazo.

2.2.1 Demanda turística

(Marcos & Foley, 2012), “Es el conjunto de requerimientos en cuanto a servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer sus necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones” (p. 4).

La demanda es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean estos los turistas, viajeros o visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar, y del lugar que visitan o planean visitar .(Kotler, 2012)

Por lo tanto, la demanda turística surge cuando se pone en oferta un producto turístico, el cual debe satisfacer las necesidades y expectativas del cliente ofreciendo servicios de calidad en todos sus aspectos. A la vez que la demanda de un servicio o producto depende en gran parte del poder adquisitivo que este tenga por lo cual debe haber un equilibrio en los atributos que poseen generando mayor aceptación y rentabilidad del producto en el mercado, generando mayores ingresos económicos y durabilidad.

2.2.2 Oferta turística

(Marcos & Foley, 2012), “Conjunto de bienes, servicios y productos que posee una empresa turística, y están a disposición de la demanda por su valor cultural o atractivo paisajístico o natural y se convierte en un potencial dentro de un mercado altamente competitivo” (p. 25).

(Kotler, 2012), define “La oferta turística como el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por el turista” (p. 28).

Los productos turísticos deben ser diseñados e implementados estratégicamente de modo de permitir un crecimiento económico sustentable y, simultáneamente, posibilitando la preservación de atributos tales como la calidad de la oferta y el ambiente natural. Así, es necesario contar con

inversiones públicas y privadas para salvaguardar la calidad de la oferta turística. Dichas medidas permitirán captar mayores ingresos (turísticos) y la fidelización de un mayor número de turistas.

2.2.3 Productos y servicios

(*Marcos & Foley, 2012*), “Es el conjunto de bienes y servicios que caracterizan a un destino específico con componentes tangibles y que se encuentran a disposición de los visitantes con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente” (p. 22).

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructura, servicios y actividades recreativas. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de turistas y la aceptación en el mercado (Kotler, 2012).

La comunidad busca mejorar su oferta turística esto incluye que los productos y servicios puedan cumplir las expectativas de los turistas, presenta falencias en planta turística por la falta de financiamiento, pero con el trabajo conjunto se busca que más instituciones se vinculen a la actividad y así mejorar la propuesta turística interna ofertando más servicios y financiando más emprendimientos

2.3 Gestión Turística

Es la capacidad de la institución sea pública o privada para definir, alcanzar y evaluar sus objetivos y metas, con el adecuado uso de los recursos disponibles con la finalidad de alcanzar un beneficio para todos los actores sociales vinculados a la actividad turística (Inostroza, 2012).

Para lograr la dinamización turística se debe contar con una gestión eficiente y eficaz, generando mayor conocimiento y planificación de las organizaciones o emprendimientos, a la vez que permita identificar el nivel de participación de la comunidad y el de todos los actores sociales, promoviendo un equilibrio entre representantes internos y externos con el fin de potencializar las actividades turísticas de la zona.

2.3.2 Organización Empresarial

“La organización es el diseño y mantenimiento de un sistema de funcionamiento basado en la determinación de roles que debe cumplir cada persona que integra la empresa, así como de las relaciones que se establecen en ella” (Mendoza & Montoya, 2015).

El objetivo principal de toda organización es maximizar los recursos que se obtienen, minimizando los impactos generados por la actividad turística, teniendo una participación activa de todos los actores sociales vinculados en los cuales haya una distribución de funciones y posteriormente una distribución equitativa de los ingresos, de acuerdo a una planificación turística.

2.3.3 Autogestión Turística

(Mendoza & Montoya, 2015), la define como: Un proceso integral de fortalecimiento organizativo, secuencia en las acciones y una capacitación continua, que es fortalecer las propias capacidades antes durante y después de la aplicación de proyectos, descubriendo las capacidades, destrezas, individuales y habilidades.(p. 34)

La autogestión comunitaria conduce a la comunidad a la autonomía en consideración de los intereses y acciones de otras personas, teniendo en cuenta que es una etapa en el cual se aprovecha al máximo los recursos sin la necesidad de perjudicar a futuras generaciones, a través de la sustentabilidad.

Desde el inicio de la actividad turística en la Comunidad Agua Blanca se ha practicado la autogestión, esto debido al poco financiamiento de instituciones públicas y privadas en el financiamiento de las actividades turísticas, desde entonces el trabajo por cuenta propia fue y es la alternativa más factible para seguir desarrollando la actividad turística, esto con lleva planificación, correcto manejo de los recursos económicos para buscar su propio financiamiento, mantenimiento y promoción a fin de generar mayor beneficios económicos y sociales a largo plazo.

2.3.4 Sistema de Gestión Sostenible

Un Sistema de Gestión Sostenible (SGS) es un sistema de gestión que cumple los principios del desarrollo sostenible. La sostenibilidad es una forma de desarrollo que permite suplir la demanda y los requerimientos actuales, sin que esto implique que generaciones futuras corran el peligro de no poder satisfacer su propia demanda. (Martínez, 2014)

En este contexto, la gestión sostenible implica el comportamiento consciente y firme de una determinada organización con el fin de obtener en la medida de lo posible a medio y largo plazo, un balance general positivo de sus acciones en los sectores económicos, ambiental y social, tanto desde la perspectiva microeconómica, como del conjunto de la sociedad, con una participación activa de todos los actores sociales con un solo objetivo el desarrollo comunitario responsable.

2.3.5 Modelos de gestión turística

Un modelo de gestión turística, involucra diversas etapas de desarrollo como lo ha continuación lo explica (Agüera, 2013):

Tabla 2

Modelos de gestión turística

Análisis de la estructura funcional	Descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas y de servicio, así como de la interrelación y los flujos de información.
Análisis de las relaciones con terceros	Identificar y caracterizar las entidades con las que interactúa en el servicio y el objetivo de esa interacción.

Identificación de los procesos de la institución	Establecer los circuitos funcionales y los servicios que se presta.
---	---

Fuente: (Agüera, 2013)

Cada uno de los modelos busca realiza un análisis exhaustivo de cómo se debe gestionar la actividad turística desde los procesos administrativos hasta las relaciones con personas externas al desarrollo comunitario.

2.3. 6 Gestión Comunitaria

Es aquella gestión que se encuentra conformada por algunos factores complejos. Una de sus partes centrales hace referencia que las comunidades tengan la capacidad de administrar, operar y mantener los sistemas con eficiencia, eficacia y equidad principalmente en el ámbito social (Martínez, 2014).

Esta definición hace referencia a la participación de la comunidad en la toma de decisiones, pero teniendo un control de los recursos naturales y culturales que posee y el poder de establecer relaciones, convenios con entidades gubernamentales u otras entidades que apoyen iniciativas comunitarias o de gestión.

2.3. 7 Participación comunitaria

(Ibañez & Rodríguez, 2012), define a la participación comunitaria como el proceso social en virtud del cual grupos específicos, que comparten alguna

necesidad, problema o interés y viven en una misma comunidad, tratan activamente de identificar dichos problemas, necesidades o intereses buscando mecanismos para solucionarlos y tomando decisiones para evitar que se vuelvan a presentar en el futuro.

La participación comunitaria se entiende como una toma de conciencia colectiva de toda la comunidad, sobre factores que frenan el crecimiento, por medio de la reflexión crítica y la promoción de formas asociativas y organizativas que facilita el bien común (Moncayo & Atencia, 2014).

Vinculando a la comunidad en sus propios problemas, necesidad y el potencial en recursos naturales y culturales que posee y su participación en el desarrollo de actividades y proyectos en beneficio de la comunidad, realizando un análisis del impacto positivo y negativo de sus actividades.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

La constitución de la República del Ecuador es la Carta Magna vigente en la República del Ecuador desde el año 2008, es el fundamento y la fuente de la autoridad jurídica que sustenta la existencia de Ecuador y su gobierno. La supremacía de esta constitución la convierte en el texto principal dentro de

la política ecuatoriana, y para la relación entre el gobierno con la ciudadanía de una forma participativa.

Tabla 3

Constitución de la República del Ecuador

FUENTE	INFORMACIÓN	ANÁLISIS
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR</p>	<p>Art. 4.- El territorio del Ecuador constituye una unidad geográfica e histórica de dimensiones naturales, sociales y culturales, legado de nuestros antepasados y pueblos ancestrales.</p>	<p>- El cuidado de nuestra riqueza natural es obligación tanto de los prestadores de servicios turísticos como de los turistas, esto nos llevará a un disfrute de las diversas actividades turísticas desarrollando un equilibrio con el cuidado del medio ambiente tal como lo practica en la actualidad la comunidad Agua Blanca, mostrando sus cimientos de sustentabilidad desde sus inicios.</p>
	<p>Art. 21 Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural.</p>	<p>- La auto gestión lo que propone es mantener y conservar la memoria histórica de las cultural, respetando sus derechos y fortaleciendo el desarrollo de estos pueblos con fines sociales y económicos a largo plazo. Conociendo que un potencial turístico intangible es la cultura.</p>
	<p>Art.56 Las comunidades, pueblos y nacionalidades y las comunas</p>	<p>- El estado debe reconocer en su totalidad la diversidad cultural que posee el país</p>

	forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible	reconociendo las diferentes expresiones culturales, brindando apoyo económico y social que potencialice los recursos existentes y la perdurabilidad de los pueblos ancestrales como un recurso turístico.
--	--	---

Fuente: Constitución de la República del Ecuador.2008

Elaborado por: Mediavilla.L

2.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir

El 17 de febrero de 2013, el pueblo ecuatoriano eligió un programa de gobierno para que sea aplicado siempre ceñido a la Constitución de Montecristi, en el nuevo periodo de mandato de la Revolución Ciudadana. Ese programa tiene su reflejo inmediato en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, el cual representa una postura política muy definida y constituye la guía de gobierno que el país aspira tener y aplicar en los próximos cuatro años.

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad.

de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos.

Tabla 5

Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

FUENTE	INFORMACIÓN	ANÁLISIS
REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS	Art. 5.- De la Gestión.- La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> - Las comunidades deben mantener su autonomía en todo momento, considerando que manejar su desarrollo en ámbitos legales potencializara y certificara su perfeccionamiento en un futuro y la protección de sus recursos naturales y culturales de acuerdo a la ley que los ampara
	Art. 13.- El Ministerio de Turismo promoverá la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística	<ul style="list-style-type: none"> - Para brindar un correcto servicio a los turistas, las comunidades deben potencial y desarrollar al máximo el recurso humano que poseen para ello debe haber un trabajo conjunto de todos las instituciones del Estado que vean en el turismo una fuente de desarrollo social y económico.

Fuente: Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.2010

Elaborado por: Mediavilla.L.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

En la presente investigación se utilizó el enfoque cualitativo que permitió observar detalladamente a través de datos y experiencias vivenciales de los actores sociales vinculados a la actividad turística, la forma como se ha ido desarrollando a lo largo de los años la gestión turística comunitaria en Agua Blanca.

3.1 Tipos de investigación

3.1.1 Investigación documental

Según (Behar, 2010), “Consiste en una técnica que se orienta hacia la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, que tiene como objetivo el levantamiento de un marco teórico y de datos” (p. 51).

Esta investigación permitirá la recolección de información y el análisis de textos, documentos, revistas, artículos científicos, los mismos que serán utilizados como base para la elaboración del marco teórico, además permitirá entender la situación actual de la gestión turística de Agua Blanca para proponer una solución a la problemática planteada.

3.1.2 Investigación de campo

Para poder cumplir con los objetivos planteados será necesario realizar la investigación de campo, puesto que esta se desarrollará en la comunidad Agua Blanca en donde se procederá a la recolección de información relevante para analizar la gestión del turismo comunitario en el lugar.

Por el nivel de profundidad, es una investigación descriptiva porque a través de la investigación de campo se obtuvo información que nos permita conocer las actividades turísticas que realizan y analizar cuál es la gestión comunitaria que desarrollan para alcanzar el desarrollo sostenible.

3.2 Métodos de investigación

3.2.1. Métodos teóricos

3.2.1. 1 Analítico-Sintético

Según (Behar, 2010), “Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis)” (p. 45).

El método teórico que se utilizara en la investigación es Analítico-Sintético para realizar un análisis profundo de la información obtenida en el trabajo de campo determinando el tipo de actividades turísticas, tipo de gestión impulsada por la comunidad y los vínculos directos con empresas públicas, privadas y los gobiernos locales , se integrará de forma sintética la información con aspectos positivos y negativos que se obtengan como resultado, con el fin de establecer alternativas para fomentar una gestión estratégica y participativa.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Revisión bibliográfica:

(Behar, 2010) “Las fuentes documentales son datos o estudios realizados previamente sobre los temas que uno desea investigar, los cuales

ya existen en algún medio como informes, páginas web, libros, investigaciones previas, documentos, etc.” (p.66).

Permitió recopilar información de cómo se ha ido desarrollando la gestión turística comunitaria, en un periodo de cinco años, basado en los documentos existentes en la comunidad y experiencia de los principales representantes comunitarios. Además de permitir la revisión de todo tipo de documentos científicos para llegar a una aproximación teórica del objeto de estudio de la investigación.

3.3.2 Fichas de observación:

(Behar, 2010) “Las fichas de observación son instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática” (p. 70).

Permitió recopilar información de los grupos sociales vinculados a la actividad turística comunitaria, a través de experiencias y datos importantes que no se encuentran documentados y que pueden ser evaluados cuantitativamente por medio de la ficha de evaluación turística, permitiendo conocer la gestión de los establecimientos comunitarios y dando cumplimiento al objetivo para determinar el nivel de satisfacción de los turistas.

3.3.3 Encuestas:

Según (Behar, 2010) “La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se le realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación” (p. 64).

Se aplicó esta técnica para determinar cómo se ha ido desarrollando la gestión turística en la comunidad, principalmente se realizó a las personas que se dedican o están más vinculadas a la actividad turística de forma más directa como son los turistas y los responsables de los establecimientos que brindan un servicio turístico.

3.3.4 Entrevista:

(Behar, 2010) indica que “la investigación consiste en un diálogo entre dos o más personas con el fin de obtener información que se requiere para la investigación” (p. 62).

La entrevista se aplicó a los representantes de la comunidad, los mismos que están vinculados en la gestión de la actividad turística y autoridades de gobiernos locales y entidades públicas, para conocer cuál ha

sido su aporte para mejorar la actividad turística dando cumplimiento al objetivo relacionado con el análisis de la situación actual de la gestión turística comunitaria.

3.3.5 Matriz FODA

(Hernández, 2014), Es herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. (p.175)

La matriz FODA es una herramienta indispensable que permitió analizar la realidad del desarrollo turístico comunitario, potencializando las fortalezas y disminuyendo las debilidades. Por medio de la elaboración de la matriz se dio cumplimiento al objetivo de establecer estrategias de mejoramiento enfocadas en la restructuración interna y relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario.

3.4 Población y Muestra

Población:

Según (Hernández, 2014) “Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio “(p. 172).

La población objeto de estudio de esta investigación serán las personas que se dedican a la actividad turística que son un total de 6, las mismas que están distribuidas de la siguiente forma: 2 personas encargadas de alojamiento, 1 una persona encargada del restaurante comunitario, 2 personas encargadas de la elaboración de artesanías y 1 persona encargada del área de SPA incluyendo los dirigentes comunitarios responsables de la gestión turística.

Muestra:

(Hernández, 2014) dice que “en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia” (p. 174).

En el cumplimiento del objetivo 3 las encuestas se aplicarán a turistas y personas encargadas de los emprendimientos comunitarios generadores del

desarrollo turístico. El número de turistas a los que se aplicó la encuesta fue un dato obtenido del registro mensual de turistas en la comunidad.

MUESTRA

$$PQ \times N$$

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

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=	1200
n=	?
PQ=	0.25
E=	5% (0.05)
K=	2

$$0,25 \times 1200$$

$$n = \frac{0,25 \times 1200}{(1200-1)(0.05/2)^2 + 0.25}$$

$$= \frac{300}{0.999375}$$

$$= 300$$

$$n = \frac{300}{0.999375} = n = 300.1876$$

$$0.999375$$

- El tamaño de la muestra fue de **300** turistas que acuden a la comunidad Agua Blanca por encuestar.
- Añadiendo a 2 personas encargadas de las artesanías y de la venta de palo santo, 1 persona encargada del SPA, 1 persona encargada del restaurante comunitario y 2 personas encargadas del área de alojamiento.

Siendo un total de **306** personas por encuestar dentro de la comunidad Agua Blanca.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se ha recopilado información respecto a cómo se ha desarrollado la gestión en la comunidad Agua Blanca, pues con la aplicación de entrevistas a dirigentes comunitarios y autoridades locales se pudo determinar y conocer la forma organizativa y administrativa de la comunidad desde sus inicios hasta la actualidad, identificando fortalezas y debilidades de la gestión turística.

Se logró identificar el nivel de participación en la actividad turística por parte de los gobiernos locales y el nivel de financiamiento económico y social para el desarrollo de la actividad turística, de igual forma los convenios o alianzas con empresas públicas y privadas para el financiamiento de proyectos turísticos, identificando la factibilidad que han tenido para estar en el mercado y las razones para que la mayoría de estos proyectos no tuvieron éxito.

Con el uso de la metodología adecuada se pudo identificar el tipo de gestión desarrollada en la comunidad Agua Blanca y el nivel de apoyo de autoridades locales a la actividad turística que desarrolla la comunidad, para poder contribuir con estrategias que puedan mejorar el desarrollo turístico.

Como primer aspecto está la realización de entrevistas a los dirigentes y autoridades locales, cumpliendo con el objetivo relacionado a determinar la situación actual de la gestión comunitaria y el nivel de apoyo de las autoridades locales en el desarrollo de las actividades turísticas y fortalecimiento del proyecto comunitario.

ENTREVISTA A LOS DIRIGENTES COMUNITARIOS Y AUTORIDADES LOCALES

ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

1. ¿Cómo inició el proyecto turístico comunitario Agua Blanca?

El proyecto turístico Agua Blanca surgió a través de una investigación arqueológica en el año de 1979, con la llegada de arqueólogos europeos que sin ser ecuatorianos mostraron interés por recuperar el patrimonio tangible y motivar a los comuneros en la importancia de exhibir estas piezas permitiendo conocer a nivel nacional e internacional los recursos culturales que posee la comunidad.

En el año 1992 se construyó el Museo Cultural Agua Blanca como una sala de exhibición de todas las piezas arqueológicas encontradas en la investigación, y de esta forma apostar por una nueva alternativa a través del

Turismo Comunitario. Desde entonces se capacitó a la comunidad para brindar un servicio de calidad, cuidando todos los recursos naturales y culturales, y motivar a que más personas formaran parte del proyecto con diferentes emprendimientos que brindaran a los turistas una diversa gama de servicios en el área comunitaria.

Comentario:

El turismo comunitario en Agua Blanca es uno de los primeros proyectos comunitarios en el país, implementado por la necesidad de recuperar el patrimonio cultural y motivar a la comunidad a cuidar la riqueza tangible e intangible que posee, apostando por desarrollar una nueva modalidad de turismo que genere recursos económicos con diferentes emprendimientos brindando un servicio de calidad sostenible.

2. ¿Quiénes son los responsables de la actividad turística en la comunidad de Agua Blanca?

La comunidad cuenta con un Consejo de Gobierno que se encarga de la toma de decisiones en toda el área comunitaria, mientras que los emprendimientos comunitarios están conformados por Comités que se encargan de asumir responsabilidades y desarrollar actividades que generen beneficios en el desarrollo del proyecto turístico comunitario.

Comentario:

La toma de decisiones dentro de la comunidad se realiza de forma organizada, distribuyendo las actividades de forma equitativa asumiendo responsabilidades que generen un beneficio en común, teniendo en consideración que el aporte económico de autoridades en el proyecto turístico es casi nulo, la sostenibilidad del mismo se basa en el desarrollo de las actividades turísticas y los aportes comunitarios.

3. ¿Se han cumplido los objetivos que se plantearon para fomentar el desarrollo turístico en la comunidad?

La mayoría de los objetivos se han ido cumpliendo paulatinamente con el desarrollo del proyecto, pero varios de ellos se han estancado por la falta de financiamiento económico a nivel nacional, la mayoría de apoyo que ha recibido la comunidad ha sido por parte de ONGs como la fundación española Ayuda en Acción.

Comentario:

El turismo en la comunidad se ha ido desarrollando gradualmente, los objetivos a corto y largo plazo que se plantearon en el inicio se han ido desarrollando paso a paso por la falta de financiamiento público y privado lo

que impide potencializar y diversificar las actividades turísticas internas. Si el financiamiento fuera el oportuno el desarrollo turístico en la comunidad brindaría más oportunidades económicas y sociales en el futuro.

4. ¿Qué modelo de gestión se práctica en la administración y operación turística de la comunidad?

El modelo de gestión que se práctica en la comunidad es la autogestión, en la que la toma de decisiones comunitarias se desarrolla a través de la participación comunitaria que vincule aspectos socio culturales, ambientales y políticos sin que se generen impactos negativos en el área y tratando de ser inclusivos para generar un mayor beneficio económico para la comunidad.

Comentario:

La clave del éxito en gran parte del proyecto radica en la autogestión que han desarrollado lo que les ha permitido administrar de mejor manera los recursos naturales y culturales de lo que haría una persona externa a la comunidad, ya que ellos están más cerca de su realidad y del futuro que el turismo puede ofrecer en el ámbito social y económico.

5. ¿Cuentan con personal técnico capacitado en la actividad turística?

La comunidad no cuenta con personal técnico en las diferentes áreas turísticas, pero sí cuentan con personal con experiencia como los guías que son capacitados cada dos años para renovar su licencia, conoce más el área, conoce su cultura y siempre buscan brindar un servicio de calidad convirtiéndose en un punto positivo para desarrollar de mejor forma la actividad turística comunitaria.

Comentario:

La falta de contar con un personal técnico en áreas como planificación, oferta turística e infraestructura turística ha ocasionado que la comunidad no desarrolle todo el potencial que posee, pero no solo se necesita técnicos sino también necesita capacitar a la comunidad local, ellos conocen más su realidad y con la orientación adecuada en el desarrollo turístico podían fortalecer y mejorar el proyecto comunitario internamente.

6. ¿Quién financia el proyecto turístico de la comunidad?

El proyecto turístico comunitario es financiado económicamente con el ingreso de las entradas de turistas en la comunidad siendo el financiamiento más seguro para mantenimiento, capacitaciones entre otras actividades comunitarias, considerando que no hay un financiamiento por parte del Estado.

Comentario:

El proyecto es financiado en su totalidad por la propia comunidad, pero la falta de financiamiento por parte de entidades públicas y privadas ha significado un retroceso en su desarrollo, la comunidad considera que si hubiera un aporte económico significativo la realidad del turismo comunitario en Agua Blanca sería diferente, pero el trabajo es diario y continúan buscando el desarrollo que se espera a largo plazo.

7. ¿Existe convenios con operadoras turísticas y otras instituciones?

No existe convenios con operadoras turísticas, la mayoría de turistas nacionales e internacionales organiza sus viajes solos y cuando hay la intervención de operadoras solo recomiendan la visita a la comunidad, pero no la tienen establecida como una ruta turística para ofertar en sus paquetes turísticos.

Comentario:

En la actualidad no existen convenios con operadoras turísticas, debido a que consideran a la comunidad como un atractivo de paso. Si hubiera una mejor propuesta que genere beneficios económicos para ambas partes, se podría trabajar conjuntamente ofertando a la comunidad como un atractivo

potencial en los paquetes turísticos que ofrezcan al mercado e inclusive contribuir a la promoción de la Comunidad Agua Blanca a nivel nacional e internacional.

8. ¿Cómo se distribuyen las utilidades obtenidas a través de la gestión turística?

Las utilidades obtenidas por el ingreso de turistas son distribuidas en diferentes actividades de la siguiente forma: \$4 son entregados a los guías comunitarios como un sueldo que en algunas ocasiones puede ser más o menos, todo depende de las temporadas y \$1 que es otorgado al proyecto para el mantenimiento, publicidad, capacitaciones, escuela comunitaria y eventos culturales.

Comentario:

La distribución de las utilidades obtenidas se realiza de forma equitativa con los considerables o escasos ingresos que genere la actividad turística comunitaria han logrado hacer mejoras en la forma de vida de la comunidad e invertir en el desarrollo de infraestructura turística necesaria para incrementar la oferta.

9. ¿Cómo y con quién se toma las decisiones sobre la gestión turística de la comunidad?

La toma de decisiones se realiza a través de la Asamblea Comunitaria con la presencia y participación de la comunidad en la que por medio de consensos se llega a buscar soluciones a problemas y estrategias que mejoren el desarrollo del proyecto turístico.

Comentario:

La toma de decisiones se realiza de forma autónoma y democrática con la participación de todos los miembros comunitarios, resolviendo de forma positiva problemas internos que puedan afectar el proyecto comunitario para posteriormente atender necesidades externas logrando mantener un equilibrio de responsabilidades con todos los actores sociales vinculados a la actividad turística.

10. ¿Existe alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas?

No existe alianzas estratégicas solo se han desarrollado conversatorios con la junta parroquial pero todavía no se ha concretado temas en común entre ambos lados, si hubiera apoyo de ministerios, GADs municipales,

gobierno provincial la actividad turística podría desarrollarse de mejor forma considerando que es un apoyo fundamental para el desarrollo del proyecto.

Comentario:

Las alianzas estratégicas son clave en el desarrollo de proyectos, ya que el trabajo conjunto entre varias organizaciones genera mayores beneficios en ámbitos sociales, económicos y políticos, en la comunidad no existe este tipo de estrategias, solo conversatorios con ideas y actividades que todavía no se han concretado por falta de interés en invertir en la actividad turística lo que expresa el deficiente apoyo en el desarrollo turístico comunitario.

11. ¿Cómo califica la participación de los habitantes de la comunidad en la gestión turística?

La participación de los habitantes se evalúa en un 60%, teniendo en cuenta que si hubiera más financiamiento más personas quisieran vincularse en la actividad turística, brindando un mejor servicio a los turistas.

Comentario:

La participación de los habitantes en el proyecto comunitarios es positiva y cada vez más personas se incluyen con nuevos emprendimientos, aun así, es necesario el apoyo por parte de entidades locales que capaciten y financien las iniciativas comunitarias generando mayor rentabilidad económica en la comunidad.

12. ¿Considera que se satisface las necesidades y expectativas de los clientes?

Se satisface en un 50% las necesidades y expectativas del cliente, ya que, a pesar de tener servicios de alojamiento, restauración entre otros, la mayoría no satisfacen en su totalidad las expectativas con las que viene el turista e inclusive muchos de estos servicios no son consumidos por los turistas.

Comentario:

La mayoría de necesidades y expectativas de los turistas son satisfechas, pero otra mayoría no son cumplidas por la falta de infraestructura turística en condiciones aptas y adecuadas para brindar un servicio de calidad e incluir la oferta de atractivos nuevos e innovadores, lo que genera que muchos de los servicios no sean consumidos por los turistas en sus visitas generando pérdidas económicas para los emprendimientos.

13. ¿Cuál es la proyección a corto, mediano y largo plazo en la gestión turística de la comunidad de Agua Blanca?

La proyección a corto plazo es seguirse manteniendo como una de las tres comunidades en el país en ofrecer como una alternativa el desarrollo del turismo comunitario, a mediano y largo plazo buscan expandirse en el mercado nacional e internacional con alianzas estratégicas y financiamiento con instituciones públicas y privadas, potencializando e incluyendo a más personas en el proyecto turístico.

Comentario:

El proyecto comunitario tiene importantes proyecciones en el futuro y su principal objetivo es continuar siendo una de las tres comunidades en el país en brindar esta nueva alternativa de turismo, siendo un proyecto inclusivo logrando vincularse con entidades que puedan ser un aporte positivo en el desarrollo del proyecto logrando expandirse a nivel nacional y principalmente a nivel internacional.

La entrevista para el presidente de la Junta Parroquial de Machalilla, permitió dar cumplimiento al objetivo relacionado a la determinación de la situación actual de la gestión turística, permitiendo conocer el nivel de participación en el desarrollo de la actividad turística comunitaria.

ENTREVISTA PRESIDENTE JUNTA PARROQUIAL MACHALILLA

1. ¿Qué modelo de gestión se practica en la administración y operación turística de la comunidad?

Al ser una nueva administra nueva no hay un acercamiento directo con el desarrollo turístico de la Comunidad Agua Blanca, actualmente se está trabajando con la comunidad en potencializar sus recursos naturales y culturales como una alternativa de desarrollo económico que genere beneficios sociales a la comunidad y a la jurisdicción a la que pertenece.

Comentario:

Desde el inicio del proyecto comunitario nunca ha existido una relación directa entre autoridades locales y dirigentes comunitarios, trabajando en lados totalmente opuestos sin conocer la realidad de la comunidad, con la actual administración se han realizado conversatorios que de concretarse

podrán potencializar el desarrollo socio económico que busca el proyecto en el futuro.

2. ¿Cómo califica la participación de los habitantes de la comunidad en la gestión turística?

Como jurisdicción falta trabajar mucho, pero como comunidad son un ejemplo de desarrollo turístico caracterizado por una lucha continúa en rescatar su identidad y por medio de ella dar a conocer su cultura y recursos naturales, manteniéndose ahora como una de las tres comunidades en el país que ve en el turismo comunitario una alternativa de desarrollo social y económico.

Comentario:

La Comunidad Agua Blanca es un modelo de turismo comunitario, en el que se caracteriza el trabajo continuo de los comuneros por dar a conocer su cultura y revalorizar su patrimonio natural y cultural. Como junta parroquial falta mucho por trabajar en beneficio de la comunidad y de vincularse a la actividad turística. Es un proceso que en la actualidad busca trabajar en equipo, vincularse a la realidad comunitaria y buscar un beneficio único en común.

3. ¿Quién financia el proyecto turístico de la comunidad?

La comunidad financia con sus propios recursos todas las actividades como capacitaciones, mantenimiento entre otras, como junta parroquial no se cuenta con un presupuesto alto para financiarla y fortalecer la iniciativa turística que tienen la comunidad Agua Blanca, inclusive parroquialmente es desarrollo urbanístico es limitado.

Comentario:

Como jurisdicción hace falta trabajar más con el financiamiento que necesita la comunidad para el desarrollo de las actividades turísticas, ya que la falta de presupuesto es insuficiente para trabajar con las comunidades y realizar obras públicas, para ello se debe buscar el apoyo de entidades públicas de más alto rango que se vinculen con la parroquia y posteriormente con las necesidades de las comunidades que la conforman, de esa forma su financiamiento podrá satisfacer de mejor forma las necesidades que permitan fortalecer el proyecto comunitario.

4. ¿Considera que se satisface las necesidades y expectativas de los clientes?

Cumplir las expectativas y necesidades es una tarea difícil ya que no todas las personas se acoplan de una misma forma a un mismo servicio. La comunidad día a día trabaja en brindar un servicio de calidad y mejorar la infraestructura existente con la finalidad de que sea más cómoda y accesible para los turistas.

Comentario:

Desde una perspectiva externa de la comunidad las necesidades y expectativas de los turistas son satisfechas en la medida de lo posible, pero es muy difícil que todos los turistas se acoplen a un mismo servicio de la misma forma, y aunque la comunidad trabaje para mejorar la calidad de sus servicios, la falta de financiamiento para capacitaciones, infraestructura turística y vías de acceso seguirá siendo una barrera que obstaculice el poder mejorar la calidad de la oferta turística.

5. ¿Cuál es la proyección a corto, mediano y largo plazo en la gestión turística de la comunidad de Agua Blanca?

La proyección que tienen como Junto Parroquial a corto plazo es buscar mayor financiamiento y apoyo por parte de instituciones relacionadas a la actividad turística que fortalezcan el trabajo realizado ya por la comunidad y a mediano y largo plazo poderse proyectar como un atractivo turístico

reconocido a nivel nacional e internacional en el que exista desarrollo para todos los actores sociales vinculados al proyecto comunitario.

Comentario:

La proyección que se busca como Junta Parroquial es contar con el suficiente financiamiento público y privado para poder trabajar directamente con la comunidad, de esta forma se podrá mejorar los servicios y poder diversificar la oferta generando mayor rentabilidad económica para la comunidad y para todos los actores sociales vinculados a la actividad turística.

Para poder evaluar de mejor forma la gestión comunitaria y dar cumplimiento al objetivo de identificación de puntos críticos, se aplicaron encuestas a los emprendimientos turísticos, que permitieron conocer su forma de organización y administración, su situación actual, perspectivas y debilidades internas.

La encuesta fue aplicada los propietarios de los seis emprendimientos turísticos distribuidos en áreas como alojamiento, restauración, artesanías y SPA comunitario.

ENCUESTA PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

Tabla 6

Género:

SERIE	FRECUENCIA	%
Femenino	2	40
Masculino	3	60
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada, el género de los propietarios de los emprendimientos turísticos es 40% perteneciente al género femenino y 60% perteneciente al género masculino, en la que hay una distribución participativa y equitativa de ambos géneros al momento de crear una nueva iniciativa e incursionar en la actividad turística.

Tabla 7

Edad

SERIE	FRECUENCIA	%
18-29 años	1	20
30-64 años	4	80
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

La edad de los propietarios a cargo de los emprendimientos turísticos en la comunidad Agua Blanca oscila en un 80 % en el rango de 30-64 años y en un porcentaje del 20% en el rango de 18-29 años, habiendo más participación por parte de los jóvenes en vincularse a actividades y desarrollo de proyectos comunitarios.

Tabla 8

¿Cuál es el servicio turístico que presta en la comunidad?

SERIE	FRECUENCIA	%
Elaboración de artesanías	1	20
Servicio de alimentación	1	20
Servicio de alojamiento	2	40
SPA comunitario	1	20
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Los resultados indican que en un 40 % brindan el servicio de alojamiento turístico, mientras que en un porcentaje del 20% se encuentran servicios como los de restauración, elaboración de artesanías y presentándose como un nuevo servicio el SPA comunitario, el mismo que desde sus inicios ha tenido gran acogida por los turistas logrando generar alta rentabilidad económica a la comunidad.

Tabla 9

¿Hace que tiempo se dedica a la actividad turística?

SERIE	FRECUENCIA	%
Menos de un año	1	20
1-3 años	2	40
7 años o más	2	40
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

De acuerdo a los resultados de esta pregunta el 20% emprendió en la actividad turística en menos de un año, el 40% lo hizo en el rango de 1 a 3 años y el otro 40% lo hizo en el rango de 7 o más años, demostrando que el turismo no es una actividad nueva, si se sabe administrar de forma correcta puede generar ingresos económicos altos y la meta es lograr mantenerse en el mercado brindando un servicio de calidad.

Tabla 10

¿Ha recibido capacitaciones en el área turística?

SERIE	FRECUENCIA	%
Si	5	100
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

En un 100% de acuerdo a la respuesta de los propietarios de los emprendimientos turísticos mencionan que han recibido capacitaciones en diferentes áreas turísticas, convirtiéndose en un factor positivo el estar preparados técnicamente. Teniendo en cuenta que para brindar un mejor servicio las capacitaciones deben ser continuas y actualizadas logrando mejorar la calidad de los servicios.

Tabla 11

¿Dispone de un sistema de tecnologías actualizado en su emprendimiento?

SERIE	FRECUENCIA	%
No	3	60
Si	2	40
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Los resultados de esta pregunta indican que en un 60% de los emprendimientos no cuentan con un sistema de tecnologías actualizado para poder promocionar, brindar información y realizar reservaciones de acuerdo al servicio que ofrecen, mientras que el 40% indica que si cuenta con un sistema de tecnología actualizado que ha sido de mucha utilidad para ofertar sus servicios en el mercado generando mayor rentabilidad a su emprendimiento.

Tabla 12

¿A través de qué medio de comunicación difunden sus productos y servicios?

SERIE	FRECUENCIA	%
Afiches publicitarios	1	20
Internet y afiches publicitarios	3	60
Internet y prensa escrita	1	20
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

De acuerdo a la respuesta en esta pregunta indica que en un 60% utilizan el internet y afiches publicitarios para difundir y promocionar sus productos en el mercado considerando que el internet es una herramienta eficaz para lograr vender un producto o servicio de forma más rápida, el uso de prensa escrita es utilizada por el 20% de los emprendimientos, mientras que el 20% restante solo utiliza afiches publicitarios para ofertar sus productos y servicios.

Tabla 13

En su emprendimiento la mayor parte de flujo de turistas es en el mes de:

SERIE	FRECUENCIA	%
Agosto	1	20
Julio y Agosto	3	60
Junio, julio, Agosto, Septiembre	1	20
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Los propietarios indican que la mayor parte de flujo de turistas son en los meses de Julio y Agosto con un 60% considerada una de las temporadas en las que el turismo genera mayor beneficio económico a la comunidad

directa e indirectamente, el 20% señala que solo el mes de Agosto genera mayor ingreso por la afluencia de turistas a la comunidad, mientras que el 20% restante indica que los meses de Junio, Julio, Agosto y Septiembre generan mayor ingreso económico por parte de turistas nacionales y extranjeros, teniendo en cuenta que es una temporada de alta rentabilidad para todo el cantón Puerto López.

Tabla 14

¿Cuál considera que ha sido la clave para mantenerse en el mercado?

SERIE	FRECUENCIA	%
Correcto manejo de los recursos económicos	2	40
Poca competencia	3	60
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Mantenerse en el mercado es una tarea difícil más para emprendimientos nuevos, así lo indica el 60% que considera que la clave para lograrlo es la poca competencia, debido a que no todos los emprendimientos ofrecen el mismo servicio siendo más fácil que el turista se decida por uno. El 40% restante considera que tener un correcto manejo de los recursos económicos es importante para distribuir adecuadamente los ingresos, brindando un servicio de calidad.

Tabla 15

¿Cómo calificaría la gestión y desarrollo turístico comunitario?

SERIE	FRECUENCIA	%
Bueno	2	40
Excelente	3	60
TOTAL	5	100

Fuente: Encuesta para emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

De acuerdo a las respuestas en esta pregunta el 60% considera que la gestión y desarrollo comunitario es excelente, pero debe seguir fortaleciéndose mejorando la infraestructura turística y ofertando mayor variedad de servicios, mientras que el 40% restante considera que la gestión es Buena, pero con una perspectiva a largo plazo de que debe mejorar incluyendo más iniciativas y generando mayor rentabilidad para los actores sociales vinculados a la actividad turística.

Para dar cumplimiento al objetivo dos, se aplicó la MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS CRÍTICOS a los diferentes emprendimientos turísticos de la comunidad, para determinar el estándar y la brecha que existe entre ambos indicadores.

PUNTOS CRÍTICOS CALIDAD DE ALOJAMIENTO:

1. Contacto con el cliente:

- No cuentan con suficiente personal que brinde información del servicio todo el tiempo.
- No existen políticas de calidad.
- Falta de control y seguimiento de satisfacción con el servicio ofertado.

2. Recepción y servicio:

- No cuentan con un sistema de reservaciones.
- No se entrega información detallada del servicio ni de los precios u otras inquietudes que tenga el turista.
- Falta de material publicitario impreso como tarjetas de presentación para posteriores visitas y que sea más fácil contactar el servicio.
- Inexistencia de una página web donde se encuentren los contactos del establecimiento, que permitan llegar más fácil al cliente.

3. Capacidad de respuesta:

- Las instalaciones no cuentan con un buzón de quejas y sugerencias.
- No existe un protocolo de información en la que se den a conocer los servicios en caso de reclamos.
- El personal no está capacitado en esta área.

4. Comunicación:

- No hay una buena comunicación entre el prestador de servicios y el cliente.
- La mayoría de turistas no conocen todos los servicios que ofrece el emprendimiento.

INFRAESTRUCTURA:

1. Instalaciones básicas:

- Las instalaciones eléctricas están cubiertas, pero no de forma adecuada.
- No cuenta con agua de forma permanente.
- No existe suficiente señal telefónica de todas las operadoras de forma permanente.

2. Mobiliario:

- La mayoría de las instalaciones son las adecuadas, pero hay muy poco mobiliario como camas y closets en buen estado para recibir al turista.

3. Seguridad:

- Las instalaciones no cuentan con un botiquín de primeros auxilios.
- No cuentan con zonas de evacuación señalizadas en caso de emergencia.
- La infraestructura de estos establecimientos no es estable, por los materiales utilizados en su construcción.

4. Mantenimiento y Limpieza:

- La limpieza de habitaciones se realiza solo cuando hay presencia de turistas, no continuamente.
- No existe un correcto mantenimiento de las instalaciones externas del alojamiento.

CONVIVENCIA:

1. Sociocultural

- No existe un protocolo de información en el establecimiento en el que se describe culturas o tradiciones propias que generen un mayor vínculo con el turista.
- Objetos o materiales autóctonos no predominan en la mayor parte de la decoración del establecimiento.

2. Ambiental:

- No existe una correcta clasificación de desechos en las instalaciones.
- No existe políticas de almacenamiento de productos reciclables para su posterior entrega.

Comentario

De acuerdo a la observación de campo realizada en la comunidad se identificaron los siguientes puntos críticos en la calidad del servicio de alojamiento turístico: contacto con el cliente, infraestructura de las instalaciones y convivencia sociocultural y ambiental, el estándar se establecerá a partir de los siguientes puntos identificando alternativas que

mejoren la atención al cliente, las instalaciones básicas y mantenimiento y la armonía natural.

PUNTOS CRÍTICOS RESTAURACIÓN:

CALIDAD DE SERVICIO:

1. Contacto y atención al cliente:

- El establecimiento no cuenta con personal capacitado en preparación, atención y servicio al cliente.
- No poseen un menú del día.
- No cuentan con una página web donde estén los contactos del establecimiento que permitan llegar más fácil al cliente y conocer sobre el servicio.

2. Recepción y servicio:

- No existe un manual o protocolo de información del servicio en caso de ser requerido por agencias contratantes o turistas.
- El establecimiento no aplica una normativa de servicios y aseo del personal de cocina, que impulsen la higiene sin perder su naturaleza cultural.

PRODUCTO:

1. Materia prima:

- La mayoría de productos utilizados no son propios de la comunidad.

- No cuentan con un huerto orgánico para producir sus propios productos de una manera más natural.

2. Elaboración del producto final:

- El personal no está capacitado en el manejo y elaboración de alimentos.
- Los turistas tienen que esperar mucho tiempo para consumir el servicio.

3. Presentación:

- No existe una presentación prediseñada del producto que sea más llamativa.

INFRAESTRUCTURA:

1. Ambiente y decoración:

- La decoración no es la adecuada para valorizar la cultura de la comunidad.
- No existe sitios exteriores adaptados para la espera de clientes (bancas, jardines) hasta que tengan mesas disponibles.
- No se dispone de elementos decorativos producidas en la comunidad y tampoco se aprovecha de estos espacios para exhibir y vender dichos productos

2. Seguridad y limpieza:

- Las instalaciones no cuentan con un botiquín de primeros auxilios ni tampoco con extintor.
- La limpieza de las instalaciones no se realiza de forma continua, solo cuando hay presencia de turistas.

COSTOS:**1. Costes de materia prima:**

- Los precios de la materia prima son elevados y eso hace que los precios del producto final sean elevados.

2. Costos de mano de obra:

- Existe una baja rentabilidad por lo que no se contrata mayor personal.
- La baja productividad y falta de ingresos no permite contratar personal capacitado en las diferentes áreas del restaurante.

3. Tiempo de operación:

- Existe poca competencia, pero no garantiza mayor rentabilidad para el establecimiento.

Comentario

Mediante la observación de campo se establecieron los siguientes puntos críticos en la calidad del servicio de restauración, contacto y atención al cliente, producto, infraestructura y costos en el que mediante consensos con los propietarios de establecimiento se establecieron sugerencias para poder realizar un correcto estándar de estos puntos críticos que den como resultado un correcto manejo de recursos existentes para poder brindar un mejor servicio que pueda cumplir con las expectativas de los clientes.

PUNTOS CRÍTICOS SERVICIOS DE GUIANZA:**FORMACIÓN:**

1. Principios y minimización de impactos:

- El personal no se encuentra capacitado en áreas o temas de educación ambiental.
- En las guías comunitarias muy poco se concientiza al turista sobre la importancia del cuidado y conservación ambiental.

2. Comunicación e interpretación:

- No existe una comunicación e interacción directa entre el guía y el turista.
- En algunas oportunidades las dudas de los turistas no son resueltas.

CAPACITACIÓN:**1. Atención al cliente:**

- El personal no ha recibido capacitaciones de forma permanente en esta área por lo que el servicio no puede ser considerado de calidad.
- No existe un sistema de evaluación de servicios.

2. Técnicas de guía:

- No todo el personal es especializado en el idioma inglés.
- No existe capacitación en procedimientos de coordinación con los emprendimientos comunitarios, así como para la prestación de servicios a los visitantes.

3. Liderazgo y manejo de grupos:

- No existe un correcto manejo principalmente de grupos de turistas grandes.

- Los turistas no participan activamente en los recorridos.
- El personal no realiza una correcta interpretación ambiental y cultural de la comunidad.

EJECUCIÓN:

1. Charlas informativas:

- Antes de cada Guianza no existe una correcta información del cuidado ambiental e interpretación cultural.

2. Capacidad de respuesta y seguridad:

- No existe un buzón de sugerencias.
- Muchos de los guías no tienen conocimientos básicos sobre primeros auxilios.

Comentario

El servicio de guianza es el principal potencial que ofrece la comunidad Agua Blanca a los turistas, pero se han identificado puntos críticos en la calidad de su prestación, como son: falta de capacitación del personal, seguridad, técnicas guianza y manejos de grupos, de acuerdo a la perspectiva del personal que brinda este servicio el punto estándar debe establecerse a través del financiamiento de capacitaciones que les permita brindar un mejor servicio de forma segura y eficiente.

PUNTOS CRÍTICOS SPA COMUNITARIO

CALIDAD DEL SERVICIO:

1. Atención al cliente:

- No existe información técnica sobre el servicio que se va a prestar, ni tampoco de los precios.
- Falta de capacitaciones en atención al cliente.
- Las instalaciones no cuentan con un sistema de evaluación de servicios.

2. Profesionalismo:

- La mayoría de personas que trabaja en esta área lo hace de forma empírica no técnica.

3. Capacitaciones:

- No reciben capacitaciones en diferentes áreas del servicio, que permitan mejorar la calidad del servicio.
- No cuentan con financiamiento económico para capacitarse.

INFRAESTRUCTURA:

1. Ambiente y decoración:

- No existe una adecuada decoración que valore la cultura de la comunidad.
- No existe sitios exteriores adaptados para la espera de clientes (bancas, jardines).

2. Seguridad y mantenimiento de las instalaciones:

- No cuentan con un botiquín de primeros auxilios ni tampoco extintor.
- No cuentan con zonas de evacuación señalizadas en caso de emergencia.

Comentario

El servicio de Spa comunitaria es el emprendimiento más nuevo en la comunidad, pero presenta puntos críticos que fueron identificados en la observación de campo como son la falta de capacitación del personal, seguridad e instalaciones inadecuadas para el servicio. Por lo que brindar un servicio de calidad depende de establecer una brecha que disminuya el factor crítico y brinde soluciones como capacitación personal, financiamiento para equipamiento de las instalaciones y seguridad y mantenimiento al momento de brindar el servicio a los turistas.

PUNTOS CRÍTICOS CALIDAD DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS:

PRODUCTO:

1. Materia prima:

- La elaboración de artesanías no se realiza con materiales potenciales de la zona, para efecto de transformarlos en artesanía.
- Subutilización de materiales alternativos que son desechados.

2. Procesamiento:

- Poca generación de fuentes alternativas de trabajo vinculadas a la elaboración y comercialización de artesanías.
- Escasa creatividad para efecto de diseño de nuevos productos que respondan a la exigencia de la demanda.
- Existencia de pocas artesanías con identidad cultural.

3. Acabados:

- Elaboración de algunos productos con técnicas y materiales inadecuados o tóxicos.

DISUSIÓN:**1. Promoción:**

- 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.

2. Comercialización:

- No existe el aprovechamiento de los locales o emprendimientos vinculados al turismo comunitario de la comunidad Agua Blanca para exhibir y vender sus productos artesanales.
- No existe personal capacitado para vender los productos.

Comentario

La elaboración de artesanías es un servicio rentable que genera ingresos importantes a la comunidad, pero se identificaron puntos críticos en la calidad de este servicio como son materia prima en mala calidad, poca creatividad y falta de difusión, el planteamiento para resolver esta brecha es capacitar al personal sobre nuevas técnicas de elaboración artesanal con productos propios de la zona a la vez de crear microempresarios con la capacidad de vender sus propios productos y generar ingresos individuales y colectivos.

La elaboración de la Matriz de Vester permitió identificar la relación que tienen los diferentes puntos críticos que afectan la administración y gestión de los emprendimientos comunitarios y que por ende influyen en la incorrecta gestión de la comunidad Agua Blanca.

MATRIZ VESTER- IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS CRÍTICOS

SITUACIÓN PROBLMÁTICA								
Puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la actividad turística.								
CÓDIGO	VARIABLE	P1	P2	P3	P4	P5	P6	INFLUEN CIA
P1	Deficiente contacto con el cliente	0	0	0	3	0	0	3
P2	Falta de desarrollo de infraestructura turística	1	0	2	2	0	3	8
P3	Falta de promoción y comercialización de productos y servicios	0	2	0	3	0	3	8
P4	Falta de capacitaciones en áreas turísticas	3	3	2	0	0	2	10
P5	Falta de medidas de seguridad y mantenimiento de los servicios	0	2	0	0	0	1	3
P6	Falta de financiamiento económico a los emprendimientos turísticos	2	3	3	3	0	0	11
DEPENDENCIA		6	10	7	11	0	9	43

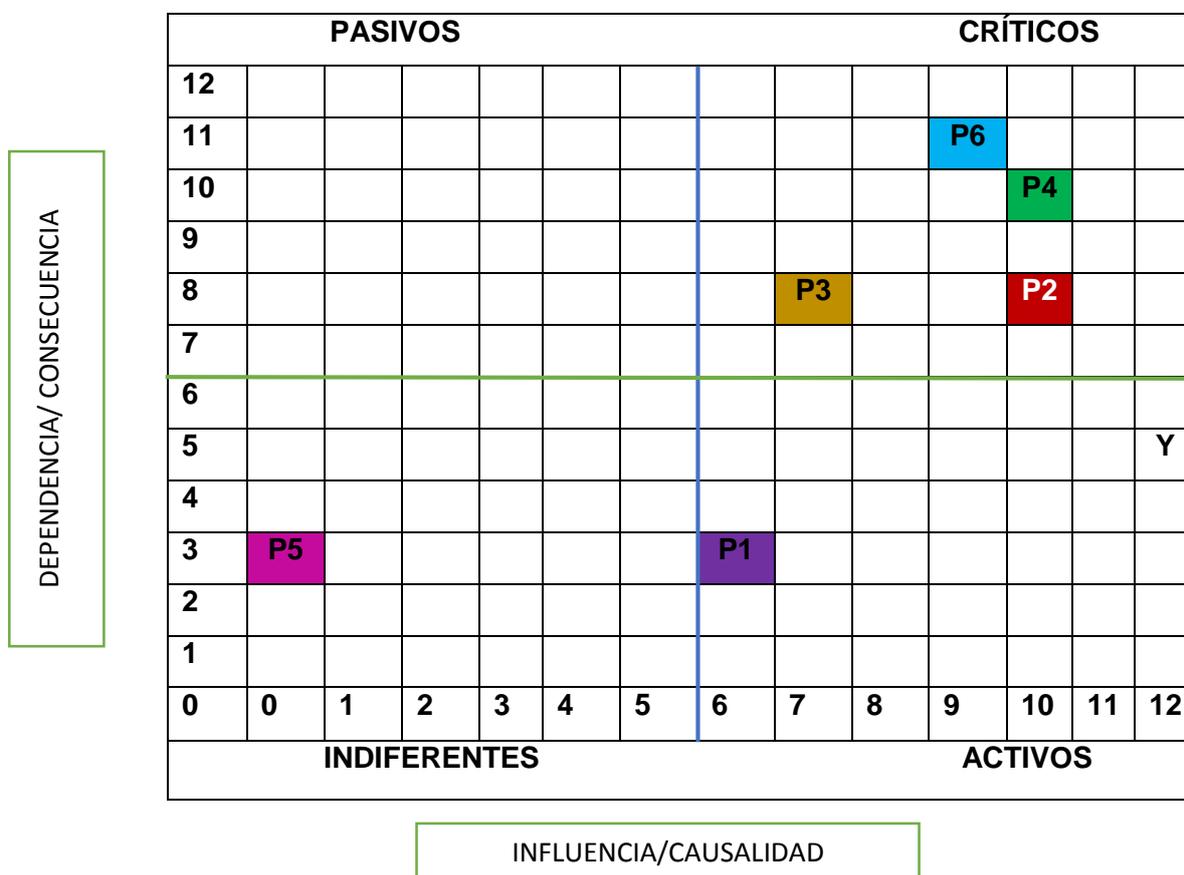
Elaborado por: Mediavilla.L.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN: 0, 1, 2 y 3

- 0: No lo causa
- 1: Lo causa indirectamente o tiene una relación de causalidad muy débil
- 2: Lo causa de forma semidirecta o tiene una relación de causalidad media
- 3: Lo causa directamente o tiene una relación de causalidad fuerte.

REPRESENTACIÓN DE LA MATRIZ VESTER

X



PROBLEMAS ACTIVOS:

- Deficiente contacto con el cliente.

PROBLEMAS CRÍTICOS:

- Falta de desarrollo de infraestructura turística.
- Falta de promoción y comercialización de productos y servicios.
- Falta de capacitaciones en áreas turísticas
- Falta de financiamiento económico a los emprendimientos turísticos

PROBLEMAS INDIFERENTES:

- Falta de medidas de seguridad y mantenimiento de los servicios.

ANÁLISIS:

La matriz de Vester es una herramienta útil al momento de identificar problemas que pueden surgir en una organización o proyecto, la comunidad Agua Blanca presenta problemas críticos principalmente por:

- La falta de desarrollo de infraestructura turística, la mayoría de emprendimientos se dedica a un solo servicio por lo que el turista no puede elegir diferentes opciones que se ajusten a sus necesidades.
- En segundo lugar, está la falta de promoción y comercialización de productos y servicios y es que la mayoría de emprendimientos no sabe técnicamente como vender sus servicios y tampoco hacer uso de nuevas tecnologías que mejoren el rendimiento de su emprendimiento.

- En tercer lugar, se encuentra la falta de capacitaciones en áreas turísticas, la mayoría de los propietarios mencionan que para emprender no es necesario tener un conocimiento previo, pero la realidad es que para llevar al éxito un emprendimiento se necesita técnica y conocimiento del servicio para poder brindarlo con calidad.
- En cuarto lugar, se encuentra la falta de financiamiento económico a los emprendimientos turísticos, la mayoría financia su propio servicio siendo necesario otra fuente económica o apoyo por parte de autoridades locales que contribuyan a mejorar las técnicas y conocimientos para brindar un mejor servicio.

En cuanto a problemas activos se encuentra:

- Deficiente contacto con el cliente, esto se ve evidenciado en la mayoría de servicios turísticos que oferta la comunidad en el que la falta de un seguimiento para conocer el nivel de satisfacción del turista no ha sido aplicada para garantizar que se cumplen con estándares de calidad y de servicio.

El problema indiferente a los demás puntos críticos es:

- La falta de medidas de seguridad y mantenimiento de los servicios, se encuentra aislado de los demás problemas potenciales que afectan

directamente la gestión comunitaria y por ende el desarrollo turístico, pero se debe tener en cuenta para evitar que se potencialice y en un futuro su impacto sea más negativo.

En el desarrollo de la investigación se aplicó encuestas para conocer la satisfacción del cliente, motivos de viaje, servicios que conocen y que utilizaron en la comunidad, además de calificar desde una perspectiva externa como se ha desarrollado la gestión comunitaria y administración de los emprendimientos.

La encuesta de esta enfocada en medir en medir el nivel de satisfacción del turista con la oferta de la comunidad, identificando si el proyecto comunitario y los establecimientos que brindan un servicio turístico cumplen con las normas de calidad establecidas para centros de turismo comunitario

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Tabla 16

Lugar de procedencia

Nacionales:

Región Costa:

SERIE	FRECUENCIA	%
Babahoyo	2	0,67
Chone	6	2,00
El Carmen	1	0,33
El Oro	1	0,33
Esmeraldas	2	0,67
Guayaquil	16	5,33
Machala	8	2,67
Manta	12	4,00
Milagro	4	1,33
Portoviejo	4	1,33
Puerto López	17	5,67
Quevedo	7	2,33
Salinas	4	1,33
San Mateo	1	0,33

Santa Elena	6	2,00
Santo Domingo	7	2,33
Tosagua	1	0,33
TOTAL	99	31,65

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Nacionales:

Región Sierra:

SERIE	FRECUENCIA	%
Ambato	9	3,00
Cayambe	1	0,33
Cuenca	16	5,33
Ibarra	8	2,67
Loja	7	2,33
Otavalo	1	0,33
Quito	30	10,00
Riobamba	5	1,67
Tulcán	3	1,00
TOTAL	80	26,66

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Nacionales:

Región Insular:

SERIE	FRECUENCIA	%
Galápagos	6	2,00
TOTAL	6	2,00

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Internacionales:

SERIE	FRECUENCIA	%
Alemania	7	2,33
Argentina	17	5,67
Brasil	7	2,33
Canadá	6	2,00
Chile	9	3,00
Colombia	14	4,67
Costa Rica	2	0,67
España	2	0,67
Estados Unidos	8	2,67
Francia	6	2,00
Grecia	2	0,67
Inglaterra	5	1,67
Italia	7	2,33
México	4	1,33
Perú	9	3,00
Suiza	5	1,67
Venezuela	5	1,57
TOTAL	121	38.25

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Esta pregunta se dividió en cuatro secciones para identificar de mejor forma la procedencia de los turistas que visitan la comunidad Agua Blanca, en la Región Costa las visitas que se registraron fueron del cantón Puerto López con un 5,67% por la cercanía que existe con la comunidad, en la Región de la

Sierra el mayor número de vistas se registra de la ciudad de Quito con el 10%, en la Región de Galápagos se registró la visita de turistas en un porcentaje del 2,2% , mientras que no se registraron visitas de la Región Amazónica cuando se aplicaron las encuestas y el registro internacional de turistas es del 5,67% provenientes del país Argentina, siendo estos lugares de donde hay mayor presencia de turistas en la comunidad.

Tabla 17

¿Cuántas veces ha visitado la comunidad Agua Blanca?

SERIE	FRECUENCIA	%
1 vez	167	56,42
2 veces	103	34,80
3 veces	23	7,7
4 o más veces	7	1,01
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas en esta pregunta se estableció que la mayoría de turistas que visitan la comunidad lo hacen por primera vez con un 56,42%, el 34,80% ha visitado la comunidad dos veces, seguido por el 7,7% que ha visitado la comunidad en 3 ocasiones, con un porcentaje bajo del

1,01% ha visitado la comunidad en 4 o más ocasiones teniendo en cuenta que la comunidad recibe turistas nacionales y extranjeros en igual cantidad.

Tabla 18

Señale que factores le motivaron para visitar la comunidad Agua Blanca

SERIE	FRECUENCIA	%
Conocer la cultura y costumbres de la comunidad	156	52,00
Conocer sitios arqueológicos	59	19,67
Tener contacto con los recursos naturales	78	28,00
Degustar la comida típica	6	1,01
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Los factores que motivan la visita a un lugar depende en gran porcentaje a las expectativas que tengan los turistas, en esta pregunta el 52% de los turistas indican que el factor que motivo su visita fue conocer la cultura y costumbres de la comunidad, en un 19,67 establecieron que conocer los sitios arqueológicos comunitarios motivo su visita, tener un contacto con los recursos naturales es un factor importante con un 28% de acuerdo a los factores de visita de los turistas, y con el 1,01% indican que su motivación fue

degustar la comida típica los diferentes factores que motivan las visitas generan mayores recursos económicos para la comunidad.

Tabla 19

¿Qué servicios conoce usted que ofrece la comunidad Agua Blanca?

SERIE	FRECUENCIA	%
Alojamiento	43	14,33
Cabalgatas	1	0,33
Camping	2	0,67
Guianza	233	77,67
Restauración	4	1,33
Senderismo	16	5,33
SPA	1	0,33
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Los turistas que visitan la comunidad no conocen todos los servicios que oferta la comunidad en su totalidad debido a un factor la falta de publicidad es así que el servicio de guianza es el servicio más conocido con el 77,67, seguido del servicio de alojamiento con el 14,33%, los demás servicios como cabalgatas, camping, restauración, senderismo y spa son muy poco ofertados por la comunidad por lo que presentan un bajo porcentaje de demanda.

Tabla 20

¿Qué actividades realizó usted durante su visita a la comunidad?

SERIE	FRECUENCIA	%
Cabalgatas	22	7,33
Camping	13	4,33
Compra de artesanías	81	27,00
Intercambio cultural	89	29,67
Restauración	5	1,67
Senderismo	89	29,67
SPA	1	0,33
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Las principales actividades que desarrolla los turistas en la comunidad son senderismo con un porcentaje del 29,67%, al igual que el intercambio cultural actividad de mayor apreciación por parte de turistas extranjeros teniendo el mismo porcentaje de preferencia, mientras que actividades como compra de artesanías, cabalgatas, camping, restauración y spa tienen porcentajes bajos de apreciación por parte de turistas.

Tabla 21

¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido?

SERIE	FRECUENCIA	%
Excelente	173	57,67
Bueno	96	32,00

Malo	10	3,33
Regular	21	7,00
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

La percepción de los turistas con la calidad de los servicios recibidos es alta, calificando con un 57, 67% los servicios considerándolos excelentes, en un 32% la percepción es que los servicios se encuentran en un estándar bueno, con un 3,33% los turistas indican que el servicio es malo y con un 7,00% califican los servicios como regular lo que indica poca satisfacción. Se debe tener en cuenta que, aunque la calidad de los servicios sea alta de acuerdo a la percepción de los turistas esto debe ser un factor que motive a establecer estrategias de mejoramiento logrando cumplir con los parámetros de calidad en un 100%.

Tabla 22

¿En su estadía en la comunidad Agua Blanca sus expectativas fueron cumplidas?

SERIE	FRECUENCIA	%
SI	271	90,33
NO	29	9,67
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

En cuanto a si las expectativas en la comunidad Agua Blanca fueron cumplidas los turistas indicaron que en un 90,33% los servicios y actividades turísticas SI cumplieron sus expectativas, mientras que en un 9,67% indicaron que en su estadía en la comunidad sus expectativas no fueron cumplidas en su totalidad por lo que los productos turísticos comunitarios deben presentar mejoras que permitan complementar el porcentaje de expectativas cumplidas.

Tabla 23

¿Considera que la calidad del servicio recibido estuvo acorde al precio que usted pago?

SERIE	FRECUENCIA	%
SI	271	90,33
NO	29	9,67
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

La calidad dentro de un proyecto comunitario es importante ya que de ella dependerá su rentabilidad en el futuro, es así que los turistas consideran en un 90,33% que la calidad de los servicios SI estuvo acorde al precio que pagaron, mientras que en un porcentaje del 9,67% considera que el precio NO

estuvo de acorde a la calidad del servicio ya sea por la atención, presentación o la forma en la que el producto turístico final llegó al turista.

Tabla 24

¿Qué aspectos considera que se debe poner mayor atención para mejorar el servicio turístico?

SERIE	FRECUENCIA	%
Atención al cliente	57	19,00
Infraestructura turística	73	24,33
Ofertar más servicios	65	21,67
Vías de acceso	105	35,00
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Para lograr satisfacer en su totalidad las expectativas de los turistas se deben trabajar en ello, es así que la encuesta indica varios factores que inciden en el déficit en la oferta del servicio turístico como en un 35,00% se debe mejorar las vías de acceso a la comunidad en un 24,00% se debe ampliar y mejorar la infraestructura turística existente, en un 21,67% de debe extender la gama de ofertas de servicios y en un 19,00% la atención al cliente debe ser mejorada con la finalidad de que los turistas disfruten de calidad y satisfacción en su estadía.

Tabla 25

¿Usted recomendaría la visita a la comunidad Agua Blanca?

SERIE	FRECUENCIA	%
SI	273	91,00
NO	27	9,00
TOTAL	300	100

Fuente: Encuesta de satisfacción al cliente.

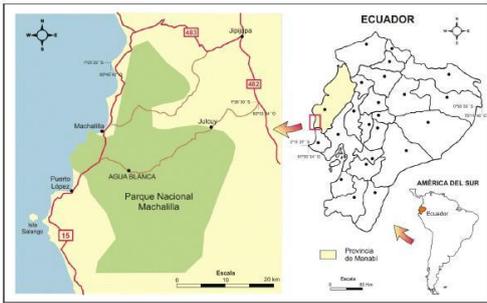
Elaborado por: Mediavilla.L.

Análisis

Recomendar un servicio o un atractivo es de vital importancia porque de ello dependerá que el proyecto sea conocido y rentable, es así que en un 91,00% indica que, SI recomendaría a la comunidad Agua Blanca como un sitio de interés importante en el cantón Puerto López, mientras que en un 9,00% indica que NO recomendaría a la comunidad por varias razones entre ellas que sus expectativas no fueron cumplidas o los servicios no son lo suficientemente interesantes para motivar las visitas.

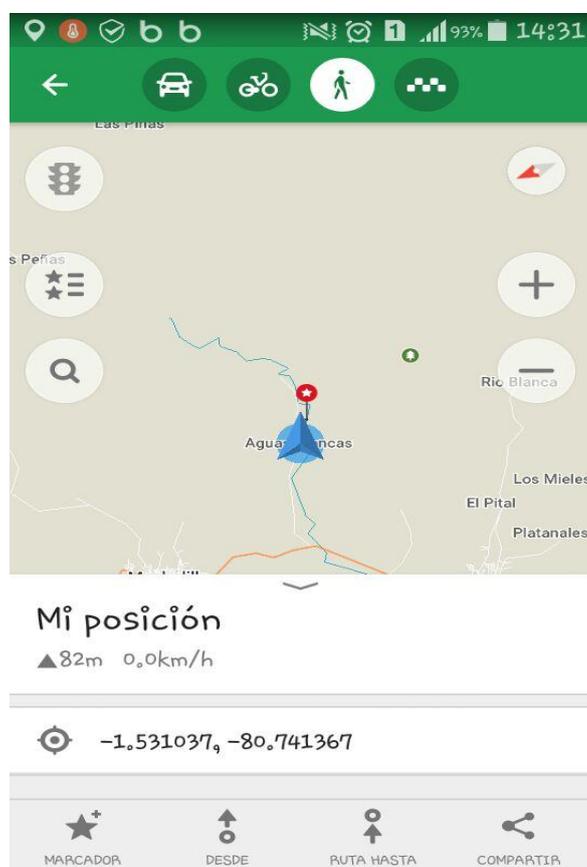
Esta herramienta tiene como objetivo identificar los servicios turísticos con los que cuenta la comunidad Agua Blanca y evaluar bajo ponderaciones las condiciones en las que se encuentran, dando cumplimiento al objetivo relacionado a medir el nivel de satisfacción del turista.

FICHA DE EVALUACIÓN ALOJAMIENTO

DATOS INFORMATIVOS			
Nombre del estudiante	Semestre	Nombre de la universidad	Año
Lorena Mediavilla	9no	UTN	2017
Fecha	Hora de inicio		Hora de finalización
26-09-2017	2:30 p.m		4:00 p.m
DATOS GENERALES			
Provincia		Cantón	Parroquia
Manabí		Puerto Lopez	Machalilla
Nombre de la comunidad		Agua Blanca	
Ubicación : Comunidad Agua Blanca			Latitud: -1.531037
Altitud: 800	Temperatura: 24 °	Longitud: -80.741367	
DESCRIPCIÓN GRÁFICA DEL ÁREA			
<p>Fundada en 1930, pionera del turismo comunitario en Ecuador. Comunidad de raíces ancestrales de gran poder organizativo. Las actividades de turismo comunitario propuestas por los comuneros incluyen visitas guiadas a los diferentes sitios localizados dentro de la comunidad donde se puede observar las urnas funerarias, laguna de azufre y bosque secundario que constituyen un complejo turístico importante a nivel nacional.</p>			
			

INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO DE ALOJAMIENTOS FAMILIARES, CABAÑAS ECOLÓGICAS Y HOSPEDERÍAS COMUNITARIAS				
1	ASPECTOS GENERALES	SI	NO	PO
2	El alojamiento está en buen estado de conservación	2		3
3	La pintura y el barniz están en buen estado	2		3
4	Suficiente ventilación natural. Preferible dejar aberturas en la parte alta para la circulación del aire caliente.	1		3
5	Limpieza en el entorno del alojamiento	2		3
6	Posee jardines en buen estado			3
7	Posee área de parqueadero			3
8	Posee ranflas para discapacitados			3
9	Hay suficientes basureros			3
10	Hay suficiente señalética interna			3
11	Hay área de recepción			3
12	Hay suficiente señalización que indica cómo llegar al alojamiento			3
	HABITACIONES	SI	NO	PO
13	Los cuartos son de tamaño suficiente y confortables	2		3
14	Cubierta o techo en buen estado	2		3
15	Están decoradas con artesanías típicas, cuadros sobre la zona y los recursos naturales. Se utilizan elementos naturales y culturales para la decoración.			3
16	Pintura y barniz en buen estado	2		3
17	Los cuartos cuentan con ventanas con suficiente iluminación	2		3
18	Se cuenta con camas en buen estado	2		3
19	Se cuenta con closet o guarda ropa	2		3
20	Hay lámparas			3
21	Las ventanas tienen cedazo o malla para evitar ingreso de insectos			3
22	El piso se encuentra en buenas condiciones	2		3
23	Las instalaciones eléctricas están cubiertas	2		3
24	Las habitaciones están numeradas o nombradas			3
25	Evita malos olores			3
26	Las puertas de las habitaciones tienen cerraduras con llave	2		3

	BAÑOS PARA HUÉSPEDES	SI	NO	PO
27	Se cuenta al menos con un baño para cada 5 personas			3
28	El tamaño del baño es suficiente	2		3
29	Se cuenta con agua caliente para la ducha.			3
30	Las duchas cuentan con cortinas			3
31	Se cuenta con agua permanente y suficiente			3
32	Los sanitarios y el baño están limpios y sin moho	2		3
33	Se cuenta con toalla para cada huésped			3
34	Tiene seguridad en la puerta	1		3
35	Se cuenta con desagües	1		3
36	Se encuentra en buen estado el techo o tumbado del baño	2		3
37	Se cuenta con espejo.	1		3
38	Se cuenta con jabonera para la ducha.	1		3
39	Se cuenta con rodapié para la ducha.			3
40	Se dispone de shampoo			3
41	Se dispone de jabón para cada huésped			3
42	Evita malos olores	1		3

Anexos:

Calificación total:36/ 126

Porcentaje: 24%

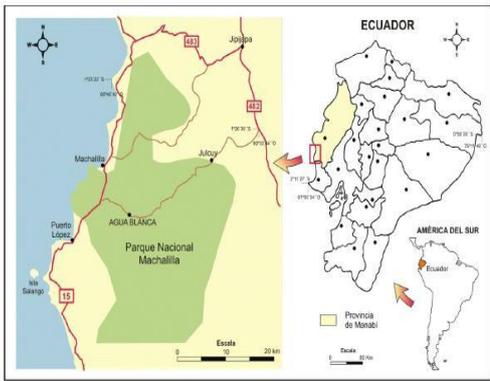
Análisis:

En el establecimiento de alojamiento se encuentra en condiciones regulares de acuerdo a la ficha de evaluación de campo que se realizó, no obstante, se debe seguir trabajando en áreas complementarias para brindar un buen servicio y cumplir las expectativas del turista en un 100%.

En el área de habitaciones no se cumple con varios estándares de calidad como iluminación, confortabilidad, decoración, seguridad y atención al cliente, factores que impide brindar un servicio que cumpla las expectativas del turista.

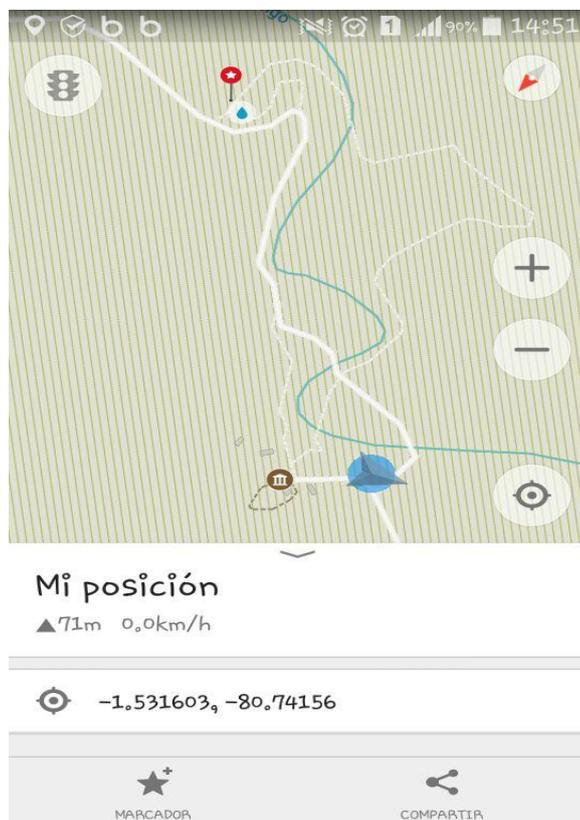
En el área de baños de los huéspedes los principales problemas son el tamaño, decoración, limpieza y seguridad, factores que influyen en el nivel de satisfacción del turista con el establecimiento , por ende se deben plantear acciones para mejorar la rentabilidad y el servicio de alojamiento turístico para futuras visitas.

FICHA DE EVALUACIÓN RESTAURACIÓN

DATOS INFORMATIVOS			
Nombre del estudiante	Semestre	Nombre de la universidad	Año
Lorena Mediavilla	9no	UTN	2017
Fecha	Hora de inicio		Hora de finalización
26-09-2017	4:30 p.m		5:30 p.m
DATOS GENERALES			
Provincia	Cantón	Parroquia	
Manabí	Puerto López	Machalilla	
Nombre de la comunidad: Comunidad Agua Blanca			
Ubicación : Comunidad Agua Blanca			Latitud: -1.531603
Altitud: 800	Temperatura: 24 °	Longitud: -80.74156	
DESCRIPCIÓN GRÁFICA DEL ÁREA			
<p>Fundada en 1930, pionera del turismo comunitario en Ecuador. Comunidad de raíces ancestrales de gran poder organizativo. Las actividades de turismo comunitario propuestas por los comuneros incluyen visitas guiadas a los diferentes sitios localizados dentro de la comunidad donde se puede observar las urnas funerarias, laguna de azufre y bosque secundario que constituyen un complejo turístico importante a nivel nacional.</p>			
			

	RESTAURANTE	SI	NO	PO
1	Las áreas de cocina están limpias y desinfectadas	1		3
2	La ventilación es adecuada, se evita la acumulación de humo, calor y olores			3
3	Posee cocina industrial	1		3
4	Se cuenta con suficientes utensilios para cocinar			3
5	Hay fregadero o lavabo en la cocina	2		3
6	Se cuenta con refrigeradora.	2		3
7	Hay una bodega o alacena donde guardar bien los alimentos			3
8	La cocina cuenta con una lámina de acero inoxidable o aluminio en su parte posterior para facilitar la limpieza			3
9	La mesa de cocina es de una superficie fácil de limpiar.	1		3
10	Posee suficientes implementos eléctricos de cocina (batidora-licuadora-etc)	1		3
11	Se dispone de vajilla adecuada	1		3
12	Se dispone de agua permanentemente	2		3
13	Se dispone de mantelería adecuada			3
14	Se cuenta con un piso en buenas condiciones	2		3
15	Funcionan sus instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor	2		3
16	El área de comedor es suficientemente amplio.	2		3
17	El área de comedor está suficientemente iluminado	1		3
18	El área de comedor es suficientemente ventilado	1		3
19	Se cuenta con sillas y mesas suficientes para todos los posibles clientes			3
20	Cuenta con baño el restaurante	1		3
21	Posee menú del día			3
22	Posee una decoración acorde al entorno			3
23	Posee carta	2		3
24	El área de comedor guarda limpieza	1		3
25	Se ofrece comida tradicional de la zona	2		3
26	Cuentan con personal capacitado en atención y servicio al cliente			3
27	Cuentan con personal suficiente para las diferentes áreas del restaurante			3

	ALIMENTOS Y BEBIDAS	SI	NO	PO
28	En la preparación de alimentos utilizan gorra y delantal.			3
29	Se utilizan productos frescos	1		3
30	Preferiblemente se consumen hortalizas y frutas producidas de forma orgánica de la zona	2		3
31	Evita productos procedentes de especies protegidas	3		3
32	Se reduce al mínimo el uso de envases plásticos desechables, en bebidas, leche, azúcar, mantequilla, mermelada, se trata de presentar en envases recargables	1		3
33	Los alimentos que así lo requieren son refrigerados adecuadamente (leche, mantequilla, carnes, pescados, etc.)	1		3
34	Se ofrece comida casera, tradicional de la zona	2		3
35	Se sirven alternativas de platos vegetarianos			3
36	Se utiliza agua hervida o clorada en las bebidas	1		3
37	Se desinfecta verduras, frutas, hortalizas antes de ser servidas.	1		3

ANEXOS:

Calificación total: 37/111

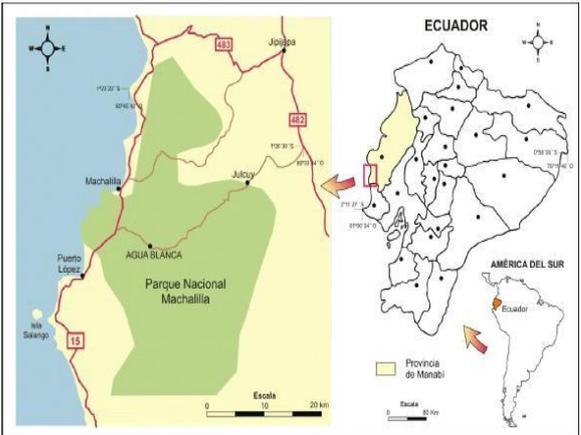
Porcentaje: 33%

Análisis:

El resultado de la ficha de evaluación del establecimiento de restauración indica que se cumple en un bajo porcentaje del 33% los requerimientos para brindar un servicio de calidad.

El establecimiento tiene fortalezas en aspectos como infraestructura en buenas condiciones, limpieza, elaboración de productos y el uso de mantelería adecuada, mientras que sus deficiencias se centran en aspectos como atención al cliente, personal capacitado en la elaboración y manipulación de productos y variedad en la oferta.

FICHA DE EVALUACIÓN DE OPERACIÓN Y SERVICIO DE GUIANZA

DATOS INFORMATIVOS			
Nombre del estudiante	Semestre	Nombre de la universidad	Año
Lorena Mediavilla	9no	UTN	2017
Fecha	Hora de inicio	Hora de finalización	
25-09-2017	09:30 a.m	10:30 a.m	
DATOS GENERALES			
Provincia	Cantón	Parroquia	
Manabí	Puerto López	Machalilla	
Nombre de la comunidad: Comunidad Agua Blanca			
Ubicación: Comunidad Agua Blanca		Latitud: -1. 534473	
Altitud: 800	Temperatura: 24 °	Longitud: -80. 739282	
<p>Fundada en 1930, pionera del turismo comunitario en Ecuador. Comunidad de raíces ancestrales de gran poder organizativo. Las actividades de turismo comunitario propuestas por los comuneros incluyen visitas guiadas a los diferentes sitios localizados dentro de la comunidad donde se puede observar las urnas funerarias, laguna de azufre y bosque secundario que constituyen un complejo turístico importante a nivel nacional.</p>			
			

	OPERACIÓN Y SERVICIO DE GUIANZA	SI	NO	PO
1	OPERACIÓN			
2	El proyecto tiene bien definidas las funciones de cada persona, la distribución de tareas y beneficios	2		3
3	Se cuenta con un registro de ingresos y egresos.	2		3
4	Se cuenta con un libro de registro de entradas y salidas de turistas	2		3
5	Existe un sistema de quejas y sugerencias y se da seguimiento a las mismas			3
	ATENCIÓN Y SERVICIO DE GUIANZA			
6	Al menos una persona habla inglés	1		3
7	Todas las personas que atienden al público están bien informadas sobre la realidad ecológica del entorno, la cultura, los atractivos cercanos.			3
8	Los servicios se prestan de forma amable.	2		3
9	Los servicios se prestan de forma puntual	2		3
10	Los servicios se prestan de forma responsable	1		3
11	Los guías cuentan con la licencia otorgada por el Ministerio de Turismo	3		3
12	Los guías reciben capacitaciones permanentes en diferentes áreas turísticas			3
13	El servicio de Guianza cumple con las expectativas del turista	2		2
14	Existe un sistema de evaluación de servicio		1	3
	INFORMACIÓN			
15	Se cuenta con un listado en la que se informa sobre servicios y actividades que se ofrecen con horarios y precios.	1		3
16	Se cuenta con un listado de reglas internas	1		3
17	Se brinda información acerca de la historia natural, social y cultural de la comunidad, y la relación de la organización con la comunidad	2		3
18	Se informa sobre las medidas medioambientales y sobre como el visitante puede colaborar con ellas (ahorro de agua mediante menor frecuencia de lavado de toallas y sábanas, ahorro de electricidad, separación de desechos, donaciones económicas.			3
19	Se ofrecen libros, guías o revistas sobre conservación de los recursos naturales, aspectos de la región, etc.			3
	SEGURIDAD			
20	Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios			

21	Se dispone de extintor de incendios			
22	Al menos hay una persona con conocimientos mínimos de primeros auxilios y de seguridad	1		1
23	Se tiene a la vista los teléfonos de emergencias (médico, bomberos, policía) la ubicación de los sitios de emergencia y la distancia de los mismos	2		3
24	Existe información visible sobre cuáles son las zonas seguras y sobre qué hacer en caso de incendio, sismo o cualquier otra situación de emergencia.			3
ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL				
25	Se evita tener animales silvestres en cautiverio. (salvo en el caso de programas de rescate)	3		3
26	Se realizan actividades de educación ambiental para los visitantes y los pobladores de la zona		1	3
27	Se clasifican los desechos		1	3
28	Se almacenas los productos reciclables para su posterior entrega		1	3

ANEXOS:



Calificación final: 27/84

Porcentaje: 32%

Análisis:

En la ficha de evaluación de operación y servicio de guianza se presentan la misma falencia en comparación a los servicios anteriores, el bajo porcentaje se debe principalmente a la deficiencia al brindar el servicio al turista, llegando a no cumplir estándares de calidad.

En el área de atención y servicio de guianza, las debilidades son la falta de capacitación del personal en áreas como el idioma inglés y primeros auxilios, la falta de implementación de medidas de seguridad en caso de emergencia, atención al cliente y la falta de información sobre medidas de educación ambiental que debe tener el turista.

FICHA DE EVALUACIÓN SPA COMUNITARIO

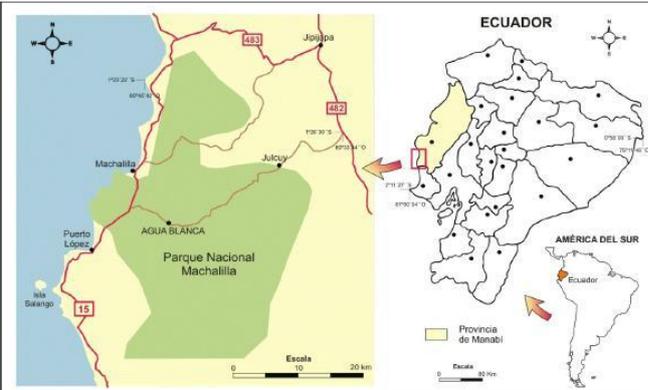
DATOS INFORMATIVOS			
Nombre del estudiante	Semestre	Nombre de la universidad	Año
Lorena Mediavilla	9no	UTN	2017
Fecha	Hora de inicio		Hora de finalización
25-09-2017	11:00 a.m		12:30 p.m
DATOS GENERALES			
Provincia	Cantón	Parroquia	
Manabí	Puerto López	Machalilla	
NOMBRE DE LA COMUNIDAD: Comunidad Agua Blanca			
UBICACIÓN: Comunidad Agua Blanca			LATITUD: -1.535712
ALTITUD: 800	TEMPERATURA: 24 °	LONGITUD: -80.735653	
DESCRIPCIÓN GRÁFICA DEL ÁREA			
<p>Fundada en 1930, pionera del turismo comunitario en Ecuador. Comunidad de raíces ancestrales de gran poder organizativo. Las actividades de turismo comunitario propuestas por los comuneros incluyen visitas guiadas a los diferentes sitios localizados dentro de la comunidad donde se puede observar las urnas funerarias, laguna de azufre y bosque secundario que constituyen un complejo turístico importante a nivel nacional.</p>			

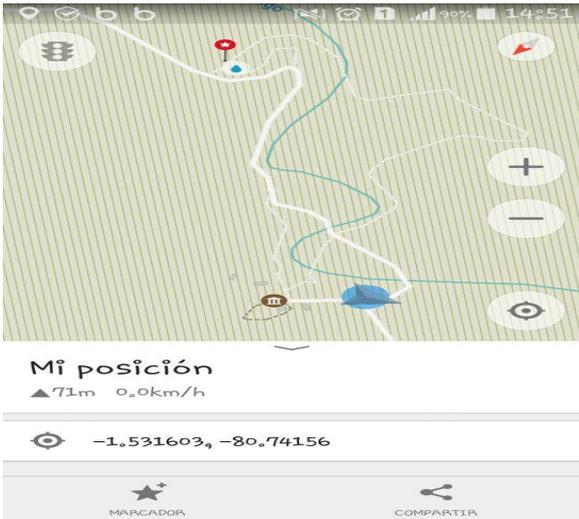
	SPA COMUNITARIO	SI	NO	PO
1	Las instalaciones se encuentran en buen estado	2		3
2	El servicio se ofrece de forma puntual	2		3
3	Se cuenta con un listado en la que se informa sobre servicios y actividades que se ofrecen con horarios y precios.			3
4	Las personas encargadas de esta área son profesionales capacitados	2		3
5	Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios			3
6	Se recibe capacitaciones continuas para mejorar el servicio	2		3
	INFRAESTRUCTURA			
7	Limpieza externa e interna de las instalaciones	2		3
8	Las instalaciones cuentan con servicios básicos	2		3
9	Las instalaciones se encuentran en buen estado de conservación	2		3
10	La pintura y el barniz están en buen estado	2		3
11	El piso se encuentra en buenas condiciones	2		3
	ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL			
12	Se clasifican los desechos			3
13	Se almacenan los productos reciclables para su posterior entrega	1		3
14	Cuentan con un sistema de ahorro de energía			3
15	Cuentan con un sistema de ahorro de agua			3

ANEXOS:**Calificación final: 19/30****Porcentaje: 63%****Análisis:**

El servicio de Spa comunitario es uno de los servicios nuevos que oferta la comunidad al turista, por lo que el nivel de satisfacción es variable en clientes complacidos y clientes insatisfechos, se debe seguir trabajando con la finalidad de que este emprendimiento pueda potencializarse como uno de los predilectos por los turistas, cumpliendo todas las normas de calidad.

FICHA DE EVALUACIÓN ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS

DATOS INFORMATIVOS			
Nombre del estudiante	Semestre	Nombre de la universidad	Año
Lorena Mediavilla	9no	UTN	2017
Fecha	Hora de inicio		Hora de finalización
26-09-2017	09:30 a.m		11:00 p.m
DATOS GENERALES			
Provincia	Cantón		Parroquia
Manabí	Puerto López		Machalilla
Nombre de la comunidad: Comunidad Agua Blanca			
Ubicación: Comunidad Agua Blanca			Latitud: -1.530649
Altitud: 800	Temperatura: 24 °		Longitud: -80.74066
DESCRIPCIÓN GRÁFICA DEL ÁREA			
<p>Fundada en 1930, pionera del turismo comunitario en Ecuador. Comunidad de raíces ancestrales de gran poder organizativo. Las actividades de turismo comunitario propuestas por los comuneros incluyen visitas guiadas a los diferentes sitios localizados dentro de la comunidad donde se puede observar las urnas funerarias, laguna de azufre y bosque secundario que constituyen un complejo turístico importante a nivel nacional.</p>			
			

ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS				
	INDICADORES	SI	NO	PO
1	La materia prima es la adecuada y se encuentra en buenas condiciones	X		4
2	Reciben capacitaciones en esta área		X	
3	El precio de las artesanías está estipulado de acuerdo al proceso de elaboración	X		2
4	Se cuenta con instalaciones adecuadas para el desarrollo y comercialización de esta actividad		X	
5	Se cuenta con un listado de información sobre los precios	X		2
6	Se utilizan elementos naturales y culturales para la elaboración	X		3
7	Utiliza tecnologías de información para comercializar los productos	X		3
ANEXOS:				
 <p>The screenshot shows a mobile map application interface. At the top, there are navigation icons and a battery level of 90% at 14:51. The map displays a green and white terrain with a blue route. Below the map, it shows 'Mi posición' (My position) at 71m altitude and 0.0 km/h speed. The coordinates are -1.531603, -80.74156. At the bottom, there are buttons for 'MARCADOR' (Marker) and 'COMPARTIR' (Share).</p>		 <p>The photograph shows an outdoor market stall. A woman with a backpack is standing and talking to a woman sitting at a wooden table. The table is covered with various handmade items, possibly jewelry or small crafts. In the background, there are other people and a building.</p>		
CALIFICACIÓN FINAL: 14/28				
<p>CONCLUSIÓN FINAL: De acuerdo a la evaluación en la ficha de elaboración artesanías el porcentaje es superior a comparación de los otros servicios que oferta la comunidad, debido a factores como mejor organización y distribución de los recursos de forma equitativa indicando un índice de alto de satisfacción del turista.</p>				

La Matriz FODA es una herramienta que permite identificar las ventajas y desventajas de un proyecto. Es así que se da cumplimiento con el objetivo relacionado con elaborar estrategias de reestructuración que mejoren su desarrollo y rentabilidad en el futuro.

FODA COMUNIDAD AGUA BLANCA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1. Ubicación estratégica de la comunidad.</p> <p>F2. Experiencia en el mercado</p> <p>F3. Diversidad de Flora y Fauna.</p> <p>F4. Flujo turístico permanente.</p> <p>F5. Disponibilidad de importantes recursos y atractivos turísticos.</p> <p>F6. Existencia de áreas de esparcimiento al aire libre (camping, cabalgatas, senderismo, avistamiento de aves).</p> <p>F7. Emprendimientos turísticos que ofrecen servicios de alojamiento, restauración, spa, artesanías y guianza.</p> <p>F8. Servicios básicos (luz, agua, internet).</p> <p>F9. Patrimonio cultural material e inmaterial.</p> <p>F10. Clima apropiado para el desarrollo de actividades turísticas.</p> <p>F11. Cuenta con permisos de funcionamiento de las diferentes instancias públicas.</p>	<p>O1 Apoyo financiero de ONG's para el desarrollo del turismo en la comunidad.</p> <p>O2 Alianzas públicas y privadas con la comunidad.</p> <p>O3. Creación de paquetes turísticos provinciales que incluya a la comunidad.</p> <p>O4. Flujo de turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia y el país.</p> <p>O5. Vías intercantonales de primer orden en buen estado.</p> <p>O6. Alta demanda turística por esta modalidad de turismo comunitario</p> <p>O7. Cercanía de la comunidad a la Isla de la Plata, principal atractivo turístico del cantón Puerto López.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1. Poca promoción turística</p> <p>D2. Mínimo financiamiento público y privado.</p> <p>D3. Empirismo en el servicio turístico.</p>	<p>A1. Reducción presupuestaria para el desarrollo turístico.</p> <p>A2. Poco interés de las operadoras turísticas en ofertar los servicios de la comunidad.</p>

<p>D4. Falta de personal técnico en el área turística.</p> <p>D5. Carencia de transporte público.</p> <p>D6. Señalética inadecuada.</p> <p>D7. Falta de medidas de seguridad y mantenimiento de los servicios turísticos.</p> <p>D8. Algunos atractivos carecen de servicios complementarios.</p> <p>D9. Falta de accesibilidad para personas con discapacidad.</p> <p>D10. Escasos equipos y materiales para el servicio turístico.</p> <p>D11. Insuficiente personal en los emprendimientos para el servicio turístico.</p> <p>D12. Los emprendimientos no cuentan con un sistema de promoción y difusión de servicios</p> <p>D13. No existen políticas de calidad dentro de los emprendimientos comunitarios.</p> <p>D14. No existe un manual de calidad turística.</p>	<p>A3. Desastres naturales.</p> <p>A4. Inseguridad.</p> <p>A5. Implementación de otros proyectos comunitarios con la misma oferta turística cerca de la comunidad.</p> <p>A6. Migración de la población.</p> <p>A7. Incremento de la contaminación ambiental y cambio climático.</p> <p>A8. Reducción del flujo turístico en la provincia y el país, por problemas económicos, sociales y políticos.</p>
--	--

Elaborado por: Mediavilla.L

ESTRATEGIAS FODA COMUNIDAD AGUA BLANCA

ESTRATEGIAS OFENSIVAS (F+O)	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (A+D)
<p>- Creación de un paquete turístico que incluya la comunidad, aprovechando factores como ubicación, flujo turístico, clima y los recursos naturales y culturales, que garanticen el constante flujo de turistas nacionales y extranjeros en la comunidad.</p>	<p>- Creación de alianzas estratégicas con el sector público y privado que financien la actividad turística, mejorando las vías de acceso, seguridad, educación ambiental y capacitaciones técnicas con la finalidad de brindar un mejor servicio al turista.</p>
<p>- Implementación de más infraestructura turística y mejoramiento de los servicios turísticos existentes, aprovechando el bajo nivel de competencia y la experiencia que tienen la comunidad en la prestación del servicio turístico, con la finalidad de generar un alto índice de satisfacción en el turista.</p>	<p>- Diseñar un Manual de calidad con la participación de todos los actores sociales vinculados a la actividad turística y la cooperación de personal, siendo este documento una línea base para mejorar los servicios turísticos y elevar el nivel de satisfacción de los turistas con la oferta comunitaria.</p>
<p>- Diversificación de los servicios turísticos incluyendo nuevas actividades como deportes extremos, avistamiento de aves, camping y cabalgatas a través del financiamiento de instituciones públicas y privadas que contribuyan al desarrollo turístico de la comunidad.</p>	<p>- Incorporación de personal técnico y capacitado en diferentes áreas turísticas que contribuyan al trabajo en equipo con la comunidad con la finalidad de mejorar aspectos como calidad, promoción y convenios con operadoras turísticas que permitirán mejorar la rentabilidad del proyecto comunitario.</p>

ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (A+F)	ESTRATEGIAS DE REORIENTACION (O+D)
<ul style="list-style-type: none"> - Asignación presupuestaria adecuada por parte del municipio y junta parroquial enfocado al desarrollo de obras públicas que beneficien a la comunidad y al desarrollo de la oferta turística. - Elaboración de un plan de contingencia en caso de desastres naturales con la finalidad de responder oportunamente en una emergencia, brindando mayor seguridad a los turistas y precautelando el bienestar de la flora y fauna de la comunidad. - Vincular de forma más directa y participativamente a la comunidad en la actividad turística, con la finalidad de generar fuentes de empleo y desarrollo económico interno, evitando factores negativos como la migración e inseguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar el trabajo con ONG's interesadas en la modalidad de turismo comunitario, con la finalidad de obtener financiamiento para el desarrollo del proyecto comunitario y poder mejorar la oferta turística. - Potencializar a la comunidad como uno los atractivos referentes del cantón puerto López, aprovechando su ubicación estratégica con otros atractivos turísticos de alta demanda, incrementado su oferta y los servicios turísticos complementarios. - Implementar en los atractivos turísticos y en las instalaciones de los emprendimientos políticas y facilidades de accesibilidad e inclusión a los turistas con algún tipo de discapacidad, diversificando la oferta para este mercado turístico de alta demanda.

Elaborado por: Mediavilla.L

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES:

1. Se analizó la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca, la cual está organizada de forma participativa y equitativa, pero a la vez hay déficit en áreas como planificación estratégica y alianzas con instituciones públicas y privadas que impiden un equilibrio en el desarrollo del proyecto comunitario a largo plazo.
2. Se identificaron los puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca, permitiendo identificar que en la mayoría de servicios turísticos que ofrece la comunidad tiene falencias en aspectos como calidad y planificación, considerando que la mayoría de los emprendimientos fueron creados de forma empírica sin planificación previa, lo que se deduce en el fracaso de muchos de los establecimientos a corto tiempo.
3. Se determinó el nivel de satisfacción de los turistas con los servicios ofertados por la comunidad en un 57% que es considerado un porcentaje alto y positivo e incluso el 63 % de turistas recomendaría a

la comunidad como un potencial atractivo del cantón Puerto López, llegando porcentajes similares de satisfacción de otros atractivos importantes como Isla de la Plata que tiene un porcentaje de aceptación del 78%.

4. La estructura interna y las relaciones externas de la comunidad no han logrado desarrollarse en base a directrices técnicas que permitan aprovechar el potencial de la comunidad en el mercado turístico, permitiéndoles alcanzar los objetivos planteados y su rentabilidad futura.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Establecer un correcto manejo de la gestión en la Comunidad Agua Blanca, planificando de forma estratégica los recursos naturales y culturales que permitan generar mayor beneficio económico y social en el futuro, se debe trabajar de una forma más participativa con la comunidad y lograr establecer correctas alianzas estratégicas, siendo esta la clave para mejorar la actividad turística y la demanda interna.
2. Corregir los estándares de calidad de los emprendimientos turísticos comunitarios, capacitando al personal y propietarios en áreas de atención y servicio al cliente, manejo de los recursos económicos e innovación que den como resultado final mayor rentabilidad económica y establecer un seguimiento continuo de satisfacción de los servicios ofertados a los turistas.
3. Fortalecer los niveles de satisfacción de los turistas, impulsando el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos con el apoyo de personal técnico que cuente con el financiamiento de instituciones públicas que contribuyan a mejorar las condiciones en las que se encuentra la comunidad y puedan satisfacer las necesidades de los turistas.
4. Establecer las estrategias pertinentes de forma objetiva y con visión de futuro, ya que serán una guía a seguir para los dirigentes comunitarios

que tienen como principal objetivo mejorar la actividad turística convirtiéndose en una comunidad líder en el mercado nacional e internacional en ofrecer una nueva modalidad de turismo equitativo y participativo.

BIBLIOGRAFÍA:

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* 2008. Recuperado de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf.

Agüera, F. (2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. *Nómadas. Revista*. Pag.24.

Behar, D. S. (2010). *Metodología de la Investigación*. *Shalom* (Vol. 1), pag 51, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

Crítica de Ciencias Sociales Y Jurídicas, pag. 38, 91. Retrieved from file:///C:/Users/77122172-K/Downloads/francisco_orgaz.pdf

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53), España, pag. 34-35-36, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2012). *Tipologías y Antecedentes de la Actividad Turística: Turismo Tradicional y Turismo Alternativo*. *Medio Ambiente Y Política Turística*. Tomo 1: Ecología, Biodiversidad Y Desarrollo Turístico, pag. 17–33.

Inostroza, G. (2012). *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina*. *Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España Y Portugal*, (10), pag. 77–90. <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2008.n10-06>.

Kotler, P. (2012). *Marketing Turístico, Inglaterra*, pag. 38-39.

Marcos, P. M., & Foley, J. (2012). *EL PRODUCTO: Concepto Y Desarrollo*. *Administración de la Producción* (Vol. 10), pag. 51-52-53

Martínez, G. (2014). *La planificación estratégica como instrumento de la política turística. Estudio aplicado a la región de Murcia*. Universidad de Alicante, España, pag.78-80

- Mendoza, M. M., & Montoya, L. G. (2015).** *Turismo Comunitario*. El Periplo Sustentable, pag. 92–119.
- Moncayo, A., & Atienza, M. C. (2014).** *Turismo comunitario. reflexiones*. Papers de Turisme, (68), pag.16-17-18.
- OMT. (2012).** *Turismo y Sostenibilidad*, Organización Mundial del Turismo, 2.
- Palacios, C. (2016).** *TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR: ¿QUO VADIS?* Estudios Y Perspectivas En Turismo, pag. 101-102-103-104.
- PLANDETUR 2020. (2007).** *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador 2020*-Ministerio de Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
- Rivera, M. (2012).** *Turismo Responsable Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*. Journal of Chemical Information and Modeling (Vol. 53), Cordova, pag.50-51-52.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Rodas, M., Ulluari, N., & Sanmartín, I. (2015).** *El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura*. Revista de Turismo, volumen 9, pag. 60–67.
- Sancho, A. (2012).** *Introduccion Al Turismo*, pag. 394-395-396. Retrieved from <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+AL+TURISMO+OMT.pdf>.
- Senplades. (2013).** Plan Nacional Buen Vivir 2013-2017. Senplades.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Socatelli, M. (2013).** *Mercadeo Aplicado al Turismo*, volumen 4, España, pag.1–4. Retrieved from <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Glosario de Términos

- **Autogestión turística:** Proceso integral de fortalecimiento organizativo, secuencia en las acciones y una capacitación continua, que es fortalecer las propias capacidades antes durante y después de la aplicación de proyectos, descubriendo las capacidades, destrezas, individuales y habilidades.
- **Centros de turismo comunitario:** Lugares en los que se concentre el desarrollo de las instalaciones necesarias para la atención del turismo, facilitando el control sobre impactos ambientales, sociales y culturales, así como su ejecución y control.
- **Demanda turística:** Conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean estos los turistas, viajeros o visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar, y del lugar que visitan o planean visitar.
- **Derecho:** Se entiende por derecho al conjunto de normas de carácter general que se dictan para dirigir a la sociedad a fin de solventar cualquier conflicto de relevancia jurídica que se origine, son impuestas de manera obligatoria y no cumplirlas puede repercutir en sanciones de acuerdo a la falta.
- **Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE):** Organización que promueve principios del turismo comunitario relacionados con aspectos ambientales, culturales, sociales, económicos y políticos en la práctica turística, promoviendo la revalorización de identidad, la defensa del territorio, la mejora de la calidad de vida y la necesidad del fortalecimiento organizacional comunitario.

- **Gestión comunitaria:** Es aquella gestión que se encuentra conformada por algunos factores complejos. Una de sus partes centrales hace referencia que las comunidades tengan la capacidad de administrar, operar y mantener los sistemas con eficiencia, eficacia y equidad principalmente en el ámbito social.
- **Gestión turística:** capacidad de la institución sea pública o privada para definir, alcanzar y evaluar sus objetivos y metas, con el adecuado uso de los recursos disponibles con la finalidad de alcanzar un beneficio para todos los actores sociales vinculados a la actividad turística.
- **Mercados turísticos:** confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos.
- **Oferta turística:** Conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por el turista.
- **Organización empresarial:** Es el diseño y mantenimiento de un sistema de funcionamiento basado en la determinación de roles que debe cumplir cada persona que integra la empresa, así como de las relaciones que se establecen en ella.
- **Participación comunitaria:** Es la toma de conciencia colectiva de toda la comunidad, sobre factores que frenan el crecimiento, por medio de la reflexión crítica y la promoción de formas asociativas y organizativas que facilita el bien común.

- **Plan del Buen Vivir:** Postura política que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad.
- **Producto turístico:** Conjunto de componentes tangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructura, servicios y actividades recreativas. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de turistas y la aceptación en el mercado.
- **Reglamento para los centros turísticos comunitarios:** Permite en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de actividades comunitarias, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos.
- **Sistema de gestión sostenible:** Es un sistema de gestión que cumple los principios del desarrollo sostenible. La sostenibilidad es una forma de desarrollo que permite suplir la demanda y los requerimientos actuales, sin que esto implique que generaciones futuras corran el peligro de no poder satisfacer su propia demanda.
- **Turismo:** actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocio u otros.
- **Turismo Comunitario:** Relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros garantizando un manejo adecuado de los recursos naturales y culturales, para una distribución equitativa de los beneficios generados.

- **Turismo Cultural:** aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y su protección.
- **Turismo Sostenible:** Turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades beneficiadas.

Anexo 2. Cronograma de actividades

Actividades	Mes											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Objetivo 1: Analizar de la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca												
Actividad 1 Recopilar información de la gestión desarrollada a los encargados de la actividad turística comunitaria (aplicación de entrevistas)												
Actividad 2 Revisión documental sobre gestión turística comunitaria en Agua Blanca desde sus inicios.												
Actividad 3 Visita de campo a los emprendimientos turísticos de la comunidad para conocer su gestión internamente.(aplicación de encuestas)												
Objetivo 2:												

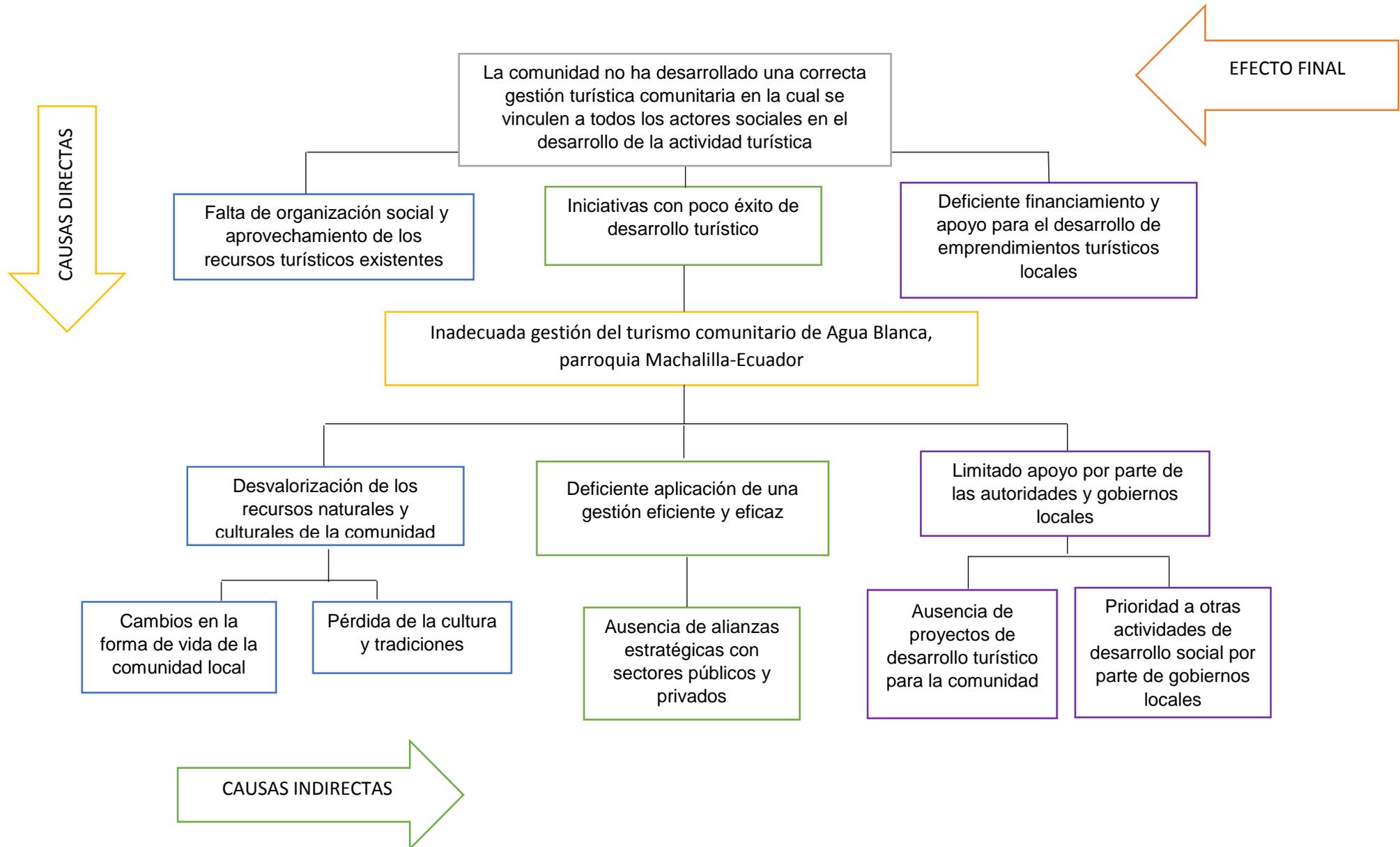
<p>Actividad 2</p> <p>Conocer el nivel de participación de autoridades y gobierno local en el desarrollo de la actividad comunitaria (Aplicación de entrevistas).</p>																			
<p>Actividad 3</p> <p>Sistematización de la información.</p>																			
<p>Actividad 4</p> <p>Elaboración de estrategias de gestión comunitaria adecuado y planificado para la comunidad</p>																			
<p>Actividad 5</p> <p>Revisión del informe final de trabajo de titulación.</p>																			

Anexo 3. Presupuesto**PRESUPUESTO****Recursos a Utilizar**

<i>Financieros</i>	
Detalle:	
- Alimentación	73,50
- Transporte	50,00
- Hospedaje	42,00
<i>Materiales</i>	
Detalle:	
- Impresiones y copias	100,00
- Internet y comunicaciones	50,00
- Materiales de oficina	50,00
<i>Técnicos</i>	
Detalle:	
- Celulares	50,00
- Grabadoras	0,00
- Cámaras	0,00
- Computadoras	0,00
<i>Humanos</i>	
Detalle:	
- Investigador	

<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistados - Ayudantes de campo 	80.00 80.00 80.00 240.00
<i>Infraestructura o equipos de laboratorio</i>	
Detalle: <ul style="list-style-type: none"> - - 	
Total USD \$	655.50

Anexo 2. Árbol de problemas



Anexo 3. Entrevista a los dirigentes comunitarios y autoridades locales

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como finalidad determinar la situación actual de la gestión del proyecto comunitario de Agua Blanca determinar el nivel de participación, apoyo de los gobiernos locales, autoridades públicas y privadas en el desarrollo de las actividades turísticas, la información será de mucha importancia para continuar con el desarrollo de la investigación y obtener los resultados deseados.

ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD AGUA BLANCA

1. ¿Cómo inició el proyecto turístico comunitario Agua Blanca?
2. ¿Quiénes son los responsables de la actividad turística en la comunidad de Agua Blanca?
3. ¿Se han cumplido los objetivos que se plantearon para fomentar el desarrollo turístico en la comunidad?
4. ¿Qué modelo de gestión se practica en la administración y operación turística de la comunidad?
5. ¿Cuentan con personal técnico capacitado en la actividad turística?
6. ¿Quién financia el proyecto turístico de la comunidad?
7. ¿Existe convenios con operadoras turísticas y otras instituciones?
8. ¿Cómo se distribuye las utilidades obtenidas a través de la gestión turística?
9. ¿Cómo y con quién se toma las decisiones sobre la gestión turística de la comunidad?
10. ¿Existe alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas?
11. ¿Cómo califica la participación de los habitantes de la comunidad en la gestión turística?
12. ¿Considera que se satisface las necesidades y expectativas de los clientes?
13. ¿Cuál es la proyección a corto, mediano y largo plazo en la gestión turística de la comunidad de Agua Blanca

Anexo 4. Entrevista Presidente Junta Parroquial Machalilla

1. ¿Qué modelo de gestión se practica en la administración y operación turística de la comunidad?
2. ¿Cómo califica la participación de los habitantes de la comunidad en la gestión turística?
3. ¿Quién financia el proyecto turístico de la comunidad?
4. ¿Considera que se satisface las necesidades y expectativas de los clientes?
5. ¿Cuál es la proyección a corto, mediano y largo plazo en la gestión turística de la comunidad de Agua Blanca?

Anexo 5. Encuesta para emprendimientos turísticos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INGENIERÍA EN TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad recabar información de cómo se ha desarrollado la gestión de los emprendimientos turísticos de la comunidad Agua Blanca, su situación actual y perspectivas.

INSTRUCCIONES: Se solicita de la manera más comedida, conteste con toda veracidad a las siguientes preguntas, por favor marque con una X en la opción que a su juicio es la indicada.

1. Propietario:

.....

2. Nombre del emprendimiento

.....

3. Género

Masculino

Femenino

GLBTI

4. Edad

- De 18 a 29

- De 30 a 64

- De 65 en adelante

5. ¿Cuál es el servicio turístico que presta en la comunidad?

- Guía comunitario
- Elaboración de artesanías
- Servicio de alojamiento
- Servicio de alimentación

6. ¿Hace qué tiempo se dedica a la actividad turística?

- Menos de un año
- 1 a 3 años
- 4 a 6 años
- 7 o más años

7. ¿Ha recibido capacitaciones en el área turística?

- SI
- NO

8. ¿Dispone de un sistema de tecnologías actualizado en su emprendimiento?

- SI
- NO

9. ¿A través de qué medio de comunicación difunden sus productos y servicios?

- Radio
- Televisión
- Internet
- Afiches publicitarios
- Prensa escrita
- Ninguna de las anteriores

10. En su emprendimiento la mayor parte de flujo de turistas en que mes es:

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC

11. ¿Cuál considera que ha sido la clave para mantenerse en el mercado?

- Poca competencia
- Convenios con operadores turísticas
- Brindar un servicio de calidad
- Correcto manejo de los recursos económicos

12. ¿Cómo calificaría la gestión y el desarrollo turístico comunitario?

Excelente	
Bueno	
Regular	
Malo	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

- Alojamiento _____
- Restauración _____
- Cabalgatas _____
- Camping _____
- Caminatas guiadas _____
- SPA _____
- Otros _____

5. ¿Qué actividades realizó usted durante su visita a la comunidad?

- Compra de artesanías
- Intercambio cultural
- Cabalgatas
- Camping
- Senderismo
- Alojamiento
- Alimentación
- SPA
- Otros

6. ¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

7. ¿En su estadía en la comunidad Agua Blanca sus expectativas fueron cumplidas?

- SI
- NO

8. ¿Considera que la calidad del servicio recibido estuvo acorde al precio que usted pago?

- SI
- NO

9. ¿Qué aspectos considera que se debe poner mayor atención para mejorar el servicio turístico?

- Vías de acceso
- Atención al cliente
- Ofertar más servicios
- Infraestructura turística

10. ¿Usted recomendaría la visita a la comunidad Agua Blanca?

- SI
- NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 7. Matriz de Vester- Identificación de Puntos Críticos

SITUACIÓN PROBLMÁTICA								
Puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la actividad turística.								
CÓDIG O	VARIABLE	P1	P2	P3	P4	P5	P6	INFL UEN CIA
P1	Deficiente contacto con el cliente							
P2	Falta de desarrollo de infraestructura turística							
P3	Falta de promoción y comercialización de productos y servicios							
P4	Falta de capacitaciones en áreas turísticas							
P5	Falta de medidas de seguridad y mantenimiento de los servicios							
P6	Falta de financiamiento económico a los emprendimientos turísticos							
DEPENDENCIA								

Anexo 8. Representación de la Matriz Vester

X

		PASIVOS					CRÍTICOS			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8
DEPENDENCIA/ CONSECUENCIA	9									
	8									
	7									
	6									
	5									Y
	4									
	3									
	2									
	1									
	0	0	1	2	3	4	5	6	7	8
INDIFERENTES					ACTIVOS					

INFLUENCIA/CAUSALIDAD

Anexo 9. Validación de instrumentos de recolección de datos:

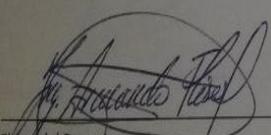
VALIDACIÓN Nro. 1



Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 22/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Diana Lorena Mediavilla Latacumbá
 Nombre del docente revisor: Msc. Armando Flores

Objetivo General:
 Determinar la gestión organizativa, administrativa y estrategias de mejoramiento en el proyecto de turismo comunitario de Agua Blanca, parroquia Machailla, cantón Puerto López.

	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Analizar la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca.	1. Cuestionario de entrevista	✓		✓		
	2. Cuestionario de encuesta	✓		✓		
2. Identificar los puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la Actividad turística.	1. Matriz de identificación de puntos críticos	✓		✓		
3. Determinar el nivel de satisfacción de los turistas con los servicios ofertados por la comunidad	1. Cuestionario de encuesta	✓		✓		
	2. Ficha de Evaluación	✓		✓		
4. Establecer estrategias de mejoramiento enfocado a la reestructuración interna y relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario de Agua blanca	1. Matriz FODA	✓		✓		



Firma del Docente
 C.C. 700223047-0

VALIDACIÓN Nro2.



Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información

Fecha: 22/09/2017

Nombre del/la autor/a: Diana Lorena Mediavilla Latacumba

Nombre del docente revisor: Msc. Anderson Maldonado

Objetivo General:
Determinar la gestión organizativa, administrativa y estrategias de mejoramiento en el proyecto de turismo comunitario de Agua Blanca, parroquia Machalilla, cantón Puerto López.

	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Analizar la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca.	1. Cuestionario de entrevista	✓		✓		
	2. Cuestionario de encuesta	✓		✓		
2. Identificar los puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la Actividad turística.	1. Matriz de identificación de puntos críticos	✓		✓		
3. Determinar el nivel de satisfacción de los turistas con los servicios ofertados por la comunidad	1. Cuestionario de encuesta	✓		✓		
	2. Ficha de Evaluación	✓		✓		
4. Establecer estrategias de mejoramiento enfocado a la reestructuración interna y relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario de Agua blanca	1. Matriz FODA	✓		✓		

[Handwritten Signature]
 Firma del Docente
 C.C. 100303577-9

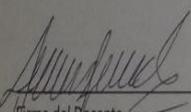
VALIDACIÓN Nro3.



Matriz general de validación de instrumentos de recopilación de información
 Fecha: 22/09/2017
 Nombre del/la autor/a: Diana Lorena Mediavilla Latacumba
 Nombre del docente revisor: Msc. Javier Chandi

Objetivo General:
 Determinar la gestión organizativa, administrativa y estrategias de mejoramiento en el proyecto de turismo comunitario de Agua Blanca, parroquia Machalilla, cantón Puerto López.

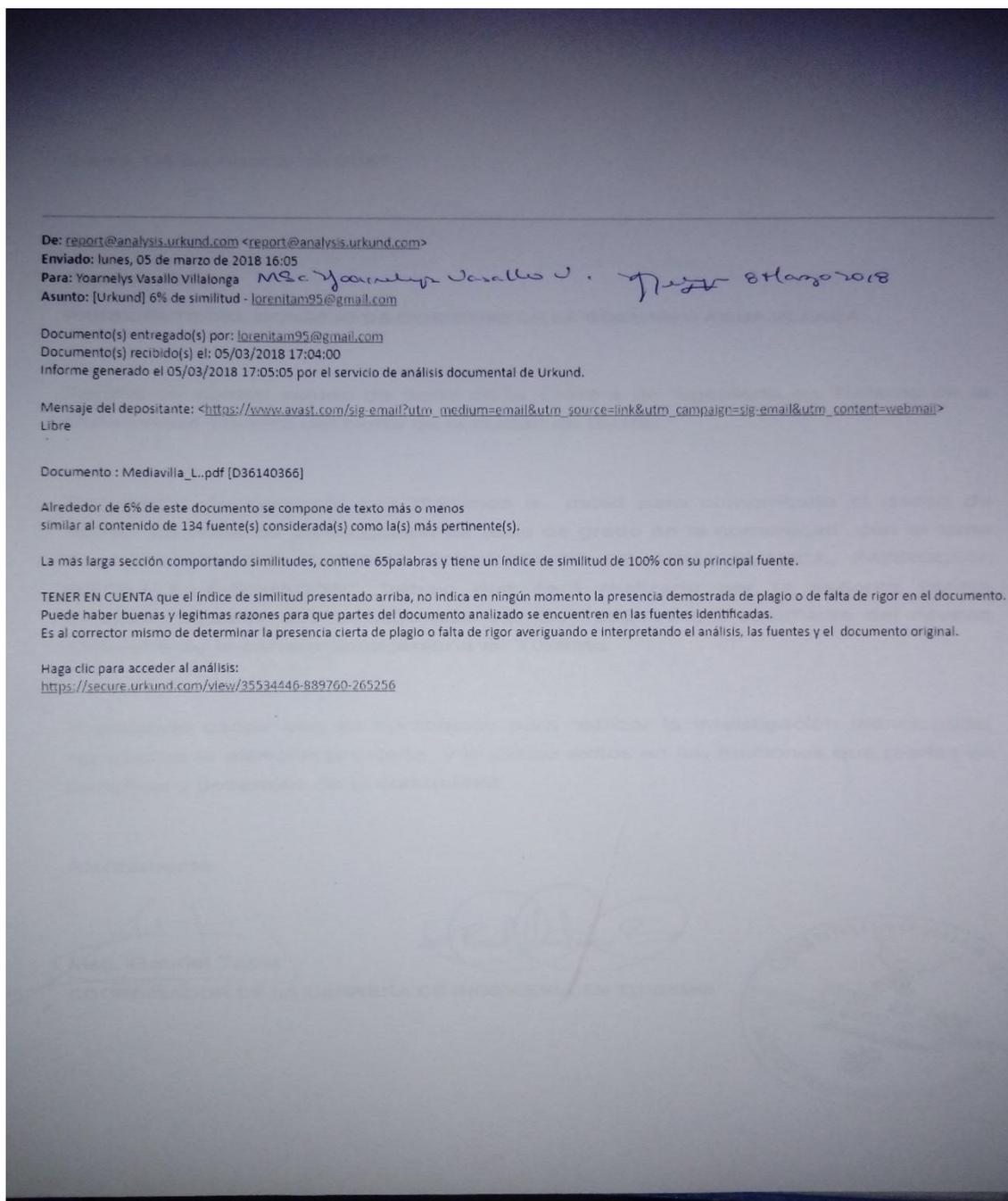
	Tipo de instrumento	Pertinencia con los objetivos		Redacción de los ítems		Observaciones
		Pertinente	No pertinente	Adecuado	Debe mejorar	
1. Analizar la situación actual de la gestión turística comunitaria de Agua Blanca.	1. Cuestionario de entrevista	/		/		
	2. Cuestionario de encuesta	/		/		
2. Identificar los puntos críticos en la gestión organizativa y administrativa de la comunidad Agua Blanca dentro de la Actividad turística.	1. Matriz de identificación de puntos críticos	/		/		
3. Determinar el nivel de satisfacción de los turistas con los servicios ofertados por la comunidad	1. Cuestionario de encuesta	/		/		
	2. Ficha de Evaluación	/		/		
4. Establecer estrategias de mejoramiento enfocado a la reestructuración interna y relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario de Agua blanca	1. Matriz FODA	/		/		


 Firma del Docente
 C.C. 106219286-9

Anexo 10. Certificado de aceptación de la comunidad para realizar la investigación



Anexo11. Certificado de plagio URKUND



ANEXO 12. Fotografías:



