



ESCUELA DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

DISEÑO DE HERRAMIENTAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD EN EL  
TURISMO COMUNITARIO DE LA ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE  
UBICADA EN LA PARROQUIA DE AMBUQUÍ

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título Ingeniera en Administración de Empresas  
Turísticas y Hoteleras

Profesor Guía  
Walter Omar Ocaña Zambrano

Autora  
Pamela Carmela Pazmiño Yépez

Año  
2014

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Lic. Walter Omar Ocaña Zambrano

Master en Ciencias Sociales

171600394-0

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

---

Pamela Carmela Pazmiño Yépez

171358419-9

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres por apoyarme en todas mis decisiones y la oportunidad que me brindaron para realizarme como profesional. A mi tutor Walter Ocaña por su dedicación en la realización de este proyecto. A todos los profesores que durante mi vida universitaria aportaron y dieron lo mejor de cada uno para mis conocimientos estudiantiles. Quiero agradecer a Olga Palacios por su apertura en la Asociación Aroma Caliente, y a todos sus integrantes por su calidez y gentileza durante las visitas realizadas. A Daniel Meléndez que fue un gran apoyo y soporte en todo este proceso. Nuevamente, agradezco a mis padres: Patricio, Gina, y a mis hermanos Sabina y Julián por su cariño incondicional.

## DEDICATORIA

Dedico a mis padres, Patricio y Gina, que son las personas más importantes en mi vida. Gracias a su cariño, dedicación y apoyo incondicional soy la persona que soy.

Gracias por todo.

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación busca ayudar al emprendimiento turístico comunitario asociación de la “Aroma Caliente” ubicada en la parroquia de Ambuquí, provincia de Imbabura. La comunidad de El Juncal involucrada en este emprendimiento posee un déficit en el conocimiento técnico para desarrollar dicha actividad con excelencia, teniendo varios inconvenientes al momento de la operación turística.

En el primero de cinco capítulos se detalla los conceptos donde se ayudará a comprender de mejor manera de donde nace el concepto de “turismo comunitario”, así como su historia y la calidad del sector turístico en el país El segundo capítulo detalla la caracterización de la zona de intervención donde se desarrolla este emprendimiento comunitario.

En tercer capítulo se detalla el análisis situacional de la empresa y la problematización de los servicios prestados a los turistas, en este capítulo de igual manera se abarca la forma como se evaluó a la comunidad y se identifican las estrategias FODA que ayudará a su posterior propuesta de mejoras.

En cuanto al cuarto capítulo se realiza una propuesta de mejoras en base a la problematización del capítulo anterior y con la ayuda de las estrategias FODA. En este capítulo se busca desarrollar propuestas que ayuden a la comunidad a disminuir sus problemas existentes y a generar mejorías en la actividad turística como en la vida de sus pobladores.

El quinto y último capítulo busca crear un presupuesto de inversión que la comunidad necesita invertir para mejorar emprendimiento comunitario. Este presupuesto se ha creado en base a cada una de las propuestas que se ha planteado. Posteriormente y para finalizar se encontrará las conclusiones, recomendaciones y referencias respectivas las cuales han sido una fuente de gran ayuda al momento de realizar este proyecto.

## ABSTRACT

The following research project is intended to help the touristic development of the association called “Aroma Caliente”, which is located in Ambuquí, in the province of Imbabura. The Juncal community, which is the one involved in this entrepreneurship process, has a shortfall in the technical knowledge that will help them develop this activity with excellence, in the touristic management.

The first chapter contains a detailed definition of the technical concepts such as “comunitary tourism” that will help for a better understanding as well as where this concept began. It also retells its history and the tourist quality of the country. The second chapter details the characteristics of the intervened area where this entrepreneurship community process takes place.

The third chapter details the situation analysis of the company and the difficulties of the services provided to tourists. This chapter also contains the way in which the community was evaluated, and the detection of the FODA strategies that will help the future proposal improvements.

The fourth chapter performs a proposal for improvements that will take place to improve the difficulties presented in the previous chapter using the FODA strategies. In this chapter we are searching proposals that will help the community decrease their existing problems and develop improvements in the touristic activity, as well as in the life of their native inhabitants.

The fifth and last chapter intends to seek an investment budget that the community needs to invest to improve and launch the entrepreneurship process. This budget has been created on the basis of each proposal that have been presented. Moreover and to close this investigation project, some conclusions recommendations and references have been made to sustain and have been helpful sources in the development of this project.

# ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Introducción.....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>Antecedentes.....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>Justificación .....</b>   | <b>2</b>  |
| <b>Objetivos .....</b>   | <b>3</b>  |
| Objetivo general:.....   | 3         |
| Objetivos específicos: .....   | 3         |
| <b>Metodología .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>1. Capítulo I.- Marco teórico .....</b>                                   | <b>8</b>  |
| <b>1.1 Marco de referencia global .....</b>                                  | <b>8</b>  |
| 1.1.1 ¿Qué es turismo? .....   | 8         |
| 1.1.2 ¿Qué es cultura? .....   | 9         |
| 1.1.3 ¿Qué es interculturalidad? .....                                       | 11        |
| <b>1.2 Marco de referencia intermedio .....</b>                              | <b>12</b> |
| 1.2.1 ¿Qué es el turismo comunitario? .....                                  | 12        |
| 1.2.2 Breve Historia del Turismo Comunitario en el Ecuador .....             | 14        |
| 1.2.3 Base legal para el turismo comunitario en el Ecuador .....             | 17        |
| 1.2.3.1 Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios .....            | 18        |
| <b>1.3 Marco de referencia específico .....</b>                              | <b>20</b> |
| 1.3.1 ¿Qué es calidad?.....  | 20        |
| 1.3.2 Principios de la gestión de calidad.....                               | 20        |
| 1.3.3 Certificaciones de calidad en Ecuador .....                            | 23        |
| 1.3.3.1 Sistema de certificación.....  | 25        |
| 1.3.3.2 Proceso de certificación.....  | 28        |
| <b>2. Capítulo II.- Caracterización de la zona de<br/>intervención .....</b> | <b>32</b> |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>2.1 Breve historia del Valle del Chota .....</b>                                     | <b>32</b> |
| <b>2.2 Caracterización biofísica .....</b>  | <b>35</b> |
| 2.2.1 Ubicación .....   | 35        |
| 2.2.2 Accesibilidad.....  | 35        |
| 2.2.3 Superficie.....   | 36        |
| 2.2.4 Clima.....  | 36        |
| 2.2.5 Hidrografía .....   | 36        |
| 2.2.6 Fauna.....  | 37        |
| 2.2.7 Flora.....  | 37        |
| 2.2.8 Suelos.....   | 37        |
| <b>2.3 Manifestaciones culturales .....</b>   | <b>38</b> |
| 2.3.1 Gastronomía .....   | 38        |
| 2.3.2 Música y Danza .....  | 38        |
| 2.3.3 Tradición oral .....  | 40        |
| 2.3.4 Fiestas .....   | 40        |
| 2.3.5 Artesanías.....   | 41        |
| 2.3.6 Arquitectura .....  | 41        |
| <b>2.4 Actividades socioeconómicas de la población .....</b>                            | <b>42</b> |
| <b>2.5 Turismo en el Valle del Chota .....</b>  | <b>43</b> |
| 2.5.1 Atractivos Turísticos.....  | 43        |
| 2.5.1.1 Manifestaciones Culturales.....   | 43        |
| 2.5.1.2 Sitios naturales .....  | 45        |
| 2.5.2 Planta turística .....  | 46        |
| 2.5.2.3 Transportes.....  | 47        |
| <b>3. Capítulo III.- Análisis situacional de la empresa y<br/>problematización.....</b> | <b>48</b> |
| <b>3.1 Análisis situacional de la empresa.....</b>                                      | <b>48</b> |
| 3.1.1 Misión .....  | 48        |
| 3.1.2 Visión .....  | 49        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.1.3 Objetivo.....  | 49        |
| 3.1.3.1 Objetivos específicos.....                               | 49        |
| 3.1.4 Estructura Organizacional.....                             | 50        |
| 3.1.5 Mercado Actual y mercado proyectado.....                   | 51        |
| 3.1.5.1 Mercado actual .....                                     | 51        |
| 3.1.5.2 Mercado Proyecto .....                                   | 51        |
| 3.1.6 Análisis FODA.....   | 52        |
| 3.1.6.1 Estrategias FO.....                                      | 54        |
| 3.1.6.2 Estrategias FA .....                                     | 54        |
| 3.1.6.3 Estrategias DO .....                                     | 55        |
| 3.1.6.4 Estrategias DA.....                                      | 56        |
| 3.1.7 Ventaja competitiva.....                                   | 56        |
| 3.1.8 Benchmarking.....  | 57        |
| <b>3.2 Evaluación y problematización.....</b>                    | <b>58</b> |
| 3.2.1 Evaluación .....   | 58        |
| 3.2.2.1 Blue print actual.....                                   | 63        |
| 3.2.2.2 Lista de posibles errores.....                           | 66        |
| 3.2.2.3 Qué hacer para evitar los posible errores.....           | 68        |
| <b>4. Capitulo IV. Propuesta de mejoras .....</b>                | <b>70</b> |
| <b>4.1 Manual de calidad .....</b>                               | <b>71</b> |
| <b>4.2 Capacitaciones .....</b>                                  | <b>72</b> |
| <b>4.3 <i>Blue print</i> o planos de servicios óptimos .....</b> | <b>73</b> |
| <b>4.4 Producto.....</b>   | <b>74</b> |
| <b>4.5 Alianzas estratégicas .....</b>                           | <b>74</b> |
| <b>4.6 Comercialización y publicidad del CTC .....</b>           | <b>75</b> |
| <b>4.7 Infraestructura .....</b>                                 | <b>76</b> |
| <b>5. Capitulo V. Presupuesto de inversión .....</b>             | <b>78</b> |
| <b>Conclusiones.....</b>   | <b>87</b> |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| <b>Recomendaciones .....</b>      | <b>89</b>  |
| <b>Abreviaturas .....</b>         | <b>91</b>  |
| <b>Glosario de términos .....</b> | <b>92</b>  |
| <b>Referencias .....</b>          | <b>96</b>  |
| <b>Anexos .....</b>               | <b>105</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Inventario de establecimiento de alojamiento en Ambuquí .....           | 46 |
| Tabla 2. Inventario de servicios de alimentación en la parroquia de Ambuquí..... | 47 |
| Tabla 3. Tabla del análisis FODA.....  | 53 |
| Tabla 4. Matriz comparativa de Runa Tupari con la asociación Aroma Caliente...   | 58 |
| Tabla 5. Criterios para la evaluación del CTC Asociación Aroma Caliente .....    | 59 |
| Tabla 6. Puntuación en base la ficha de evaluación de alojamiento comunitario..  | 61 |
| Tabla 7. Posibles entidades para crear alianzas estratégicas.....                | 75 |
| Tabla 8. Inversión total del proyecto en base a las propuestas.....              | 79 |
| Tabla 9. Costo de la creación del manual y capacitación.....                     | 80 |
| Tabla 10. Costo de capacitación del personal.....                                | 81 |
| Tabla 11. Costo de un plano de servicios y capacitaciones .....                  | 82 |
| Tabla 12 Creación de actividades de recreación.....                              | 83 |
| Tabla 13. Costos “lobby” .....   | 84 |
| Tabla 14. Comercialización y publicidad del CTC .....                            | 85 |
| Tabla 15. Costos de infraestructura y accesorios.....                            | 86 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Sistema de Certificación de Competencias Laborales..... | 26 |
| Figura 2. Mapa del CantónIbarra.....                              | 35 |
| Figura 3. Organigrama de la asociación AromaCaliente.....         | 50 |
| Figura 4. <i>Blue print</i> actual delCTC.....                    | 65 |

## INTRODUCCIÓN

### Antecedentes

El turismo comunitario comienza sus primeras apariciones en el Ecuador en los años 80, esto se da cuando al país comienzan a llegar turistas que optaban por un turismo diferente. Es decir valoran los recursos naturales como culturales. Los comuneros no tenían el conocimiento de esta nueva tendencia turística, pero esta demanda existente era atendida por las comunidades lugareñas que se encontraban dentro de este atractivo. Al pasar del tiempo estas personas se convirtieron en prestadores de servicios turísticos con limitado conocimientos sobre esta actividad. A medida que se incrementaba la demanda se volvía más notoria la deficiencia de la calidad en los servicios y la escasez de infraestructura turística. Al pasar el tiempo Ecuador decide dar un gran giro y cambiar su modalidad promocionando al país como un destino lleno de naturaleza y cultura, al observar como el turismo crecía y sus tendencias cambiaban paulatinamente. (Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura [ASEC], Programa de Pequeñas Donaciones [PPD], Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Mundial de Turismo [OMT], Universidad de las Américas [UDLA], 2012, p.11) (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE], Historia del Turismo Comunitario, s.f.)

Actualmente el turismo es una de las actividades socio-económicas más importantes en el mundo puesto que genera el 9% del PIB mundial, según los datos de la OMT en la edición 2013 (Organización Mundial de Turismo [OMT], Panorama OMT del turismo internacional, 2013). En el Ecuador es el 4to rubro más importante que aporta a la economía del país; ya que en el 2011 movió 5.000 millones de dólares según el viceministro de turismo Luis Falconi. (Padilla, 2012). En el Ecuador el turismo es una actividad prácticamente nueva y la tendencia del turismo comunitario es más reciente aún. Según Deisy Collaguazo, coordinadora de turismo en el centro Turístico Comunitario

“Yunguilla” comenta, que esta tendencia está creciendo rápidamente, pero hay que tomar en cuenta que otros países nos llevan muchos años por delante frente a esta actividad, por ello debemos optar por brindar servicios de calidad que cumplan con las expectativas y exigencias de los visitantes. (Entrevista 002 Collaguazo, 2014)

### **Justificación**

Esta nueva propensión turística que es el turismo comunitario, brinda muchas ventajas a sus comunidades involucradas y no solo a ellas directamente sino al país en general. Ayuda a la diversificación de fuentes de ingresos, genera entrada de divisas sobre todo a las zonas rurales, da empleo respetando la cultura de sus pueblos y nacionalidades, protege al medio ambiente que lo rodea y mejora la calidad de vida de sus pobladores (Conservación Internacional Ecuador, s.f.). Actualmente según la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador), existen alrededor de 100 comunidades involucradas en esta actividad y más de 400 en Latino América. Según Karina Farfán y Ana Lucía Serrano, catedráticas de la Universidad de Cuenca, muchas comunidades en el país no han tenido la capacitación técnica para desarrollar un turismo con estándares de calidad exigidos por la demanda internacional, es por ello que estos lugares no tienen la afluencia de turistas ni las entradas económicas propias de esta actividad para sus comunidades. (Farfán y Serrano, 2007, p.74) (Prieto, 2011, p.16)

Por su parte en la comunidad del Juncal se encuentra la asociación “Aroma Caliente” en la parroquia Ambuquí, provincia de Imbabura. Está habitada en su mayoría por el pueblo afroecuatoriano, esta población es muy respetada y orgullosa de su identidad, quienes gozan de varios atributos uno de ellos son sus excelentes destrezas para la elaboración de artesanías, su música alegre que acompaña a la danza de su pueblo y su carisma con sus visitantes. Esta comunidad tan llena de virtudes realiza la actividad del turismo comunitario, sin poseer el conocimiento idóneo en la entrega de un servicio de calidad, con una

limitada infraestructura, conocimiento y profesionalismo. (Ibarra puro encanto, s.f.) (FEPTCE, Comunidad Mascarrilla, s.f.)

Teniendo el conocimiento de la importancia de los beneficios del turismo comunitario en las zonas rurales y la escasez de servicios de calidad en los mismos, se ha planteado diseñar herramientas para mejorar los servicios turísticos de la asociación “Aroma Caliente”, manejando sobre todo los aspectos de sostenibilidad como principal directriz. Es necesario estar conscientes de la importancia de la calidad de los servicios y cumplir con las expectativas del consumidor. Con las cuales se espera que la asociación se convierta en un referente en la oferta del turismo comunitario en el norte del país, así como incrementar el progreso de la comunidad y sobre todo que el turismo sea entregado con estándares que ayuden a la mejora de la imagen de la empresa y beneficiando directamente al país. (FEPTCE, Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario, 2007, p.13)

## **Objetivos**

Objetivo general:

Diseñar herramientas para la mejora de la calidad en la prestación del servicio turístico comunitario de la asociación “Aroma Caliente”, las cuales aporten a una mejora en la oferta turística comunitaria de la población local.

Objetivos específicos:

- Determinar el marco conceptual en torno al cual se ha desarrollado el turismo comunitario en el Ecuador, sus diferentes abordajes y proyecciones.



- Caracterizar la zona de intervención a nivel territorial y local.
- Diagnosticar el proceso de prestación de servicios a los clientes, identificando los principales puntos críticos de la asociación “Aroma Caliente” en la operación turística
- Desarrollar una propuesta de mejoras en la prestación del servicio para el CTC asociación “Aroma Caliente”.
- Identificar los requerimientos de inversión para la aplicación de la propuesta de mejora en la asociación.

## **Metodología**

Para realizar la metodología de investigación se ha tomado en cuenta el libro “Investigación de Mercado en un Ambiente de Información Digital”, de Hair, Bush y Ortinau (2010, p. 51-179). Estos autores dividen al diseño de investigación en tres categorías generales que son: la descriptiva, exploratoria y causal. Para la elaboración de este proyecto se ha realizado un proceso de la investigación exploratoria. A través del levantamiento de datos secundarios y datos primarios por medio de técnicas de investigación principalmente cualitativas. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.32)

A continuación se detalla los métodos de investigación que se utilizó en la realización de este proyecto:

- Datos secundarios

Los datos secundarios corresponden a información generada y recopilada desde las entidades públicas o privadas y personas naturales. Relacionadas con la temática planteada y orientada hacia distintas etapas del presente

proyecto de investigación. Existen dos tipos de recolección de información, la revisión bibliografía y las búsquedas electrónicas.

Para la recolección de datos secundarios del proyecto actual se extrajo la información por medio de la lectura y análisis crítico a los documentos de relevancia académica de fuentes fidedignas y estudios estadísticos del estado ecuatoriano como son el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE), Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Imbabura (PDOTs), entre otros. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.49)

- Datos primarios

Los datos primarios se basan en la información recopilada y originada por el investigador con el fin a tratar ciertos problemas de la investigación del proyecto. Para la realización del proyecto se ha utilizado los métodos de observación, observación participante, entrevistas a profundidad y entrevistas con expertos. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.51)

- Observación

Para la técnica de observación se ha realizado visitas a la zona de intervención, para poder evaluar en función de los parámetros de valoración planteados en los de manuales de calidad, el servicio y la operación turística, y para de esta manera apreciar cómo se realiza la prestación del servicio. Para ello se ha adaptado la ficha de evaluación para alojamiento turístico comunitario del Gobierno Provincial de Imbabura (GPI), como un instrumento de evaluación. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.51)

- Entrevistas con expertos

Las entrevistas con expertos se las realizan a personas conocedoras del tema de investigación. Estas entrevistas se dan con el fin de que el entrevistado brinde información valiosa del ámbito investigativo al entrevistador. Para las entrevistas se han creado preguntas semi-estructuradas y de sondeo sobre la realidad de la calidad en los centros turísticos comunitarios en el Ecuador. Las fichas de las entrevistas se pueden observar en el anexo 1. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.172)

- Entrevistas a profundidad

Las entrevistas a profundidad son preguntas de sondeo que se las realizan al entrevistado en forma directa y personal para descubrir creencias, motivaciones, sentimientos, entre otros aspectos sobre un tema específico. Este método cualitativo fue aplicado a la coordinadora de la asociación "Aroma Caliente" la Sra. Olga Palacio. El objetivo de esta entrevista fue conocer el propósito de la asociación, su estructura y el funcionamiento. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.151)

- Observación participante

Es una técnica de observación en la cual el investigador comparte con los investigados para conocer de cerca experiencias y la realidad propia de la vida cotidiana de su grupo. El investigador debe ser una persona sociable que interactúe con el grupo y llegue a ser aceptado como parte de ellos. La observación participante se realizó a las personas involucradas en la actividad turística de esta asociación. El objetivo de esta técnica fue recolectar información primaria su manera de pensar, actividades cotidianas

que realizan y sobre todo conocer su cultura. (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.153)

- Método ISMI

Se utilizó el método ISMI (*International Services Marketing Institute*) para observar los procesos de entrega del servicio que se está brindando por parte de la comunidad a los clientes. A través del *blue print* o planos del servicio que consiste en descomponer al servicio y plasmar gráficamente cada paso y proceso para encontrar las falencias en el mismo. (International Service Marketing Institute [ISMI], 2002, p.58)

## **1. Capítulo I.- Marco teórico**

El presente marco teórico se desarrolla en tres niveles como Ander- Egg (1995) recomienda en su libro “Técnicas de Investigación Social”. En el primer nivel el marco de referencia global procura abordar desde la base del turismo empezando por su definición. Así, desde la parte más general se trata de comprender de una manera más clara, qué es esta nueva tendencia turística como es el turismo comunitario. En el marco de referencia intermedio se permite visualizar la definición del turismo comunitario, su historia y la parte institucional en el Ecuador. Finalmente en el último nivel se propone desarrollar la calidad en el sector turístico en el país.

### **1.1 Marco de referencia global**

#### **1.1.1 ¿Qué es turismo?**

"El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico". (OMT, Glosario Básico, s.f)

Desde otro punto de vista el turismo se puede definir como “(...) una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas – agricultura, construcción, fabricación- y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y servicios utilizados por los turistas”. (Raya e Izquierdo, 2007, p.5)

Goeldner y Ritchie complementan la definición de turismo de la siguiente manera:

“(...) se puede definir al turismo como los procesos, actividades y resultados que surgen de la relación e interacción entre turistas, prestadores de servicios turísticos, gobiernos y comunidades anfitrionas, así como el entorno en el proceso de atraer y alojar a estos visitantes”.  
(Goeldner y Ritchie, 2011, p.5)

El turismo al ser considerado un fenómeno vinculado con el desplazamiento de las personas crea varios impactos, principalmente al sitio visitado, a su población local y a sus visitantes o turistas puesto que existe una amplia gama de bienes y servicios a ofertar, existiendo varios factores involucrados en este fenómeno.

De igual manera el turismo tiene una conexión directa con la cultura puesto que es un encuentro entre dos o más culturas y no solo se trata de la existencia de una de ellas en el mismo lugar, sino que va más allá del encuentro entre las personas involucradas (turista- residente), es la interacción y comprensión de diferentes culturas en un mismo lugar.

### 1.1.2 ¿Qué es cultura?

La palabra cultura mencionada varias veces en los párrafos anteriores, ayuda a entender y dar un paso para adentrarse a lo que es el turismo comunitario en el Ecuador, puesto que la cultura es la pieza fundamental para exista esta tendencia turística.

El término cultura es uno de los términos más difíciles de definir, es por ello que existen muchas formas de interpretarlo, y de igual forma la palabra “cultura” tiene varios significados y estos han ido evolucionado con el tiempo. Para comprender mejor esta palabra a continuación está la definición tradicional y más propagada que es la de Taylor:

“(...) aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”. (Taylor citado por Viaña, 2010, p.26)

Añadiendo con el conocimiento de cultura, Boas propone que cultura es:

“(...) todo lo que incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres”. (Boas, 2010 [1896], p.85)

Boas y Taylor definen a la cultura como el todo que involucra a un grupo social en el cual los individuos se sienten identificados al momento de estar involucrados en este grupo. La cultura no es un modelo al cual un grupo de personas pueda seguir para sentirse dentro de una sociedad, pues más bien, la cultura son las relaciones y las experiencias que construyen a la misma dentro de ese grupo.

Aportando con el significado de cultura tenemos el siguiente concepto;

“La Cultura es un modo de vivir y de pensar de un pueblo configurado con bases en sus experiencia particulares de relacionarse con la naturaleza y con los seres humanos. Involucra todas las expresiones materiales y no materiales. (...). La cultura implica tener una forma de residencia, un tipo de parentesco, una forma de concebir el espacio y el tiempo, una forma de interpretar el mundo, etc.” (Moya y Moya, 2004, p.161)

En contexto, cultura es cada uno de los seres humanos que está en constante desarrollo, creación, movimiento, entre otros aspectos; y se forma una cultura la cual se opta dentro de un grupo social para actuar de manera correcta dentro de ese entorno. Al cultivar lo propio de cada grupo social se crean las

diferentes culturas y es ahí que cada una tiene su propia creación de arte, gastronomía, arquitectura, literatura, símbolos, entre otros.

La cultura no aparece de manera inmediata, es un proceso de construcción permanente y continua durante toda la vida, donde así la sociedad crea un pueblo y el pueblo crea la cultura transformándola en civilización donde los rasgos humanos son aprendidos y transmitidos de generaciones en generaciones y se lo considera una herencia social.

### 1.1.3 ¿Qué es interculturalidad?

Al momento que una persona con su cultura viaja a otro país existe una interacción entre distintas culturas, este es el ejemplo más simple y directo de lo que denominamos interculturalidad; puesto que el multiculturalismo, por otro lado únicamente implica la unión de distintas culturas en un mismo espacio. Sin embargo para que exista interculturalidad debe haber la interacción anteriormente mencionada.

“La interculturalidad va mucho más allá de la coexistencia o el diálogo de culturas; es una relación sostenida entre ellas. Es una búsqueda expresa de superación de prejuicios, del racismo, de las desigualdades y las asimetrías que caracterizan al país, bajo condiciones de respeto, igualdad y desarrollo de espacios comunes.” (Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras [FENOCIN], Interculturalidad, s.f.)

Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la interculturalidad es:

“(…) una práctica política que va más allá de la aceptación y tolerancia de otras identidades y culturas. Enfatiza la importancia del diálogo entre culturas y saberes, pero frente a las desigualdades y relaciones asimétricas existentes entre culturas, debe necesariamente luchar contra la desigualdad y la discriminación, para crear una sociedad diversa más



armónica y justa (...). (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Interculturalidad, s.f.)

La interculturalidad respeta la cultura de cada individuo y ninguna va por encima de la otra, como nos dice la Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras (FENOCIN), por ende debe haber un enriquecimiento y entendimiento mutuo y sobre todo respeto entre culturas. Se debe promover una convivencia entre ellas donde exista la tolerancia y el dialogo. Al existir un reconocimiento de la diversidad y sobre todo mantener esa diversidad cultural ayuda a que exista un intercambio y enriquecimiento sano.

La interculturalidad hace referencia a culturas diversas que interactúan entre sí, con el fin de que exista un reconocimiento de la diversidad existente, por ello cada cultura se debe a un modelo de sociedad u orden social donde se busca mantener y promover esa diversidad.

Después de analizar los significados de las palabras mencionadas anteriormente, se puede comprender como el turismo es la máxima expresión de intercambio cultural puesto que en su práctica en donde personas de otras culturas vienen a conocer y aprender de una cultura y forma de vida distinta. Es en ese momento donde va a existir una relación entre dos o más culturas diferentes y es ahí donde la interculturalidad cobra forma.

## **1.2 Marco de referencia intermedio**

### **1.2.1 ¿Qué es el turismo comunitario?**

Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) el turismo comunitario es:

“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 el manejo adecuado de los

recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados.” (FEPTCE, Turismo Comunitario: Que es para nosotros, s.f.)

Por otro lado para el Gobierno Provincial de Imbabura (GPI):

“El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.” (García, s.f.)

El concepto de turismo comunitario para la FEPTCE, es un concepto el cual involucra principalmente a la interculturalidad y donde se añade el buen manejo de los recursos naturales y culturales. Sin embargo para el GPI gira principalmente en la actividad económica y al partir de los ingresos económicos ayudar a su comunidad a revalorizar su cultura y la naturaleza que los rodea. Estas dos definiciones abordan fundamentalmente a la sostenibilidad, donde va existir un equilibrio de sus tres componentes: social, económico y ambiental.

Por su parte y para complementar a las anteriores el Ministerio de Turismo del Ecuador en el Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador para 2020 (PLANDETUR 2020), plantea que:

“Las implicaciones de la actividad turística con las comunidades de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador son amplias y alcanzan la vida comunitaria de modo completo. Significa de modo general la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, la revitalización de sus culturas, la dinamización de sus actividades productivas y la oportunidad de aportar, desde la práctica de la interculturalidad, a la construcción de una sociedad solidaria y responsable con las vidas.” (Ministerio de Turismo, PLANDETUR2020, 2007, p.291)

El Ecuador ha creado el PLANDETUR 2020, como instrumento que involucra la participación del sector privado, público y comunitario de una forma estratégica para lograr que el turismo sostenible sea el pilar de desarrollo y reconocimiento de las riquezas patrimoniales y de sus culturas vivas en su entorno. El PLANDETUR 2020 propone al turismo comunitario como una actividad o instrumento de desarrollo para combatir la pobreza en las comunidades que sufren situaciones socio-económicas marginales, y de igual forma para fomentar un turismo responsable tanto con la conservación de los recursos naturales como culturales, logrando un equilibrio en los aspectos económicos, sociales y ambientales obteniendo así la sostenibilidad.

Muchos gobiernos han optado por la mejora de la calidad de vida de las poblaciones y de su entorno, a través del turismo comunitario; enfocado en la creación de un alivio a la pobreza en los sectores rurales tratando de crear tanto a la comuna como al turista una cultura de protección y utilización adecuada de los recursos.

Al igual que muchas otras modalidades turísticas, el turismo comunitario, ha potencializado el desarrollo equilibrado y la conservación, ya que se basa en el uso de recursos disponibles. Esta actividad turística no es un sustituto de las actividades productivas convencionales sino que ésta se promueve como un factor adicional, integrado y complementario a la economía de las comunidades revalorizando y reforzando su cultura.

### 1.2.2 Breve Historia del Turismo Comunitario en el Ecuador

El turismo en el Ecuador es prácticamente nuevo y poco a poco se ha comenzado a desarrollar con profesionalismo y se ha regido a estándares internacionales para su mejor desempeño. En esta parte se abarcará la historia del turismo comunitario donde se palpan los aspectos fundamentales que han hecho de esta tendencia tan importante en el Ecuador, para el mejoramiento y desarrollo de las zonas rurales del país.

A manera de introducción, se tomara como referencia los planteamientos de Mercedes Prieto (2011), respecto a los orígenes del turismo en el Ecuador, al conocido como uno de los países mega diversos del planeta, ya que posee la mayor diversidad de flora, fauna y de culturas vivas en el mismo territorio. Es así como en el gobierno de Galo Plaza en los años 50 del siglo XX, ya se plantea al turismo como una herramienta para mejorar el progreso del Ecuador; teniendo como aspectos principales el desarrollo económico y social. Como atracción principal de promover el turismo se planteó la visualización de los indígenas otavaleños ubicados en la sierra norte, a esta estrategia se la llamó “misión cultural indígena” y sería promocionada principalmente al mercado norteamericano. A lo largo del tiempo Galápagos y Otavalo se fijaron como los principales productos turísticos internacionales del país. (Prieto, 2011, pp.9-11)

Por su parte, Solís (2007) marca 3 etapas importantes en el recorrido del Turismo Comunitario en el Ecuador, siendo estas:

- Los inicios 1980-2000
- El reconocimiento institucional del sector privado y del mercado 2002-2003
- El periodo 2004 – 2005 existió un estancamiento por la rotación de tres ministros de turismo en un lapso menor a dos años, el cual detuvo el progreso del turismo en el Ecuador; pero es en esa época cuando la FEPTCE se reorganiza y consolida más fuerte internamente. (Solís, 2007, p.27)
- La lucha de comunidades y sus organizaciones por tener voz propia 2005 en adelante. (Solís, 2007, p.27)

En los años 80 nace una etapa de sensibilización y conservación por el medio ambiente. En 1992 en la “Cumbre de la Tierra” aparece el nuevo concepto de “turismo sostenible” como un modelo de desarrollo, el cual implica la conservación y el buen manejo de los recursos naturales y ambientales. Este nuevo concepto incrementó el ingreso de turistas por lo que esta tendencia fue conocida como “Ecoturismo”. (Solís, 2007, p.24)

Las comunidades se vieron involucradas en el producto del ecoturismo puesto que se realizaba en sus comunidades y veían la oportunidad de prestar ciertos servicios para reforzar sus ingresos. Para ese entonces eran sancionadas las personas que lo realizaban esta actividad, por tres razones; primero no se conocía la modalidad, segundo no cumplían con los requisitos de funcionamiento y el por último, porque era competencia exclusiva del sector privado. (FEPTCE, Memoria e historia del turismo comunitario en el Ecuador, s.f.)

Las tendencias de los turistas comienzan a cambiar a lo largo del tiempo para buscar un turismo “auténtico y natural”, que respete y sea amigable con el medio ambiente. Este cambio es conocido como “la nueva era”. Los países en vías de crecimiento con un gran potencial natural y cultural eran algunas de sus preferencias, es ahí cuando Ecuador comienza a revalorizar la mega diversidad que posee como país y es donde nace ligadamente el turismo comunitario, a partir del ecoturismo con acción comunitaria. De ahí transcurren dos décadas, en las que pasan de ser parte de la oferta las comunidades y se convierten en gestoras del turismo comunitario. La demanda había aumentado notablemente y ya no únicamente adquirirían productos de ecoturismo sino que también turismo gestionado por sus comunidades. (Prieto, 2011, pp.13-14) (Solís, 2007, pp.24-25)

Para el año 2002 las Naciones Unidas proclamaron ese año como el “Año Internacional del Ecoturismo” donde se llevaron varias incitativas y propuestas para las buenas prácticas de dicha tendencia. En diciembre de ese mismo año en el Ecuador se aprueba la nueva ley de turismo, así como la creación de estadísticas turísticas, el impulso del turismo comunitario con su organización la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) y la implementación de políticas turísticas donde reconocen a la gestión comunitaria como una modalidad de empresa turística. (Solís, 2007, p.26)

En el 2005 ya consolidada su organización, la FEPTCE, con la nueva ley de turismo y entre otros aspectos, las comunidades comienzan a batallar por tener voz propia. Luchan por obtener la autogestión en sus territorios, la participación

en la toma de decisiones, el posicionamiento de su producto turístico en el mercado, entre otros. Los factores que inciden al estado ecuatoriano a dar apoyo a esta gestión turística, se articulan con las nuevas preferencias de los mercados internacionales por un turismo de naturaleza y cultural, y las experiencias del turismo comunitario liderado por las organizaciones no gubernamentales (ONGs). (Solís, 2007, p.27)

En los últimos años la consolidación del turismo comunitario, ha dependido de varios factores orientados hacia la consolidación de su operación, la mejora de la infraestructura y desde luego a la inclusión de la calidad en sus servicios, con lo cual se aspira a que esta actividad pueda construir relaciones equitativas y respetuosas a sus costumbres y tradiciones propias de cada pueblo y nacionalidad del Ecuador, como lo manifiesta sus principios y objetivos.

### 1.2.3 Base legal para el turismo comunitario en el Ecuador

Las organizaciones de Turismo Comunitario requieren tener un referente institucional y jurídico que rija el desarrollo y su operación. En el Ecuador las concepciones del turismo comunitario son varias, tanto para el nivel público como para el privado. El Ministerio de Turismo es el organismo estatal que crea la base normativa de la actividad turística, y es quien reconoce a la FEPTCE como protagonista en la regulación del turismo comunitario.

En la Constitución de la República del Ecuador publicada el 20 de octubre del 2008, ayuda a comprender de mejor manera como el Estado ve y permite el funcionamiento de estos centros turísticos.

“Que los artículos 56, 57, 58 y 59, del Capítulo IV de la Constitución de la República del Ecuador (...), reconocen y garantizan derechos colectivos a los pueblos, comunidades, montubios, indígenas y afroecuatorianos, los cuales forman parte del Estado Ecuatoriano;”  
(Registro Oficial 154, 2010)

Se entiende de igual manera que en la Ley de Turismo de la República del Ecuador en los Art. 3 y 4, reconoce la iniciativa y la participación comunitaria con sus tradiciones y culturas resguardando su identidad, preservando su entorno y la prestación de servicios turísticos; y que el Estado debe fortalecer sus actividades mediante la promoción de su producto turístico. (Registro Oficial 154, 2010)

Así mismo en el artículo 12 se establece que cuando las comunidades locales deseen ejecutar o prestar un servicio el Ministerio de Turismo (MINTUR) dará igualdad de condiciones y facilidades para el desarrollo de la actividad, y se sujetarán a lo dispuesto en ley y reglamentos. De igual forma plantea elevar los estándares en los Centros Turísticos Comunitarios (CTCs) para brindar un turismo sustentable y de calidad a sus visitantes para que exista un trabajo justo y significativo para sus miembros. (Registro Oficial 154, 2010)

#### 1.2.3.1 Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

Mediante el Acuerdo Ministerial No. 20090024 publicado el 7 de abril del 2009, se expide el Instructivo para el Registro de Centros Turísticos Comunitario (CTC), el cual busca apoyar a las comunidades en el desarrollo del turismo.

En el Reglamento para CTCs en el capítulo I en el Art.2 menciona las actividades que los CTCs pueden realizar, que son las siguientes:

- Alimentos y bebidas
- Transportación turísticas
- Alojamiento
- Operación
- Organización de eventos
- Convenciones
- Congresos

Dichas actividades mencionadas anteriormente deben desarrollarse exclusivamente en los límites de la jurisdicción territorial de la comuna. Los

CTCs normarán a la organización y se promoverá un desarrollo equitativo, justo, sostenible y responsable en el cual se basa en la revalorización de su identidad, tradición y costumbres. Los CTCs tienen como finalidad ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de sus comuneros a través del intercambio de experiencias con los turistas. (Registro Oficial 154, 2010)

El Art. 4 del mismo reglamento señala que los CTCs deben estar constituidos como personalidad jurídica y deben ser reconocidos por la autoridad pública competente. (Registro Oficial 154, 2010)

En el Capítulo II del Reglamento para CTCs en los Art. 5, 6 y 7 indican que la gestión turística comunitaria debe registrarse en el MINTUR previo a su funcionamiento, por lo tanto las comunidades legalmente registradas podrán comercializar sus productos turísticos y que el Ministerio de Turismo promoverá y fomentará el desarrollo de los CTCs para el mejoramiento de la calidad de vida de su población. (Registro Oficial 154, 2010)

En Art. 10 indica que la licencia anual de funcionamiento será otorgada por el Ministerio del Turismo, pero en caso de haberse desvinculado las competencias del MINTUR la Municipalidad donde se localice el CTC conferirá la licencia anual de funcionamiento. (Registro Oficial 154, 2010)

En el capítulo IV del Reglamento para CTCs en los Art.12 y 13 se menciona que la persona jurídica que representa la comunidad tendrá que presentar certificados válidos de la capacitación profesional/ técnica de sus miembros en sus respectivas actividades turísticas; el MINTUR proveerá de capacitaciones técnicas y profesionales a quienes ejecutan legalmente la actividad turística. (Registro Oficial 154, 2010)

En los Art.15 y 17 del capítulo V del Reglamento para los CTCs indica que se deberá promover y contener en su oferta turística, el respeto y la preservación de los recursos naturales y culturales y la seguridad de las comunidades, es por ello que la comuna creará su propio reglamento del territorio. (Registro Oficial 154, 2010)



El Art.16 del capítulo anteriormente mencionado, señala la prohibición de la expresión “turismo comunitario” por parte de cualquier establecimiento privado, ya que estos serán sancionados. (Registro Oficial 154, 2010)

El Art. 19 y 20 mencionan que los ministerios de Turismo y del Ambiente deberán regular las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE) y en las zonas de amortiguamiento o similares; realizando las normas o las limitaciones de uso por parte de los turistas al igual que los servicios, los acuerdos y permisos de estas áreas. Los CTCs deberán acatarse a los planes de manejo ambientales establecidos por el Ministerio del Ambiente y por parte del MINTUR, recibirán todo el apoyo y facilidades para el desarrollo de esta actividad. (Registro Oficial 154, 2010)

### **1.3 Marco de referencia específico**

#### 1.3.1 ¿Qué es calidad?

La razón de las empresas y organizaciones es el servir a la sociedad, es por esto que su objetivo principal es el satisfacer las necesidades de sus clientes. Según Kotler y Keller en su libro “Dirección de Marketing”, definen a la calidad como “(...) la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que influyen en su capacidad de satisfacer las necesidades explícitas o latentes”. (Kotler y Keller, 2012, p.131). Un servicio o producto de calidad es aquel que cumple las exigencias y expectativas de las necesidades de su cliente en forma confiable, segura, al mejor precio, de manera oportuna y con fácil acceso. (Kotler y Keller, 2012, p.132)

#### 1.3.2 Principios de la gestión de calidad

El Ecuador cuenta con excepcionales paisajes y una biodiversidad exótica, sin embargo es necesario brindar servicios y productos turísticos de calidad; en los cuales los visitantes se sientan satisfechos al momento de consumirlos. El

turista utiliza la calidad como símbolo de valoración de un bien y/o servicios con respecto a otro; la calidad satisface las necesidades, exigencias y expectativas de los clientes. Hoy en día esta satisfacción cada vez está más relacionada con los efectos que puedan causar las actividades turísticas en los ámbitos sociales, ambientales y económicos. (Qualitur, Procesos de certificación, s.f.)

Se han identificado ocho principios de la gestión de la calidad en la Norma INEN, ISO 9000:2000 con un margen de referencia para mejorar el desenvolvimiento de una organización. El objetivo principal es ayudar a que las empresas logren un éxito sostenido a largo plazo. La gestión de una organización comprende los componentes de la calidad, que son el conjunto de elementos que se relacionan entre sí para lograr un objetivo. (D'Alemán, 2000)

La dirección de la organización puede utilizar los principios como un marco de referencia al guiar a sus organizaciones para el logro del desempeño. Estos principios nacen del conocimiento de los expertos internacionales y la experiencia colectiva y son los siguientes:

a) Enfoque al cliente

Todas las organizaciones son dependientes de sus clientes, por eso es necesario establecer métodos para determinar y comprender sus necesidades actuales y futuras; de esa manera se podrá satisfacer sus requerimientos y esforzarse en exceder sus expectativas. Se debe involucrar a todos los trabajadores y concientizarles de la institución en todos los niveles y se debe establecer metas e indicadores para la medición de la satisfacción del cliente y acciones frente a los resultados. (D'Alemán, 2000)

b) Liderazgo

Los líderes establecen la unidad y el propósito, son ellos los que llevan la dirección de la organización hacia la meta. Los líderes crean y mantienen un ambiente interno óptimo, donde el personal debe llegar a involucrarse en la totalidad de los procesos, para alcanzar los objetivos de la organización.

El propósito de este principio es el crecer y sobrevivir, y depende directamente de la interacción de la directiva, los empleados y clientes. Los objetivos de los líderes son establecer propósitos claros, indicadores, metas definidas y una visión del futuro de la institución. (D'Alemán, 2000)

c) Involucrar al personal

Es necesario el total compromiso del personal que entrega sus habilidades y que esas sean utilizadas en el beneficio de la organización. El involucramiento del personal a todos los niveles es la esencia de la organización. Cada empleado tiene sus propios objetivos dentro de la institución y para que ello se desarrolle con excelencia es necesario vincular a cada trabajador con el perfil adecuado a su cargo; lo que logrará que se estimulen al momento de desempeñar su trabajo. (D'Alemán, 2000)

d) Organización por proceso

Para lograr el resultado deseado se alcanzará más eficientemente cuando los recursos y las actividades se los haga a través de la gestión de los procesos. Se recomienda formular un diagrama de las actividades, los procesos a seguir y los responsables de cada proceso, aun teniendo como principal la satisfacción de los clientes brindándoles un producto/servicio de calidad. (D'Alemán, 2000)

e) Administración sistemática

Para formar sistemas exitosos se debe identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados adecuadamente y de igual manera cumpliendo los objetivos de la organización. En este proceso es indispensable analizar los resultados de las evaluaciones realizadas tanto internamente como externamente, el cual llevará a la búsqueda de soluciones en caso de existir problemas y formulación de nuevas metas y/u objetivos de ser necesario. (D'Alemán, 2000)

f) Mejora continua

La mejora continua del desempeño global de la organización debe ser un objetivo fundamental y permanente que involucra al personal con un enfoque a la mejora de las capacidades organizativas en todos los niveles y establecer objetivos medibles. (D'Alemán, 2000)

g) Hechos y datos para la toma de decisiones

Los indicadores y el cumplimiento de objetivos son el reflejo de los hechos y datos. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos, y en la información anterior logrando así el mejoramiento de los resultados obtenidos en evaluaciones anteriores. Los resultados deben ser plasmados en lo posible en algún tipo de gráfica o histograma que indique la evolución o involución del proyecto. (D'Alemán, 2000)

h) Relación de beneficio mutuo

La organización, sus clientes y proveedores son interdependientes y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de crear valor a todas las partes.

Es necesario que las instituciones, asociaciones, comunidades, entre otros; entren al mercado con un producto competitivo y de calidad, el cual se rija o tengan estos ocho principios de calidad. Al poseer los principios se potencializa la imagen de la empresa se mejora de forma continua la satisfacción de sus clientes y puesto que se incrementa la calidad de los productos y servicios realizando procesos más eficientes; reduciendo los costos, crecen los ingresos y se fomenta la mejora del funcionamiento tanto interno como externo. (D'Alemán, 2000)

### 1.3.3 Certificaciones de calidad en Ecuador

En el Ecuador existen certificaciones de calidad tanto de entidades públicas como privadas. En la oferta pública se han elaborado normas de calidad para

cada rama empresarial y estas instituciones tienen la obligación de aplicarlas para el sector primario y secundario; pero para el sector terciario no existen normativas explícitas, sino aquellas orientadas hacia las competencias laborales, en tal virtud no es una obligación aplicarlas. Por otro lado se tiene la oferta privada en la cual se tiene una gran variedad de entidades que certifican la calidad a empresas según los parámetros marcados por dichas certificadoras. Algunas de ellas son reconocidas a nivel internacional y al serlo poseen ya un mercado específico en el cual este grupo de personas prefieren adquirir bienes o servicios que tengan este sello de garantía.

Desde el sector público existe el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), que es el ente encargado de la acreditación de las empresas de certificación de calidad o de buenas prácticas, las mismas que serán encargadas de la evaluación de establecimientos de la conformidad con las normativas creadas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) y de esa manera acreditar a las instituciones. El INEN es el organismo técnico nacional y eje principal de la normalización, reglamentación técnica y metrología del sistema de calidad del país. El estado ha creado a estos organismos puesto que se le imputa como obligatoriedad garantizar y reconocer los derechos de las personas a recibir bienes y servicios tanto privados como públicos de óptima calidad. (Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN], Misión – Visión, s.f.)

El INEN, en las actividades del turismo ha creado normas que certifican al talento humano y se han elaborado cuarenta requisitos de competencia laboral y un requisito de certificación turística. Actualmente el INEN no ha creado normativas vinculadas a la gestión de calidad de los servicios en empresas turísticas y menos en establecimientos turísticos comunitarios; puesto que no se han elaborado todavía competencias laborales que regulen la calidad de sus empleados en esta modalidad turística. (INEN, Misión- Visión, s.f.)

Al momento de capacitar a los trabajadores, hay muchas empresas que operando este tipo de capacitaciones como es el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), que su principal objetivo es la formación y

capacitación profesional, laboral y de calidad basadas en competencias laborales, fortificando al talento humano de la nación, sus conocimientos y las capacidades como apoyo del progreso social y económico. Estas instituciones tienen capacitaciones para el sector turístico comunitario el cual se ha desarrollado en base de los parámetros del Ministerio del Turismo y el OAE. (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional [SECAP], s.f.)

La Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC), se encarga de financiar y regular las operaciones de la capacitación profesional laboral de calidad como es el SECAP o instituciones de carácter privado. Este organismo normaliza la educación de los operadores que capacitan en base a las competencias laborales; asegurando la aptitud de la oferta de los actores. Las instituciones se acreditan previamente en la Secretaría para poder capacitar a los ciudadanos mediante los cursos que son financiados a través del Gobierno. (Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional [SETEC], 2013)

Después de haber investigado a profundidad se llega a la conclusión que en el turismo ecuatoriano no se ha creado normas de calidad, sino únicamente competencias laborales. El problema es que esas competencias laborales no son de carácter obligatorio, causando así una falencia en la calidad brindada al turista. Al ser las normas de calidad una opción en su aplicación, causa muchos inconvenientes en la entrega de los servicios, muchas veces el cliente no termina totalmente satisfecho al momento de adquirir dicho servicio y/o producto.

#### 1.3.3.1 Sistema de certificación

Existen ciertas empresas que se preocupan por brindar servicios y/o productos de calidad que contratan a organismos que certifican la prestación de servicios turísticos en base a competencias laborales creadas por el INEN. Estas empresas como Qualitur se encargan de evaluar al talento humano del sector turístico así evaluando si cumple con las capacidades para ejercer la actividad

en base a las competencias. Si el personal cumple se le otorgará el respectivo certificado de buenas prácticas a cada trabajador.

Qualitur para certificar las competencias laborales se basa en los siguientes cinco procesos que se ejecutan de una forma continua y dinámica como se observa en la figura 1:



Figura 1. Sistema de Certificación de Competencias Laborales

Tomado de Qualitur, s.f.

a) Estudio e investigación

El estudio y la investigación son los métodos para establecer competencias laborales a través de una actividad de trabajo con el fin de desempeñar satisfactoriamente tal actividad. La competencia laboral es el conjunto de las capacidades entendidas como habilidades, actitudes y conocimientos de una persona para desempeñar con éxito una ocupación laboral. (Qualitur, Certificación de competencias, s.f.)

#### b) Normalización

La normalización es el procesos en el cual una vez identificadas las competencias se procede a desarrollar los parámetros de estandarización, de manera que la competencia identificada se transforma en una norma. Esta norma se convierte en un referente válido para los empleadores, trabajadores e instituciones educativas. La norma de competencia laboral debe especificar todo lo que el trabajador debe ser, hacer y saber para considerarlo competente en determinado trabajo. (Qualitur, Certificación de competencias, s.f.)

#### c) Formación/ Capacitación

Una vez realizada la descripción de la competencia y su normalización, se realiza más eficientemente la elaboración de currículos de formación para el trabajo si se considera la orientación hacia la norma. Las competencias realizadas en base a las normas existentes tienen más eficacia e impacto que aquellas desvinculadas con las necesidades del sector empresarial. (Qualitur, Certificación de competencias, s.f.)

#### d) Evaluación

La evaluación es el proceso de verificación de la capacidad de una persona mediante *tests* prácticos, pruebas, examen de evidencias u observaciones en base a las normas de competencia laboral. (Qualitur, Certificación de competencias, s.f.)

#### e) Certificación

La certificación reconoce formalmente las competencias laborales demostradas por los trabajadores en el desempeño de una determinada ocupación, el cual declara que el trabajador tiene la capacidad de generar los resultados definidos en las normas técnicas del Instituto Ecuatoriano de Normalización.



La certificación no es actividad obligatoria y de igual manera no controla las prácticas profesionales, pero es reconocida por la industria del turismo y reconoce las competencias de los trabajadores públicamente diferenciándoles en el mercado de trabajo por brindar calidad en los servicios. (Qualitur, Certificación de competencias, s.f.)

### 1.3.3.2 Proceso de certificación

La certificación es el proceso voluntario que monitorea, evalúa y otorga un certificado escrito que da el aval al producto, servicio, empresa o gestión de sistema cuando cumplen una serie de requerimientos específicos, los cuales deben contribuir al desarrollo progresivo de la empresa como las conductas y actitudes de los empleados. Los estándares complementan los requisitos que se necesita para conseguir la certificación, dichos estándares poseen ciertos criterios que determinan que debe tener los productos y/o servicios para ser adquiridos. “El producto debe ser evaluado, monitoreado y supervisado, comparándolo con el estándar para finalmente concederle un “sello” que tanto los consumidores, proveedores y actores locales puedan reconocer, y se logre establecer una diferenciación del “producto certificado”” (División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance, 2002, p.4)

En el proceso de certificación depende mucho de la empresa certificadora que lo emita, a continuación se presenta el proceso de certificación del Organismo de certificación Qualitur. Esta empresa presenta cuatro etapas en su proceso y son las siguientes

#### a) Solicitud

Las personas y empresas que deseen obtener las certificaciones pueden hacerlo. Uno de los principales objetivos de la certificación es evaluar la competencia del trabajador tomando como referencias las normas técnicas del sector, independientemente de cómo adquirió la competencia el trabajador, puesto que no se realizara curso o entrenamiento para su evaluación. Será

aceptada la inscripción del candidato cuando se haya realizado el pago de la tasa referente a la evaluación de la ocupación respectiva. (Qualitur, Procesos de certificación, s.f.)

#### b) Evaluación

La evaluación se realiza por medio de pruebas teóricas y prácticas. Las pruebas teóricas son preguntas de opción múltiple e involucran tres componentes: habilidades, actitudes y conocimientos técnicos basada en la norma técnica específica. Dependiendo de la ocupación se toma la prueba práctica donde se evalúa las destrezas aplicadas en el trabajo. (Qualitur, Procesos de certificación, s.f.)

#### c) Certificación

Se verifica los resultados de las evaluaciones del candidato por los técnicos del organismo, y de esa manera se verificara si los resultados atienden a los requisitos de la norma técnica. Realizado el análisis de las evaluaciones si existe la conformidad de los resultados es concedida la certificación para el candidato donde se emite un diploma y una credencial que identifica la ocupación o competencia certificada, la fecha de emisión y el tiempo de validez que es de 4 años. (Qualitur, Procesos de certificación, s.f.)

#### d) Mantenimiento de la certificación

Durante el periodo de 4 años de validez de la certificación los candidatos deben cumplir con los requerimientos del organismo y del igual manera dicha institución monitoreara a los trabajadores para evaluar el desempeño; en caso de constatar que no son mantenidas las condiciones de la certificación el organismo podrá advertir a la persona y hasta cancelar su certificado. (Qualitur, Procesos de certificación, s.f.)

Por otro lado en la oferta internacional tenemos a las instituciones no gubernamentales como *Rainforest Alliance*, *Smart Voyager*, entre otras, que han creado estas certificaciones de buenas prácticas para las instituciones turísticas. Estas organizaciones de certificación se encargan de capacitar e

implementar según sus procesos de sostenibilidad, para que la empresa sea certificada cuando llegan a obtener el adecuado manejo de un modelo sostenible en la calidad. Estas acreditaciones son voluntarias y normalmente tiene alto costo para adquirirlo puesto que ya son reconocidas a nivel internacional.

Se ha tomado de referencia el proceso de certificación de Smart Voyager como referente de las etapas que se debe seguir para obtener una certificación por parte de una empresa internacional, a continuación se presenta la misma:

- a) Solicitud de servicio de certificación
- b) Cotización
- c) Formalización del servicio
- d) Cancelación de facturas por servicio
- e) Planificación de la auditoría
- f) Auditoría
- g) Elaboración y entrega de informe
- h) Decisión de Certificación
- i) Cancelación de la factura por sello
- j) Entrega del Certificado (Smart Voyager, Procesos de certificación, s.f.)

Actualmente las certificaciones han nacido como una herramienta para la mejora de la gestión del desarrollo turístico, a su vez contribuyen a que las empresas y proveedores de servicios cumplan con los deseos e intereses de sus consumidores. Utilizada de manera adecuada las certificaciones se han

convertido en un instrumento que apoya a la conservación de la biodiversidad y provee a los turistas una experiencia que supera sus expectativas; facilita y fortifica el desarrollo de la empresa y obliga a cumplir con ciertas normas impuestas por el estado o por su acreditadora. (División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance, 2002, p.4)

## **2. Capítulo II.- Caracterización de la zona de intervención**

### **2.1 Breve historia del Valle del Chota**

La cultura y la realidad social que las comunidades afroecuatorianas de la provincia de Imbabura están ligadas con su pasado, es por este motivo que a continuación se presenta un breve resumen de sus hechos históricos que influyen en su condición de vida actual.

Para comenzar con la historia del Valle del Chota se comprenderá de donde se origina su nombre. El nombre Chota se deriva de las palabras africanas “CHOM” que significa ardiente, calor, y fuego; “TA” que significa agua. El Valle del Chota también era conocido como “Coangue” que significa “Valle de las Calenturas Malignas”, debido a su clima seco y extremadamente caluroso. (Chalá, 2006, pp.75-6)

En el siglo XV en las tierras de Chota y Mira se producía coca y algodón y es por ello que en el año 1550 los hacendados Jesuitas intentan traer más indígenas para la producción de ciertos productos como olivo, algodón, caña de azúcar y uvas. La demanda estos productos requería más mano de obra y comenzaba a existir una disminución de población indígena por las condiciones de vida y clima que se vivía en la zona. Los Jesuitas al ver su necesidad de tener más mano de obra comenzaron a comprar esclavos de descendencia africana. (Alcaldía de Ibarra, Valle del Chota, s.f.)

La presencia de hombres, mujeres y niños robados de África e introducidos en la zona, se data del siglo XVI con los inicios de la conquista española. Según los datos históricos llegan a centro y sud América alrededor de 1,5 millones de africanos. Sus traficantes trajeron la mayoría de esclavos desde las costas de Guinea, Kenia, Sudan, Nigeria y Angola. Estos llegaron a América en calidad de esclavos, sustraídos su libertad, maltratados y disgregados. Los africanos eran tratados como mercancía patentada por la ciudad de Cartagena de Indias y Popayán. Desde estas ciudades eran distribuidos los africanos a las haciendas jesuitas para que trabajen como esclavos en las plantaciones de

caña de azúcar y en las minas del Valle del Chota, Concepción y Salinas. (Chalá, 2006, pp.75-77) (Antón, 2007, pp.19-21)

Los negros africanos reemplazaron a los indígenas ya que el rendimiento de los indígenas era insuficiente para la producción y cultivo de sus productos. Los indígenas no soportaron las condiciones de vida infrahumanas que se daba en el sector. Con la introducción de los seres humanos africanos se “soluciona” la necesidad de mano de obra que demandaba la producción en las haciendas. (Chalá, 2006, pp.75-77)

Durante los siglos XVII y XVIII, la esclavitud en las haciendas Jesuitas, los negros africanos aprendieron una nueva forma de vida; donde se constituye y fortalece un nuevo actor social y étnico donde optan sus propias manifestaciones culturales, alimentación, vestimenta, formas productivas, diversos rituales, sus destrezas en la música y baile, por lo que hoy en día se les conoce con el nombre de pueblo afrochoteño. (Chalá, 2006, pp.75-77)

En el año 1767 los jesuitas fueron expulsados no únicamente de la Real Audiencia de Quito, sino que de todo el continente. En ese momento las haciendas pasaron a manos del estado colonial para continuar con su manejo. El estado optó por la contratación de un administrador o por arrendar las haciendas a personas particulares que en ese entonces eran importantes terratenientes. Es ahí en ese momento que los afrodescendientes que habitaban en el valle deciden rebelarse en contra de sus nuevos amos puesto que ellos estaban destruyendo sus familias con la venta de sus familiares como esclavos a otras haciendas. (Alcaldía de Ibarra, Valle del Chota, s.f.) (Jurado, s.f.)

En 28 de mayo de 1821, cuando Ecuador era parte de la Gran Colombia se aprobó la liberación de los esclavos, tristemente los gobiernos republicanos no tuvieron interés en la agilización de este proceso, y es por ello que tomó muchos años para su ejecución. En 1851, con el decreto y la ley de Manumisión de los esclavizados a mano del presidente José María Urbina, se logra la libertad a todos los esclavos de la zona del Valle del Chota y del

Ecuador. Este proceso duró alrededor de diez años y sufrió las injusticias de los antiguos esclavizadores que no reconocieron la debida manutención de los nuevos liberados. (Jurado, s.f.)

En 1964 se pone en marcha la Reforma Agraria en el país, en el Valle del Chota se dio lugar a dos salidas; una fue la migración de los afrochoteños y la otra dio lugar a organizaciones que demandaban tierras. Con el pasar del tiempo y con un proceso de lucha logran acceder a un pedazo de tierra propia. Al fin, los africanos eran dueños de una parte del valle. Ahora buscaban acceder a servicios básicos, a la producción y comercialización de sus productos, algunas familias lograron ahorrar y pudieron mandar a sus hijos a estudiar a las ciudades más grandes, a lo cual se enfrentaron a muchas dificultades por el racismo, otras familias cultivaron la danza y la música, otras el deporte, algunas mujeres emprendieron pequeños comercios incitadas por la construcción del puente y el cruce de la vía Panamericana. En el último siglo algunas comunidades iniciaron con las actividades artesanales y actividades turísticas. (Valarezo, 2010)

Con la diversificación productiva y laboral de igual manera existieron y existen migraciones ocasionadas por las grandes sequías, el desborde ocasional del río que causa grandes destrozos y la falta de los servicios básicos que afecta al turismo, el mismo que es una importante fuente de ingresos en la zona.

Los pueblos afroecuatorianos que han vivido en el Valle del Chota tienen en su historia una realidad esclavista. Hoy por hoy la existencia de haciendas han limitado al desarrollado de su agricultura al no poseer tierras, pero estas comunidades tienen un belleza cultural única que todavía vive en su población y esto atrae el reconocimiento y respeto de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

## 2.2 Caracterización biofísica

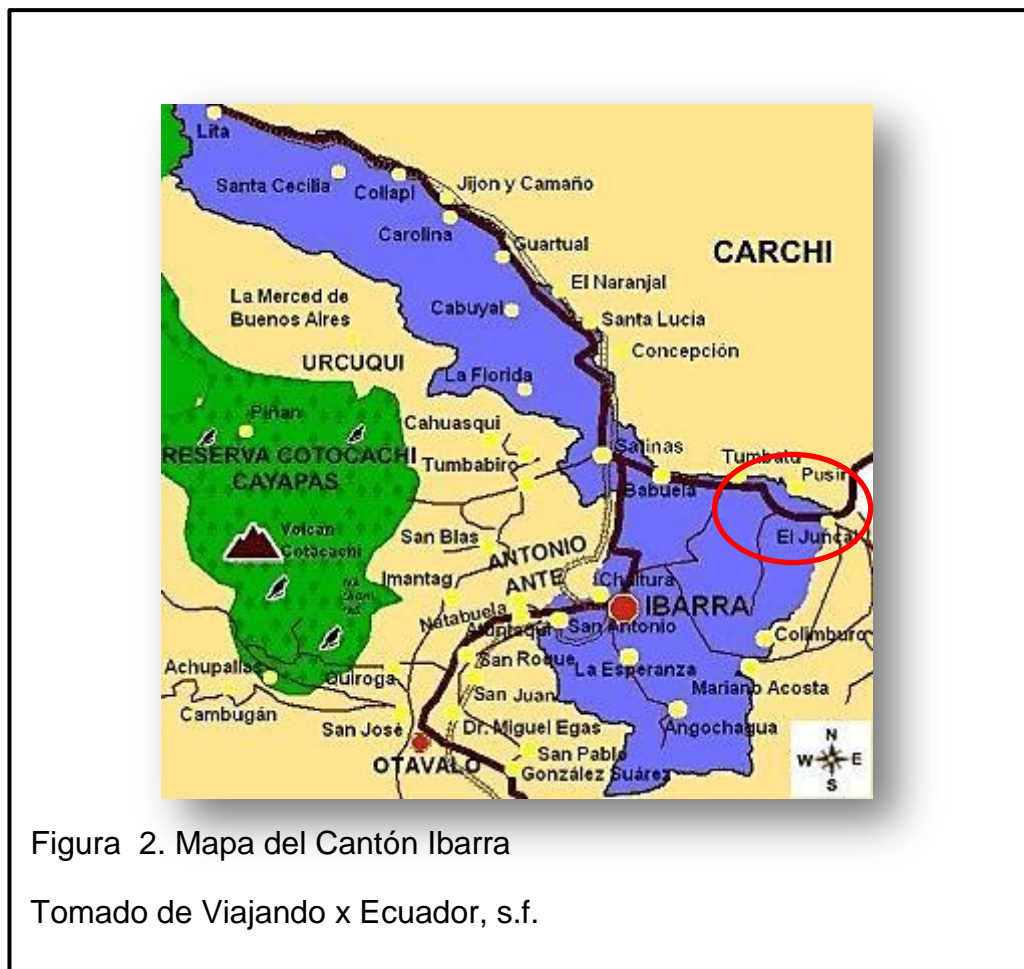


Figura 2. Mapa del Cantón Ibarra

Tomado de Viajando x Ecuador, s.f.

### 2.2.1 Ubicación

El Valle del Chota está ubicado en el límite de la provincia de Imbabura y Carchi, localizado en la cuenca del río Chota- Mira, a 35 km de Ibarra y a 89 km de Tulcán. Las comunidades de Ambuquí, Chalguayacu, Juncal, Chota y Carpuela forman parte del Valle del Chota. (Ecos travel, s.f.)

### 2.2.2 Accesibilidad

Para acceder al Valle del Chota se puede llegar por la carretera Panamericana Norte, se puede utilizar un vehículo propio o transporte público y se puede embarcar en el terminal terrestre de Ibarra.



Otras alternativas son el transporte en motocicleta o bicicleta, tomando la antigua carretera Panamericana que hoy en día es el camino alterno que sale de Ibarra y pasa por Aloburo, Pimán y San Alfonso. (Alcaldía de Ibarra, Valle del Chota, s.f.)

### 2.2.3 Superficie

El Valle del Chota tiene un territorio de 668 km<sup>2</sup> aproximadamente y se extiende a lo largo del río Chota. Por el norte río arriba encontramos a Pimampiro, río abajo están los alrededores de la Concepción y las partes de las alturas el valle hacia Mira y Juan Montalvo. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, pp.4-5)

### 2.2.4 Clima

El Valle del Chota corresponde a la zona de vida monte espinoso pre motano, alcanzando los 1500 m.s.n.m. hasta los 2000 m.s.n.m. Durante el año se muestran dos picos climáticos, precipitaciones correspondientes a los meses de Abril con un promedio de 48.8 mm y en Octubre con 47.1 mm de promedio. La temperatura se registra estable, la menor registrada es 19.8°C y la mayor 32.5°C. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, pp.2-3)

### 2.2.5 Hidrografía

Al Valle del Chota le atraviesa el río de su mismo nombre, el río Chota – Mira. Este río nace en la cordillera de Pimampiro de donde desciende con el nombre de Río Blanco, al unirse con el Yuquí y el Pisque se denomina Mataquí. Este tras un trecho se une con el río Escudillas formando así el río Chota. Al continuar el río su descenso y al recibir las aguas del río Piguchela toma el nombre del río Mira. (Valarezo, 2010)

### 2.2.6 Fauna

En el Valle del Chota se pueden encontrar una variedad y diversidad de fauna como son: el oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*), el curiquingue (*Phalacrocorax carunculatus*), lobo de paramo (*Pseudalopex culpaeus*), gato de pajonal (*Oncifelis colocolo*), puma (*puma concolor*), conejo (*Sylvilagus brasiliensis*), entre otras especies. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, p.6)

### 2.2.7 Flora

La vegetación que corresponde al valle es xerofítica, las siguientes especies de flora que habitan en el Valle del Chota son las siguientes; el faique (*Acacia macracantha*), el guarango (*Coultheria tinctoria*), jorupe (*Sapindus saponaria*) ejemplares aislados de palo Santo (*Bursera graveolens*), molle (*Schinus molle*), cardo (*Cereus sp.*), tuna (*Opuntia sp.*), cabuyo (*Agave americana*), mosquero (*Croton sp.*), sávila (*Aloe vera*). (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, pp.7-8)

### 2.2.8 Suelos

Los suelos del Valle del Chota se ha formado por sedimentos de origen volcánico, la topografía irregular ha creado zonas con pendientes pronunciadas al pie de las colinas y junto a las quebradas. Cuenta con suelos fuertemente erosionados, con bastante pedregosidad y profundidades de pocos centímetros. De igual manera existen zonas planas ubicadas entre las colinas y el río Chota. Estas zonas son menos pedregosas y más fértiles, pueden llegar a tener hasta 1.80m de profundidad. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer, & Revelo, 2004, págs. 2 -13)

Los suelos son arenosos y franco arenosos con un contenido de arcillas de 8%, lo cual no tienen una buena capacidad de retención del agua. Los suelos son

pobres en nitrógeno, materia orgánica y en fósforo; y por el contrario tienen una alta disponibilidad de calcio y potasio. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, pp.6-7)

## **2.3 Manifestaciones culturales**

### **2.3.1 Gastronomía**

En el Valle del Chota su gastronomía gira en torno al fréjol y sus distintas preparaciones, puede ser el fréjol rojo conocido como “misturiado” o el fréjol palo o “guandúl” el cual es el acompañante de la carne de cerdo o pollo, arroz y maduros fritos. De igual manera el sancocho con yuca y plátano, el camote con sal o dulce y la yuca asada son de los platos típicos del valle. Otros platos de la zona son las morcillas de cerdo, el bleo sazonado y el fréjol con dulce de panela. Las frutas que se caracterizan en la zona son los ovos maduros, la guayaba y la tuna. El valle se caracteriza por tener bebidas típicas para las festividades de San Francisco en las que se consume el morocho de dulce y el champú, otras bebidas que se puede encontrar en el sector es el vino de ovos y el jugo de tomate cernido. (Antón, 2007, p. 14)

### **2.3.2 Música y Danza**

La principal manifestación artística de los afrochoteños es la “Bomba”, se trata de un género musical vinculado con las actividades religiosas, productivas y sociales de la comunidad. La Bomba cuenta los procesos históricos vividos en la zona como son las alegrías, las penas, el amor, entre otros. Su melodía se caracteriza por un instrumento hecho del tallo de la cabuya o de la madera de balsa y del cuero curtido de chivos y chivas llamado *bimembranófono*. La Bomba es una músicaailable que mantiene una composición de dos guitarras y un bombero, pero si se desea se puede incorporar más instrumentos como la mandíbula de burro, el raspo o guiro, las maracas entre otros. La Bomba es

acompañada con la coreografía de hombres y mujeres que bailan en parejas y las mujeres al ritmo de la música mueven sus caderas en forma de círculos. (Antón, 2007, pp.16-17)

Las mujeres y los hombres acompañan a la bomba con sus coreografías, entre los bailes más destacados en la zona tenemos los siguientes: el caderazgo, zafra, bundi, angara, el baile con la botella y la bomba.

Una variante de la bomba es denominada “la zafra”, que hace alusión a la cosecha de la caña que era el producto central de la producción que organizaba la vida de la gente. (Valarezo, 2010)

El Caderazgo es una expresión cultural en el cual la mujer baila moviendo sus caderas persiguiendo a su pareja para desafiarlo e incluso derribarlo, si su pareja no se concentra, no tiene ritmo ni habilidad para esquivarla ella le puede derribar. Este baile es parte del “baile de la botella” en el que la mujer muestra que también puede derribar a un hombre de un caderazo, teniendo en su cabeza un cesto de frutas o una botella demostrando el equilibrio perfecto que tiene. (Valarezo, 2010)

La Banda Mocha destaca la música de esta zona, ellos estuvieron influenciados por las bandas de pueblo y bandas militares, estas bandas no solo acompañaban a los ritos cristianos sino que también animaba las noches, los bailes y las celebraciones de los mestizos e indígenas. Esta creación es original de la cultura afrochoteña donde ellos lograron ejecutar sus propios ritmos. (Valarezo, 2010)

La Banda Mocha es existente desde los años 70 aproximadamente, esta banda es conformada entre 14 o 15 cantantes y consiste en interpretar las bandas clásicas de la sierra ecuatoriana utilizando únicamente instrumentos naturales como: los bajos de puto o de cabuya, las hojas de naranja, tambores de cuero de chivo, entre otros. (Antón, 2007, p.17)

### 2.3.3 Tradición oral

La tradición oral constituye en mantener viva la memoria afrochoteña siendo esta una expresión auténtica de su cultura. La tradición oral es el alma de los afrodescendientes y es por ella que han sobrevivido a las tradiciones culturales más importantes de sus antepasados. En la tradición oral se puede encontrar historias, poesías, leyendas, entre otros, que transmiten sus tradiciones orales. (Antón, 2007, pp.17-18)

La bomba no es únicamente un baile con instrumentos o un estilo de música, es también una forma de transmitir sus tradiciones a sus pobladores con su letra. La bomba se utiliza tanto para combatir, para enamorar, para recordar o para celebrar.

Los “salves” son canticos utilizados durante los velorios, la Semana Santa o las procesiones. Este conserva el lenguaje propio afrochoteño y pertenecen al ámbito religioso.

Las Leyendas son historias que a través de personajes míticos describen al pueblo negro y a su cosmogonía y busca dejar una enseñanza a sus pobladores a través de estas. (Antón, 2007, p.19)

### 2.3.4 Fiestas

Los afroecuatorianos situados en el Valle del Chota mantienen su alegría de los pueblos originarios de África, donde ellos recuerdan su valorización como pueblo afro celebrando ciertas festividades, entre las más destacadas son las siguientes:

Festejo de fin y nuevo año, durante esta fiesta hace aparición el 31 de diciembre y el primero de enero un personaje central conocido con el nombre de Chivo. Este personaje reafirma su negritud pintándose todo el cuerpo y la cara con carbón, lleva un fute en una mano y un chalo en el que guarda las frutas y licor que le regala la población. La tradición cuenta que los niños se burlaban de este personaje diciéndole *cholo- cholo – foo*, insinuándole que es

mestizo o cholo, esto le enojaba y golpeaba a los niños con el futele diciendo que él es más afro que toda la población. Este personaje es muy importante en esta fecha puesto que es el orgullo que sienten los afrochoteños y se reafirma su cultura. Con el *Cholo-foo* despiden el año quemando al monigote, bailando al ritmo de la bomba y compartiendo las frutas y el licor con todo el pueblo. (Chalá, 2006, pp.204-209)

El carnaval de Coangue nombre conocido antiguamente al Valle del Chota, que en lengua afro significa valle de la muerte o caliente, se realiza en la ribera del río Chota donde se disfruta de danza, música, poesía, gastronomía, artesanía, entre otras actividades. (Antón, 2007, p.25)

### 2.3.5 Artesanías

Un voluntario belga trabajó con las comunidades de la zona para crear una identidad artesanal con la elaboración de máscaras de barro. Esta idea surgió para que se aproveche los materiales locales del sector (arcilla, semillas) y así recuperar la tradición africana y estimular la elaboración de productos con identidad. Ellos forjan una creación particular que unen los elementos africanos, andinos y españoles; ellos han desarrollado todo desde su valle insertando su cultura a las artesanías. (Valarezo, 2010)

Las artesanías son una muestra de su identidad local las cuales son inspirados en su cultura. Realizan marcaras con rostro negro elaborados con barro, muñecos de cerámicas, platos de fibra vegetal, cajas multiusos de madera, entre varios. A lo largo del tiempo las artesanías se han vuelto una estrategia para complementar sus ingresos económicos y otorgan una importancia significativa en su vida cotidiana. (Alcaldía de Ibarra, Valle del Chota, s.f.)

### 2.3.6 Arquitectura

La arquitectura que existe en el Valle del Chota es una mezcla de diversas culturas, puesto que se ha mezclado lo propio de los imbabureños con la

cultura traída desde África por los negros y lo hispánico impuesto por los conquistadores de estas tierras. Las viviendas van desde la primitiva choza de paja con paredes de bahareque hasta viviendas de cemento con bloque, de igual manera se encuentra casas de adobe y tejas. (Antón, 2007, p.20)

#### **2.4 Actividades socioeconómicas de la población**

El Valle del Chota poco a poco se ha hecho conocer no únicamente por sus grandes deportistas que han salido de ahí a representar su valle y al Ecuador, sino que también han comenzado a ser conocido por su gran agricultura. Se les conoce por la gran producción de cochinilla, tuna, caña de azúcar, tomates, fréjol, entre otros productos donde muchas familias trabajan diariamente allí para tener ingresos económicos en sus hogares. En el ciclo de rotación se complementan con sembríos de caña de azúcar, puesto que la caña de azúcar ayuda a que el terreno descansa y al no ser un cultivo de ciclo corto las familias se ven obligadas a vender su fuerza de trabajo para su manutención hasta que llegue la época de la cosecha. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, pp.2-13)

El Valle del Chota está compuesta por una población mayormente de pequeños productores puesto que sus propiedades son menos de 2 hectáreas (45.2%), mientras que el 10.1% de sus propiedades son más de 7 hectáreas. Muchas familias han tenido que dejar a un lado la producción de sus terrenos ya que no les genera el ingreso necesario para mantener a sus familias y se han dedicado a trabajar en las empresas floricultoras o invernaderos de tomates para tener un mejor ingreso económico. (Proaño, Poats, Tapia, Ponce, Nejer y Revelo, 2004, pp.2-13)

Un mínimo de población del Valle del Chota se dedica al turismo y a la comercialización informal de sus productos. En la zona existen varias hosterías las cuales requiere de personal, pero el déficit del conocimiento en la actividad turística de la población hace que no exista plaza de trabajo para ellos. En

algunas comunidades del valle se ha optado por realizar turismo comunitario en las cuales varias familias se involucran en esta actividad teniéndole como alternativa para mejorar sus ingresos económicos.

## **2.5 Turismo en el Valle del Chota**

### **2.5.1 Atractivos Turísticos**

En el Valle del Chota se encuentran varios atractivos turísticos. Se ha realizado un levantamiento de los atractivos que posee la zona junto a su comunidad, los mismos que después fueron validados con los datos del Gobierno Provincial de Imbabura (GPI).

#### **2.5.1.1 Manifestaciones Culturales**

- **Historia del Valle del Chota**

La historia resulta ser la identidad de las comunidades situadas en el valle, puesto que esto demuestra la herencia de sus antepasados y su cultura; lo que contribuye a la riqueza que posee sus pueblos y la atracción para los turistas. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

- **Bomba del Chota**

La Bomba del Chota es la principal manifestación cultural de los afros situados en esta zona. La bomba es un género dancístico, musical e instrumental de la población el cual está vinculado con los procesos históricos vividos, penas, alegrías, anhelos de la comunidad. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

- **Banda Mocha de Chaguayacu**

Es un grupo musical el cual se caracteriza por utilizar instrumentos autóctonos como las hojas de naranja, tambor de cuero de chivo, entre



otros; para interpretar bandas de pueblos tradicionales de la serranía ecuatoriana. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

- Grupo étnico afroecuatoriano del Valle del Chota

La gente que habita en el Valle del Chota son personas muy cálidas y alegres, este grupo ha sido influenciado por etnias indígenas y mestizas, pero a la vez este grupo étnico todavía conserva sus rasgos de supervivencia africanas. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

- Carnaval del Coangue

Este carnaval es una práctica cultural donde se busca difundir la cultura afrochoteña donde se propaga su música, gastronomía, danza, artesanías, entre otros; dando a conocer la diversidad cultural que poseen. Este carnaval incita a su población a crear una conciencia de su cultura y a la vez fomenta ingresos a su población. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

- Artesanías de Barro

Las artesanías son de suma importancia en la población puesto que son parte de la expresión cultural del pueblo afro y además genera un ingreso económico a las familias artesanas. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

- Fabricación de productos artesanales a través del ovo

Una parte de las mujeres del valle producen productos artesanales como es la mermelada, vino, helados y postres en base del fruto típico de la zona, el ovo. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

- Puente Pusir

En la comunidad de Pusir se encuentra este puente colgante el cual conecta la provincia de Imbabura y Carchi. Este es un lugar de atracción turística en donde se puede encontrar algunas fábricas de panela y una variada producción de frutas de la zona. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

#### 2.5.1.2 Sitios naturales

- Playa de Ambuquí

En la playa de Ambuquí se asientan varios establecimientos de hospedaje y es muy visitado por turistas nacionales y extranjeros los fines de semana y feriados. (El Comercio, 2010)

- Río Chota

Tiene un valor turístico en la zona puesto que se puede realizar deportes en aventura en este río, además cuenta con pequeñas playa en un entorno natural. El río permite la producción de cultivos en esta zona y la población utiliza el río para regar sus cultivos de igual manera. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

- Valle del Chota

Es conocido por su clima que es muy adecuado para la salud y la rehabilitación de enfermedades. Es un lugar donde se puede palpar el contraste de los terrenos árido con las áreas cultivadas de las cercanías de río Chota. (Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura, 2007)

### 2.5.2 Planta turística

La empresa turística presta servicios directo al visitante y ayuda a satisfacer las necesidades del cliente cuando se trasladan a un lugar fuera de su residencia habitual. En el Valle del Chota posee alojamiento, servicio de alimentación, transporte y servicios complementarios (Ecos travel, s.f.)

#### 2.5.2.1 Alojamiento

La oferta de alojamiento ubicada en la parroquia de Ambuquí, está conformada casi en su totalidad por hosterías. Estas hosterías a más de ofrecer hospedaje y alimentación, también brindan servicios de piscina, discoteca, entretenimiento, entre otros.

Tabla 1. Inventario de establecimiento de alojamiento en la parroquia de Ambuquí

| TIPO     | ESTABLECIMIENTO       | CATEGORÍA |
|----------|-----------------------|-----------|
| Hostería | El Oasis              | Primera   |
| Hostal   | La Playa              | Segunda   |
| Hostería | Aruba                 | Segunda   |
| Hostería | El Kibutz             | Segunda   |
| Hostería | Tierra del Sol        | Segunda   |
| Hostería | Palmira               | Segunda   |
| Hostería | Arco Iris             | Segunda   |
| Hostería | Fabricio´s            | Tercera   |
| Pensión  | El Fogón del Paisa #4 | Segunda   |

Adaptado del Catastro de Servicios Turísticos de Imbabura, 2013 (Ministerio de Turismo, SIIT, 2013)

#### 2.5.2.2 Restauración

No existe una amplia oferta de servicios de alimentación en la zona, únicamente pocos establecimientos satisfacen la necesidad alimenticia de los turistas. Los establecimientos de hospedaje ayudan a suplir la escasa oferta de

restaurantes ya que también ofrecen servicio de alimentación. A lo largo de la carretera se puede encontrar paraderos de comida típica que son ofrecidas por las comunidades afrochoteñas, pero no han sido tomadas en cuenta para la realización del catastro. A continuación se detallan la oferta de alimentación de la zona en base al catastro de Imbabura.

Tabla 2. Inventario de servicios de alimentación en la parroquia de Ambuquí

| TIPO           | ESTABLECIMIENTO       | CATEGORÍA |
|----------------|-----------------------|-----------|
| Fuente de soda | Zona fría             | Tercera   |
| Fuente de soda | Luna Turquesa         | Tercera   |
| Restaurante    | El Fogón del Paisa #2 | Tercera   |
| Restaurante    | Ven y Veras           | Tercera   |
| Restaurante    | Las Peñas del Juncal  | Cuarta    |

Adaptado del Castro de Servicios Turísticos de Imbabura, 2013 (Ministerio de Turismo, SIIT, 2013)

### 2.5.2.3 Transportes

Referente al transporte, existen varias cooperativas las cuales parten desde la terminal de Ibarra y se dirigen hasta Tulcán pasando por toda la Panamericana Norte y atravesando por las comunidades del Valle del Chota brindando facilidad al turista de quedarse cerca en el valle. La cooperativa Pimampiro es una de las cooperativas muy conocidas en la zona. (Guía local, s.f)

### **3. Capítulo III.- Análisis situacional de la empresa y problematización**

#### **3.1 Análisis situacional de la empresa**

En el 2012 en la comunidad de El Juncal se creó la asociación “Aroma Caliente”, la cual se dedica al turismo comunitario para mejorar la vida de sus pobladores. Esta asociación desea compartir con los visitantes su cultura, sus costumbres y el gozo del pueblo afroecuatoriano. La asociación proporciona los servicios de alojamiento, alimentación, y recreación. Con la ayuda del Ministerio de Turismo, han recibido capacitaciones en: atención al cliente y manipulación de alimentos a la población involucrada del CTC, han adquirido conocimientos para ejercer esta actividad turística de una manera más profesional.

El CTC cuenta con la participación 20 personas, en su totalidad mujeres y todas ellas se sienten comprometidas con el proyecto. Sin embargo, debido a que la frecuencia de los turistas es limitada mantienen otros trabajos y por ello no están involucradas en su totalidad con el CTC. Observan al emprendimiento comunitario como una alternativa para la mejora de su calidad de vida y de la población. Las participantes se han dedicado plenamente en el crecimiento de la asociación “Aroma Caliente” para que sea una iniciática turística que ayude al progreso de su comunidad.

En la visita a la comunidad de El Juncal se realizó una entrevista a profundidad a la Sra. Olga Palacios, presidenta de la Asociación Aroma Caliente. En dicha entrevista se le realizaron varias preguntas sobre la asociación donde se obtuvo la siguiente información.

##### **3.1.1 Misión**

“Identificar las destrezas ancestrales pérdidas para recuperarlas y fortalecer las que todavía existen, de forma individual y colectiva haciendo que la identidad cultural se transmita de generación en generación dejando un legado de historia a nuestros sucesores y visitantes”. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

### 3.1.2 Visión

“Lograr la integración pluricultural, multiétnica y multifacética de las comunidades en la parroquia rural de Ambuquí generando espacios para la igualdad de género y la equidad de la población a través del turismo comunitario”. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

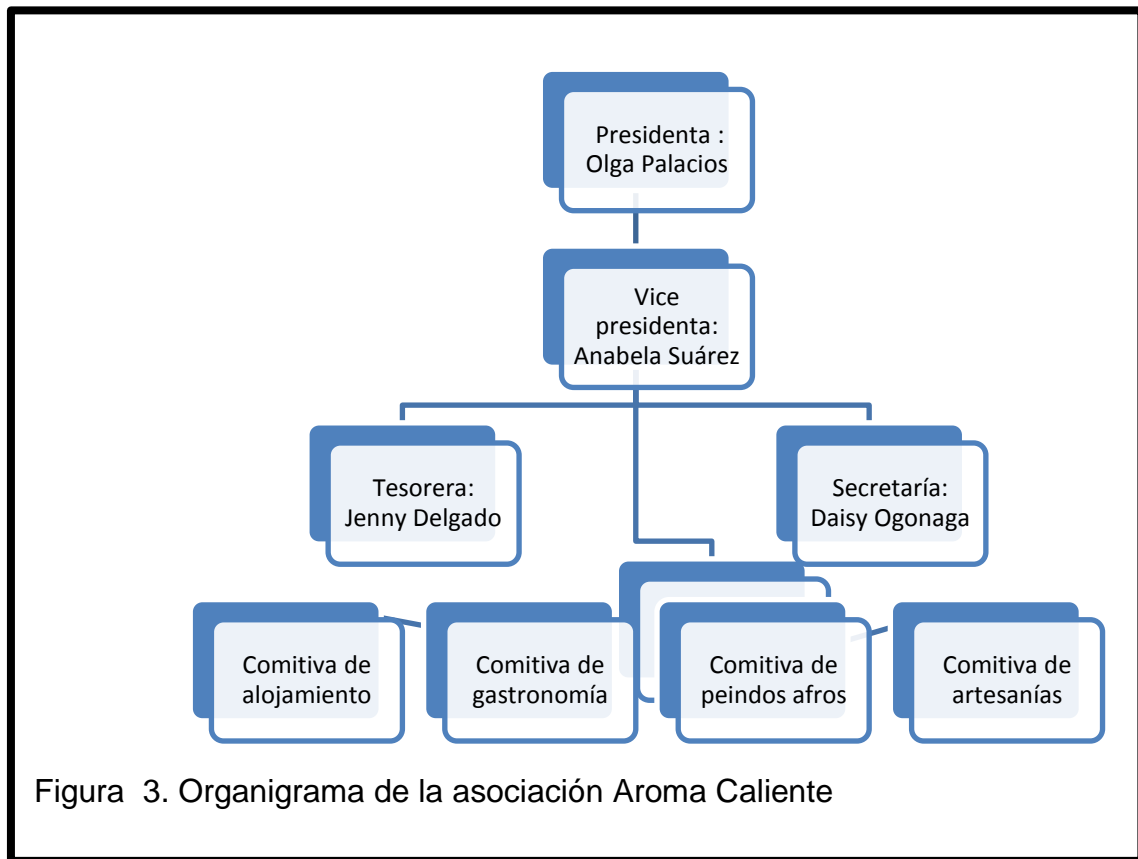
### 3.1.3 Objetivo

“Crear grupos de danza, música, teatro artístico, etc. Gestionar espacios de presentación culturales para que las agrupaciones se autofinancien de buena manera su independencia financiera y logren tener liquidez siendo esto una fuente de trabajo”. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

#### 3.1.3.1 Objetivos específicos

- Mejorar la calidad de vida de la comunidad.
- Que el turismo sea una fuente de ingreso y desarrollo.
- Crear una concientización de un turismo sostenible.
- Mejorar la infraestructura básica de la zona.
- Mejorar las actividades agrícolas de la zona.
- Que los inversionistas tengan un compromiso social con la zona de Ambuquí. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

### 3.1.4 Estructura Organizacional



La estructura organizacional de la asociación “Aroma Caliente” está constituida por cinco mujeres que encabezan de la organización, estas señoras se encargan de organizar al resto de personas involucradas en la actividad del turismo comunitario, delegando sus actividades y siendo las responsables de la operación. Dentro de la asociación se cuenta con comitivas de artesanía, alojamiento, gastronomía y peinados. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

### 3.1.5 Mercado Actual y mercado proyectado

#### 3.1.5.1 Mercado actual

En la entrevista que se realizó a la señora Palacios, comentó que la asociación no posee un registro de llegadas de visitantes, es por ello que no se ha podido determinar de forma exacta su mercado actual.

El Gobierno Provincial de Imbabura (GPI), ha ayudado a la asociación en la promoción del CTC a través de una página web de la municipalidad de Ibarra, gracias a esa promoción que se ha realizado y al contacto manteniendo con un país en Europa se han recibido en el año 2013 alrededor de 40 visitantes extranjeros que han llegado en su mayoría desde Italia; y tienen una edad promedio entre 40 a 60 años, su tiempo promedio de estadía ha sido alrededor de un día y medio. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

De igual manera la asociación tiene un convenio con la agencia de viajes *Wawa Tours*. Esta agencia de viajes les ha proporcionado turistas nacionales que en su mayoría han sido estudiantes, los mismos que han realizado su visita únicamente por el día, en plan de excursionistas. Por otro lado otros estudiantes se han quedado a pernotar por un máximo de una noche. (Entrevista 001 Palacios, 2013)

#### 3.1.5.2 Mercado Proyecto

La asociación se proyecta que en un lapso de dos años tener mayor afluencia de mercado extranjero, en su mayoría italiano, alemanes, estadounidenses y canadienses. Desean a traer la mayor cantidad de turistas a su CTC.

La asociación ha planteado en un lapso de dos años, tener mayor afluencia de mercado extranjero, en su mayoría italiano, alemán, estadounidense y canadiense, al igual que turistas nacionales, para que visiten su CTC.



En las entrevistas realizadas al Sr. Fausto Hualsaquí gerente de Runa Tupari y la Srta. Deysi Collaguazo coordinadora de turismo del CTC Yunguilla, se identificaron opiniones similares respecto a: ¿cuál es su mercado proyectado? Ambos expertos expresaron que hoy en día aparte de su mercado internacional consolidado desean atraer al mercado interno, dicho mercado ayudará a fortificar las culturas ecuatorianas y a valorar lo que posee el Ecuador. (Entrevista 003 Hualsaquí, 2013) (Entrevista 002, Collaguazo, 2014)

Según la Dirección de Investigación del MINTUR en su documento realizado en el 2012, se obtuvo datos de las motivaciones del turismo interno y del turismo receptivo del país. El 0,46% del turismo interno realiza la actividad comunitaria, mientras que el 2% del turismo receptivo también lo realiza. Por lo tanto esta tendencia en el Ecuador no es muy realizada y los integrantes de los CTCs buscan incrementar el mercado hacia esta actividad esperando que esta cifra crezca en los próximos años. (Dirección de Investigación- MINTUR, 2012)

### 3.1.6 Análisis FODA

El análisis FODA es un método, el cual estudia la situación de una empresa evaluando las características internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas). Esta herramienta ayuda a conocer la situación real de la empresa y a crear estrategias positivas frente a la competencia. (Robbins y Coulter, 2010, pp.165-166)

En la tabla 3 se ha desarrollado una matriz en la cual se puede reconocer las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) de la asociación "Aroma Caliente". Después de visitar la zona de estudio, revisar la bibliografía existente y conversar con los pobladores de la comunidad se ha logrado obtener esta matriz, en la cual se observará de una manera clara los aspectos que benefician o afectan a la asociación en el sector del turismo comunitario.

Tabla 3. Tabla del análisis FODA

|               |   |
|---------------|---|
| Fortalezas    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revalorización de la cultura de la comunidad.</li> <li>2. Posee una riqueza cultural y natural extensa.</li> <li>3. Tiene un clima agradable y saludable</li> <li>4. Existe compromiso por parte de los integrantes de la asociación para realizar el turismo comunitario.</li> <li>5. Se ofrece experiencias auténticas por parte de sus participantes.</li> <li>6. Se cuenta con gente muy amable y gentil.</li> <li>7. Poseen infraestructura (centro cultural, albergues comunitarios y servicio de alimentación)</li> </ol>  |
| Oportunidades | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proximidad a los principales centro de distribución turística del país (Quito y el Sur de Colombia).</li> <li>2. El Valle del Chota está dentro de una de las provincias más turísticas del Ecuador.</li> <li>3. Existe un gran involucramiento en el desarrollo del turismo en la provincia de Imbabura por parte del GPI.</li> <li>4. Interés de los turistas por un turismo auténtico.</li> <li>5. Buenas vías de acceso a la zona y a la comunidad.</li> <li>6. Posibilidad de apoyo de las ONG´s a nivel nacional e internacional, así como por los diferentes niveles del gobierno.</li> <li>7. La generación de ingresos a partir del turismo comunitario reducirá la migración a las ciudades y la mejoraría la calidad de vida de la población local.</li> </ol> |
| Debilidades   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nulo manejo de idiomas extranjeros para contacto con los turistas</li> <li>2. La Asociación es nueva en el mercado por ello existe una limitada experiencia en la actividad turística.</li> <li>3. No poseen protocolos de servicio (calidad en los servicios).</li> <li>4. Limitada o nula promoción del emprendimiento comunitario.</li> <li>5. Su ubicación no es visible para los turistas.</li> <li>6. No cuenta con un personal altamente capacitado.</li> <li>7. La capacidad actual es insuficiente para un incremento de flujos turísticos.</li> <li>8. Existe un programa de operación no estructurado.</li> </ol>  |
| Amenazas      | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La junta parroquial se encuentra dividida por diferentes responsables.</li> <li>2. Limitado acceso a la tecnología.</li> <li>3. Alto nivel de alcoholismo en la comunidad.</li> <li>4. Déficit en la calidad de los servicios y productos turísticos ponen en riegos el futuro del CTC.</li> <li>5. Existe problemas de xenofobia y racismo.</li> <li>6. Altos índices de pobreza.</li> <li>7. Limitado acceso a fuentes de financiamiento y apoyo para la realización de obras en beneficio de la comunidad.</li> </ol>  |

En la etapa de adecuación se ha utilizado la matriz en base a Fred David (2013). Esta etapa combina las amenazas y las oportunidades externas con las debilidades y las fortalezas internas para generar estrategias alternativas viables. El autor crea estrategias combinando los elementos internos con los externos donde se obtendrán 4 tipos de estrategias al combinarse. Una de las estrategias es la FO donde se utiliza las fortalezas internas para aprovechar las

oportunidades externas, las estrategias DO tratan de superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. En las estrategias FA con las fortalezas de la empresa se hace frente o se evita las amenazas externas y por ultimo las estrategias DA son acciones defensivas cuyo objetivo es reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas. El autor plantea una matriz con 9 celdas para creación de estas estrategias, en el anexo 3 se puede visualizar esta matriz. (David, 2013, pp.175-176)

#### 3.1.6.1 Estrategias FO

- Mejorar la infraestructura turística, acorde los estándares de calidad del GPI, para el turismo comunitario, puesto que de esa manera se mejorará la satisfacción de los clientes y sus requerimientos. (F7 –O3)
- Elaboración de regímenes de contingencia para minimizar los posibles impactos ambientales y culturales que puedan causar las actividades turísticas en la comunidad.(F2-O3)
- Promocionar al CTC como un lugar de sanación y relajación gracias a su excelente clima, al mismo tiempo de estar rodeado en un ambiente de riqueza cultural y ambiental (F3- O7)

#### 3.1.6.2 Estrategias FA

- Crear programas y talleres para que las y los jóvenes de la comunidad puedan revalorizar y rescatar sus costumbres y cultura, puesto que es lo más valioso que poseen y así potencializar el turismo comunitario dentro de El Juncal. (F1 –A6)

- Combatir el alcoholismo que existe en la zona a través de charlas motivadoras y de emprendimiento dentro de la comunidad con la ayuda del municipio y la junta parroquial, provocando un impacto positivo dentro de las familias de El Juncal y del Valle del Chota.(F4-A3)
- Crear una comitiva con las personas más representativas de las comunidades aledañas para realizar una queja formal sobre los directivos de la Junta parroquial, y así combatir los problemas existentes dentro de la parroquia. (F5-A1)

### 3.1.6.3 Estrategias DO

- Crear un plan de marketing para comercializar los productos turísticos existentes y próximos del CTC, de esa manera aumentar la afluencia de los turistas y por lo tanto ingresos económicos a la comunidad potencializando los recursos naturales y culturales que posee. (D4- O3-O4)
- Al fortificar el turismo comunitario en la zona a través de charlas de emprendimiento comunitario se pretende involucrar a la comunidad en esta actividad turística creando nuevas fuentes de trabajo y de esa forma tratando de reducir la migración a las grandes ciudades. (D4-D7-O8)
- Implementar capacitaciones por parte del MINTUR, SECAP, SETEC y GPI hacia la comunidad para mejorar las deficiencias en la calidad y operación del servicio y/o producto, tratando de alcanzar la satisfacción de los clientes internos y externos. (D3- O3)

- Buscar fuentes de financiamiento para la mejora de la infraestructura a parte del presupuesto del estado, para posibles créditos en la CFN o ayudas de las ONGs (D6- D6-O7)

#### 3.1.6.4 Estrategias DA

- Crear un manual de calidad de procesos y estandarización para que la comunidad involucrada en el CTC tenga parámetros a seguir para el mejor desempeño de sus actividades. (D3- A4)
- Crear un programa de voluntariado donde los voluntarios serán profesores que capaciten y den clases de idiomas a la comunidad ayudando así a la mejora del idioma extranjero para el desenvolvimiento del personal involucrado en la actividad turística. (D1- A7)
- Crear alianzas estratégicas con empresas privadas que operan en la zona o en el cantón para acordar acciones que beneficien a ambos lados incrementando así la afluencia de turistas y mejorando la calidad.(D2- A4)

#### 3.1.7 Ventaja competitiva

La ventaja competitiva es lo que separa una organización de las otras o lo que le diferencia, este distintivo puede ser algo que una empresa hace mejor o tiene que las otras empresas no tienen. (Robbins y Coulter, 2010, p.170)

La ventaja competitiva de la asociación Aroma Caliente se ha realizado en base a las fortalezas que se encuentran en la matriz FODA de la tabla 3 y a través de lo que se pudo observar en las visitas realizadas.

Al palpar de cerca y realizar un análisis, se llegó a la conclusión que la comunidad posee algunas ventajas competitivas; una de ellas es que posee un centro cultural, el cual se encuentra en perfectas condiciones y adecuaciones, siendo un lugar de reuniones con los turistas y la comunidad. Otra ventaja, muy importante, es que la comunidad involucrada se siente comprometida con su asociación y de igual manera es un personal muy unido que tratan de sacar adelante a su CTC. Su población es muy amable y gentil, hacen que sus visitantes se sientan parte de esta comunidad y logran crear una experiencia agradable haciendo que sus turistas vuelvan y que ellos a través de un marketing viral positivo atraigan más visitantes a la zona. La cultura afrochoteña, únicamente localizada en este sector es una de las ventajas competitivas más fuerte que tiene la comunidad, puesto que en ningún otra zona del Ecuador se podrá apreciar esta cultura y vivir dentro de su comunidad para conocer de cerca todas sus costumbres.

### 3.1.8 Benchmarking

Según Koontz, Weihrich y Cannice en su libro “Administración: Una perspectiva global y empresarial”, comentan que benchmarking es “un enfoque para establecer metas y medidas de productividad con base en las mejores prácticas de la industria”. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2008, p.533)

Se ha escogido al CTC Runa Tupari para realizar un benchmarking para la asociación Aroma Caliente. El CTC Runa Tupari al ser uno de los mejores centros de turismo comunitario del país, y al estar ubicado en la provincia de Imbabura, se lo ha tomado en cuenta para conocer que se debe implementar en la asociación para mejorar. Se ha realizado una entrevista al gerente general de Runa Tupari el Sr. Fausto Hualsaquí Flores, comentó que lo que les diferencia de otros CTCs es que su gente se encuentra capacitada constantemente y tiene un grupo técnico que tiene conocimientos de lo que hace. (Entrevista 003 Hualsaquí, 2013) (Entrevista 002 Collaguazo, 2014)

A continuación, en la tabla 4 se ha creado un matriz con los aspectos que posee Runa Tupari.

Tabla 4. Matriz comparativa de Runa Tupari con la asociación Aroma Caliente

| <b>Aspectos</b>                | <b>Asociación<br/>Aroma Caliente</b> | <b>Runa Tupari</b> |
|--------------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| Página web                     |                                      | X                  |
| Material promocional           |                                      | X                  |
| Servicio de alimentación       | X                                    | X                  |
| Servicio de alojamiento        | X                                    | X                  |
| Actividades de recreación      | X                                    | X                  |
| Agencia de ventas              |                                      | X                  |
| Comunidad unida                | X                                    | X                  |
| Voluntariado                   |                                      | X                  |
| Actividades de sociabilización |                                      | X                  |
| Servicio personalizado         | X                                    | X                  |
| Cuidados ambientales           |                                      | X                  |
| Redes sociales                 | X                                    | X                  |
| Capacitaciones continuas       |                                      | X                  |

### **3.2 Evaluación y problematización**

#### **3.2.1 Evaluación**

En la evaluación es importante definir los objetivos que se va a evaluar para no desviar la obtención de datos primarios o principales en la fijación de nuevos objetivos. En la tabla 5 se puede observar los aspectos que se han tomado como referencia al momento de la evaluación.

Tabla 5. Criterios para la evaluación del CTC Asociación Aroma Caliente

| <b>Criterios Administrativos y de servicios</b> | <b>Criterios Ambientales</b> | <b>Criterios Socio Culturales</b>   |
|---|------------------------------|---|
| Infraestructura                                 | Agua                         | Fortalecimiento de la organización y participación de las comunidades locales |
| • Habitaciones                                  | Manejo de recursos naturales | Revalorización cultural   |
| • Baños   | Flora y fauna                | Igualdad de oportunidades   |
| • Cocina y comedor                              | Energía                      | Diversificación de las actividades productivas                                |
| • Área de descanso                              | Manejo de desechos           |   |
| Operación y servicio                            |                              |   |
| • Operación                                     |                              |   |
| • Servicio y personal                           |                              |   |
| • Alimentos y bebidas                           |                              |   |
| • Información                                   |                              |   |
| Seguridad                                       |                              |   |

Nota: Los criterios fueron tomados y adaptados de: Manual de buenas prácticas: Turismo en áreas naturales con gestión comunitaria de la ASEC, PPD, PNUD, OMT y UDLA y Manual de calidad para la gestión del Turismo Comunitario del Ecuador de la FEPTCE.

La evaluación se ha desarrollado mediante un proceso participativo, el cual facilitó la revisión de ciertos parámetros de calidad, permitiendo observar donde se localizan las falencias en la oferta turística de la comunidad. Se realizó la visita a la asociación “Aroma Caliente” el día 25 de noviembre del 2013 para aplicar la evaluación. A la visita se llevó a 3 personas en plan de turistas puesto que en esa temporada la asociación no tenía reservas de clientes próximos. Se le pidió al personal de la asociación realizar las operaciones y actividades de forma normal y cotidiana para de esta manera evaluar la calidad en la prestación de los servicios en una forma real y objetiva.



Se realizó una evaluación a profundidad de los criterios administrativos y de servicios prestados, para valorar los procesos que se están brindando a los clientes. Es fundamental notar si están en óptimas condiciones la infraestructura del alojamiento comunitario y si el personal se encuentra capacitado para brindar los servicios requeridos por los turistas. En los criterios ambientales y socio culturales se ejecutó una evaluación menos detallada, en la cual el objetivo primordial es detectar los impactos que se están generando por parte de la población. Una vez analizado se brindará recomendaciones para lograr que exista sostenibilidad en la comunidad al momento de ejecutar la actividad turística y en la vida diaria de sus comuneros, ayudando a reducir los impactos negativos producidos para su población.

Para medir los parámetros de calidad se ha modificado la ficha de evaluación para un alojamiento familiar comunitario del GPI, con el fin de abarcar más parámetros al momento de evaluar el turismo comunitario. Dicha ficha fue creada por el GPI con el fin de que sea aplicable a la realidad local, es por ello que se basó en esta herramienta para evaluar el cumplimiento de estándares mínimos de calidad. La ficha evalúa la infraestructura básica, la operación, la seguridad, los aspectos de sostenibilidad ambiental, la señalización y el comportamiento de la comunidad involucrada, alcanzando a medir estos aspectos de una manera más exacta y enfocándose en las posibles falencias por parte de la comunidad.

Cada aspecto en la ficha de evaluación se le ha dado una ponderación de 1 a 3; siendo 1 el menos importante en el cumplimiento y siendo 3 muy importante. Cada calificación se realiza mediante una "X", si se cumple se dará el valor correspondiente a la ponderación mientras si no cumple no se le otorgará ningún valor. Dependiendo de la calificación se sabrá qué calidad de servicios se está brindando por parte de la asociación. En el anexo 4, se puede observar la evaluación que se realizó a dos hogares comunitarios y a la comunidad, en base a la ficha propuesta, donde el resultado del CTC fue un total 247 puntos sobre 364, obteniendo un porcentaje del 67%, calificándole a la asociación

“Aroma Caliente” con una ponderación *buena*. A continuación se presenta la tabla 6 con la respectiva puntuación.

Tabla 6. Puntuación en base a la ficha de evaluación comunitaria

| VALOR     | PORCENTAJE | CALIDAD   |
|-----------|------------|-----------|
| 364 – 332 | 100% - 91% | Excelente |
| 331 – 296 | 90% - 81%  | Muy buena |
| 295 – 221 | 80% - 61%  | Buena     |
| 220 - 100 | 60%- 20%   | Regular   |

Otro de los métodos que se utilizó para medir la calidad del servicio fue el *blue print*, a través de esta metodología se pudo palpar exactamente en qué fase del proceso de la entrega del servicio se está fallando. Se visualizó otros problemas de la comunidad a través de la metodología de observación durante todas las visitas presenciales que se realizó. Dentro de la evaluación se logró obtener un conocimiento real de la operación turística comunitaria, donde se permite orientar las políticas de intervención y apoyo del sector público mediante métodos de corrección al identificar las falencias existentes.

Con el método de observación participante se pudo sociabilizar con la comunidad y conocer su vida diaria y las dificultades que pasan en el día a día. Al conversar con la comunidad y al observar sus comportamientos se visualizaron las complicaciones que sufre la comunidad y como tratan de hacer frente a los problemas existentes.

### 3.2.2 Problematización

Después de realizar un diagnóstico situacional del entorno y del CTC se han encontrado varios problemas existentes. En los aspectos de infraestructura tienen una valoración del 23.8%, el cual presenta una leve debilidad pero al

mejorarlo brindará una mejor comodidad y seguridad a sus clientes. Desde el anexo 5 al 10 se pueden observar fotografías de la infraestructura de la asociación y ciertas actividades que se desarrollan.

En la operación y el servicio el porcentaje obtenido fue del 56,5%. Es notoria la falta que hace en esta área el no contar con un manual de calidad y una estandarización de procesos, una ficha de registro del visitante, un sistema de quejas y sugerencias, una información previa al viaje para el cliente entre otros aspectos. Se observa la falta de conocimiento y capacitación del personal que brinda el servicio, causando así inconvenientes al momento de operar. El déficit del conocimiento de un idioma extranjero detiene el progreso del CTC, puesto que solo una persona habla italiano en toda la comunidad involucrada limitando la llegada de más turistas.

El CTC no cuenta con normativas de seguridad y prevención. En el aspecto de seguridad les falta mucho por mejorar, ya que en caso de una emergencia de salud la comunidad no está preparada. No se tiene un centro de salud óptimo para atender emergencias graves, y el personal que realiza la actividad turística no posee conocimientos de primeros auxilios. Es muy importante contar con todas las normativas de seguridad para evitar percances graves.

La ausencia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) retrasa el progreso de la comunidad, impidiendo el contacto a través de una de las fuentes de comunicación más importantes. Únicamente 2 personas en el CTC manejan la computadora y el internet. La ausencia de una página web propia de la asociación disminuye la comercialización del CTC, creando un freno en el progreso de crecimiento de la organización. De igual manera al no tener un producto turístico específico no se puede crear una estrategia de promoción y difusión, el cual incrementa la afluencia de los turistas, puesto que no se tiene algo definido que promocionar.

Respecto al compromiso de la comunidad involucrada en la actividad turística no se observa problemas, cada integrante se siente comprometida y respeta su cultura. Se cumple los derechos y los valores de cada una. El resto de la

población todavía no confía en el CTC, es por ello que no se unen a este nuevo emprendimiento. Las mujeres que son integrantes de la asociación comentan que se les hace un poco difícil que sus esposos les apoyen en esta actividad dificultando su permanencia dentro del CTC.

Uno de los graves problemas que la comunidad atraviesa es la contaminación del río. Todas las aguas servidas del Valle del Chota y sus cercanías desaguan en el río, siendo de suma importancia para la comunidad en sus festividades y en el día a día es una fuente de vitalidad que viene siendo contaminado continuamente. Su población se encuentra muy preocupada con respecto a este tema ya que anteriormente ellos podían disfrutar plenamente en el río y ahora tiene recelo de hacerlo.

Adicionalmente en la comunidad del Juncal y en sí en todo el Valle del Chota, se observa un alto grado de alcoholismo en su población, impidiendo el desarrollo y crecimiento de la zona. El machismo y la violencia doméstica es un gran inconveniente que se vive dentro de las familias de la comunidad. El desentendimiento de los líderes comunitarios ha causado una división en la Junta Parroquial y un freno a la prosperidad de la zona. Al estar dividida la Junta Parroquial no se ayuda a disminuir los problemas existentes y a emprender negocios nuevos.

La población requiere ayuda por parte del gobierno para la mejora de la agricultura, al igual que desea que el gobierno interfiera en el pago justo de la producción agrícola. Los jóvenes de la población al no contar con buena educación y al observar la falta de progreso de su parroquia, no poseen un deseo de superación y autorrealización. Muchos de ellos para encontrar una fuente de trabajo migran a las ciudades dejando a su comunidad, cultura y costumbres y así perdiendo poco a poco la identidad del pueblo afrochoteño

### 3.2.2.1 *Blue print* actual

A continuación en la figura 4 se presenta el plano de servicios actual de la comunidad, en donde se observa cada paso que la comunidad realiza en la

entrega del servicio turístico. El objetivo de este *blue print* es plasmar cada proceso de la entrega del servicio con el fin de saber en qué proceso está fallando la comunidad.

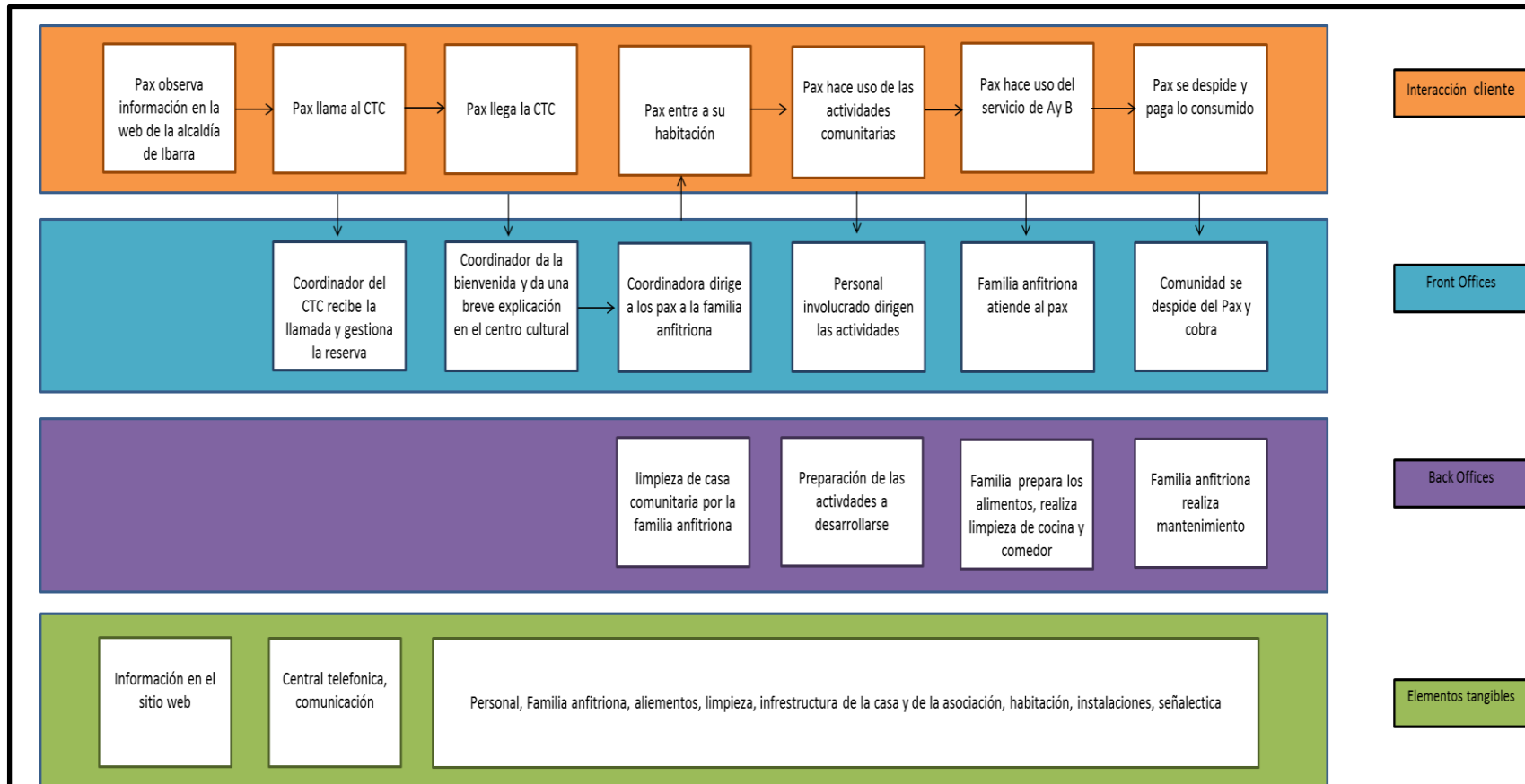


Figura 4. *Blue print* actual del CTC

Nota: a. Interacción del cliente representado por el color tomate. b. *Front office* representado por el color azul. c. *Back office* representado por el color morado. d. Elementos tangibles representado por el color verde.

### 3.2.2.2 Lista de posibles errores

En esta etapa se realiza la desagregación de las áreas críticas, en la cual se identifican las posibles fallas en las diferentes etapas donde el cliente puede evaluar la calidad de los servicios. De esta manera se puede realizar medidas correctivas y/o preventivas. (ISMI, 2002, p.60)

A continuación se plantean los posibles errores identificados:

#### Página web relación con el cliente

- Página web no amigable con el cliente
- Difícil acceso a la página web
- El cliente entra a la página web y no tiene información en su idioma
- No se proporciona la información básica requerida
- Información tiene faltas ortográficas y de redacción.

#### Reserva

- Mala conexión en las redes telefónicas.
- El personal no posee un tono de voz entendible.
- Líneas telefónicas siempre ocupadas o en caso contrario no haya quien conteste
- Personal que atiende al cliente no es proactivo y no logra satisfacer las inquietudes del cliente.
- Personal no habla el mismo idioma del cliente.
- El coordinador/a se olvida de realizar la reserva.
- Las tarifas que se informan no son las correctas.
- No se envían la documentación necesaria para el cliente.
- El coordinador/a se olvida de informar al resto de la comunidad sobre la llegada de los turistas.
- Confusión en las reservas.
- Olvido o retraso de los requerimientos de los clientes.

### Llegada del cliente

- No hay suficiente señalización para llegar.
- Dirección incorrecta o confusa.
- No existe reserva, por ende nadie espera la llegada del cliente.
- Nadie recibe a los clientes.
- Lo que el cliente vio en la página web no es lo real.
- Falta de cordialidad al momento del contacto con el cliente.
- No dan la bienvenida al cliente.

### Cliente en la casa de la familia anfitriona

- Limpieza deficiente en las habitaciones y en el hogar comunitario.
- Infraestructura poco adecuada.
- Hogar comunitario en mal estado de mantenimiento.
- Mal olor en la casa.
- Cosas personales botadas por la casa.
- Olvido o inexistencia de amenidades en la habitación.

### Actividades

- Guías no certificados
- Guía no tiene conocimiento de la zona donde se desarrolla la actividad.
- Guía no tiene carisma y no es un líder.
- No tiene destrezas orales el guía.
- Guía no vela por la seguridad de turista o grupo de turistas.
- No se realizan las actividades programadas

### Alimentación

- Los alimentos no se preparan con la debida manipulación e higiene.
- Hay un déficit en el porcentaje nutritivo de la alimentación.
- Los alimentos no son servidos con los implementos adecuados.



- La mantelería se encuentra sucia o dañada
- No se posee un protocolo para el servicio

#### *Check out* del cliente

- Se le cobra al cliente un valor erróneo.
- Comunidad no se despide del cliente.
- No se entrega la hoja de satisfacción al cliente.
- El personal integrante no le ayuda con las maletas al cliente.
- No le invitan a volver al cliente los integrantes del CTC.

#### 3.2.2.3 Qué hacer para evitar los posible errores.

A continuación se plantea una serie de alternativas que ayudará a que estos posibles errores no existan, y si existen, como tratar de evitar que sucedan nuevamente.

Se plantea la utilización de un manual de estandarización de calidad, el cual sea guía al momento de ejecutar la actividad turística. Este manual normará y estandarizará el proceso, para que se ejecute en lo posible de una forma homogénea; teniendo muy claro que el servicio no es homogéneo, pero intentando que su entrega lo sea lo más parecido posible.

Las capacitaciones serán de gran importancia al momento de ejecutar la actividad. Que el personal involucrado en la actividad turística esté capacitado ayudará que se disminuyan en gran medida los errores, logrando así una mejoría en el servicio.

La creación de una página web dinámica y que contenga información relevante y verdadera, a traerá a una gran cantidad de clientes que busquen un turismo auténtico. La página web es la carta de presentación del CTC, ya que si es una página web bien desarrollada ayudará a la imagen de la asociación Aroma Caliente.

En el capítulo 4, se profundiza en la propuesta de mejoras, se detalla de una forma clara cada acción y herramienta que el CTC deberá tener para mejorar su imagen e incrementar la llegada de turistas. En dicho capítulo se ha creado herramientas que ayuden a la satisfacción de los clientes con el incremento de estándares mínimos de calidad, que facilitarán al CTC en su desenvolvimiento de este nuevo emprendimiento comunitario.

#### 4. Capítulo IV. Propuesta de mejoras

Actualmente existe una amplia gama de ofertas en el sector turístico tanto para el mercado nacional como el internacional. Al existir nuevos destinos turísticos con precios muy competitivos, la globalización ha traído constantes cambios en los comportamientos de los consumidores, es por ello que las empresas prestadoras de servicios turísticos han comenzado a buscar nuevas fuentes de ventajas competitivas y han aumentado el uso de las tecnologías de la comunicación e información. Hoy en día la calidad es la estrategia más fuerte del mercado puesto que las exigencias de los clientes cada vez son más fuertes, y gracias a ella, el precio queda relegado en un segundo plano.

Existe un segmento turístico que busca y desea un producto novedoso el cual vivencie culturas auténticas y destinos naturales, esto da la oportunidad a nuevos y pequeños negocios que oferten productos originales y de autenticidad cultural. Sin embargo muchos de estos negocios no tienen los conocimientos suficientes para brindar servicios de calidad. Es por ello que se plantea fortalecer la calidad del turismo comunitario en la asociación “Aroma Caliente”, puesto que es un emprendimiento nuevo en el mercado y posee algunas falencias.

A través de la evaluación realizada a dicha asociación, se pudo orientar las estrategias para el mejoramiento del CTC, de la misma manera que se ha creado una propuesta enfocándose en las estrategias de la matriz FODA. En la problematización se observa de una manera más detallada los puntos críticos que se debe mejorar, y en que está fallando la comunidad en el momento de brindar los servicios a los clientes. En el *blue print* actual de los servicios se palpo de una forma más clara los pasos en la entrega del servicio y se observó en que procesos se está fallando.

La creación de estas herramientas tiene como finalidad fortalecer las debilidades actuales y dejar a la comunidad un gran aporte para la mejora de su desenvolvimiento en la asociación, y así en su vida diaria, favoreciendo a la sostenibilidad de su comunidad. A continuación se detallan las herramientas

que se han creado para la mejora de la prestación del servicio turístico comunitario en la asociación Aroma Caliente:

#### **4.1 Manual de calidad**

Para la creación de este manual de calidad se ha tomado como referencia el libro “ISO 9000 en empresas de servicios” de Senelle y Vilar (1996). Este libro ha servido como guía al momento de la creación del manual.

Según Lovelock y Wirtz en su libro “Marketing de servicios” nos comentan que, “los proveedores de servicios deben diseñar estándares para cada paso, los cuales sean lo suficientemente elevados para satisfacer e incluso deleitar a los clientes (...)”. (Lovelock y Wirtz, 2009, p.241)

Los estándares son datos concretos, acciones específicas que pueden ser observadas y medidas. Un estándar es un valor de referencia, medida o relación que se emplea para servir de modelo o patrón de control los cuales miden los puntos de referencias. Los estándares se ligan a acciones y actividades muy concretas de la operación de la empresa. (ISMI, 2001)

Se plantea crear un manual en base a los estándares anteriormente mencionados, tratando de cumplir con los estándares mínimos de calidad que el turista requiere en la actividad comunitaria. En dicho manual se estandarizará la operación turística con el fin de mejorar el desempeño del CTC. En el anexo 19 se puede visualizar dicho manual. Dentro del manual se plantea diseñar herramientas que ayuden al desenvolvimiento adecuado de la calidad en el turismo comunitario de la asociación Aroma Caliente. La creación del manual se basará en el “Manual de Buenas Prácticas -Turismo en Áreas Naturales” con gestión comunitaria de la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura (ASEC), Programa de Pequeñas Donaciones (PPD), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Organización Mundial de Turismo (OMT) y Universidad de las Américas (UDLA). De igual manera se fundamentará en el “Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario

del Ecuador” de la FEPTCE para fijar criterios e indicadores que serán una guía al momento de diseñar el manual de calidad.

Se ha escogido a estos dos manuales de calidad para aplicar en la asociación después de haber comparado y analizado con otros manuales. Una de las razones por las que se ha escogido a estos dos manuales, es porque al unirlos se puede evaluar y crear un manual de una manera más detallada abarcando más criterios para la calidad en el turismo comunitario. Otra de las razones que se ha escogido a estos manuales se debe a que son realizados por instituciones ecuatorianas y se rigen a la realidad del país.

La creación del manual será una de las herramientas más fuertes que tenga el CTC para corregir y mejorar su calidad. Se plantea que el manual sea un instrumento de seguimiento y aplicación donde su personal cumpla las normas de calidad creadas para la mejora del servicio y operación. Se han creado estándares que satisfagan las necesidades de los clientes y a la vez ofrezcan la seguridad de obtener servicios de calidad por parte del CTC acorde a la realidad de la zona rural donde se está ejerciendo la actividad.

El manual contiene actividades específicas para cada uno de los integrantes del CTC, explicando el rango de desempeño de sus actividades en áreas de: alojamiento, alimentos y bebidas, operación turística y recomendaciones ambientales.

## **4.2 Capacitaciones**

Para proporcionar al turista una experiencia de alta calidad y a la vez que sea amigable con el medio ambiente es necesario tomar en cuenta la creación de un programa de enseñanza enfocando en el desarrollo sostenible. Se busca productos que generen interés a los visitantes y protejan al ecosistema y a la comunidad al mismo tiempo, es por ello que se plantea que el MINTUR junto a otras instituciones aporten capacitaciones con este enfoque.

El SECAP es una de las instituciones que brinda las capacitaciones necesarias en el área de turismo comunitario, se plantea aplicar a los cursos gratuitos que otorgan esta institución a grupos de atención prioritaria y actores de la economía popular solidaria; en el anexo 11 se observa el formulario de solicitud. Se propone que el GPI o el MINTUR financien capacitaciones para que los integrantes involucrados en los servicios turísticos tengan un desenvolvimiento profesional en su área de trabajo.

Otra forma de capacitar a la comunidad es a través de programas de voluntariados que la comunidad puede ofrecer. En el anexo 12 se puede observar un plan de voluntariado, en donde el objetivo de este programa es que personas extranjeras y nacionales visiten la comunidad para ayudar en las capacitaciones de hospitalidad, turismo, gastronomía, sostenibilidad, idioma extranjero, entre otros. Al igual que las universidades en especialidades turísticas puedan visitar a la comunidad para brindar su conocimiento ayudándoles en su desempeño.

#### **4.3 *Blue print* o planos de servicios óptimos**

En base al plano de servicios actual se ha formulado la creación de un “plano de servicio óptimo” para la comunidad donde se podrá palpar de mejor manera todos los procesos que se debe brindar y de esa forma observar más detalladamente cada paso. Para la realización del *Blue print* se ha tomado en cuenta la metodología ISMI (*International Service Marketing Institute*), en la cual uno de sus pasos para crear los estándares es desarrollar *blueprinting* en inglés o planos de servicios en español. *Blueprinting* o planos de servicios consisten en descomponer al servicio y plasmar gráficamente en un plano cada paso del servicio donde se puede identificar, describir, medir, evaluar y controlar la secuencia transformándole al servicio de una actividad intangible a una tangible. Al momento de visualizar cada paso y proceso del servicio se puede comprender de una manera más clara, en qué momento se está fallando y en qué proceso se puede realizar una mejora. (ISMI, 2002)

Del anexo 13 al 17 se puede visualizar las propuestas de *blue print* óptimo para el CTC, donde sus integrantes observaran de una manera más clara cómo se debe ejecutar el servicio u operación. Dentro de esta metodología es necesario crear los posibles errores y como combatirlos.

#### **4.4 Producto**

Dentro de la propuesta se plantea que la asociación ofrezca un producto específico. Para eso se planea una variedad de actividades de recreación y esparcimiento donde el cliente tenga la oportunidad de escoger las que más le guste y le convenga para armar su paquete. Dichas actividades involucran el conocer la cultura afrochoteña y efectuar los trabajos y costumbres que diariamente la comunidad realiza. La idea principal es que la comunidad tenga un precio determinado por el servicio de alojamiento y alimentación que incluya 3 comidas y alojamiento en un hogar comunitario. Las actividades de recreación serán suplementarias, y cada cliente escogerá las actividades para armar sus paquetes. En el anexo 18 se puede visualizar las actividades propuestas.

#### **4.5 Alianzas estratégicas**

El crear alianzas estratégicas con empresas de la zona ayudará a la comunidad a emprender actividades de recreación. De igual manera al tener alianzas estratégicas no únicamente una comunidad se involucrara en la actividad turística, muchas comunidades se involucraran y esta actividad crecerá con fuerza en la zona. Se planea que la asociación Aroma Caliente haga alianzas estratégicas con tour operadoras del cantón y de la provincia para de esta formar incrementar la llegada de turistas al CTC.

A continuación en la tabla 7 se ha creado una matriz con las posibles entidades con las que se pueda crear alianzas estratégicas en la asociación.

Tabla 7. Posibles entidades para crear alianzas estratégicas.

| Nombre de la institución            | Descripción                              | Tipo de apoyo                 | Ubicación |
|-------------------------------------|--|-------------------------------|-----------|
| Runa Tupari                         | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Otavalo   |
| Imbaviajes                          | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Ibarra    |
| Ecuahorizons                        | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Ibarra    |
| Indiaventura                        | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Ambuquí   |
| Yuri Ibarra                         | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Ibarra    |
| Ecosierra Tours                     | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Ibarra    |
| Wawa tours                          | Agencia de viajes                        | Comercialización del producto | Ibarra    |
| Artesanías Gartán                   | Elaboración de artesanías en barro       | Actividad de recreación       | Ambuquí   |
| Papel reciclado Palenque            | Artesanías elaboradas en papel reciclado | Actividad de recreación       | Salinas   |
| El Rey del ovo                      | Elaboración de helado de ovo             | Actividad de recreación       | Ambuquí   |
| Universidad Católica de Ibarra      | Universidad                              | Capacitaciones                | Ibarra    |
| Universidad Técnica del Norte       | Universidad                              | Capacitaciones                | Ibarra    |
| Universidad de las Américas         | Universidad                              | Capacitaciones                | Quito     |
| Universidad Tecnológica Equinoccial | Universidad                              | Capacitaciones                | Quito     |

Adaptado del catastro de establecimientos turísticos de Imbabura 2013 y el catastro de emprendimientos comunitarios del cantón Ibarra.

#### 4.6 Comercialización y publicidad del CTC

Dentro de las directrices para el desarrollo del turismo comunitario de la *World Wildlife Fund* (WWF), indica que la promoción es una de las partes principales y a la vez más débiles en el turismo comunitario, y sobre todo el no brindar una promoción real a sus clientes. (World Wildlife Fund [WWF], 2001, p.16) Se plantea que la asociación Aroma Caliente brinde ante todo una información real de sus productos y servicios que se ofrecen a sus clientes. La estrategia



principal para vender el producto es promocionar un turismo comunitario autentico por parte de la comunidad, y que durante su visita los turistas se sienta parte de la comunidad del Juncal.

De igual manera la WWF expone que para la mejor promoción del producto es necesario aliarse con operadoras turísticas las cuales ayuden a la venta de los paquetes turísticos. De igual forma se plantea dejar material promocional en las operadoras turísticas como trípticos, *flayers*, entre otros; que contengan información importante sobre la asociación y para que atraiga a los clientes a consumir el producto mediante la observación de dicho material. (WWF, 2001, pp.16-18)

La asociación Aroma Caliente al ser un CTC prácticamente nuevo, se busca que se posicione en el mercado con fuerza. El CTC actualmente no posee una página web propia, únicamente existe en la página web de la Alcaldía de Ibarra un espacio donde se brinda información del CTC. Se plantea la creación de una página web propia donde sus integrantes puedan realizar ventas directas con sus clientes por medio de esta página web y redes sociales, facilitando la distribución del producto.

Dicha página web deberá ser amigable con el cliente y de fácil acceso al igual que en la búsqueda de información. Tendrá la misión y visión de la asociación al igual que los valores, una galería de fotos donde se podrá mostrar la comunidad, las habitaciones, el centro cultural, el entorno de la zona, entre otros. Una sección de la página web poseerá los datos de contacto con números de teléfonos, correos electrónicos, redes sociales y un croquis de cómo llegar; otra sección de la página web mostrará toda la información sobre los paquetes, las actividades, la gastronomía, precios, entre otros.

#### **4.7 Infraestructura**

En la ficha de evaluación que se encuentra ubicada en el anexo 5, se puede observar detalladamente los aspectos de infraestructura en que la comunidad

está fallando. Los baños es uno de los problemas que los hogares comunitarios tienen; como es el no contar con los elementales accesorios de baño como el rodapié, jabonera y el estado en sí del baño. Otro de los inconvenientes es que en algunas casas comunitarias no tienen puerta en las habitaciones de los huéspedes, de esta manera no se tiene privacidad. Se propone buscar apoyo económico de entidades públicas y privadas para mejorar la infraestructura de los alojamientos comunitarios.

## **5. Capítulo V. Presupuesto de inversión**

En este capítulo se ha utilizado como referencia para la creación del presupuesto de inversión los libros de “Presupuestos: planificación y control” de los autores Welsch, Hilton, Gordon y Rivera (2005) y el libro “Presupuesto: Enfoque de gestión, planeación y control de recursos” de Burbano (2005).

A su vez, la valoración de presupuestos ha sido creada en base a la tabla presupuestal del Programa de Desarrollo Rural del Norte (PDRN), esta tabla se ha adaptado con el fin que sea aplicable al presupuesto de inversión de este proyecto.

El presupuesto de inversión se ha realizado en base a la propuesta de mejoras. En la tabla 8 se ha creado un presupuesto de inversión total de las propuestas para conocer un aproximado real de cuanto necesitaría la comunidad invertir o buscar financiamientos para su mejora. Más adelante se encuentran las tablas con un presupuesto más detallado de cada propuesta

Tabla 8. Inversión total del proyecto en base a las propuestas

| PROPUESTA   | VALOR USD        |
|---|------------------|
| <b>Propuesta 1.</b> Creación de un manual de estandarización y calidad con sus capacitaciones de implementación             | 8.500,00         |
| <b>Propuesta 2.</b> Capacitaciones en el área de turismo comunitario, seguridad, actividades turísticas y medio ambientales | 3.790,00         |
| <b>Propuesta 3.</b> Creación de un plano de servicios y capacitaciones de implementación                                    | 4.500,00         |
| <b>Propuesta 4.</b> Creación de actividades de recreación   | 3.572,00         |
| <b>Propuesta 5.</b> Alianzas estratégicas   | 146,00           |
| <b>Propuesta 6.</b> Comercialización y publicidad del CTC   | 2.744,00         |
| <b>Propuesta 7.</b> Infraestructura y accesorios  | 3.239,50         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>26.666,50</b> |

Adaptado de PDRN, s.f.

En la tabla 9 observamos el valor de la creación del manual con el costo de la capacitación de la implementación de dicho manual. Este presupuesto está realizado en base a la propuesta 1 del capítulo cuarto

Tabla 9. Costo de la creación del manual y capacitación

| ACTIVIDADES   | UNIDAD DE MEDIDA | CÁLCULO                              | COSTO USD        |
|---|------------------|--------------------------------------|------------------|
| <b>Propuesta 1. Creación de un manual de estandarización y calidad con sus capacitaciones de implementación</b> |                  |                                      | <b>8.500,00</b>  |
| 1.1 Creación del manual   |                  |                                      | <b>2.500, 00</b> |
| Consultor especialista en turismo comunitario   | Consultorías     | 2 visitas<br>*500,00                 | 1.000,00         |
| Creación, edición, diseño e impresión   | Honorarios       | 3 impresiones                        | 1.500,00         |
| 1.2 Capacitaciones  |                  |                                      | <b>6.000,00</b>  |
| Capacitación con asistencia técnica especializada   | Honorarios       | 100 horas de capacitación<br>*60 USD | 6.000,00         |

Nota. Se obtuvo estos datos a través de la entrevista con el Sr. Enrique Cabanilla consultor turístico, especializado en turismo comunitario.

Adaptado de PDRN, s.f.

En la tabla 10 se puede observar el costo de las capacitaciones, se ha tomado en cuenta en las áreas que más necesita refuerzo la comunidad. Estas capacitaciones son un referente del costo que se necesitaría invertir en este ámbito que es tan importante, el presupuesto de inversión de las capacitaciones se ha basado en la información de costo del SECAP.

Tabla 10. Costo de capacitación del personal

| ACTIVIDADES   | UNIDAD DE MEDIDA | CÁLCULO                           | COSTO USD       |
|---|------------------|-----------------------------------|-----------------|
| <b>Propuesta 2. Capacitaciones en el área de turismo comunitario, seguridad, actividades turísticas y medio ambientales</b> |                  |                                   | <b>3.790,00</b> |
| 2.1 Capacitación en administración y hospitalidad   |                  |                                   | <b>1.275,00</b> |
| Anfitrión (a) de turismo comunitario  | Capacitación     | 1 módulo * 8 personas *110,00 USD | 880,00          |
| Agente de ventas en turismo   | Capacitación     | 1 módulo *2 personas*35           | 70,00           |
| Contabilidad básica   | Capacitación     | 2 módulos*3 personas*35 USD       | 220,00          |
| Asistente de reservas   | Capacitación     | 1 módulo*1 personas* 35USD        | 35,00           |
| Estudio y aplicación del marketing  | Capacitación     | 2 módulos * 1 persona* 35USD      | 70,00           |
| 2.2 Capacitación en gastronomía   |                  |                                   | <b>1.455,00</b> |
| Auxiliar en manipulación y preparación de alimentos para el turismo comunitario   | Capacitación     | 1 módulos* 10 personas*50 USD     | 500,00          |
| Asistente de cocina para turismo comunitario  | Capacitación     | 1 módulo*10 personas* 50 USD      | 500,00          |
| Supervisora de calidad de alimentos   | Capacitación     | 3 módulos* 1 personas*35USD       | 105,00          |
| Nutrición   | Capacitación     | 1 módulo* 10 personas* 35 USD     | 350,00          |
| 2.3 Capacitación en seguridad y medio ambiente  |                  |                                   | <b>510,00</b>   |
| Primeros auxilios básicos   | Capacitación     | 1 módulo*10 personas*30 USD       | 300,00          |
| Gestión ambiental   | Capacitación     | 1 módulo*2 personas* 35USD        | 70,00           |
| Reciclador de desechos sólidos urbanos  | Capacitación     | 3 módulos*2 personas*35USD        | 140,00          |
| 2.4 Capacitación en la actividades turísticas comunitarias  |                  |                                   | <b>550,00</b>   |
| Elaboración de artesanías con elementos reciclados  | Capacitación     | 2 módulos*5 personas*35 USD       | 350,00          |
| Asistente de guía de turismo de sitio y comunitario   | Capacitación     | 1 módulo*4 personas *50 USD       | 200,00          |

Adaptado de PDRN, s.f.

Para la creación del *blue print* o plano de servicios se ha realizado el costeo según un experto en el ámbito y se puede visualizar en la tabla 11.

Tabla 11. Costo de un plano de servicios y capacitaciones

| ACTIVIDADES  | UNIDAD DE MEDIDA | CÁLCULO                             | COSTO USD        |
|--|------------------|-------------------------------------|------------------|
| <b>Propuesta 3. Creación de un plano de servicios y capacitaciones de implementación</b> |                  |                                     | <b>4.500,00</b>  |
| 3.1 Creación de un plano de servicios  |                  |                                     | <b>1.500, 00</b> |
| Consultor turístico en turismo comunitario   | Consultoría      | 1 consultoría<br>*1.500 USD         | 1.500,00         |
| 3.2 Capacitaciones   |                  |                                     | <b>3.000,00</b>  |
| Capacitación con asistencia técnica especializada  | Honorarios       | 50 horas de capacitación<br>*60 USD | 3.000,00         |

Adaptado de PDRN, s.f.

Para la creación de actividades de recreación se ha cotizado en dos partes, primera la creación de estas actividades en sí y la segunda los costos de los materiales. La comunidad actualmente ya posee ciertos materiales para la ejecución de las actividades y los materiales faltantes se los ha cotizado en la tabla 12.

Tabla 12. Creación de actividades de recreación

| ACTIVIDADES  | UNIDAD DE MEDIDA | CÁLCULO                   | COSTO USD       |
|--|------------------|---------------------------|-----------------|
| <b>Propuesta 4. Creación de actividades de recreación</b>                      |                  |                           | <b>3.572,00</b> |
| 4.1 Creación de un producto turístico específico con actividades de recreación |                  |                           | <b>500,00</b>   |
| Consultor turístico en actividades de recreación y animación                   | Consultoría      | 1 consultoría<br>*500 USD | 500,00          |
| 4.2 Materiales para actividades  |                  |                           | <b>3.072,00</b> |
| 30 Letreros  | Unidad           | 30 letreros* 80 USD       | 2400,00         |
| 2 pelota de futbol   | Unidad           | 2 pelotas * 45USD         | 90,00           |
| 4 Botiquín de primeros auxilios  | Unidad           | 4 botiquín* 30 USD        | 120,00          |
| 2 Mesas  | Unidad           | 2 mesas* 70USD            | 140,00          |
| 10 Sillas  | Unidad           | 10 sillas* 25 USD         | 250,00          |
| 8 Linternas  | Unidad           | 8 linternas* 9 USD        | 72,00           |

Adaptado de PDRN, s.f.

Para las alianzas estratégicas se ha tomado en cuenta los gastos que se pueden incurrir al tratar de realizar las alianzas estratégicas con otras empresas, estos gastos se los llama "lobby". A continuación en la tabla 13 se puede observar los gastos considerados.



Tabla 13. Costos “lobby”

| ACTIVIDADES                               | UNIDAD DE MEDIDA  | CÁLCULO                                       | COSTO USD     |
|---|-------------------|---|---------------|
| <b>Propuesta 5. Alianzas estratégicas</b> |                   |   | <b>146,00</b> |
| 5.1 Lobby                                 |                   |   | <b>116,00</b> |
| Movilizaciones                            | Movilizaciones    | 15 movilizaciones * 2 personas * 2 USD        | 60,00         |
| Comunicación; telefónica fija y móvil     | Comunicación      | Comunicación por un mes * 2 personas * 15 USD | 30,00         |
| Refrigerios                               | Refrigerios       | 6 refrigerios * 2 personas * 3USD             | 36,00         |
| Útiles de oficina                         | Útiles de oficina | Útiles * 2 personas * 10 USD                  | 20,00         |

Adaptado de PDRN, s.f.

Por otro lado se ha creado un presupuesto de comercialización y publicidad del CTC, se ha tomado en cuenta que la comunidad no posee ningún medio publicitario para la asociación y es por ello que se ha cotizado todo lo que se necesita para entrar en este mercado que es tan competitivo.

Tabla 14. Comercialización y publicidad del CTC

| ACTIVIDADES   | UNIDAD DE MEDIDA | CÁLCULO                                 | COSTO USD       |
|---|------------------|---|-----------------|
| <b>Propuesta 6. Comercialización y publicidad del CTC</b>               |                  |   | <b>2.744,00</b> |
| 6.1 Página web  |                  |   | <b>1.064,00</b> |
| Diseño y montaje del portal web   | Portal Web       | 1 página web *1064USD                   | 1.064,00        |
| 6.2 Trípticos y tarjetas de presentación                                |                  |   | <b>280,00</b>   |
| Diseño de material publicitario (tríptico, carta de presentación, etc.) | Honorarios       | Diseño de material publicitario* 135USD | 135,00          |
| 250 Impresión del tríptico  | Ejemplar         | 250 trípticos* 0,48 USD                 | 120,00          |
| 250 Impresión de las tarjetas de presentación                           | Ejemplar         | 250 tarjetas *0,10 USD                  | 25,00           |
| 6.3 Redes sociales  |                  |   | <b>0,00</b>     |
| Twitter   | Promoción        | Una página * 0 USD                      | 0,00            |
| Facebook  | Promoción        | Una página * 0 USD                      | 0,00            |
| 6.4 Letrero   |                  |   | <b>1.400,00</b> |
| Diseño del letrero  | Honorarios       | 1 letrero diseño* 280 USD               | 280,00          |
| 2 Realización del letrero   | Ejemplar         | 2 letreros * 560 USD                    | 1120            |

Nota. Los costos de esta tabla se han cotizado en la empresa de publicidad Dupla.

Adaptado de PDRN, s.f.

El principal déficit que posee la asociación en la infraestructura, son los baños y ciertos implementos que no tienen. Según la evaluación que se realizó al CTC se pueden detallar las principales necesidades para crear el presupuesto. En la tabla 15. se puede visualizar el presupuesto de la infraestructura.

Tabla 15. Costos de infraestructura y accesorios

| ACTIVIDADES                                       | UNIDAD DE MEDIDA    | CÁLCULO   | COSTO USD       |
|---|---------------------|---|-----------------|
| <b>Propuesta 7. Infraestructura y accesorios</b>  |                     |   | <b>3.239,50</b> |
| 7. Baños  |                     |   | <b>1.800,00</b> |
| Materiales de construcción                        | Metro cuadrado      | Materiales x metro <sup>2</sup> * 100 USD * 7,5 metros <sup>2</sup> | 750,00          |
| Mano de obra                                      | Mano de obra        | Mano de obra por baño 250USD* 3 baños                               | 600,00          |
| 3 Grifería con lavabo                             | Unidad              | 3 * 50 USD  | 150,00          |
| 3 Inodoro   | Unidad              | 3 inodoros * 45USD  | 135,00          |
| 5 duchas eléctricas                               | Unidad              | 5 duchas* 18 USD  | 90,00           |
| 5 duchas instalación                              | Mano de Obra        | Instalación 15 USD * 5 duchas                                       | 75,00           |
| 7.2 Puertas habitaciones y baños                  |                     |   | <b>340,00</b>   |
| 4 puertas de madera                               | Unidad              | 4 puertas*55 USD  | 220,00          |
| Instalación                                       | Servicios técnicos  | Instalación por puerta 30USD*4 puertas                              | 120,00          |
| 7.3 Accesorios habitaciones y baños               |                     |   | <b>1.099,5</b>  |
| 10 juegos de sábanas 2 plazas ( <i>queen</i> )    | Lencería habitación | 10 juegos de sábanas * 20USD  | 200,00          |
| 6 juegos de sábanas plaza y media ( <i>twin</i> ) | Lencería habitación | 6 juegos de sábanas* 17,50USD                                       | 105,00          |
| 20 toallas grandes                                | Lencería baño       | 20 toallas * 4,5USD   | 90,00           |
| 20 toallas de manos                               | Lencería baño       | 20 toallas* 4,00 USD  | 80,00           |
| 5 rodapiés ducha                                  | Lencería baño       | 5 rodapiés* 4,25 USD  | 22,50           |
| 5 espejos de 60 x40 cm                            | Implementos         | 5 espejos*25 USD  | 125,00          |
| 25 almohadas                                      | Implementos         | 25 almohadas*8,50 USD   | 212,50          |
| 5 edredones 2 plazas ( <i>queen</i> )             | Lencería habitación | 5 edredones * 35USD   | 175,00          |
| 3 edredones plaza y media ( <i>twin</i> )         | Lencería habitación | 3 edredones *30USD  | 90,00           |

Nota. Datos tomados de Algitex

Adaptado de PDRN, s.f.

## Conclusiones

Para llegar a entender que es el turismo comunitario se necesitó aproximarse a los conceptos de turismo, cultura e interculturalidad. Se comprende que turismo comunitario es más allá de una tendencia turística, es el intercambio cultural mediante el respeto de dos o más culturas. El turismo comunitario en Ecuador ha ido creciendo paulatinamente ligado a dos aspectos fundamentales; el primero es a través de los cambios de las tendencias turísticas de un mercado internacional que desea vivenciar experiencias de culturas vivas en un entorno natural, el cual ha hecho que el país intervenga en el desarrollo de esta actividad; el segundo son los beneficios que ha traído consigo esta tendencia turística en las zonas rurales siendo una actividad socio- económica muy importante para este sector.

El Valle del Chota es un valle con un pasado esclavista en su población, los antepasados de sus actuales pobladores sufrieron el maltrato y la discriminación racial. Poco a poco estas comunidades han ido prosperando y hoy en día buscan la superación y el progreso en su valle. Este valle lleno de atractivos naturales, culturales y su óptima condición climática da la oportunidad a muchas comunidades a desarrollar emprendimientos turísticos, los cuales benefician a la calidad de vida de sus pobladores.

La asociación Aroma Caliente es un emprendimiento turístico comunitario, el cual lleva en el mercado menos de dos años. Lastimosamente el déficit del conocimiento de su comunidad involucrada en la actividad turística, ha limitado el progreso de este CTC. La afluencia de turistas a este emprendimiento es reducida por la falta de publicidad, la prestación de los servicios no cumplen los estándares mínimos de calidad que se debe brindar a sus turistas, no poseen un producto turístico definido el cual atraiga a un grupo específico de clientes, la ausencia de la tecnología e internet son otros de los inconvenientes que atraviesa la asociación.

Se ha creado una propuesta de mejoras para el CTC Aroma Caliente. A través de las evaluaciones realizadas se pueden observar las falencias existentes con el fin de crear una propuesta que ayude a corregir y mejorar los aspectos que se han detectado como problemas. Se ha creado un manual de estandarización en la calidad de los servicios, planos de servicios que aporten en la mejoría de los procesos, al igual que ideas y recomendaciones en los ámbitos de operación y en los sistemas ambientales.

El presupuesto de inversión es elevado para la comunidad, pero hay que tomar en cuenta que las capacitaciones de implementación del manual, al igual que los planos de servicios y el manual mismo fueron creados por la autora de este proyecto y que serán entregados a la comunidad como un presente sin costo alguno, siendo fundamental su valoración y costeo, a fin de que la asociación tome conciencia de la importancia que la prestación de servicios con calidad y calidez son fundamentales en un mercado turístico cada vez más competitivo. Con esta ayuda la comunidad tiene que enfocarse en invertir para mejorar su infraestructura y en la capacitación de sus integrantes.

## Recomendaciones

Es altamente recomendable, que la asociación Aroma Caliente utilice en todo momento, el manual que se ha creado, ya que será de gran apoyo al momento de ejecutar la actividad turística, reduciendo los errores existentes.

Al no poseer estándares de calidad para el sector turístico se puede observar una deficiencia en la entrega de los servicios por parte de la oferta turística, causando en algunos casos inconvenientes a los turistas que adquieren un producto/servicio.

Es recomendable que el MINTUR y el INEN creen estándares de calidad para el sector turístico comunitario y que las competencias laborales existentes, sean una obligación el ejecutarlas por parte de sus prestadoras de servicio, mas no que sean opcionales.

Los emprendimientos comunitarios que están comenzando y no poseen el conocimiento técnico para desarrollar esta actividad, es recomendable que busquen asesoría profesional en los municipios, ministerios, gobiernos provinciales, universidades, etc., para que les ayuden en capacitaciones y en cómo desarrollar con éxito esta actividad.

La satisfacción de un cliente es lo primordial en un empresa para que cada día se prospere, se recomienda a todas las empresas turísticas manejar estándares de calidad, de esta manera sus clientes ayudarán al marketing viral positivo ayudando a la empresa en otro tipo de publicidad y está sin costo alguno.

A los pueblos y nacionalidades del Ecuador se les recomienda siempre respetar su cultura, sus costumbres, creencias, entre otros, teniendo en cuenta que lo que poseen es muy valioso, no solo para ellos sino para la gran diversidad cultural del país.

Las comunidades que ejercen la actividad turística comunitaria, se les recomienda ser auténticos en su cultura, ya que los turistas que los visitan

desean tener una experiencia única y no caer en la falsedad y exageración de una cultura acoplada a los requerimientos del mercado.

## Abreviaturas

**CTC:** Centro Turístico Comunitario

**FENOCIN:** Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras

**FEPTCE:** Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador

**GPI:** Gobierno Provincial de Imbabura

**INEN:** Instituto Ecuatoriano de Normalización

**ISMI:** *International Service Marketing Institute*

**MINTUR:** Ministerio de Turismo del Ecuador

**OAE:** Organismo de Acreditación Ecuatoriano

**OMT:** Organización Mundial de Turismo

**PANE:** Patrimonio de Áreas Naturales del Estado

**PIMTE:** Plan Integral de Marketing Turístico

**PLANDETUR2020:** Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador para el año 2020

**PNUD:** Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

**SECAP:** Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional

**SETEC:** Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional

**WWF:** *World Wildlife Fund*



## Glosario de términos

**Afrochoteño:** término utilizado para referirse a la población afro de las comunidades negras del Valle del Chota, cuenca del río Mira y Valle de Salinas de las provincias de Imbabura y Carchi, Ecuador.

**Atractivo turístico:** cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural e un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.

**Biodiversidad:** Se denomina la diversidad ecológica y la diversidad de especies biológicas nativas y endémicas con toda su variabilidad de subespecies, razas, poblaciones geográficamente distintas y diversidad genética en general.

**Calidad:** implica a la capacidad de satisfacer los deseos de los consumidores. La calidad de un producto depende de cómo este responda a las preferencias de los clientes, por lo que se dice que la calidad es adecuación al uso.

**Certificación de competencias:** es el reconocimiento formal y temporal de las capacidades demostradas por una persona para el desempeño de una determinada ocupación. Como tal, implica una evaluación de las competencias contra un estándar o patrón de desempeño; previamente definido: la norma de competencia laboral.

**Cliente:** persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

**Competencias:** aptitud demostrada para aplicar conocimientos y/o habilidades y, cuando corresponda, atributos personales demostrados, como se define en el esquema de certificación.

**Competitividad:** capacidad de competir.

**Comunidad local:** Es la organización comunitaria organizada y capacitada, reconocida como tal, que ejecuta actividades de ecoturismo en un área geográfica determinada para tal efecto

**Conservación:** Práctica que permite perpetuar las especies existentes de fauna y flora; previene, reduce y controla la erosión de los suelos, así como la contaminación de agua y aire.

**Desarrollo sostenible:** Desarrollo que satisface las necesidades de la generación actual sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades y que puede permanecer en ese nivel indefinidamente gracias a insumos y otras estrategias políticas que lo sostienen desde fuera del sistema.

**Ecosistema:** es una unidad natural compuesta por organismos interdependientes vivos que comparten el mismo medio físico y donde se relacionan.

**Efectividad:** Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.

**Eficiencia:** una medida de efectividad, específicamente, del trabajo hecho dividido por la energía entrada en cualquier sistema.

**Empresa:** unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

**Estudio de mercado:** o investigación de mercado. Se entiende la obtención, el registro y el análisis de todos los hechos.

**Especies nativas:** especie natural y propia de un lugar, originario de un territorio, pueblo o país.

**Estándar:** son parámetros de referencia que permiten medir las características cualitativas y cuantitativas de una determinada acción o actividad.

**Evaluación:** Proceso mediante el cual se determina el cumplimiento de una persona con los requisitos del esquema, que conduce a una decisión sobre la certificación.

**Fauna:** conjunto de especies animales que viven dentro de un área geográfica determinada.

**Gestión:** acción y efecto de administrar.

**Impacto:** Cambio producido en la constitución del sistema de su funcionamiento, en forma brusca, repentina, como respuesta a ciertas influencias estímulos, disturbios, del medio ambiente.

**Infraestructura turística:** Conjunto de elementos físicos, bienes inmuebles y muebles que posee el núcleo turístico para poder prestar los correspondientes servicios.

**Medio ambiente:** conjunto de circunstancias exteriores a un ser vivo.

**Metrología:** ciencia del estudio de los sistemas de pesos y medidas.

**Norma:** documento establecido por consenso, y aprobado por un organismo reconocido, que proporciona, para uso común y repetitivo, reglas, directrices o características para actividades o sus resultados, tendiente a la obtención de un grado óptimo de ordenación, en un contexto determinado.

**Norma técnica de competencia laboral:** es un documento técnico, aplicable en todo el país, elaborado en conjunto con el sector productivo y aprobado por un organismo reconocido, que detalla los conocimientos, habilidades y actitudes que debe poseer una persona para desempeñarse apropiadamente en una determinada ocupación.

**Patrimonio cultural:** Aquellos bienes que son la expresión o el testimonio de la creación humana y que tiene especial relevancia en relación con la arqueología, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general.

**Patrimonio natural:** Conjunto de elementos y características biofísicas de un sitio, región o país.

**Recursos naturales:** toda forma de materia o energía para el desarrollo y funcionamiento de organismos, poblaciones y ecosistemas.

**Sostenibilidad turística:** Es el aprovechamiento planificado , controlado y racional de los atractivos naturales que sirven como “materia prima” para sustentar el armónico desarrollo turístico de un destino, beneficiándose con ello la comunidad anfitriona, sus visitantes y el recurso silvestre protegido

## Referencias

- Alcaldía de Ibarra, Valle del Chota. (s.f.). *Valle del Chota*. Recuperado el 14 de Agosto de 2013, de <http://www.ibarra.gob.ec/archivo/index.php/acontecimientos-historicos2/vision-global-del-chota?id=325>
- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Antón, J. (2007). Afrodescendientes. En J. Antón, *Afrodescendientes*. Quito, Ecuador: Océano.
- Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura [ASEC], Programa de Pequeñas Donaciones [PPD], Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Mundial de Turismo [OMT], Universidad de las Américas [UDLA]. (2012). *Manual de Buenas Prácticas: Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria*. Quito, Ecuador: Bolívar Lucio N.
- Boas, F. (2010 [1896]). Las limitaciones del método comparativo de la antropología. En P. Bohannan, y M. Glazer, *Lecturas de antropología*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Burbano, J. (2005). *Presupuestos: Enfoque de gestión planeación y control de recursos*. (3ª Ed.). Bogotá, Colombia: McGraw Hill.
- Chalá, J. (2006). *Chota Profundo: Antropología de los afrochoteños*. Quito, Ecuador: Abya- Yala.
- Conservación Internacional Ecuador. (s.f.). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 10 de Marzo de 2013, de <http://conservation.org.ec/contenidos/contenidos.php?recordID=18>

- D'Alemán, C. (2000). *Los ocho principios de la calidad*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de <http://www.mollabs.com/pdf/1.%20Principios%20de%20Calidad.pdf>
- David, F. (2013). Etapa de adecuación. En F. David, *Conceptos de administración estratégica*. (14<sup>a</sup>.Ed.). México D.F, México: Pearson.
- División de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance. (Octubre de 2002). *Certificaciones Turísticas en Centro America*. Recuperado el 22 de Octubre de 2013, de [http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/certification\\_study.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/certification_study.pdf)
- Ecos travel. (s.f.). *Valle del Chota*. Recuperado el 12 de enero de 2014, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/valledelchota-ibarra.php>
- El Comercio. (14 de Agosto de 2010). *Ambuquí, el nuevo oasis residencial de Imbabura*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2013, de [http://www.elcomercio.com.ec/construir/Ambuqui-nuevo-oasis-residencial-Imbabura\\_0\\_316768542.html](http://www.elcomercio.com.ec/construir/Ambuqui-nuevo-oasis-residencial-Imbabura_0_316768542.html)
- Farfán, K., y Serrano, A. L. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador, una visión empresarial. En E. Ruiz, & D. Solis, *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito, Ecuador: Abya- yala.
- Confederación Nacional de Organizaciones Campesinas, Indígenas y Negras [FENOCIN]. (s.f.). *Interculturalidad*. Recuperado el 25 de Junio de 2013, de <http://www.fenocin.org/interculturalidad.html>
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FFEPTCE]. (s.f.). *Comunidad Mascarrilla*. Recuperado el 26 de 1 de 2013, de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=123:comunidad-mascarillas&catid=38:andes&Itemid=266](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=123:comunidad-mascarillas&catid=38:andes&Itemid=266)

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (s.f.). *Historia del Turismo Comunitario*. Recuperado el 2 de Febrero de 2013, de <http://feptce.org/doc/feptce/historia-turismo-comuni-ecuad.pdf>

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (2007). *Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador*. Quito, Ecuador: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (s.f.). *Memoria e historia del turismo comunitario en el Ecuador*. Recuperado el 18 de Junio de 2013, de <http://feptce.org/doc/feptce/historia-turismo-comuni-ecuad.pdf>

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (s.f.). *Turismo Comunitario: Que es para nosotros*. Recuperado el 25 de Junio de 2013, de [http://www.feptce.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=75&Itemid=61](http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61)

García, D. (s.f.). Recuperado el 10 de Julio de 2013, de [http://imbabura.gob.ec/lavoz/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=199:turismo-comunitario-sumak-kawsay&Itemid=47](http://imbabura.gob.ec/lavoz/index.php?option=com_k2&view=item&id=199:turismo-comunitario-sumak-kawsay&Itemid=47)

Goeldner, C., y Ritchie, J. B. (2011). *Turismo: Planeación, administración y perspectivas*. México D.F., México: Limusa Wiley.

Gobierno Provincial de Imbabura [GPI]; Fidecomiso Ecuatoriano de Cooperación para el Desarrollo [FECD]. (Mayo de 2010). *Norma de calidad para las operaciones turísticas*. Recuperado el 5 de Octubre de 2013, de [http://www.imbaburaturismo.gob.ec/descargas\\_upload/Descargas/Norma\\_de\\_calidad.pdf](http://www.imbaburaturismo.gob.ec/descargas_upload/Descargas/Norma_de_calidad.pdf)

Guía local. (s.f.). *Cooperativas de transporte terminal terrestre Ibarra*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de

<http://guialocal.com.ec/search/cooperativas%20de%20transporte%20terminal%20terrestre/ibarra/42>

Hair, J., Bush, R., y Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados en un ambiente de información digital* ( 4<sup>a</sup>. Ed). México D.F, México: McGraw Hill.

Ibarra puro encanto. (s.f.). *Ruta el Valle del Chota*. Recuperado el 8 de Marzo de 2013, de [http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=148%3Ael-valle-del-chota&catid=71%3Arutas-turisticas&Itemid=133&lang=es](http://www.touribarra.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=148%3Ael-valle-del-chota&catid=71%3Arutas-turisticas&Itemid=133&lang=es)

Instituto Ecuatoriano de Normalización [INEN]. (s.f.). *Misión- Visión*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2013, de [http://www.inen.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=73&Itemid=106](http://www.inen.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=106)

International Service Marketing Institute [ISMI]. (2001). *Los estándares de la calidad de los servicios. en que consiste y cual es su función*. Recuperado el 10 de Febrero de 2013, de [http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/med\\_fichero621.pdf](http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/med_fichero621.pdf)

International Service Marketing Institute [ISMI]. (Marzo de 2002). *La metodología ISMI. Elaboración de estándares de calidad del servicio*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2013, de [http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/med\\_fichero622.pdf](http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/med_fichero622.pdf)

Jurado, F. (s.f.). *Una visión global sobre el Chota 1475-1813*. Recuperado el 15 de Agosto de 2013, de <http://afros.wordpress.com/historia/valle-del-chota/>

Koontz, H., Weihrich, H. y Cannice, M. (2008). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (13<sup>a</sup>. Ed). México D.F, México: McGraw Hill.



- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México D.F., México: Pearson.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios ( 6ª. Ed)*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (2007). *Artesanías de Barro*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (2007). *Carnaval coangue*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (2007). *Grupo étnico afroecuatoriano del Valle del Chota*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (Febrero de 2007). *Música Bomba*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (2007). *Río Chota*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (2007). *Valle del Chota*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo, Inventario de atractivos turísticos de Imbabura. (2007). *Vino de ovo*. Ibarra, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Catastro de emprendimientos comunitarios*. Recuperado el 12 de Febrero de 2013, de [http://www.touribarra.gob.ec/images/pdf/CATASTRO\\_EMPRENDIMIENTOS\\_COMUNITARIOS.pdf](http://www.touribarra.gob.ec/images/pdf/CATASTRO_EMPRENDIMIENTOS_COMUNITARIOS.pdf)
- Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador: "PLANDETUR 2020"*. Recuperado el 2 de Agosto de 2013, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

- Ministerio de Turismo y Sistema Integrado de Información Territorial [SIIT]. (2013). *Castastro de Servicios Turísticos Imbabura 2013*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2013, de <http://www.imbaburaturismo.gob.ec/descargas.php?vamenu=6>
- Moya, R. y Moya, A. (2004). *Derivas de la interculturalidad: Procesos y desafíos en América Latina*. Quito, Ecuador: CAFOLIS/FUNADES.
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (s.f). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 19 de Junio de 2013, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2013). *Panorama OMT del turismo internacional, edición 2013*. Recuperado el 17 de Julio de 2013, de [http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_sp\\_lr\\_0.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_lr_0.pdf)
- Padilla, L. (14 de 8 de 2012). *El turismo es el cuarto rubro que aporta a la economía ecuatoriana* . Recuperado el 6 de 2 de 2013, de <http://andes.info.ec/econom%C3%ADa-turismo/5243.html>
- Pazmiño, P. (2013). *Entrevista 001 con Palacios, O. Coordinadora general de la asociación Aroma Caliente*. Quito, Ecuador: UDLA, TIT391
- Pazmiño, P. (2014, Febrero). *Entrevista 002 con Collaguazo, D. Coordinadora de turismo del CTC Yunguilla*. Quito, Ecuador: UDLA, TIT391
- Pazmiño, P. (2014, Febrero). *Entrevista 003 con Hualsaqui. F Gerente General del CTC Runa Tupai*. Quito, Ecuador: UDLA, TIT391
- Pazmiño, P. (2014, Febrero). *Entrevista 004 con Cabanilla, E. Cosnsultor turístico especializado en turismo comunitario*. Quito, Ecuador: UDLA, TIT391
- Pazmiño, P. (2014). *Entrevista 005 con Terán, S. Encargado de la unidad de turismo en Otavalo*. Otavalo, Ecuador: UDLA, TIT391

Pazmiño, P. (2014). *Entrevista 006 con Chatt, J. Técnica Belga encargada de la implementación de sistemas de calidad en Imbabura*. Ibarra, Ecuador: UDLA , TIT391

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD]. (s.f.). *Interculturalidad*. Recuperado el 11 de Julio de 2013, de <http://www.pnud.org.ec/interculturalidad.htm>

Prieto, M. (2011). Los estudios sobre el turismo en Ecuador. En M. Prieto, *Espacio en disputa: el turismo en Ecuador*. Quito, Ecuador: FLACSO.

Proaño, M., Poats, S., Tapia, X., Ponce, P., Nejer, A. y Revelo, E. (2004). *Situación socio económica y productiva de los productores de fréjol en el Valle del Chota (Carchi- Imbabura)*. Quito, Ecuador: Corporación Grupo Randi Randi.

Qualitur. (s.f.). *Que es la certificación de competencias Laborales*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2012, de <http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/areas.html>

Qualitur. (s.f.). *Certificación de Competencias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2013, de <http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/areas.html>

Qualitur. (s.f.). *Sistema de certificación de competencias laborales en el sector turismo*. Recuperado el 2013 de Octubre de 2, de [http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/proceso\\_certificacion.html](http://www.qualiturecuador.com/contenidos/areas/proceso_certificacion.html)

Raya, J. y Izquierdo, S. (2007). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Lima, Perú: Lexus Editores.

Registro Oficial 154. (25 de Febrero de 2010). *Reglamento para Centros Turísticos Comunitario*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/junio2013/LOTAIP/BASE%20LEGAL/REGLA>

MENTO%20DE%20%20CENTROS%20DE%20TURISMO%20COMUNITARIO.pdf

Robbins, S. y Coulter, M. (2010). *Administración (10ª. Ed.)* México D.F., México: Pearson.

Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional [SECAP]. (s.f.). *Misión, Visión y Política de Calidad*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2013, de <http://www.secap.gob.ec/index.php/la-institucion/mision.html>

Senlle, A. y Vilar, J. (1996). *ISO 9000 en empresas de servicios*. Barcelona España: Ediciones Gestión 2000, S.A,

Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional [SETEC]. (16 de Septiembre de 2013). *Acreditación de operadores*. Recuperado el 5 de Octubre de 2013, de <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec/acreditacion-de-operadores/>

Smart Voyager. (s.f.). *Procesos de Certificación*. Recuperado el 1 de Octubre de [http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5:procesos-de-certificacion&catid=41:contenido&Itemid=41&lang=en](http://www.smartvoyager.org/index.php?option=com_content&view=article&id=5:procesos-de-certificacion&catid=41:contenido&Itemid=41&lang=en)

Solís, D. (2007). De la resistencia a la sostenibilidad. El proceso histórico del turismo comunitario en Ecuador y sus retos actuales. En D. Solís, & E. Ruiz, *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito, Ecuador: Abya- yala.

Valarezo, G. R. (Julio de 2010). *Los negros del Chota: La búsqueda de un estilo artesanal propio*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2013, de: [http://www.mindalae.com/imagenes/mindalae/sierra\\_norte/descarga\\_de\\_material/pdf/afrochota/manual-afrochota.pdf](http://www.mindalae.com/imagenes/mindalae/sierra_norte/descarga_de_material/pdf/afrochota/manual-afrochota.pdf)

Viajando x Ecuador. (s.f.). *Cantón Ibarra*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2013, de

[https://www.google.com.ec/search?q=mapa+del+valle+del+chota&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ei=4AyBUoKgHYex4APmk4DgAw&sqi=2&ved=0CAcQ\\_AUoAQ&biw=1024&bih=499#facrc=\\_&imgdii=\\_&imgrc=9OQ5BtR\\_FIYMGM%3A%3Bufe\\_lppTsZQsEM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.viajandox.com%252Fimb](https://www.google.com.ec/search?q=mapa+del+valle+del+chota&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ei=4AyBUoKgHYex4APmk4DgAw&sqi=2&ved=0CAcQ_AUoAQ&biw=1024&bih=499#facrc=_&imgdii=_&imgrc=9OQ5BtR_FIYMGM%3A%3Bufe_lppTsZQsEM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.viajandox.com%252Fimb)

Viaña, T. c. (2010). Reconceptualizando la interculturalidad. En J. Viaña, L. Tapia, & C. Walsh, *Construyendo Interculturalidad Crítica* . La Paz, Bolivia : III-CAB.

Welsch, G., Hilton, R., Gordon, P. y Rivera, C. (2005). *Presupuestos: Planificación y control (6ª. Ed.)*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson.

World Wildlife Fund [WWF]. (Julio de 2001). *Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario*. Recuperado el 12 de Diciembre de 2013, de [http://awsassets.panda.org/downloads/directrices\\_para\\_el\\_ecoturismo\\_comunitario\\_wwf.pdf](http://awsassets.panda.org/downloads/directrices_para_el_ecoturismo_comunitario_wwf.pdf)

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Ficha de entrevista No.1 a expertos en turismo comunitario



### Entrevista sobre la calidad del turismo comunitario en el Ecuador

Objetivo: Identificar los problemas existentes de la calidad en el turismo comunitario y como mejorar su desarrollo.

Preguntas:

1. ¿Cómo observa el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador?
2. ¿Cuáles son los problemas en esta tendencia turística?
3. ¿Cree que es importante la exigencia de un servicio de calidad en turismo comunitario? ¿Por qué?
4. ¿A través de que parámetros se está midiendo la calidad en el turismo comunitario en Ecuador? ¿Cuáles considera los más importantes al evaluar?
5. ¿Qué estrategias se implementaría para la mejora (posicionamiento de los centros turísticos comunitarios) en regularización, financiamiento, capacitación, entre otros?.
6. Recomendaciones para la implementación de procesos de calidad en los Centros Turísticos Comunitarios.
7. ¿Cuál es el perfil del turista comunitario?
8. ¿Cuáles son los mercados proyectados para esta tendencia turística?

## Anexo 2. Ficha No.2 entrevista expertos



Entrevista para el diseño de herramienta para la mejora de la calidad del turismo comunitario

Objetivo: Identificar el mercado existente del turismo comunitario y conocer cómo se maneja la calidad en los CTCs

Preguntas:

1. ¿Cómo observa el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador?
2. ¿Cuál es el perfil del turista comunitario?
3. ¿Cuál es el mercado actual y el mercado meta del turismo comunitario?
4. ¿Cree que es importante la existencia de servicios de calidad en el turismo comunitario?
5. ¿Qué procesos realizan para que exista calidad en el CTC?
6. ¿Cómo miden la calidad?
7. ¿Frente a otros CTC cuál es su ventaja competitiva?
8. Recomendaciones para la implementación de procesos de calidad en los CTCs



### Anexo 3. Matriz FODA para formulación de estrategias

|  | <b>Fortalezas</b>  | <b>Debilidades</b>   |
|--|--|--|
|  | <p>1) Revalorización de la cultura de la comunidad.</p> <p>2) Posee una riqueza cultural y natural extensa.</p> <p>3) Tiene un clima agradable y saludable</p> <p>4) Existe compromiso por parte de los integrantes de la asociación para realizar el turismo comunitario.</p> <p>5) Se ofrece experiencias auténticas por parte de sus participantes.</p> <p>6) Se cuenta con gente muy amable y gentil.</p> <p>7) Poseen infraestructura (centro cultural, albergues comunitarios y servicio de alimentación)</p>  | <p>1) Nulo manejo de idiomas extranjeros para contacto con los turistas</p> <p>2) La Asociación es nueva en el mercado por ello existe una limitada experiencia en la actividad turística.</p> <p>3) No poseen protocolos de servicio (calidad en los servicios).</p> <p>4) Limitada o nula promoción del emprendimiento comunitario.</p> <p>5) Su ubicación no es visible para los turistas.</p> <p>6) No cuenta con un personal altamente capacitado.</p> <p>7) La capacidad actual es insuficiente para un incremento de flujos turísticos.</p> <p>8) Existe un programa de operación no estructurado.</p>  |
| <p><b>Oportunidades</b></p> <p>1) Proximidad a los principales centro de distribución turística del país (Quito y el Sur de Colombia).</p> <p>2) El Valle del Chota está dentro de una de las provincias más turísticas del Ecuador.</p> <p>3) Existe un gran involucramiento en el desarrollo del turismo en la provincia de Imbabura por parte del GPI.</p> <p>4) Interés de los turistas por un turismo auténtico.</p> <p>5) Buenas vías de acceso a la zona y a la comunidad.</p> <p>6) Posibilidad de apoyo de las ONG's a nivel nacional e internacional, así como por los diferentes niveles del gobierno.</p> <p>7) La generación de ingresos a partir del turismo comunitario reducirá la migración a las ciudades y la mejorará la calidad de vida de la población local</p> | <p><b>Estrategias FO</b></p> <p>Mejorar la infraestructura turística, acorde los estándares de calidad del GPI, para el turismo comunitario, puesto que de esa manera se mejorará la satisfacción de los clientes y sus requerimientos. (F7 –O3)</p> <p>Elaboración de regímenes de contingencia para minimizar los posibles impactos ambientales y culturales que puedan causar las actividades turísticas en la comunidad.(F2-O3)</p> <p>Promocionar al CTC como un lugar de sanación y relajación gracias a su excelente clima, al mismo tiempo de estar rodeado en un ambiente de riqueza cultural y ambiental (F3-O7)</p>   | <p><b>Estrategias DO</b></p> <p>Crear un plan de marketing para comercializar los productos turísticos existentes y próximos del CTC, de esa manera aumentar la afluencia de los turistas y por lo tanto ingresos económicos a la comunidad potencializando los recursos naturales y culturales que posee. (D4- O3- O4)</p> <p>Al fortalecer el turismo comunitario en la zona a través de charlas de emprendimiento comunitario se pretende involucrar a la comunidad en esta actividad turística creando nuevas fuentes de trabajo y de esa forma tratando de reducir la migración a las grandes ciudades. (D4-D7-O8)</p> <p>Buscar fuentes de financiamiento para la mejora de la infraestructura a parte del presupuesto del estado, para posibles créditos en la CFN o ayudas de las ONGs (D6- D6-O7)</p> |
| <p><b>Amenazas</b></p> <p>1) La junta parroquial se encuentra dividida por diferentes responsables.</p> <p>2) Limitado acceso a la tecnología.</p> <p>3) Alto nivel de alcoholismo en la comunidad.</p> <p>4) Déficit en la calidad de los servicios y productos turísticos ponen en riesgos el futuro del CTC.</p> <p>5) Existe problemas de xenofobia y racismo.</p> <p>6) Altos índices de pobreza.</p> <p>7) Limitado acceso a fuentes de financiamiento y apoyo para la realización de obras en beneficio de la comunidad</p>   | <p><b>Estrategias FA</b></p> <p>Crear programas y talleres para que las y los jóvenes de la comunidad puedan revalorizar y rescatar sus costumbres y cultura, puesto que es lo más valioso que poseen y así potencializar el turismo comunitario dentro de El Juncal. (F1 –A6)</p> <p>Combatir el alcoholismo que existe en la zona a través de charlas motivadoras y de emprendimiento dentro de la comunidad con la ayuda del municipio y la junta parroquial, provocando un impacto positivo dentro de las familias de El Juncal y del Valle del Chota.(F4-A3)</p> <p>Crear una comitiva con las personas más representativas de las comunidades aledañas para realizar una queja formal sobre los directivos de la Junta parroquial, y así combatir los problemas existentes dentro de la parroquia. (F5-A1)</p> | <p><b>Estrategias DA</b></p> <p>Crear un manual de calidad de procesos y estandarización para que la comunidad involucrada en el CTC tenga parámetros a seguir para el mejor desempeño de sus actividades. (D3- A4)</p> <p>Crear un programa de voluntariado donde los voluntarios serán profesores que capaciten y den clases de idiomas a la comunidad ayudando así a la mejora del idioma extranjero para el desenvolvimiento del personal involucrado en la actividad turística. (D1- A7)</p> <p>Crear alianzas estratégicas con empresas privadas que operan en la zona o en el cantón para acordar acciones que beneficien a ambos lados incrementando así la afluencia de turistas y mejorando la calidad.(D2- A4)</p>  |

## Anexo 4. Ficha de evaluación del alojamiento familiar comunitario

| <b>FICHA DE EVALUACIÓN PARA UN ALOJAMIENTO FAMILIAR COMUNITARIO</b> |   |           |           |           |
|---|---|-----------|-----------|-----------|
| <b>1</b>  | <b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>   |           |           |           |
| <b>1.1</b>  | <b>Aspectos generales</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 1.1.2   | El alojamiento se encuentra en buenas condiciones de conservación y mantenimiento ( sin daño alguno).   | X +       |           | 3         |
| 1.1.2   | La pintura y el barniz están en buen estado.  | X         | +         | 2         |
| 1.1.3   | Evita utilizar cemento en paredes y pisos.  | X         | +         | 1         |
| 1.1.4   | Si el techo está pintado, este armoniza con el ambiente.  | +         | X         | 1         |
| 1.1.5   | Se cuenta con sistema de ventilación natural o ventilador.  | X +       |           | 2         |
| 1.1.6   | Buena distribución de la casa y los espacios.   | X +       |           | 2         |
| 1.1.7   | Alrededor de las instalaciones y dentro de ellas debe existir total limpieza.   | X +       |           | 3         |
| 1.1.8   | Las instalaciones se encuentran decoradas con elementos naturales y culturales como cuadros de la zona, artesanías típicas, y los recursos naturales. | X +       |           | 2         |
| 1.1.9   | Existe suficiente señalización que indique cómo llegar al alojamiento.  |           | X +       | 1         |
| 1.1.10  | Existe estacionamiento para vehículos.  | +         | X         | 1         |
| 1.1.11  | Las instalaciones se encuentran rodeadas de flora nativa.   | X +       |           | 1         |
| 1.1.12  | Se ofrece facilidades para discapacitados.  |           | X +       | 2         |
| 1.1.13  | En las instalaciones existen envases para abastamiento de agua para el consumo humano.  |           | X +       | 2         |
| <b>1.2</b>  | <b>Habitaciones</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 1.2.1   | Las habitaciones son de tamaño cómodo y confortable.  | X +       |           | 3         |
| 1.2.2   | Se encuentra en buen estado la cubierta o techo.  | +         | X         | 2         |
| 1.2.3   | El cuarto está decorado de acuerdo al entorno.  | X +       |           | 1         |
| 1.2.4   | Se encuentra en buen estado la pintura y barniz de las habitaciones.  | +         | X         | 2         |
| 1.2.5   | Las habitaciones tienen ventilación e iluminación natural.  | X +       |           | 3         |
| 1.2.6   | Las cobijas están en buen estado y limpias para los   | X +       |           | 3         |

|            |   |           |           |           |
|------------|---|-----------|-----------|-----------|
|            | nuevos huéspedes.   |           |           |           |
| 1.2.7      | Son suficientemente cómodos los colchones, es decir ni muy blandos ni delgados. (Evitar la esponja)         | X +       |           | 3         |
| 1.2.8      | Se tiene luz con focos ahorradores (evitar luces fluorescentes).  | X +       |           | 1         |
| 1.2.9      | Las camas se encuentran en buen estado, por lo menos deben ser de 2,10 metros de largo.                     | X +       |           | 3         |
| 1.2.10     | Las habitaciones tienen estantes para colgar la ropa y ganchos.   | X         | +         | 1         |
| 1.2.11     | Se cuenta con basurero, velador, una lámpara y una silla por cada habitación.                               | X +       |           | 2         |
| 1.2.12     | Se evita en cortinas y sábanas los materiales sintéticos.   | X +       |           | 1         |
| 1.2.13     | Las ventanas tienen cedazo o malla, para evitar los insectos.   |           | X +       | 1         |
| 1.2.14     | Los pisos están en buenas condiciones y son de fácil limpieza.  | X +       |           | 3         |
| 1.2.15     | Se encuentran cubiertas las instalaciones eléctricas.   | +         | X         | 2         |
| 1.2.16     | Están funcionando correctamente los tomacorrientes.   | X +       |           | 1         |
| 1.2.17     | Se elude los malos olores.  | X +       |           | 3         |
| 1.2.18     | Se cuenta con cerradura con llave en las puertas de los cuartos.  | +         | X         | 3         |
| <b>1.3</b> | <b>Baños de huéspedes</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 1.3.1      | El baño se encuentra completamente limpio y desinfectado sin moho.  | +         | X         | 3         |
| 1.3.2      | Se tiene por lo menos un baño para cada 5 personas.   | X +       |           | 3         |
| 1.3.3      | El tamaño del cuarto de baño es suficientemente cómodo.   | +         | x         | 3         |
| 1.3.4      | Está al menos a 2.10 m. de altura el cabezal de la ducha.   | X +       |           | 2         |
| 1.3.5      | Las duchas cuentan con agua caliente.   |           | X +       | 3         |
| 1.3.6      | Las llaves de la griferías , las tuberías y el tanque del inodoro están bien conectadas y sin fuga de agua. | X +       |           | 2         |
| 1.3.7      | Las duchas cuentan con cortinas de baños (limpias y sin moho).  | +         | X         | 3         |
| 1.3.8      | Las paredes están con azulejos.   | +         | X         | 3         |

|            |   |           |           |           |
|------------|---|-----------|-----------|-----------|
| 1.3.9      | El baño cuenta con agua en todo momento.  | X +       |           | 3         |
| 1.3.10     | Se elude humedad o filtraciones.  | +         | X         | 2         |
| 1.3.11     | El sistema de agua del inodoro está funcionando correctamente (es preferible tener un sistema de ahorro de agua).               | X +       |           | 3         |
| 1.3.12     | El techo o tumbado del baño están en buen estado.   | +         | X         | 1         |
| 1.3.13     | Están funcionando las instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor.   | X +       |           | 2         |
| 1.3.14     | Se cuenta con lavabo (preferible grifos de ahorro de agua).   | +         | X         | 2         |
| 1.3.15     | Hay espejo.   |           | X +       | 1         |
| 1.3.16     | Se tiene jabonera para la ducha.  |           | X +       | 1         |
| 1.3.17     | Hay por lo menos un toallero.   | +         | X         | 1         |
| 1.3.18     | Tiene basurero.   | +         | X         | 1         |
| 1.3.19     | Hay rodapie para la ducha.  |           | X +       | 3         |
| 1.3.20     | Se dispone de papel higiénico en todo momento.  | X +       |           | 3         |
| 1.3.21     | Se utiliza jabón.   | X +       |           | 1         |
| 1.3.22     | Evita malos olores con ventilación directa o forzada.   | +         | X         | 3         |
| 1.3.23     | Se provee de una toalla para cuerpo y una para manos.   | +         | X         | 2         |
| <b>1.4</b> | <b>Cocina y comedor</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 1.4.1      | Existe una ventilación adecuada que evita la acumulación de humo, calor y olores.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.2      | Se elude los malos olores.  | X +       |           | 3         |
| 1.4.3      | Las áreas de cocina y alacena se encuentran limpias y desinfectadas.  | X+        |           | 3         |
| 1.4.4      | Los saleros, azucareros, ajiceros, etc. están limpios por dentro y por fuera, se rellenan siempre que se encuentran a la mitad. | X +       |           | 1         |
| 1.4.5      | Se tiene suficientes utensilios para cocinar.   | X +       |           | 2         |
| 1.4.6      | Se encuentran limpios y desinfectados los utensilios de cocina.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.7      | Se cuenta con un fregadero o lavabo en la cocina.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.8      | Se tiene una refrigeradora.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.9      | Se cuenta con una bodega o alacena donde se puede   | X +       |           | 2         |

|            |  |           |           |           |
|------------|--|-----------|-----------|-----------|
|            | guardar los alimentos.   |           |           |           |
| 1.4.10     | Las paredes donde se prepara los alimentos y fregadero están cubiertas con azulejo.                                    | x<br>+    |           | 3         |
| 1.4.11     | La cocina cuenta con un material inoxidable en la parte posterior para facilitar la limpieza.                          |           | X +       | 1         |
| 1.4.12     | La superficie de la mesa de la cocina es fácil de limpiar.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.13     | Hay una campana de extracción de olores y grasas.  |           | X +       | 2         |
| 1.4.14     | Se posee una vajilla en buen estado que no se encuentre rota o trizada (preferible de porcelana o materiales locales). | X +       |           | 2         |
| 1.4.15     | Hay agua permanentemente en el área de la cocina.  | X +       |           | 3         |
| 1.4.16     | Se tiene cubertería adecuada.  | +         | X         | 2         |
| 1.4.17     | Se posee mantelería en buen estado, limpias, sin manchas, sin rasgaduras y sin quemaduras.                             |           | X +       | 2         |
| 1.4.18     | El piso de la cocina está en buen estado y de fácil limpieza.  | +         | X         | 2         |
| 1.4.19     | El tumbado o techo está en buenas condiciones.   | X +       |           | 1         |
| 1.4.20     | Están en perfectas condiciones los interruptores, tomacorrientes e instalaciones eléctricas.                           | X +       |           | 3         |
| 1.4.21     | Se cuenta con un área de comedor amplio, iluminado y ventilado.  | X +       |           | 2         |
| 1.4.22     | Se cuenta con suficientes tachos de basura.  |           | X +       | 1         |
| 1.4.23     | Se evita en el área de cocina y comedor animales domésticos.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.24     | Se posee suficientes sillas y mesas para todos los clientes.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.25     | Se controla la presencia de cucarachas y plagas.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.26     | Se controla el suministro de gas, electricidad o combustible evitando fugas.   | X +       |           | 3         |
| 1.4.27     | Se utilizan productos provenientes de la zona.   | X +       |           | 2         |
| 1.4.28     | Se utilizan productos fresco y naturales.  | X +       |           | 2         |
| 1.4.29     | Los alimentos perecibles se encuentran en las temperaturas adecuadas.  | X +       |           | 3         |
| <b>1.5</b> | <b>Áreas de descanso</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |

|            |  |           |           |           |
|------------|--|-----------|-----------|-----------|
| 1.5.1      | Se posee un espacio para lectura y esparcimiento.  | X +       |           | 2         |
| 1.5.2      | Hay en el área de descanso libros y juegos de mesa.  | +         | X         | 2         |
| 1.5.3      | Hay suficientes sillas y mesas para todos los huéspedes.   | X +       |           | 2         |
| 1.5.4      | Hay hamacas para los clientes.   | +         | X         | 1         |
| 1.5.5      | Huele bien el área de descanso.  | X +       |           | 3         |
| 1.5.6      | Se cuenta con áreas verdes.  | X +       |           | 3         |
| 1.5.7      | Está decorada esta área.   | +         | X         | 2         |
| 1.5.8      | En las noches hay entretenimiento.   |           | X +       | 3         |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura de cuentos/leyendas</li> </ul>                              |           |           |           |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Música (guitarras)</li> </ul>                                       |           |           |           |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poemas</li> </ul>   |           |           |           |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Juegos de mesa, naipes</li> </ul>                                   |           |           |           |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cantos alrededor de fogatas</li> </ul>                              |           |           |           |
| 1.5.9      | En las áreas verdes hay especies nativas de la zona.   | X +       |           | 1         |
| 1.5.10     | Ofrecen servicios complementarios a los clientes.  |           | X +       | 1         |
| 1.5.11     | En el área verde se cosechan frutas y hortalizas.  | +         | X         | 1         |
| 1.5.12     | Hay suficientes tachos de basura.  |           | X +       | 2         |
| 1.5.13     | Los animales de granja se encuentran alejados de las viviendas familiares.                                   | X +       |           | 3         |
| 1.5.14     | Las áreas de descanso están limpias.   | X +       |           | 3         |
| <b>2</b>   | <b>OPERACIÓN Y SERVICIO</b>  |           |           |           |
| <b>2.1</b> | <b>Operación</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 2.1.1      | Las funciones del personal involucrado se encuentran definidas para cada una de ellas.                       | X +       |           | 3         |
| 2.1.2      | Se tiene un registro de ingresos y egresos.  | +         | X         | 3         |
| 2.1.3      | Existe una ficha de registro de clientes.  |           | X +       | 3         |
| 2.1.4      | Se posee una ficha y sistema de quejas y sugerencias.  |           | X +       | 1         |
| 2.1.5      | Se cuenta con una ficha de descargo de responsabilidad.  |           | X +       | 3         |
| 2.1.6      | Se cuenta con los permisos de funcionamiento.  | X +       |           | 3         |
| 2.1.7      | El emprendimiento cuenta con material de promoción (folletos, página web).                                   | X         | +         | 1         |
| <b>2.2</b> | <b>Servicio y personal</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 2.2.1      | El personal involucrado en la actividad turística tiene capacidad de brindar información al turista sobre el |           | X +       | 3         |

|            |  |           |           |           |
|------------|--|-----------|-----------|-----------|
|            | entorno ecológico, la cultura y los principales atractivos.  |           |           |           |
| 2.2.2      | El personal es amable, puntual, responsable cortés y dispuesto a brindar un excelente servicio.                        | X +       |           | 3         |
| 2.2.3      | El personal atiende las necesidades del cliente con prontitud.   | X +       |           | 2         |
| 2.2.4      | El personal cuida su apariencia personal ( limpieza y aseo personal).  | X +       |           | 3         |
| 2.2.5      | Por lo menos una persona del establecimiento habla inglés básico u otro idioma.  | X         | +         | 2         |
| 2.2.6      | El personal mantiene un buen comportamiento frente y detrás de turista (no ingiere bebidas alcohólicas, drogas).       | X +       |           | 3         |
| <b>2.3</b> | <b>Alimentos y Bebidas</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 2.3.1      | Para preparar la comida se utiliza productos frescos.  | X +       |           | 3         |
| 2.3.2      | Se utiliza frutas y hortalizas producidas orgánicamente.   | X +       |           | 2         |
| 2.3.3      | Se elude especies protegidas para la preparación de los alimentos.   | X +       |           | 3         |
| 2.3.4      | Se evita el uso de envases plásticos desechables y se trata de presentar en envases recargables.                       | X +       |           | 2         |
| 2.3.5      | Los alimentos que requieren refrigeración son refrigerados adecuadamente (leche, mantequilla, carnes, pescados, etc.). | X +       |           | 3         |
| 2.3.6      | Se ofrece comida casera y tradicional de la zona.  | X +       |           | 3         |
| 2.3.7      | Se tiene alternativas de platos para clientes que son vegetarianos.  |           | X +       | 1         |
| 2.3.8      | Se evita servir u ofrecer alimentos preparados el día anterior.  | X +       |           | 3         |
| 2.3.9      | Se utiliza agua hervida o clorada en las bebidas.  | +         | X         | 3         |
| 2.3.10     | Se desinfecta verduras, frutas, hortalizas antes de ser servidas.  |           | X +       | 3         |
| 2.3.11     | Se utiliza gorra o malla y delantal para la preparación de los alimentos.  |           | X +       | 3         |
| <b>2.4</b> | <b>Información</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 2.4.1      | Se provee de información antes de que el pasajero viaje al establecimiento.  |           | X +       | 3         |

|          |  |           |           |           |
|----------|--|-----------|-----------|-----------|
| 2.4.2    | Se informa al turista sobre servicios y actividades que se ofrecen con horarios y precios.   |           | X +       | 2         |
| 2.4.3    | Se posee un listado de reglas internas para el turista.  |           | X +       | 2         |
| 2.4.4    | El personal brinda información acerca de la historia natural, social y cultural de la comunidad, y la relación de la organización con la comunidad.  | X         | +         | 1         |
| 2.4.5    | Se informa al visitante acerca de las medidas medioambientales y como el visitante puede colaborar con ellas (ahorro de agua, ahorro de electricidad, frecuencia de lavado de toallas y sábanas, separación de desechos, entre otros). |           | X +       | 3         |
| 2.4.6    | Se brinda material físico sobre conservación de los recursos naturales, información de la región, flora y fauna de la zona, etc.   |           | X +       | 2         |
| <b>3</b> | <b>SEGURIDAD</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 3.1      | Se cuenta con un botiquín de primeros auxilios con material no expirado.   | +         | X         | 3         |
| 3.2      | El botiquín se encuentra en un lugar visible y de fácil acceso.  |           | X +       | 3         |
| 3.3      | Se dispone de extintor de incendios.   |           | X +       | 3         |
| 3.4      | El extintor se encuentra localizado en un lugar visible.   |           | X +       | 3         |
| 3.5      | En la vivienda familiar hay al menos una persona que tenga conocimientos de primeros auxilios y de seguridad (manejo de extintores).   |           | X +       | 3         |
| 3.6      | Los números teléfonos de emergencia con su dirección se encuentra en un lugar visible. (Médico, bomberos, policía).  |           | X +       | 3         |
| 3.7      | Se posee lámparas de emergencias (linterna).   | X +       |           | 3         |
| 3.8      | Se brinda a los clientes agua segura para su consumo (hervida, purificada o tratada).  | +         | X         | 3         |
| 3.9      | No existen cables pelados en el establecimiento.   | X +       |           | 3         |
| 3.10     | Se brinda algún tipo de custodia donde el turista puede guardar sus objetos de valor.  |           | X +       | 1         |
| <b>4</b> | <b>ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |



|          |   |           |           |           |
|----------|---|-----------|-----------|-----------|
| 4.1      | Se cuenta con un medidor de agua.   | X +       |           | 2         |
| 4.2      | Se controla los elementos que ocasionan fugas o pérdida de agua.  | X +       |           | 3         |
| 4.3      | Las aguas grises son conducidas al alcantarillado.  | X         | +         | 3         |
| 4.4      | Se controla los accesorios que ocasionan fugas y pérdida de energía.  | X +       |           | 3         |
| 4.5      | Se cuenta con un medidor de energía en las instalaciones.   | X +       |           | 2         |
| 4.6      | El emprendimiento cuenta con energías renovables (solar, eólica, biodigestores, etc.)   |           | X +       | 1         |
| 4.7      | Se evita tener animales silvestres o en extinción en cautiverio. (Salvo en el caso de programas de rescate)                                   | X +       |           | 3         |
| 4.8      | Existen programas de educación ambiental para los visitantes y los pobladores de la zona.   |           | X +       | 1         |
| 4.9      | Los desechos se clasifican (vidrios, orgánicos, papel).   | +         | X         | 3         |
| 4.10     | Tienen recipientes para separar los desechos (orgánicos, vidrio, papel, plástico, metal).   |           | X +       | 2         |
| 4.11     | Se almacenan los productos reciclables para su posterior entrega.   | +         | X         | 2         |
| 4.12     | Se separa los desechos líquidos como aceites, disolventes, etc. en recipientes herméticamente cerrados.                                       | +         | X         | 3         |
| <b>5</b> | <b>SEÑALIZACIÓN</b>   | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 5.1      | Se cuenta con rótulos visibles, en buen estado de conservación en los caminos de acceso el cual tenga el nombre del establecimiento.          |           | X +       | 2         |
| 5.2      | La señalización es clara y visible.   |           | X +       | 3         |
| <b>6</b> | <b>COMUNIDAD INVOLUCRADA</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> | <b>PO</b> |
| 6.1      | La comunidad involucrada se siente comprometida con la actividad turística.   | X +       |           | 3         |
| 6.2      | Promueve a la comunidad a la participación.   | X +       |           | 3         |
| 6.3      | La actividad comunitaria no atenta con la cultura de la comunidad (respeto a su cultura, a su población, lugares históricos y arqueológicos). | X +       |           | 3         |

|                  |  |     |   |     |
|------------------|--|-----|---|-----|
| 6.4              | Respetar los derechos, valores y costumbres de la población.                                   | X + |   | 3   |
| 6.5              | Para la actividad turística se contrata personal local.  | X + |   | 3   |
| 6.6              | Se promueve la igualdad de oportunidad laborales (hombres, mujeres, jóvenes y adultos mayores) | X + |   | 3   |
| <b>TOTAL</b>     |  | 494 | 0 | 728 |
| TOTAL (promedio) |  | 247 | 0 | 364 |

Elaborado por el Gobierno Provincial de Imbabura, modificado por Pamela Pazmiño (Gobiernos Provincial de Imbabura [GPI]; Fidecomiso Ecuatoriano de Cooperación para el Desarrollo [FECD], 2010)

|           |   |
|-----------|---|
| Hogar # 1 | X |
| Hogar # 2 | + |

### Anexo 5. Decoración con las artesanías elaboradas en la comunidad



Tomado por Pamela Pazmiño

### Anexo 6. Hogar de una de las familias anfitrionas



Tomado por Daniel García

### Anexo 7. Elaboración de cajas multiusos



Tomado por Pamela Pazmiño

### Anexo 8. Finca agro- turística



Tomado por Daniel García



### Anexo 9. Elaboración de artesanías en barro



Tomado por Daniel Meléndez

### Anexo 10. Artesanía en barro



Tomado por Daniel García

## Anexo 11. Formulario de solicitud para capacitaciones gratuitas del SECAP

**FORMULARIO DE SOLICITUD COMO BENEFICIARIO DE LA CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL A GRUPOS DE ATENCIÓN PRIORITARIA Y ACTORES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

Ciudad y fecha:  portador de la cédula de ciudadanía/identidad , declaro ser parte de los grupos de atención prioritaria y/o actores de la economía popular y solidaria para efectos de capacitación y formación profesional en forma gratuita, acorde a lo indicado a continuación:

\* Marque la casilla con del tipo de beneficiario al cual pertenece.

| GAP   | GAP   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Miembros de familia beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano. | <input type="checkbox"/> Personas con discapacidad.   |
| <input type="checkbox"/> Jóvenes desempleados(as) por más de un mes (18 a 29 años).       | <input type="checkbox"/> Familiares de personas con discapacidad.   |
| <input type="checkbox"/> Personas mayores de 29 años desempleado por más de años.         | <input type="checkbox"/> Personas adultas mayores.  |
| <input type="checkbox"/> Subempleados(as).  | <input type="checkbox"/> Adolescentes de 15 a 18 años.  |
| <input type="checkbox"/> Trabajadores(as) informales.                                     | <input type="checkbox"/> Mujeres embarazadas.   |
| <input type="checkbox"/> Poblaciones rurales de migración reciente.                       | <input type="checkbox"/> Personas privadas de la libertad.  |
| <input type="checkbox"/> Pequeños agricultores.   | <input type="checkbox"/> Personas que adolezcan de enfermedades catastróficas                                     |
| <input type="checkbox"/> Operarios y aprendices de artesanías y oficios.                  | <input type="checkbox"/> Personas en situación de riesgo.   |
| <input type="checkbox"/> Trabajadores (as) domésticos(as)..                               | <input type="checkbox"/> Personas víctimas de violencia doméstica y sexual, desastres naturales o antropogénicos. |
| <input type="checkbox"/> Migrantes Ecuatorianos.  | <input type="checkbox"/> Jubilados menores de 65 años y quienes se encuentren en transición hacia la jubilación.  |
| <input type="checkbox"/> Familiares de Migrantes Ecuatoriano.                             | <input type="checkbox"/> Actores de la economía popular y solidaria.  |
|   |   |

## Anexo 12. Programa de voluntariado

### **Programa de voluntariado**

En el programa de voluntariado consiste en ayudar a la comunidad en las necesidades que posee, a continuación se deriva una lista de las actividades que se pueden realizar para ayudar a la comunidad.

- Educación ambiental: se busca voluntarios que deseen ayudar con la educación ambiental en las escuelas, colegios y reuniones de la comunidad. Programas que tengan las 3Rs (reducir, reciclar y reutilizar), clasificación de basura, entre otros.
- Fincas agro turísticas: participación en actividades de siembra, cosecha, post cosecha, riego y en todo a lo relacionado con la agricultura. El/la voluntario/a obtendrá información valiosa sobre los procesos agrícolas. Siempre se trabajará con el encargado de la finca agro turística.
- Capacitación: se brindara capacitaciones a los integrantes de la actividad turística en los aspectos gastronómicos, manipulación de alimentos, primeros auxilios, hospitalidad, guianza, atención al cliente, idiomas extranjeros, uso de las TICs, entre otros. Los voluntarios que deseen realizar esta actividad deberán ser personas conocedoras del ámbito y tendrán que tener preparado su material de capacitación.
- Calidad educativa en escuelas y colegios: en esta actividad se plantea que el/a voluntario/a sea asistente del profesor y le ayude con los métodos de enseñanza a los estudiantes. De igual manera podrá crear dinámicas de juegos, enseñar otros idiomas, enseñar el uso de la tecnología y programas, entre otros.

Los voluntarios tendrán un itinerario acorde a las actividades que se deben realizar durante el periodo de permanencia dentro de la comunidad.

Precio del programa de voluntariado

| <b>Tiempo de estadía</b> | <b>Valor diario por persona</b> |
|--------------------------|---------------------------------|
| 1 a 15 días              | \$15 dólares                    |
| 15 a 30 días             | \$14 dólares                    |
| 30 días en adelante      | \$ 13 dólares                   |

### **El programa incluye**

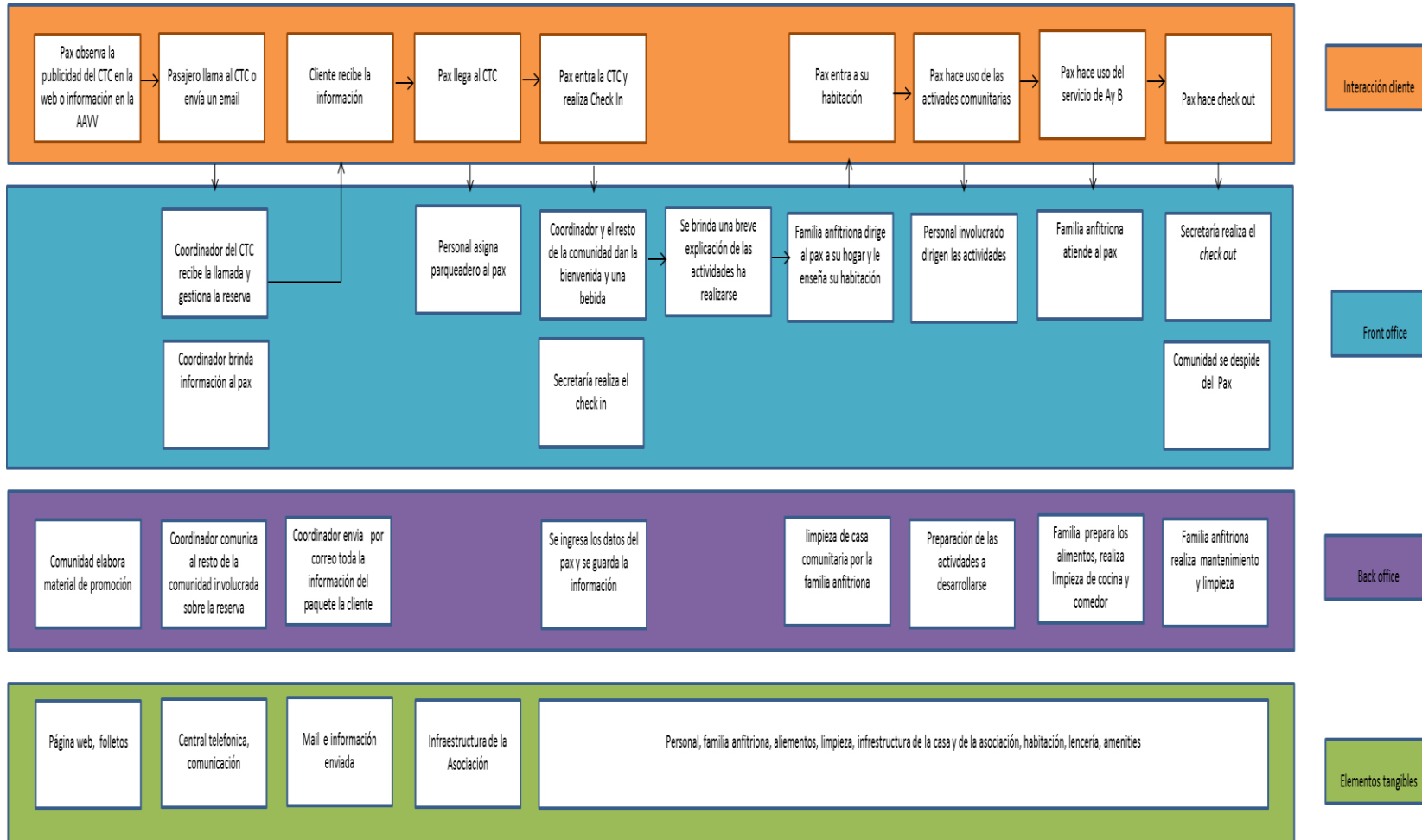
- Alojamiento en una casa de la comunidad
- Alimentación (3 comidas)
- Actividades que se realicen dentro de la comunidad
- Tour con grupo de turistas.
- Herramientas de trabajo en caso las actividades agro turística y calidad educativa en escuelas y colegios.

### **El voluntario debe traer**

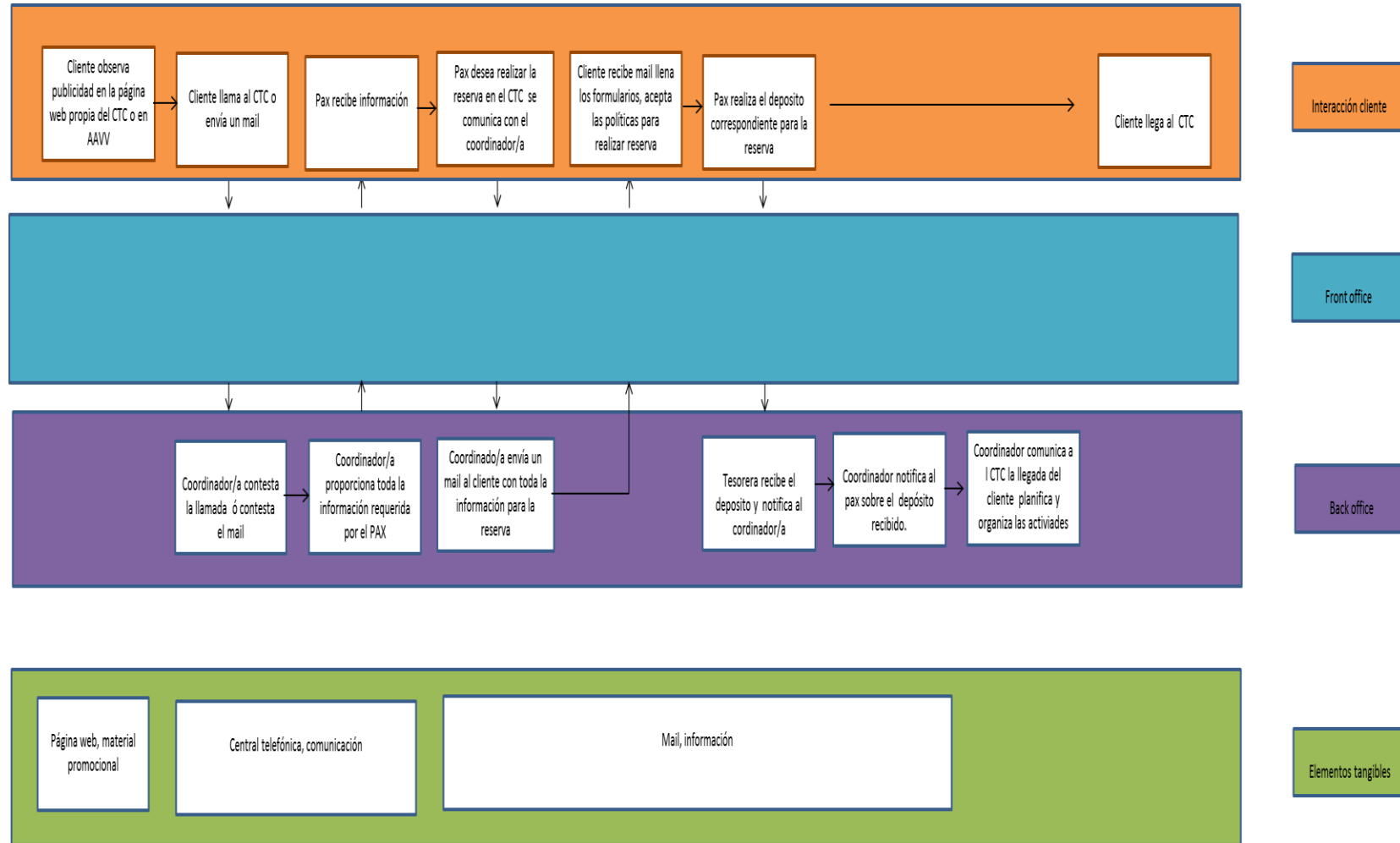
- Botas de caucho
- Repelente de insectos
- Ropa cómoda no muy abrigada
- Gorra
- Protector solar



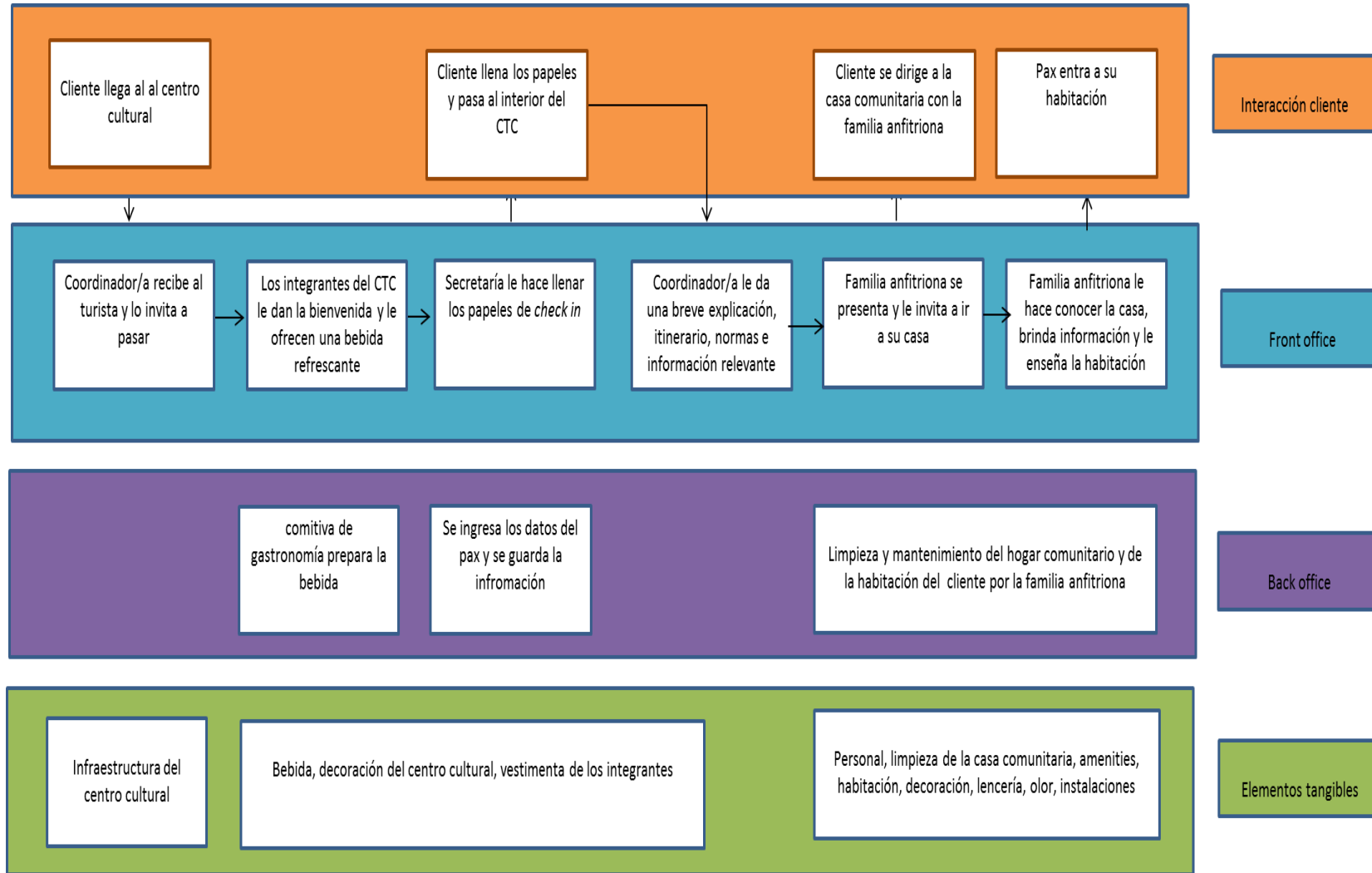
Anexo 13. Propuesta de un *blue print* en la entrega de los servicios.



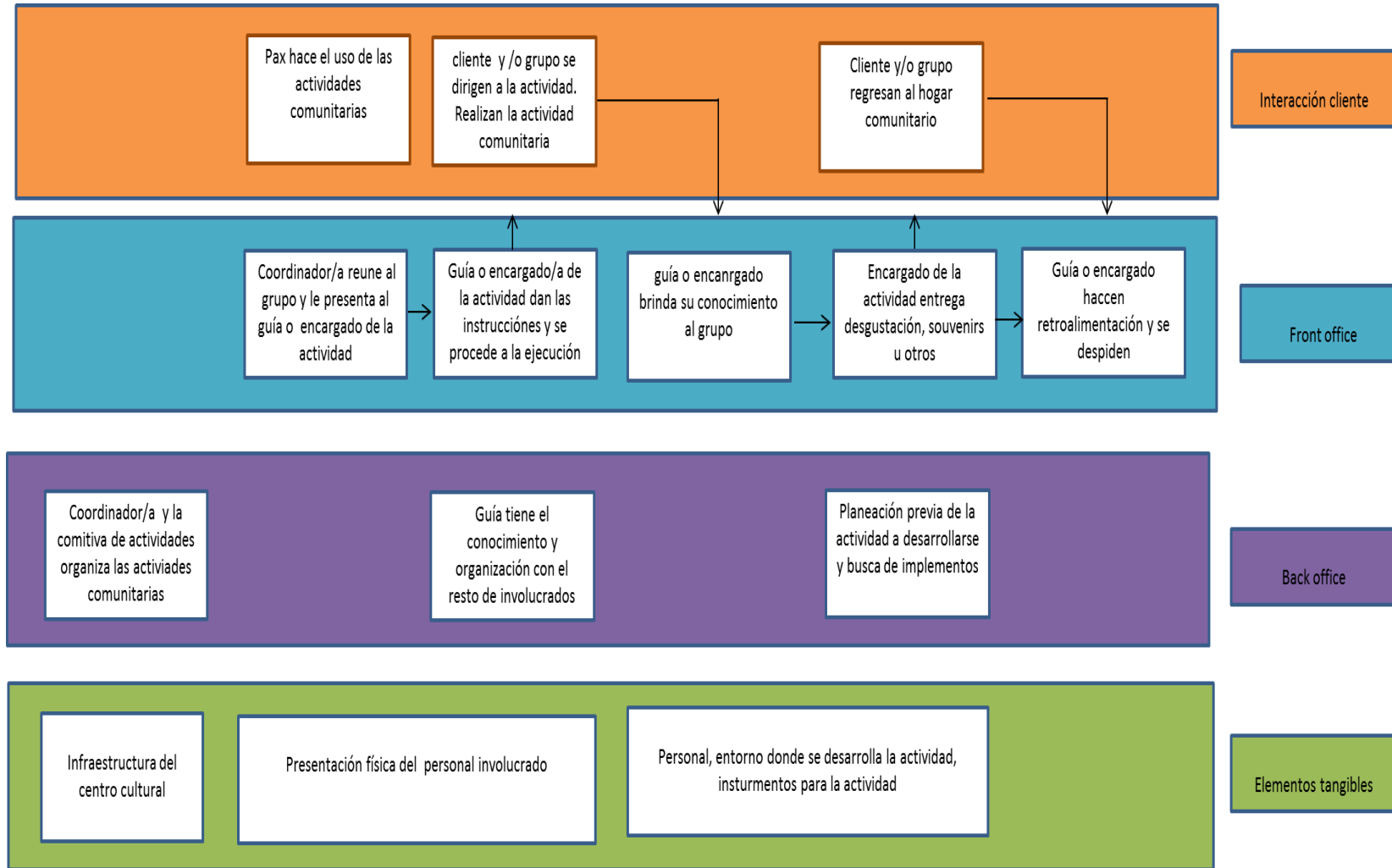
Anexo 14. Propuesta de un *blue print* de una reserva



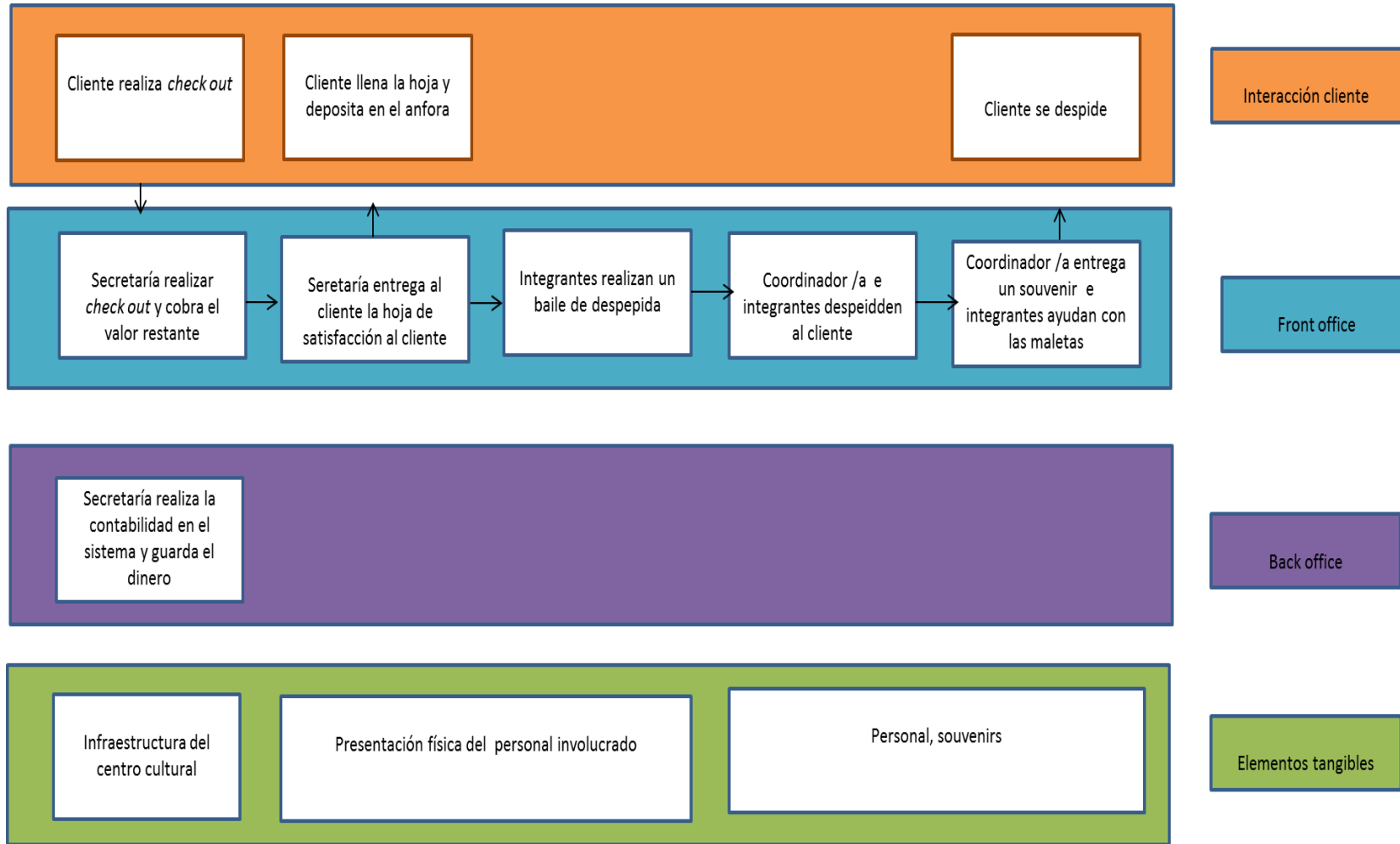
Anexo 15. Propuesta de un *blue print* para el *check in* de un cliente



Anexo 16. Propuesta de un *blue print* para la realización de actividades



Anexo 17. Propuesta de un *blue print* para el *check out* de un huésped.



## Anexo 18. Actividades para realizarse en el CTC asociación Aroma Caliente

### a) Caminata a las lomas de tunas.

**Horario:** 6y30 am

**Duración:** 2 horas

**Nivel de exigencia:** medio

**Mínimo de personas:** 3

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$3 x persona

Esta caminata es diurna la cual se realiza a temprana horas del día, para que el sol no sea muy agotador. En la caminata se conoce las plantaciones de tuna y como ciertos comuneros viven de esta actividad. En la caminata se conoce la flora del sector, así como una vista panorámica del Valle del Chota. Al llegar a las plantaciones de tuna se brindará una tuna para que degusten. (Antes de comenzar la caminata los huéspedes tendrán un sandwich y un jugo y al finalizar el desayuno les espera en el hogar comunitario)

### b) Caminata nocturna por la comunidad del Juncal.

**Horario:** 5pm y 7 pm

**Duración:** 40 minutos

**Nivel de exigencia:** fácil

**Mínimo de personas:** 1

**Inscripción previa:** no

**Precio:** \$2 x persona

Esta caminata se realiza en la tarde o noche donde el objetivo principal es conocer la comunidad, los atractivos que se tiene y como es la vida de la comunidad cuando terminan de realizar sus actividades. Es una caminata muy relajada donde se puede palpar la realidad de la comunidad del Juncal.

**c) Fogata****Horario:** 6 pm**Duración:** 1 hora y media**Nivel de exigencia:** fácil**Mínimo de personas:** 4**Inscripción previa:** si**Precio:** \$3 x persona

En la noche se realiza una fogata con personas de la comunidad y las personas involucradas en la actividad del turismo comunitario. En esta fogata se cuenta leyendas de la comunidad, historias, se recita cánticos, se toca los instrumentos y se comparte un tiempo ameno con la comunidad. Se brinda una bebida y unos bocaditos.

**d) Visita a la finca agro turística****Horario:** 8 am y 10 am**Duración:** 1 hora y media**Nivel de exigencia:** fácil - medio**Mínimo de personas:** 3**Inscripción previa:** si**Precio:** \$4 x persona

Se visitará la finca agro turística de un comunero de la zona, en la cual se realiza un recorrido dentro de ella. El propósito de esta visita es conocer sobre los frutales, hortalizas y legumbres que se dan en la región y como es el trabajo en la finca. En esta visita se podrá cosechar, se les enseñara a sembrar y el cuidado que se debe tener para ciertas plantas. En esta actividad el visitante obtiene mucho conocimiento sobre la actividad agrícola y al finalizar el recorrido se podrá degustar de algunas frutas de la temporada.

**e) Visita a la artesanías de barro****Horario:** 10 am, 3 pm y 4 pm**Duración:** 40 minutos

**Nivel de exigencia:** fácil

**Mínimo de personas:** 3

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$4 x persona

Esta visita queda a 10 minutos de la comunidad del Juncal se lo realiza en la comunidad de Carpuela. Esta actividad tiene como objetivo principal enseñarles a los turistas como se elaboran las artesanías de barro, así como técnicas para la realización de artesanía y como estas actividades son una fuente de ingresos para muchas familias artesanas. En esta actividad a cada persona recibirá un breve explicación de la técnica de trabajo, posteriormente se le encargará un poco de barro para que creen su propia artesanía que al finalizar se pondrá en una exhibición en la comunidad o será llevada como recuerdo por el visitante. En esta actividad se brindará un vaso de jugo de caña de azúcar y podrá adquirir souvenirs que los comuneros venden.

**f) Clases de bomba**

**Horario:** 4 pm y 6 pm

**Duración:** 1 hora

**Nivel de exigencia:** fácil

**Mínimo de personas:** 2

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$3 x persona

Estas clases de baile se realizaran en el centro cultural de la comunidad y se tendrá la oportunidad de tener clases con las niñas y mujeres de la comunidad. Se aprenderá las técnicas de baile, se pasara un tiempo muy divertido aprendiendo a bailar la bomba que es el baile típico del Valle del Chota.

**g) Artesanías en madera**

**Horario:** 10 am, 12 pm y 3 pm

**Duración:** 40 minutos



**Nivel de exigencia:** fácil

**Mínimo de personas:** 3

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$5 x persona

En esta actividad se le dará una caja de madera para que el turista pueda pintar y decorar. De igual manera las personas involucradas en esta actividad les enseñarán las técnicas de pintar y como hacen de esta actividad una fuente de ingresos. Si el turista desea también abra cajas de venta pintadas por mujeres de la comunidad con una de las leyendas, poesía o cantico adentro de la caja.

**h) Peinados afros**

**Horario:** 9 am y 4 pm

**Duración:** 30 minutos

**Nivel de exigencia:** fácil

**Mínimo de personas:** 2

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$3 x persona

Las mujeres de la comunidad tiene varios tipos de peinados, en esta actividad se plantea enseñarles a los turistas como se realiza cada peinado y si el turista desea se le realizará un peinado por las mujeres de la comunidad que es muy típico en la zona.

**i) Visita a la creación de mermeladas y helados en base de ovo.**

**Horario:** 10 am y 3 pm

**Duración:** 40 minutos

**Nivel de exigencia:** fácil

**Mínimo de personas:** 3

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$ 4 x persona

En esta actividad se visita a mujeres de la comunidad Ambuqui donde se puede observar la creación de mermeladas y helados de ovo. Esta

actividad explicara cada paso de la elaboración artesanal de estos productos. Al finalizar la visita se les obsequiara un helado y si los turistas desean podrán adquirir las mermeladas.

**j) Fútbol**

**Horario:** 4 pm y 6 pm

**Duración:** 1 hora

**Nivel de exigencia:** medio - difícil

**Mínimo de personas:** 4

**Inscripción previa:** si

**Precio:** \$3 x persona

El Valle del Chota es muy conocido por los grandes jugadores de fútbol que han salido de ahí para representar al país. En esta actividad se tendrá la oportunidad de jugar un partido de fútbol con los deportistas de la comunidad y así pasar un momento muy agradable y divertido.

Anexo 19. Propuesta de un manual de estandarización y calidad

**MANUAL DE CALIDAD PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y  
OPERATIVA DEL CENTRO TURISTICO COMUNITARIO**

**ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE**



## ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE

### MANUAL INTERNO DE ESTÁNDARES Y PROCEDIMIENTOS DE CALIDAD

**EMITIDO POR PAMELA PAZMIÑO**

**Fecha de elaboración:**

**Fecha de Revisión:**

**Fecha de aprobación**

**Firma .....**

**Olga Palacios**

**Firma .....**

**Pamela Pazmiño**

#### **Objetivo:**

El presente manual tiene como objetivo establecer estándares de calidad y procedimientos en el servicio del CTC asociación Aroma Caliente. Este manual deberá cumplirse todos los días de su funcionamiento. El objetivo principal es la satisfacción de las expectativas de los clientes, del personal interno y de todos los miembros de la organización.

#### **Responsabilidades:**

La modificación del presente documento es de responsabilidad del coordinador/a o del presidente/a de la asociación Aroma Caliente, en caso de ser necesario se modificará y cambiará los aspectos para la mejora de la calidad de la asociación.

**Procedimiento:**

Toda la comunidad involucrada en la actividad de turismo comunitario deberá recibir el presente manual a manera de inducción para la mejora de la prestación de los servicios. El coordinador/a del CTC deberá revisar el manual con los/las integrantes de manera presencial para brindar una información más clara si lo es necesario, y de igual manera deberá hacerlo con los nuevos miembros que integren el CTC.

El coordinador/a o el/la secretario/a deberán obligar firmar un documento a cada miembro de la asociación a manera de respaldo que los/las integrantes han recibido, leído y comprendido el manual; de esa manera se garantiza un trabajo de calidad por parte del personal.

**Responsabilidades de cada encargado del CTC**

Las siguientes responsabilidades serán para las personas a cargo de las principales áreas del CTC.

**Coordinador/a o presidente/a del CTC**

- Será la persona encargada de cumplir y hacer cumplir el reglamento o manual a todos los miembros involucrados en la actividad, todos los días de su funcionamiento.
- Recibirá y registrará todas las llamadas y/o e-mails realizará las reservas realizando un informe de estas.
- Brindará la información correspondiente de todos los servicios que presta el CTC.
- Formulará políticas para la realización de reservas y cancelación de las mismas.
- Realizará la elaboración de tours, de paquetes turísticos, los costos y los precios venta al público (PVP).
- Coordinará los días de capacitación del personal como las reuniones. (Es recomendable por lo menos una vez a la semana estas reuniones.)

- Será la persona encargada de recibir al visitante a su llegada como también estará presente en su despedida.
- Organizará y dirigirá el trabajo del personal involucrado.
- Se encargará de la comercialización y difusión del CTC.
- Controlará y supervisará las ventas del CTC.
- Creará las políticas de promoción, ventas y precios.
- Revisar conjuntamente con el personal involucrado la evaluación de satisfacción de sus clientes y contestará los comentarios emitidos por ellos.
- Y demás funciones que le designe o sean necesario en la organización.

### **Vicepresidente/a**

- Se encargara de ayudar al coordinador/a ha realizar las políticas del CTC.
- Cuando el/a coordinador/a o presidente/a no se encuentre en el establecimiento él/ella asumirá todas las actividades que realiza el/a presidente/a.
- Estará a cargo de vigilar y controlar al personal involucrado que cumpla con todas las actividades designadas.
- En caso que fuera necesario el vicepresidente/a ayudara al tesorero/a y al secretario/a ha realizar sus actividades.
- Evaluará junto al coordinador/a los precios, costos, tours, etc. que se hayan realizado correctamente.
- Si el presidente/a no puede estar en alguna reunión el/ella tomará el cargo de dirigir y realizar las reuniones tomando en cuenta los puntos que se deberán tratar.
- Junto al presidente/a pondrán las pautas y dirigirán al resto de la asociación.

**Tesorero/a**

- Llevará los inventarios de los bienes y valores del CTC.
- Tendrá todos los documentos como facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique el gasto de una manera contable y ordenada diariamente.
- Llevará todos los procesos contables de una manera ordenada, por ejemplo: conciliaciones bancarias, caja chica, estados financieros, entre otros, en coordinación con el/la presidente/a
- Realizará informes financieros mensuales para presentar en las reuniones al coordinador/a y a todos sus integrantes.
- Elaborará los pagos tanto para los integrantes del CTC, como proveedores y otros.
- Realizará los pagos de los servicios básicos del CTC como la declaración mensual del IVA e impuesto a la renta.
- Y demás funciones que le asigne la organización.

**Secretario/a**

- El secretario/a será de apoyo al presidente/a y vicepresidente/a.
- Será encargado/a de comunicar las reuniones ordinarias y extraordinarias.
- Tendrá la información del personal integrante del CTC.
- Junto al coordinador/a realizara el *Check in* y el *Check out* de los clientes.
- Estará presente en las reuniones para tomar nota de los puntos importantes tratados así como de las resoluciones.
- El secretario/a llevara el acta de asistencia a las reuniones, la cual hará firmar a cada miembro que esté presente.
- Llevará las hojas de registro de los turistas con toda la información.
- Creará el cronograma de las actividades respectivas que se están realizando en el CTC.

## **Normas de conducta, presencia del personal y servicio**

Los/las miembros de la asociación involucrados/as en la actividad turística deberán siempre tener una sonrisa al momento de tener contacto con el cliente, mostrando siempre la alegría de tener turistas cerca de ellos e interesándose por su cultura. Siempre es importante mostrar hospitalidad por parte de la comunidad para que de esa manera los clientes sientan que son bienvenidos y que son parte de la comunidad.

La comunidad involucrada en la actividad turística o también conocido como el personal en contacto con el cliente, deberá siempre cumplir en todo momento las siguientes normas:

### **Conducta y presencia del personal**

Todo el personal que se encuentre realizando la actividad turística deberá cumplir siempre estas normas:

- 1) El personal de servicio siempre deberá estar afeitado, con el cabello corto y peinado en el caso de los hombres, cabello recogido en el caso de las mujeres; y las uñas cortas y limpias.
- 2) Se encuentra prohibido fumar en todas las áreas internas y en presencia de los clientes.
- 3) Está prohibido masticar goma de mascar en presencia de los turistas.
- 4) Cuidarán de su apariencia personal
  - Cuidado general
  - Ropa y calzado limpio
  - Cabello
  - Limpieza y aseo
- 5) Utilizar joyas discretas.
- 6) Está prohibido en todo momento que el personal ingiera bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes cuando existan huéspedes



en el hogar comunitario, puesto que estas impedirán el desenvolvimiento adecuado de las funciones además, de ser una mala imagen al cliente.

- 7) La actitud que cada miembro de la Asociación deberá tener:
  - Cortesía
  - Amabilidad
  - Responsabilidad
  - Puntualidad
  - Preocupado y atento
  - Amistoso
- 8) En todo momento deberán ser respetuosos con los clientes.
- 9) Ningún miembro del personal deberá tener comportamientos groseros ni altaneros con los clientes.
- 10) Es totalmente prohibido que exista acoso sexual hacia los visitantes por parte del personal o personas que vivan en el alojamiento familiar comunitario.
- 11) No se deberá pedir por ningún concepto regalos a los visitantes.

## **Servicio**

Todo el personal que se encuentre realizando la actividad turística deberá cumplir siempre estas normas:

- a) El personal en todo momento buscará exceder las expectativas de los visitantes.
- b) El personal saludará cordialmente al huésped y lo tratará por su nombre, mirándole a los ojos con un trato correcto y amistoso. (Siempre tratarle en segunda persona al huésped al menos que el cliente solicite lo contrario.)
- c) Se mantendrá una distancia prudente en todo momento con el cliente, respetando su espacio.

- d) Cuando se hable con el huésped se lo hará de una forma clara y con un tono de voz suficientemente alto, no gritando, mirando siempre hacia los ojos sin que sea intimidante.
- e) El trato con el cliente será individual y personalizado.
- f) El personal en todo momento se sentirá identificado con el CTC y cuidará de la imagen de su asociación.
- g) Todo el personal deberá tener conocimientos de la realidad cultural, ecológica y de los atractivos de la zona, todos deberán estar capacitados para brindar una adecuada información al cliente.
- h) Cuando el cliente tenga una necesidad el personal deberá atender sus requerimientos con amabilidad y prontitud.
- i) Se deberá realizar las limpiezas del hogar comunitario y de las áreas comunales sin molestar al cliente.

**ASUNTO:** Estándares y procedimientos del área de alojamiento

**INVOLUCRADOS:** Todo el personal encargado del área alojamiento

**OBJETIVO:** Establecer los estándares y los procedimientos que sean aplicables en el servicio de alojamiento.

**RESPONSABILIDADES:** El cumplir este manual es responsabilidad de todo el personal involucrado en esta área del servicio. El coordinador/a y el vice coordinador/a serán los responsables de que la implementación y cumplimiento del manual se ejecute correctamente.

### **Responsabilidades del coordinador del área de alojamiento**

- Vigilará que las habitaciones designadas a los huéspedes tengan todo los requisitos necesarios. ( requisitos descritos más adelante)
- Proveerá suministros para las habitaciones y los baños.
- Proveerá lencería para las habitaciones y baños.

### **Infraestructura del alojamiento comunitario**

- El establecimiento no debe tener manchas en las paredes, humedad, rajaduras y deberán estar pintadas.
- Las ventanas y puertas de todo el alojamiento comunitario deberán estar en buenas condiciones, limpias y funcionando correctamente.
- No se deberá utilizar flora en peligro de extinción para la construcción y la decoración del establecimiento.
- El establecimiento al estar situado en una zona caliente deberá tener un sistema de ventilación. (Ventilación natural, ventilador o aire acondicionado.)
- Siempre se tendrá las vías de acceso al CTC y los hogares comunitarios en óptimas condiciones, es decir limpias de basura, maleza, piedras, troncos o cualquier otro objeto que obstaculice la entrada.
- Se les dará mantenimiento a todas las instalaciones tanto al exterior como al interior del CTC por lo menos 2 veces al año.
- El establecimiento siempre y en todo momento deberá oler bien y estar limpio.
- En la vivienda familiar no deberá dejarse ropa, zapatos, juguetes u otros materiales en desorden.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda no usar bloque visto, ni que sea recubierto por zinc o asbesto
- Se recomienda que el alojamiento comunitario se encuentre rodeado de flora nativa, puesto que esto ayuda a la imagen y ambientación del CTC.

### **Ambientación, decoración y mobiliario**

- Se evitaren colores muy llamativos para pintar las paredes del alojamiento comunitario.
- Todo el alojamiento deberán estar pintado con colores armónicos.
- Los objetos para la decoración deberán ser elaborados en la zona como los tejidos y artesanías.
- Se utilizaran decorativos naturales en donde se pueda reflejar la cultura evitando los materiales sintéticos.
- El mobiliario deberá ser sencillos, funcional y cómodo.
- El mobiliario deberá estar en buen estado y funcionamiento.
- Es recomendable utilizar mobiliario elaborado en la zona.

### **Áreas comunes**

- Las áreas comunes del alojamiento comunitario debe ser un lugar de esparcimiento, lectura y relajación, es por ello que debe estar provisto de libros, juegos de mesa, naipes, revistas, guías turísticas, periódicos entre otros.
- Este espacio debe contar con sillas y mesas suficientes para el número de huéspedes que se alojan.
- Siempre y en todo momento debe mantenerse limpio y ordenado.
- En una de las áreas comunes deberá contar con envases de abastecimiento de agua para los huéspedes.

### **Señalización**

- El CTC deberá contar con rótulos visibles en los caminos de acceso, los cuales indiquen el nombre del establecimiento, los servicios y donde se localiza.
- Los rótulos deberán estar en buen estado, se utilizará materiales duraderos preferiblemente madera tallada y tendrán que poseer las características de señalización turística del Ministerio del Turismo.

- Dentro del hogar comunitario se deberá contar con señalización para las bombas de agua, extintores, botiquín, entre otros.
- Los rótulos deberán tener lo mínimo de texto, ser muy específico y claro.
- Realizar un mismo tipo de señalización interna como externa, tratando de no sobre cargar el letrero.

### **Habitaciones de huéspedes**

- Cada habitación debe contar con:
  - o Basurero
  - o Velador
  - o Lámpara o velas con fósforos.
  - o Camas con colchón y lencería
  - o Ventilación suficiente
  - o Una silla o banco
- Todas las habitaciones deberán contar con ventanas (iluminación natural) e iluminación artificial.
- Las camas deben ser por lo menos de 2,10 m de largo y contar con un colchón en óptimas condiciones (no muy blando ni muy delgado).
- Las sábanas, cobijas y sobrecamas siempre estarán limpias, sin rotos y sin manchas.
- Cada habitación debe contar con un espacio para que el huésped pueda colocar su ropa, este debe contar con 5 ganchos o armadores como mínimo.
- Todo el mobiliario tendrá que estar en buen estado es decir ni roto ni sucio.
- Todas las habitaciones tendrán la posibilidad de cerrarse con llave.
- Las habitaciones deberán tener cortinas que tapen la luz solar.
- Por cada persona en la habitación se contara con una botella de agua apta para el consumo humano.
- Cada habitación deberá contar con un sistema contra insectos.

- Cada habitación contará con información sobre las normas de conducta, reglas internas del huésped, entre otros.

### **Proceso de limpieza de una habitación**

Todos los días se limpiarán y se arreglarán las habitaciones, en caso que el huésped no lo desee deberá notificar a la familia anfitriona.

- a) Antes de entrar a limpiar la habitación se tocará la puerta y dejará abierta mientras se haga la limpieza.
  - b) Se correrán las cortinas y se abrirán las ventanas para que exista ventilación en la habitación.
  - c) Si se encuentran objetos en el piso como ropa, zapatos, mochila, etc... se ordenarán los mismos.
  - d) Se tenderá la cama sacudiendo bien las sábanas y cobijas.
    - o El juego de sábanas y toallas se cambiarán cada dos días a al menos que el huésped lo solicite antes o sea necesario cambiar (estén sucias o con manchas).
  - e) Limpiar los muebles de la habitación como son los artículos decorativos, armarios, cuadros, espejos, etc.
  - f) Sacar la basura diariamente
  - g) Barrer el piso y trapear.
  - h) Verificar que estén en funcionamiento todos los aparatos electrónicos y observar que no exista daños en el mobiliario.
  - i) Verificar que las ventanas y puertas queden debidamente cerradas y las luces apagadas.
- Si es una habitación de salida se realizará la misma limpieza, se cambiará obligatoriamente de sábanas y toallas y se fumigará la habitación.

## **Baños**

- Todos los baños deberán contarán con los siguientes requerimientos:
  - o Lavamanos
  - o Inodoro
  - o Ducha
  - o Ganchos
  - o Papel higiénico
  - o Jabón
  - o Shampoo
  - o Basurero
  - o Un rodapié al pie de la ducha
  - o Espejo
  - o Una toalla para manos y una para cuerpo
  
- El baño siempre deberá estar limpio, desinfectado y sin manchas de moho o humedad.
- Las duchas deberán tener agua caliente.
- La regadera de la ducha debe ser por lo menos de 2,10 m de alto y su superficie al menos de un metro cuadro.
- Se proporcionará una toalla para el cuerpo y de manos por cada huésped (las toallas deberán estar limpias, sin manchas y sin rasgaduras).
- Todos los inodoros tendrá asiento y tapa en buen estado.
- Todo baño deberá tener ventilación natural o artificial.
- En todo momento el baño dispondrá de papel higiénico.
- Los pisos y paredes del baño deberán ser recubiertos con azulejos para su fácil limpieza y desinfección.
- Todo baño tendrá información para el cambio de toallas, disposición de basura, ahorro de agua, entre otros.

**Proceso de limpieza del baño**

- Los baños se limpiara todos los días, si el baño es comunal al menos se limpiara dos vez al día.
- Se cambiarán las toallas cada vez que se encuentren en el piso de la ducha o sea necesario cambiarlas (estén sucias o con manchas).
- Se limpiará la ducha y sus bordes.
- Se colocará desinfectante líquido en el sanitario y se procederá a limpiar.
- Se limpiará el lavamanos, las llaves de agua y el espejo.
- Se verificará el buen funcionamiento de la ducha, lavamos e inodoro.
- Barrer y trapear el baño.
- Colocar los suministros en el baño.
- Se vacía la funda del basurero dentro de otra funda donde se recogerán los desperdicios de todas las otras habitaciones.

**Recomendaciones:**

- Se recomienda implementar facilidades para discapacitados.
- Se recomienda utilizar focos ahorradores de energía.
- Proveer al huésped con artículos de aseo biodegradables como jabón o shampoo.
- En el lavamanos se recomienda la implementación de un sistema ahorrador de agua.
- Se recomienda que el menaje y la lencería de las habitaciones sean de buena calidad y de larga duración (evitar el uso de plástico para la lencería y el menaje).



**ASUNTO:** Estándares y procedimientos del área de alimentos y bebidas

**INVOLUCRADOS:** Todos los trabajadores que sean parte de la cocina como de la preparación, recepción y servicios de los alimentos.

**OBJETIVO:** Establecer normativas, estándares y procedimientos dentro y fuera de la cocina y para la manipulación de los alimentos

**RESPONSABILIDADES:** Todos los/las trabajadores/ras son responsables de su propia seguridad como la de los demás y todos/as velarán por la seguridad alimentaria. El cumplir este manual es responsabilidad de todo el personal involucrado en esta área de servicio. El/la coordinador/a y el/la vice coordinador/a serán los responsables de que la implementación y cumplimiento del manual se ejecute correctamente.

### **Alimentación**

Cada vivienda familiar tendrá la capacidad de atender el número de personas que se hospedan en su hogar con todos los implementos necesarios y el espacio correspondiente para que sus huéspedes coman de una manera confortable y cómoda.

La asociación brindará el servicio de desayuno americano el cual consta de huevos, pan, mermelada, mantequilla, jugo, café, té o chocolate y una fruta de la temporada (es decisión de cada familia modificar el desayuno por algún plato típico de la zona con previa notificación).

En el almuerzo y en la cena se brindará un menú fijo y predeterminado, elaborado según los requerimientos de los huéspedes. El servicio será a la mesa y deberá ser un menú típico de la zona con productos locales. Para las personas con requerimientos especiales en su alimentación se tendrá un menú diferente creado a las necesidades del cliente. No abra horario determinado

para el servicio de alimentación, puesto que el horario dependerá de las actividades de los huéspedes.

En el área de recreación de cada casa se tendrá a disposición del huésped una estación de café donde se proveerá de leche fresca, agua fría y caliente para té o café y galletas de sal y de dulce, en caso que el cliente desee un *snack*.

### **Recomendaciones**

- Los productos que se utilicen para la alimentación serán provenientes de la agricultura de la zona y productores de la comunidad.
- Se ofrecerá comida casera, local y de alto porcentaje nutricional.
- Se utilizará productos frescos, naturales y orgánicos de temporada.
- Se prohíbe el uso de plantas y/o animales protegidos por el estado.
- Se evitará el uso de alimentos que contengan preservantes.
- Se recomienda que las mermeladas y mantequilla sean producidas artesanalmente y elaboradas por su propia comunidad. Las frutas con las que comúnmente se elaboran mermeladas en la zona son la de guayaba y ovo.

### **Servicio de alimentos y bebidas**

- Las mesas estarán recubiertas con manteles o individuales antes de que venga el cliente y debe estar colocada toda la cubertería y cristalería.
- Se servirá primero a los niños, luego a las damas, caballeros y al último al anfitrión de la casa.
- Se retira los platos de la mesa una vez que todos hayan terminado.
- Se ofrece un postre, café o té después de haber comido.
- Limpiar y desinfectar las áreas de cocina y servicios cada vez que se haya concluido los servicios de alimentación.
- Tener la azucarera limpia y llena.
- Tener un salero limpio y lleno.

- Se debe tener la opción de ofrecer endulzante hipocalórico (Splenda).
- Se ofrecerán diferentes tipos de infusiones.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda que los vasos sean de cristal incoloro.
- La vajilla puede ser de porcelana u otro material parecido, se recomienda evitar el cristal o el plástico.
- Se recomienda utilizar vajillas elaboradas en la zona de ser posible.
- Se debe adquirir lencería para el menaje de buena calidad y de larga duración. Se recomienda evitar el plástico.

### **Funciones de el/la coordinador/a del área de alimentos y bebidas**

- Definir y elaborar las recetas estándar tanto para los alimentos como para bebidas.
- Elaborar los costos de cada plato y precio de venta al público.
- Tener conocimientos de la elaboración de ciertos cocteles, postres, panes, ensaladas y otros.
- Conocer y elaborar recetas para turistas que tienen alguna dieta especial, diabéticos, vegetarianos.
- Cumplir y hacer cumplir las normas de sanidad y manipulación de alimentos.
- Y demás funciones que le asigne la organización o sean necesarias para el funcionamiento del área.

### **Aseo del personal**

Todo el personal que se encuentre en el área de alimentación deberá cumplir siempre estas normas:

- El personal a cargo de la manipulación de los alimentos deberá bañarse todos los días y preferentemente antes de ir a trabajar.

- Es preferible que el personal no utilice perfume, puesto que puede contaminar con su aroma los alimentos.
- Usar desodorante con un aroma suave.
- Los hombres deberán tener el cabello corto y no tener barba, mientras que las mujeres deberán siempre tener el pelo recogido y con malla.
- Las uñas tanto de los hombre como de las mujeres deberán ser cortas, limpias y sin esmalte.
- Es recomendable no usar anillos, ni cadenas. ni pendientes largos puesto que se pueden caer en los alimentos.

### **Uniforme del personal dentro de la cocina**

- El personal dentro el área de cocina en todo momento deberá estar uniformado de la siguiente manera:
  - o Malla para el pelo
  - o Delantal
  - o Ropa adecuada
  - o Zapatos antideslizantes y cómodos
  - o Camiseta de magas ceñidas

### **Procedimiento de lavado de manos para la manipulación de alimentos**

- a) Mojarse las manos y el antebrazo.
- b) A continuación colarse jabón antibacterial y frotar las manos y el antebrazo, cepillarse las uñas.
- c) Enjuagarse bien las manos con abundante agua.
- d) Secarse las manos con papel o con aire caliente.
- e) Es recomendable después de lavarse las manos utilizar gel antibacterial.

**Cuando lavarse las manos**

- Antes de manipular cualquier género alimenticio.
- Después de manipular alimentos crudos.
- Al tocar la basura o el tacho de basura.
- Antes y después de ir al baño.
- Después de limpiar la cocina.
- Cuando se hayan topado cualquier zona del cuerpo.
- Y siempre que sea necesario.

**Prohibiciones en la cocina**

- No está permitido ingresar a la cocina personas que tengan síntomas de enfermedades como gripe, tos, pulmonía, hepatitis, etc.
- Está prohibido fumar, ingerir bebidas alcohólicas, etc.
- Cualquier objeto que pueda causar contaminación o distracción en la cocina no está permitido.
- Es recomendable que los niños no ingresen a la cocina puede causar algún accidente.
- No se debe escupir.
- Está prohibido arreglarse el cabello dentro de la cocina.
- No se debe limpiar la nariz en la área del trabajo

**Higiene en la cocina**

- Se deberá realizar limpieza de los utensilios y de los equipos de la cocina por lo menos una vez a la semana.
- La limpieza de la cocina, horno, campanas y filtros se realizará de igual manera una vez a la semana al menos. Se utilizará desengrasante, cepillos y abundante agua para limpiar estos instrumentos de cocina.

- Los pisos del área de cocina deberán lavarse y desinfectarse después de haber culminado con la preparación de los alimentos.
  - Se clasificará la basura en diferentes tachos y todos se mantendrán tapados.
  - Diariamente deberá vaciarse los recipientes de basura, de esa manera se evitara plagas y malos olores.
  - La vajilla, los cubiertos, vasos, utensilios, cacerolas, sartenes, ollas, cuchillos y tablas se limpiaran de la siguiente manera:
    - 1) Eliminar todos los residuos que hayan quedado
    - 2) Sumergir en abundante agua
    - 3) Lavar con detergente o lava vajillas
    - 4) Enjuagar con abundante agua, es mejor si es agua caliente
    - 5) Colocar la solución sanitizante
    - 6) Dejar secar
    - 7) Almacenar en un lugar adecuado.
- **Solución sanitizante = 2 gotas de cloro por cada litro de agua**

### **Recepción y almacenamiento de alimentos.**

A continuación se detalla ciertos alimentos que se pueden reconocer si están en óptimas condiciones para el uso humano y cuando ya es necesario desecharlos o no aceptar al momento de la compra.

## Carne fresca

- Las carnes congeladas deberán permanecer a una temperatura de  $-18^{\circ}\text{C}$
- Las carnes refrigeradas debe estar de  $0$  a  $5^{\circ}\text{C}$  máximo.
- Es muy importante marcar las carnes con la fecha de su recepción como de expiración.
- Se debe localizar las zonas para colocar las carnes crudas en el refrigerador o congelador, teniendo en cuenta que los productos crudos irán en los lugares más bajos.

| Alimentos        | Aceptar  | Rechazar  |
|------------------|--|---|
| Carne de res     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado a <math>4,4^{\circ}\text{C}</math> o a menos.</li> <li>-Color: rojo cerezo y brillante</li> <li>- Textura: firme, elástica y ligeramente húmeda</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Color: café verdoso, con manchas café o verdosas, puntos negros, blancos o verdes.</li> <li>- Textura: babosa, pegajosa o seca</li> <li>- Mal olor</li> </ul>                            |
| Carne de cordero | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado a <math>4,4^{\circ}\text{C}</math> o menos.</li> <li>- Color: rojo ligero y la grasa blanca</li> <li>- Textura: firme, elástica y ligeramente húmeda</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Color: café verdoso, con manchas café o verdosas, puntos negros, blancos o verdes. La grasa amarilla</li> <li>- Textura: Viscosa, babosa o pegajosa o seca.</li> <li>-Mal olor</li> </ul> |
| Carne de cerdo   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado a <math>4,4^{\circ}\text{C}</math> o menos.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Color: café verdoso, con manchas café o verdosas, puntos</li> </ul>   |

|         |  |  |
|---------|--|--|
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Color: rosado ligero o rosado pálido y la grasa blanca</li> <li>- Textura: firme y se retracta al tacto</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>negros, blancos o verdes. La grasa amarilla</li> <li>- Textura: Viscosa, babosa o pegajosa o seca.</li> <li>-Mal olor</li> </ul>  |
| Aves    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado a 4,4 °C o menos.</li> <li>-Color: blanco característico, sin decoloraciones o ligeramente rosado.</li> <li>Textura: firme, húmedo</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Color: morado, verdoso, una decoloración alrededor del cuello, puntas del ala obscurecidas</li> <li>-Textura: pegajosa baja las alas, por las coyunturas carne suave y blanda</li> <li>-Mal olor</li> </ul>                              |
| Pescado | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado a 4,4 °C o menos.</li> <li>-Apariencia: ojos brillantes, claros y resaltantes. Agallas rojo brillante</li> <li>-Textura: carne y barriga firme y se retracta al tacto.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apariencia: branquias grises y grises con verde, ojos hundidos o nublados y con color rojo alrededor o secos.</li> <li>Textura: suave, flácida o blanda, al oprimir con el dedo se queda marcado.</li> <li>-Mal olor, agrio.</li> </ul> |



## Congelados

| <p>-Los productos congelados deberá a estar a temperaturas hasta -18 °C.<br/>-Deben permanecer en sus empaques originales.</p> |   |  |
|--|---|--|
| <b>Alimento</b>  | <b>Aceptar</b>  | <b>Rechazar</b>  |
| Mariscos congelados  | <p>-El producto tiene que estar almacenado a -18 °C o menos.<br/>-Los empaques transparentes.</p> | <p>-Cajas o fundas rotas, presencia excesiva de escarcha, mal olor, descongelados.</p> |
| Congelados en general  | <p>-Productos almacenados a -18 °C o menos.</p>   | <p>-Cajas o fundas rotas, descongelados.</p>   |

## Huevos y embutidos

| <p>-Los embutidos como los huevos deben permanecer a temperaturas entre 1 a 5 °C.<br/>- Una vez abiertos los empaques de los embutidos, es necesario retirar su empaque original y colocarlos en un recipiente higienizado y en lo posible utilizar papel film para cubrirlos.<br/>-Los huevos hay que evitar tenerlos a temperatura ambiente o mayor.</p> |   |   |
|--|---|---|
| <b>Alimento</b>  | <b>Aceptar</b>  | <b>Rechazar</b>   |
| Huevos   | <p>-Cáscara intacta, limpia y sin mal olor</p>  | <p>- Cáscara trizada, olor a podrido.<br/>- La yema esta aplastada y la clara aguada.</p>               |
| Jamones de cerdo   | <p>-El producto tiene que estar almacenado entre los 1 a 4 °C.<br/>-Empaque transparente.<br/>- Color: Rosado</p> | <p>-Empaque deteriorado.<br/>-Color: decoloraciones, manchas verdes o azuladas.<br/>-Olor a podrido</p> |

|                    |   |  |
|--------------------|---|--|
| Embutidos de pollo | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado entre los 1 a 4 °C.</li> <li>-Empaque transparente.</li> <li>- Color: rosado pastel o blanco</li> <li>-Textura: firme</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Empaque deteriorado.</li> <li>-Color: decoloraciones, manchas verdes o azuladas.</li> <li>-Olor a podrido</li> </ul> |
| Tocino             | <ul style="list-style-type: none"> <li>-El producto tiene que estar almacenado entre los 1 a 4 °C.</li> <li>-Empaque transparente.</li> <li>- Color: rosado pastel con blanco</li> <li>-Textura: firme</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Empaque deteriorado.</li> <li>-Color: decoloraciones, manchas verdes o azuladas.</li> <li>-Olor a podrido</li> </ul> |

### **Lácteos**

- Todos los productos lácteos deberán estar marcados con su fecha de elaboración y expiración.
- Deben ser almacenados a temperatura entre 0 a 5 °C.
- El yogurt, leche y crema una vez abiertos pueden ser almacenados en su recipiente original.
- Los quesos y la mantequilla una vez abiertos pueden ser colocados en recipiente higienizados en caso que sus empaques no sirvan más.

| <b>Alimento</b>        | <b>Aceptar</b>  | <b>Rechazar</b>  |
|------------------------|---|--|
| Leche                  | -Pasteurizada y que tenga fecha de caducidad de mínimo 3 meses  | -Empaque deteriorado.<br>-Sin fecha de caducidad o ya expirada.  |
| Quesos tipo mozzarella | -Producto almacenado entre 1 a 3 °C.<br>-Fecha de caducidad mínimo 1 mes<br>- Bordes limpios y enteros. | -Empaque deteriorado.<br>-Sin fecha de caducidad o ya expirada.<br>- Mal olor  |
| Quesos maduros         | -Fecha de caducidad mínimo 2 meses<br>-Bordes limpios y enteros.  | -Empaque deteriorado.<br>-Sin fecha de caducidad o ya expirada.<br>- Mal olor  |
| Mantequilla            | -Producto almacenado entre 1 a 3 °C.<br>-Fecha de caducidad<br>-Color: blanco<br>-Olor a crema          | -Presencia de hongos verdes o azules.<br>-Sin fecha de caducidad o ya expirado<br>-Olor agrio                            |
| Crema de leche         | -Producto almacenado entre 1 a 3 °C.<br>-Debe ser pasteurizada.<br>-Con fecha de caducidad              | -Presencia de hongos verdes o azules.<br>-Sin fecha de caducidad o ya expirado<br>-Olor agrio<br>-Color: amarillo fuerte |

## Enlatados y secos

- Los alimentos secos y enlatados deberán ser almacenados en un lugar distinto a los productos de limpieza o químicos.
- Todos los alimentos deberán estar con la fecha de elaboración y vencimiento y las etiquetas deberán ser colocadas hacia al frente.
- Se debe utilizar el método PEPS (lo primero que entra lo primero que sale).
- Nunca se debe colocar la mercadería en el piso, debe estar colocada en un repisa de 15 a 20 cm del piso y si es más alto mejor.

| <b>Alimentos</b>     | <b>Aceptar</b>   | <b>Rechazar</b>  |
|----------------------|--|--|
| Enlatados en general | -Las latas deberán estar intactas, sin abolladuras u oxido.<br>-Etiquetas completas, deben tener fecha de caducidad. | -Lata hinchada, soldaduras visibles, picadas, con moho, abolladuras y con derrames.<br>-Sin fecha de caducidad o ya expiradas. |
| Harinas              | -Empacadas en fundas transparentes, con fecha de caducidad.  | -Empaque deteriorado, sin fecha de caducidad o ya expirada.  |
| Granos y secos       | -Empaque en buen estado, sin señales de insectos u otra materia extraña.   | -Empaque deteriorado, presencia de hongos, empaque perforado o roto.<br>-Presencia de insectos u otra materia.                 |

## Frutas

-Las frutas una vez utilizadas deberán ser colocadas en recipiente higienizados, se puede cortar en pedazos para que entre en los recipientes.

-La fruta sin utilizar se puede almacenar entre los 6 a 8 °C, la fruta una vez utilizada el resto de ella deberá ser refrigerada entre los 3 a 5 °C .

| <b>Alimentos</b>      | <b>Aceptar</b>                                    | <b>Rechazar</b>  |
|-----------------------|---|--|
| Plátanos              | -Firmeza, color brillante                         | -Apariencia gris u opaca, manchas negras                               |
| Claudias              | -Carne firme                                      | -Frutas que goteen, decoloración café                                  |
| Duraznos              | -Carne ligeramente suave                          | -Manchas café pálidas, carne muy dura o muy suave.                     |
| Limonos – Limas       | -Cáscara brillante                                | -Cáscara con moho, suaves, golpes, áreas con color café en la cáscara. |
| Mandarinas – naranjas | -Color naranja brillante o medio amarillo         | -Cáscara con hoyos o moho.   |
| Papayas               | -Cáscara amarillo a naranja, brillante y firme.   | -Golpes de gran tamaño, presencia de insectos.                         |
| Peras – manzanas      | -Firmeza  | -Cáscara muy suave, manchas cafés laterales.                           |
| Piñas                 | -Cáscara verde “pitón” a amarillo.                | -Moho, grandes golpes, olor desagradable, hojas color café.            |
| Sandías               | -Cáscara verde brillante, carne rojo brillante.   | -Carne babosa y pegajosa.  |
| Uvas                  | -Firmemente pegado al tallo, gordas y brillantes. | -Tallos secos, frutas que gotean, muy blandas                          |

## Vegetales

-Las verduras u hortalizas una vez utilizadas deberán ser colocadas en recipiente higienizados y se puede cortar en pedazos para que entre en los recipientes deberán ser almacenadas de 3 a 5°C.

-Las verduras u hortalizas sin utilizar se puede almacenar entre los 6 a 8 °C.

| Alimento               | Aceptar   | Rechazar   |
|------------------------|---|--|
| Apio                   | -Firmeza, crujiente   | -Hojas marchitas, decoloración interior café o negro.                          |
| Cebollas               | -Dureza, firmeza, escamas exteriores como de papel.                             | -Cuellos suaves o mojados.   |
| Coles                  | -Firmeza  | -Hojas exteriores sueltas, rasgadas, lugares suaves.                           |
| Coliflores             | -Limpia, flor blanca, hojas de color verde                                      | -Flor de color amarillos brillantes, moho o golpes de gran tamaño.             |
| Granos frescos         | -Cáscara brillante, firmeza   | -Presencia de insectos, crecimiento de plantas.                                |
| Hongos                 | -Color blanco cremoso o un café leve o claro en la parte superior de las tapas. | -Color café oscuro o negro, superficie seca.                                   |
| Lechugas               | -Hojas crujientes, color brillante  | -Puntas de color café, puntas quemadas, evidencia de insectos, descomposición. |
| Papas, yucas, mellocos | -Firmeza  | -Putrefacción verdosa, cortes grandes,   |

|              |   |   |
|--------------|---|---|
|              |   | crecimiento de plantas, muy blandas.                                    |
| Tomates      | -Color rojo, rosado o verde, suavidad moderada. | -Golpes, ralladuras profundas.  |
| Pimientos    | -Apariencia brillante, colores intensos         | -Paredes delgadas, cortaduras, orificios.                               |
| Zanahorias   | -Firmeza  | -Lugares suaves   |
| Hojas verdes | -Hojas tiernas, libres de manchas.              | -Hojas amarillentas, evidencia de insectos, babosas, en descomposición. |

## Hielo

| Alimento | Aceptar   | Rechazar   |
|----------|---|--|
| Hielo    | -Este empaquete correctamente.<br>-Tenga una referencia que sea realizado con agua potable y lleve un manejo higiénico. | -Hielo en barra<br>-El empaque este roto<br>-Presente suciedad en su interior<br>-No indique si se realizó con un manejo higiénico y con agua potable. |

### **Desinfección de alimentos**

-Las verduras y las frutas deben seguir un proceso para su limpieza y desinfección, los pasos son los siguientes:

- a) Retirar las partes dañadas
- b) En un recipiente higienizado colocar abundante agua potable
- c) Colocar una solución desinfectante (2 gotas de cloro por 1 litro de agua) u otros desinfectante.
- d) Dejar sumergidos en agua con la solución desinfectante de 10 a 15 minutos.
- e) Enjuagar con abundante agua potable

### **Seguridad en la cocina**

- Las áreas de la cocina, almacenamiento y servicios siempre deberán estar limpias, de esa manera se evita la presencia de roedores e insectos que son una fuente de enfermedades muy peligrosas.
- No debe existir artículos que obstaculicen los pasillos y entradas, esto puede causar accidentes muy graves.
- El piso siempre estará seco, en caso que se derrame algún líquido se procederá a limpiar inmediatamente.
- El personal no deberá estar apurado, deberá siempre tener calma ya que en la cocina existen superficies calientes y se puede presentar peligro de quemaduras.
- Cuando se está preparando alimentos no se debe utilizar sustancias químicas, los alimentos se pueden contaminar.
- El personal siempre deberá estar atento a la preparación de los alimentos.
- Es prohibido tener artículos inflamables dentro de la cocina.
- Nunca se transportara los chuchillos con la punta hacia fuera.
- Es prohibido jugar con los cuchillos dentro y fuera de la cocina.



- Siempre utilizar productos frescos
- No utilizar productos prohibidos y protegidos por el estado.
- Siempre estar atento de la caducidad de los productos.
- La cocina deberá contar con ventilación natural o forzada (extractor de olores).
- El personal encargado de la preparación de alimentos siempre deberán estar en permanente control de fugas de gas, electricidad o combustible

**ASUNTO:** Estándares y procedimiento de operación

**INVOLUCRADOS:** Todos los trabajadores/ras que sean parten de la operación turística

**OBJETIVO:** Establecer normativas, estándares y procedimientos en la operación turística de la asociación.

**RESPONSABILIDADES:** El cumplir este manual es responsabilidad de todo el personal involucrado en la operación turística. Siempre se deberá aplicar las normativas, estándares y procedimientos en todo momento de la operación. El coordinador/a y el vice coordinador/a serán los responsables de que la implementación y cumplimiento del manual se ejecute correctamente.

### **Coordinación general**

- EL CTC deberá contar con todos los permisos de funcionamiento para su operación establecidos por el estado.
- Deberá crear material promocional para que el turista conozca sobre el CTC.
- Se tendrá una ficha de la información del cliente.

- El CTC deberá tener una ficha de descargo de responsabilidad.
- La asociación contará con un sistema de quejas y sugerencias, donde el cliente podrá calificar al CTC mediante una ficha de satisfacción y lo depositará en un ánfora.
- Se debe contar con contratos tanto para clientes como para tour operadores.
- El CTC deberá contar con un programa de capacitación para su personal o un programa en el cual involucre a toda la comunidad.
- Debe existir un sistema fácil de contabilidad para el CTC.
- Se debe llevar hojas de reservas en donde se pueda tener toda la información necesaria para la realización de dicha reserva.
- El CTC deberá tener una marca propia (es decir un logotipo).
- No existirá ningún tipo de discriminación de carácter religioso, sexual, étnico, etc.; existiendo siempre el respeto y la tolerancia.

### **Promoción e información al cliente**

- Toda información que se brinde al turista deberá ser escrita correctamente, sin faltas de ortografía y con buena redacción.
- Se recomienda que el material de información que se dé al cliente sea escrito mínimo en dos idiomas.
- La información que se brinde al cliente deberá ser verdadera y sin ser exagerada o falsear.
- La asociación deberá tener una página web que sea de fácil acceso al igual que en la búsqueda de información. La página web deberá poseer los siguientes datos:
  - a. Misión
  - b. Visión
  - c. Valores
  - d. Logotipo
  - e. Galería de fotos

- f. Datos de contactos (teléfono, dirección, correos electrónicos, redes sociales, croquis, etc.)
- g. Actividades descritas
- h. Precios
- i. Paquetes
- j. Facilidades que se cuenta como son: habitaciones privadas, agua caliente, servicio de alimentación, entre otros.

### **Procedimiento para la realización de una reserva**

El coordinador/a o presidente/a serán los encargados de realizar las reservas, en todo momento estarán pendientes de las llamadas telefónicas y los correos electrónicos de los clientes.

- 1) No dejar sonar el teléfono más de tres timbradas se contestarán los mails el mismo día de su recepción.
- 2) Contestar el teléfono con una voz agradable, saludar y presentarse  
Ejemplo: asociación Aroma Caliente buenos días/ tardes/ noches mi nombre es ..... con quien tengo el gusto
- 3) Escuchar atentamente a las preguntas y peticiones de los clientes.
- 4) Brindar al cliente toda la información necesaria sobre el CTC (ubicación, clima, costo de los paquetes, actividades ofrecidas, que se incluye, que no se incluye, que deben traer, entre otros).
- 5) En caso que el cliente quiera realizar un reserva, pedir toda la información correspondiente como: nombre completo, número de teléfono y de celular, email, numero de CI o pasaporte, lugar de origen. cuantas personas se van alojar, cuantos días, que paquete tomarán, cuando llegarán, que hora, tipo de comida y bebidas.
- 6) Una vez anotada toda la información necesaria comprobar que todo este correcto y despedirse  
Ejemplo: Fue un gusto atenderle Sr./ Sra. .... que tenga un buen día/ tarde/ noche

- 7) Una vez realizada la reserva telefónicamente se procederá a mandar un mail de comprobación de los servicios que van adquirir y en que consiste todo el paquete. En caso que el cliente solicitó información específica o adicional, se le enviará la información correspondiente. Adicionalmente se enviará el formulario de información del huésped, tipo de ropa y equipamiento a traer, políticas de pago y de cancelación para que el cliente llene y vuelva a enviar al coordinador.
- 8) Una vez que el cliente haya aceptado las políticas y confirmado su reservación se procederá a la forma de pago donde primero se le dará a conocer al cliente el valor total de su reserva, donde estará incluido el IVA y servicio. Confirmado por el cliente que todo este correcto se le pedirá que realice un depósito bancario en la cuenta correspondiente de la asociación donde las políticas de pago serán las siguientes:
  - Si la reserva se hace con 10 días o más de antelación depositará 30% del valor total a pagar
  - Faltando 5 días se realizará nuevamente un depósito 50% de valor total (en caso que un cliente realice una reserva 5 días o menos de su llegada se le pedirá un depósito del 80%).
  - El valor restante se pagara al finalizar el paquete y si el cliente ha realizado otros gastos ese momento también cancelará
- 9) Cuando el CTC haya recibido los depósitos se le notificará al cliente el recibimiento del depósito. El coordinador será el encargado de comunicar a la comunidad sobre la llegada de los turistas y de planificar y organizar las actividades a realizarse. Una vez planificada las actividades se le enviará el itinerario al cliente.
- 10) Tres días antes de la llegada del cliente se le llamará a reconfirmar su llegada. En caso de cancelaciones se tomará los siguientes políticas:
  - Si el cliente cancela de 10 a 8 días de su llegada se le devolverá el 100% de su depósito.

- Si el cliente cancela 7 a 5 días antes de su llegada se le devolverá el 50% de su depósito.
- Si el cliente cancela la reservación 5 a 4 días antes de su llegada se le devolverá el 25% de su depósito.
- Si cancela la reservación faltando 3 a 1 día de la llegada el cliente pierde automáticamente la totalidad de su depósito al igual que un *no show* del cliente.
- Si el cliente desea realizar cambio en su reserva o la fecha de su llegada se podrá realizar 5 días antes, no se realizará ningún cambio si solicita 4 días antes de la llegada.

### **Procedimientos para la recepción de los huéspedes**

- a) Los huéspedes son recibidos por el coordinador/a del CTC, el coordinador/a e integrantes darán la bienvenida y les invitarán a pasar al CTC, (esto se realizará en el centro cultural).
  - Todo el personal deberán estar uniformados con la camiseta de la asociación y unas dos personas vestidas con la indumentaria típica.
- b) Un integrante de la comunidad les brinda una bebida refrescante.
- c) Enseguida se les realiza el *check in* donde llenarán los documentos de la recepción.
- d) El coordinador/a del CTC o la presidente/a dará la bienvenida y una breve explicación:
  - Bienvenida
  - Información sobre las actividades a realizarse
  - Horarios de alimentación
  - Políticas sobre el cuidado ambiental
  - Normas de comportamiento
  - Entre otros

- e) La familia anfitriona se presenta y les invita a dirigirse a su casa (las personas les ayudan con el equipaje).

### **Procedimiento para la recepción de los huéspedes en la casa anfitriona**

- 1) La familia se presenta.
- 2) Le enseña la habitación donde el huésped se alojará.
- 3) Después le hará conocer la casa, como funcionan las cosas dentro de la casa (televisión, interruptores, agua caliente, donde se toma agua para el consumo, entre otros).
- 4) Información ambiental, lavado de sabanas, limpieza de habitación
- 5) Se informará horarios de las comidas

### **Procedimiento de despedida**

- 1) Se reúne a la comunidad que ha participado con el turista para darle la despedida.
- 2) Se realizará lo siguiente: agradecimiento por haber venido, se le entregara la hoja de satisfacción para que la llene, se envía un *souvenir*.
- 3) Se procede a cobrarle al cliente el valor restante del depósito más los gastos que ha consumido.
- 4) Se le brinda una bebida antes de partir.
- 5) Se le ayuda con el equipaje y se despide

### **Responsabilidades y requisitos de los/las guías**

- La persona que guía tiene que ser acreditado/a con la licencia de guía comunitario.
- Debe tener conocimiento de un idioma extranjero mínimo.

- La persona que realice la actividad de guiar deberá tener conocimiento de lugar donde se está desarrollando la actividad.
- Debe ser una persona carismática y con destrezas orales.
- Antes de comenzar con la actividad, el guía deberá dar una explicación del lugar a donde se va a desarrollar el recorrido, se explicará las normas de comportamiento dentro de la excursión.
- El guía será el primero en demostrar puntualidad y en seguir las reglas de comportamiento.
- El guía siempre estará pendiente de todos los integrantes del grupo. Él se encargará de llevar todos los implementos para el recorrido como puede ser: funda de recolección de basura, agua, alimentos, linterna, brújula, botiquín de primeros auxilios, entre otros.
- El guía estará siempre preparado para acudir a una emergencia, tiene que estar capacitado en primeros auxilios.
- Velará por el bienestar de cada uno de los integrantes.

### **Seguridad e higiene**

- Cada hogar comunitario tendrá en su casa un botiquín de primeros auxilios con todos los productos no expirados. El botiquín tendrá que estar en lugar visible y de fácil acceso.
- Cada casa tendrá un extintor de incendios, el extintor deberá estar en un lugar visible y de fácil acceso.
- En cada casa deberá haber un miembro de la familia que tenga conocimientos de primeros auxilios.
- Cada casa tendrá los números de emergencias y la ubicación de cada uno, debe estar colocado en un lugar visible.
- Se debe contar una linterna en caso de emergencias, (se sugiere tener más de una).
- Se debe brindar a los clientes agua segura para el consumo.

- No debe existir en el hogar ningún cable pelado.
- La casa deberá proveer un tipo de custodia donde el turista pueda guardar los objetos de valor.
- Se tendrá un sistema de comunicación (teléfono fijo, celular, radio con sistema de comunicación, etc.)
- Se deberá evitar focos infecciosos por suciedad, podredumbre o aguas estancadas.
- Se deberá realizar fumigaciones y control de plagas periódicamente con productos naturales.
- 

**ASUNTO:** Recomendaciones ambientales

**INVOLUCRADOS:** Todos los trabajadores/ras que sean parte de la operación turística y en sí toda la comunidad.

**OBJETIVO:** Fomentar un comportamiento responsable con el medio, procurando crear el menor impacto negativo posible en el ecosistema.

**RESPONSABILIDADES:** El cumplir este manual es responsabilidad de todo el personal involucrado en la operación turística y en sí toda la comunidad. El coordinador/a y el vice coordinador/a serán los responsables de que la implementación y cumplimiento del manual se ejecute correctamente y crear capacitaciones periódicas para la comunidad.

## **Recomendaciones Ambientales**

### **Agua**

- Verificar constantemente los elementos que puedan causar fugas de agua. Ejemplos: tubería rota, llaves en mal estado, etc.



- Implementar accesorios que ayuden al ahorro del agua. Ejemplo grifo de agua ahorrador, tanque de agua en el inodoro para ahorro de agua, entre otros.
- Re utilizar el agua que se desinfecta la fruta para regar la huerta o las plantas.
- Crear capacitaciones para el resto de la comunidad y para el personal involucrado en la operación turística sobre el uso y el ahorro del agua.
- Las aguas grises con su tratamiento adecuado son reutilizables para regar jardines y el exterior de la vivienda.
- Las aguas negras no pueden ser vertidas en el río sin previo tratamiento.

### **Energía**

- Es recomendable tener un medidor de energía para conocer su consumo.
- Utilizar focos ahorradores de energía.
- Prender los focos y los aparatos electrónicos únicamente cuando sea necesario su uso.
- Identificar constantemente si existe pérdida o fuga de energía.
- Verificar que no exista cables pelados, puesto que esto causa una pérdida de energía y además se puede ocasionar graves accidentes.
- Es recomendable implementar energías renovables como son los paneles solares, biodigestores, entre otros.
- Ejecutar un programa sobre el uso y el ahorro de la energía concientizando a la comunidad.

### **Flora y Fauna**

- Se debe tener el cuidado sobre la flora y fauna nativa en la zona que únicamente sea para uso local y no de comercialización a otros sectores.

- Es necesario conocer las áreas específicas para el uso de cada actividad con el fin de no afectar la naturaleza causando impactos negativos.
- Crear un plan de reforestación de especies nativas en la zona con toda la comunidad apoyando a la reforestación local.
- No introducir especies de animales y/o vegetación que no sean nativas al territorio.
- Prohibir la fabricación y la elaboración de comida, artesanías, entre otros con especies en peligro de extinción.
- Ejecutar un programa de responsabilidad y prevención de incendios de bosques.
- 

### **Desechos**

- El CTC y la comunidad deberá clasificar la basura (orgánica, plástico, vidrio, papel), con el fin de aplicar métodos de reciclaje.
- Implementar basureros alrededor del CTC y la comunidad a fin que los desechos sean colocados en los tachos de basura correspondientes y no regados por la zona.
- Los desechos que no son procesables dentro de la zona, deberán recolectarse en un solo lugar para posteriormente llevar al centro más cercano de acopio para que sean procesados. Ejemplo: las pilas,
- chatarras, celulares, computadoras y entre otros.
- Implementar procesos de reciclaje con la comunidad a fin de reutilizar los desechos con la fabricación de artículos decorativos y los desechos orgánicos que sean utilizados como abono en los sembríos.

**HERRAMIENTAS**

Ficha para realizar una reserva

|                        |  |
|------------------------|--|
| Nombre completo        |  |
| CI                     |  |
| Número de personas     |  |
| Número de teléfono     |  |
| Número de celular      |  |
| Email                  |  |
| Fecha de llegada       |  |
| Fecha de salida        |  |
| Paquete que escogieron |  |
| Hora de llegada        |  |
| Comentarios            |  |

## Ficha de información de huésped

|  |                                    |                                   |                                 |
|--|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| Nombre y apellido:   |                                    |                                   |                                 |
| CI:  |                                    | Fecha de nacimiento:              |                                 |
| Dirección de domicilio:                                    |                                    |                                   |                                 |
| Edad:  | Masculino <input type="checkbox"/> | Femenino <input type="checkbox"/> |                                 |
| Nacionalidad :   |                                    | Idioma Nativo:                    |                                 |
| Peso   | Kg                                 | Altura                            | cm                              |
| Nombre y número de teléfono en caso de emergencia:         |                                    |                                   |                                 |
| Alergias a medicina  |                                    |                                   |                                 |
| Alergia a alimentos/ bebidas:                              |                                    |                                   |                                 |
| Posee alguna enfermedad que requiera cuidados actualmente: |                                    |                                   |                                 |
| Nivel de exigencia física:                                 | Fácil <input type="checkbox"/>     | Medio <input type="checkbox"/>    | Fuerte <input type="checkbox"/> |
| Tipo de comida requerida:                                  |                                    |                                   |                                 |
| <input type="checkbox"/> Vegetariana                       | <input type="checkbox"/> Normal    | <input type="checkbox"/> Otra     |                                 |
| Comentarios:   |                                    |                                   |                                 |

Ficha para la evaluación de la satisfacción de los visitantes

| <b>SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES</b>                                 |                          |              |                |             |
|--|--------------------------|--------------|----------------|-------------|
| <b>POR FAVOR EVALUE NUESTROS SERVICIOS, SU OPINIÓN ES MUY IMPORTANTE</b> |                          |              |                |             |
| <b>SERVICIO</b>  | <b>EXCELENTE</b>         | <b>BUENO</b> | <b>REGULAR</b> | <b>MALO</b> |
| El trato y la hospitalidad que el personal le brindo fue                 |                          |              |                |             |
| La limpieza de su habitación y de la casa comunitaria fue                |                          |              |                |             |
| La comodidad y el confort fue  |                          |              |                |             |
| El servicio de alimentación fue  |                          |              |                |             |
| Las actividades que realizó fueron                                       |                          |              |                |             |
| La relación calidad precio es  |                          |              |                |             |
| El cumplimiento de sus expectativas son                                  |                          |              |                |             |
| Lo que más le gusto fue:   |                          |              |                |             |
| Lo que menos le gusto fue :  |                          |              |                |             |
| Comentarios y recomendaciones:   |                          |              |                |             |
| <b>Nombre del visitante:</b>   | <b>Fecha de llegada:</b> |              |                |             |
| <b>Email:</b>  |                          |              |                |             |

Ejemplo Contrato

## CONTRATO DE SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

Comparecen a la celebración de este documento por una parte la Sra. Olga Palacios en su calidad de coordinadora de la ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE, identificada con R.U.C. N° 1713674198001 ubicada en el Juncal, provincia de Imbabura. Y otra parte el Sr. Carlos Yépez Coordinador regional de la empresa LTREL identificada con R.U.C N° 1713584798001; los mismos que convienen en celebrar el contrato contenido en las cláusulas que a continuación se estipulan:

**Primera.-** La empresa LTREL contrata los servicios de alimentación a la Asociación Aroma Caliente la cual se llevara a cabo el día 18 de Junio del 2014 desde las 12h00 hasta las 16h00, hora local. En virtud del presente contrato la Asociación Aroma Caliente se obliga a brindar los servicios de alimentación encargándose por tanto de: la alimentación, bebidas no alcohólicas, mesas, sillas, según nuestra la Cotización N° 18 que forma parte de éste Contrato para No 150 personas.

Queda entendido que el servicio de alimentación comprende de:

**Entrada:** Sopa de frejol

**Plato fuerte:** Pollo al jugo, arroz, yuca asada y ensalada fresca (tomate, lechuga, pepinillos, aguacate)

**Postre:** Dulce de ovo

**Bebida:** Chicha de arroz

**Segunda.-** El Sr Carlos Yépez Coordinador regional de la empresa LTREL se obliga a pagarle a la Asociación Aroma Caliente por todo el servicio contratado, el valor siguiente:

- La suma de \$750,00 (setecientos cincuenta y 00/100 dólares), por todo concepto. \$ 5,00 x Personas = \$750,00

- Se realizará un abono a la firma del presente contrato con el 40% (\$300,00) 15 días antes del evento y el saldo restante se realizará el pago el día del evento (60%)

**Tercera.-** Los asistentes al evento serán 150 personas, el Sr Carlos Yépez podrá modificar en un 20 % unilateralmente la cantidad de invitados, siempre que lo haga con 8 (ocho) días de anticipación previas a la fecha del evento, teniendo que respetar a la Asociación Aroma Caliente todos los precios y condiciones estipulados para el servicio del presente contrato. Para su constatación, la declaración sobre la variación en el número de asistentes deberá realizarse por cualquier medio del que quede constancia.

**Cuarta.-** La Asociación Aroma Caliente se obliga a utilizar productos con excelente estado de conservación e higiene en la manipulación de alimentos.

**Quinta.-** Se reserva el derecho de cancelar el evento en el caso de incumplimiento de alguna cláusula del presente contrato o en caso de que alguna situación ponga en riesgo la seguridad de sus asistentes y personal. Los otorgantes declaran haber aceptado todas las cláusulas del presente contrato y es de su libre voluntad haber aceptado. Se firmó el contrato el día 25 de junio del 2014

.....  
**Sra. Olga Palacios**  
CI 175939294934  
**Coordinadora**

.....  
**Sr. Carlos Yépez**  
CI 1713584898  
**Cliente**

## Ejemplo de Cotización de un tours

| ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE |   |                 |               |
|---------------------------|---|-----------------|---------------|
| RUC 1233547789            |   |                 |               |
| TELF 23456778             |   |                 |               |
| Cliente:                  | Carla Samaniego   |                 |               |
| Dirección:                | Quito   |                 |               |
| Fecha:                    | 12/12/13  | Telf:           |               |
| CANT.                     | DETALLE   | V. UNIT         | V. TOTAL      |
| 10                        | Paquetes Turísticos de un día, incluye;   | 20              | 200           |
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 actividades ( abajo detalladas)</li> </ul>                 |                 |               |
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso a finca agro turística</li> </ul>                    |                 |               |
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alimentación ( 1 desayuno, 1 almuerzo y una cena)</li> </ul> |                 |               |
|                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una noche de alojamiento en hogares comunitarios.</li> </ul> |                 |               |
|                           |   |                 |               |
|                           |   | <b>Subtotal</b> | 200           |
|                           |   | <b>IVA 0%</b>   |               |
|                           |   |                 |               |
|                           |   | <b>IVA 12%</b>  | 24            |
|                           |   | <b>TOTAL</b>    | <b>224,00</b> |



## Ejemplo de itinerario

| DIA | ACTIVIDAD  |
|-----|--|
| 1   | <p><b>09h00</b> Arribo en la Comunidad del Juncal. Bienvenida</p> <p><b>10h30</b> Cada familia anfitriona lleva a sus huéspedes a su casa para acomodación y asignación de habitaciones.</p> <p><b>11h00</b> Actividad #1</p> <p><b>13h00</b> Almuerzo</p> <p><b>15h00</b> Descanso</p> <p><b>16h00</b> Actividad #2</p> <p><b>18h00</b> Paseo por la comunidad</p> <p><b>20h00</b> Merienda</p> |
| 2   | <p><b>08h00</b> Desayuno en una hogar</p> <p><b>09h00</b> Visita a la finca agoturística</p> <p><b>12h30</b> Despedida</p>   |

## Consideraciones;

- 1.-Debido a la disponibilidad del tiempo, y las distancias entre los sitios a visitar, se ha sugerido el itinerario.
- 2.- En el tema de hospedaje, se designarán los hogares de la comunidad los cuales se puede hospedar hasta 4 personas por casa.
- 3.- Para la reservación del mismo, será importante que se confirme vía e-mail y se realice el depósito correspondiente.

Ejemplo de carta de liberación de Responsabilidad

### **CARTA DE LIBERACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Declaro y doy por entendido que mi participación en las actividades organizada y dirigidas por la ASOCIACIÓN AROMA CALIENTE, puede involucrar riesgos, que incluye entre otros, los peligros de viajar o atravesar terrenos, que exige ciertos riesgos inherentes como, retraso, pérdida, lesión, enfermedad o muerte y que la atención medica en tales áreas quizás sea limitada de obtener como la situación pueda rápidamente exigir. Estar en la naturaleza puede implicar un cierto riesgo y lo asumo.

Si el viaje no puede continuar y tiene que terminar antes debido a las condiciones meteorológicas o por decisión del guía encargado, basada en imponderables de fuerza mayor, no significa ningún reembolso. Cualquier costo que no se incluya en el programa será cubierto por mí previo acuerdo entre las partes. Entiendo que soy responsable por el equipo e inmueble que me asignen o que ocupe y responderé por cualquier pérdida o daño. También conozco las condiciones (abajo descritos) y declaro cumplir con ellos y acepto las condiciones de un viaje en la naturaleza.

#### **Condiciones:**

- Estado físico y salud compatible con la actividad a desarrollar.
- Indicar previamente cualquier enfermedad o problema de salud (alergias, asma, diabetes, problemas cardíacos, etc... previo a la realización del viaje.)
- Atenerse estrictamente a las indicaciones de los guías durante las travesías.
- El programa puede modificarse en cualquiera de sus etapas ante condiciones meteorológicas adversas o hechos repentinos, fortuitos pudieran afectar la seguridad del grupo.
- Cada participante es responsable del equipo que se le proporciona y

está obligado a asumir cualquier pérdida o daño de éste.

- Absuelvo a la Asociación Aroma Caliente, de cualquier culpa y declaro que no entablaré juicios ni demandas por cualquier daño o lesión que yo sufra, que sea de mi responsabilidad y que nazca de mi participación en el curso o en cualquiera otra actividad organizada o por la Asociación Aroma Caliente.
- La Asociación Aroma Caliente no será responsable de manera alguna por los daños o lesiones que yo reciba de otro u otros participantes del curso o actividad.

Yo .....  
con la CI o pasaporte número .....declaro  
haber leído, comprendido y acepto todas las condiciones existentes referentes  
entre otras a políticas de Cancelación, Devolución , Modificación y Evacuación.

FIRMA .....

## Ejemplo de cotización del servicio de alimentación

De mis consideraciones

Por medio de la presente nos es muy grato saludarles a nombre de la **Asociación Aroma Caliente**, a continuación se les envía la cotización del menú anteriormente solicitada vía telefónica por ustedes para el día 18 de Junio del 2014 para 100 personas.

| Opción # 1  | Opción #2   |
|---|---|
| <b>Entrada:</b><br>Sopa de frejol   | <b>Entrada:</b><br>Empanada de verde con queso  |
| <b>Plato fuerte:</b><br>Pollo al jugo, arroz, yuca asada, ensalada fresca (tomate, lechuga, pepinillo y aguacate) | <b>Plato fuerte:</b><br>Carne , arroz, maduro frito y ensalada fresca ( tomate, lechuga, pepinillo) |
| <b>Postre:</b><br>Dulce de ovo  | <b>Postre:</b><br>Dulce de guayaba  |
| <b>Bebida:</b><br>Chicha de arroz   | <b>Bebida:</b><br>Limonada  |
| <b>Precio por persona</b><br>\$4  | <b>Precio por persona:</b><br>\$3   |

\*Si las personas desean una bebida adicional tendrá un costo de \$0,50 ctvs. por vaso.

Esperamos que sea de su agrado los menús, cualquier novedad por favor déjenos saber.

Muy Atentamente

Olga Palacios

## Ejemplo de la presentación de llegada de clientes

Buenos días/tarde/noche mi nombre es .... soy el coordinador/a del CTC Asociación Aroma Caliente y para mí y la comunidad es un gusto tenerle con nosotros. Mi mayor responsabilidad es que ustedes tengan una memorable experiencia junto a la comunidad del Juncal. Estoy disponible todo el día y noche por cualquier necesidad que ustedes dispongan. Somos una comunidad afro ecuatoriana, estamos ubicados a 35 km de la ciudad de Ibarra y a 85 km de la ciudad de Tulcán. Estamos a 1560 metros sobre el nivel del mar aproximadamente y a una temperatura promedio de 23 grados centígrados. Somos nuevos en el mercado, venimos trabajando con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los pobladores mediante el manejo adecuado de los recursos naturales, desarrollando actividades que apuntan a un desarrollo sustentable, entre esas el Turismo Comunitario, lo cual nos ha permitido conocer y compartir con mucha gente lo que en la comunidad realizamos.

Las actividades a desarrollarse serán según el itinerario que ustedes poseen, podrá variar un poco si no se lo realiza en tiempo el indicado, retrasando así un poco a las otras actividades. Se les pide de favor seguir todas las instrucciones que los guías y la familia anfitriona les comunique para que su visita sea lo más placentera junto a nosotros.

Como ustedes saben se les destinará un hogar comunitario donde alojarse, cada uno de ustedes va a poseer en su habitación una botella de agua la cual podrán rellenar cada vez que deseen. Cada familia les explicará donde podrán llenar con agua apta para el consumo humano y así se podrá reutilizar la botella causando así el menor impacto ambiental posible. Se les recomienda siempre estar pendientes de cerrar las llaves de agua puesto que la comunidad no posee un gran cantidad de agua y de esa manera ahorraremos.

Por favor cuidemos todo dentro de cada hogar comunitario puesto que cada familia ha hecho un gran esfuerzo para amoblar su casa en las condiciones óptimas para recibirlos.

A continuación les presentaré a las familias donde ustedes se hospedarán. ( se realiza la presentación).

## Ejemplo de información para cliente

Estimado Carlos,

Gracias por contactarse con nosotros, es un placer poderle atender.

Somos una comunidad afro ecuatoriana, estamos ubicados a 35 km de la ciudad de Ibarra y a 85 km de la ciudad de Tulcán. Estamos a 1560 metros sobre el nivel del mar aproximadamente y a una temperatura promedio de 23 grados centígrados. Somos nuevos en el mercado, venimos trabajando con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los pobladores mediante el manejo adecuado de los recursos naturales, desarrollando actividades que apuntan a un desarrollo sustentable, entre esas el Turismo Comunitario, lo cual nos ha permitido conocer y compartir con mucha gente lo que en la comunidad realizamos.

A continuación se detalla la información que usted nos solicitó vía telefónica.

### **Valor diario por persona \$33 ,00**

Incluye:

- Desayuno
- Almuerzo
- Merienda
- Alojamiento (en casas de familias)

### **Actividades:**

- Caminatas guiadas por la loma de tunas y por la zona de la comunidad
- Visita a la fabricación de mermeladas y helado de ovo (incluye degustación)
- Juegos y dinámicas ecológicas en la noche
- Visita a la finca agro turística

## **Itinerario de visita**

### **DÍA UNO**

- Bienvenida al grupo de visitantes.
- Charla sobre los proyectos comunitarios y organización comunitaria.
- Explicación breve sobre la cultura afroecuatoriana en el centro cultural.
- Distribución con las familias comunitarias
- Almuerzo en la casa de un miembro de la comunidad con productos de la zona.
- Visita y participación en las actividades de fabricación de mermelada y helado de ovo.
- Cena en la casa de un miembro de la comunidad
- Caminata nocturna por la comunidad
- Juegos y dinámicas
- Explicación de lo que se realizará el día siguiente
- Dormir en las casas familiares de la comunidad.

### **DÍA DOS**

- Refrigerio
- Caminata a las lomas de tunas
- Desayuno
- Visita la finca agro turística
- Evaluación y retroalimentación de la visita
- Despedida



| <b>Incluye:</b>   | <b>No incluye:</b>   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entrada a la finca comunitaria.</li> <li>➤ Entrada a las plantaciones de tuna.</li> <li>➤ 3 comidas y 1 refrigerio con productos de la zona</li> <li>➤ Visita a la comunidad</li> <li>➤ Entrada a la fabricación de mermeladas y helados de ovo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicios no especificados en el programa.</li> <li>➤ Seguros.</li> <li>➤ Alimentos o bebidas extras</li> </ul> |

**Que llevar:**

Los visitantes deben llevar todo lo que requieran de acuerdo al programa acordado; cosas básicas como estas se pueden anotar:

- Gorro para el sol
- Repelente para insectos
- Impermeable en época de invierno
- Zapatos de montaña o deportivos
- Guantes de trabajo si van hacer trabajo comunitario
- Chompa abrigada
- Cantimplora para el agua
- Ropa cómoda y no muy abrigada
- Protector solar

Los visitantes pueden llevar (opcional)

- Cámara de fotos
- Binoculares
- Navaja con varios servicios
- Grabadora pequeña con cassette en blanco (para grabar información o sonidos)

**Que no llevar:**

- Bebidas alcohólicas y/o drogas
- Cigarrillos
- Mascotas

**Opciones de menú**

| <b>Opción # 1</b>   | <b>Opción #2</b>  |
|---|---|
| <b>Entrada:</b><br>Sopa de frejol   | <b>Entrada:</b><br>Empanada de verde con queso  |
| <b>Plato fuerte:</b><br>Pollo al jugo, arroz, yuca asada, ensalada fresca (tomate, lechuga, pepinillo y aguacate) | <b>Plato fuerte:</b><br>Carne , arroz, maduro frito y ensalada fresca ( tomate, lechuga, pepinillo) |
| <b>Postre:</b><br>Dulce de ovo  | <b>Postre:</b><br>Dulce de guayaba  |
| <b>Bebida:</b><br>Chicha de arroz   | <b>Bebida:</b><br>Limonada  |

Por favor déjeme saber si este programa está acorde a sus necesidades y gusto para poder realizar el itinerario correspondiente.

Atentamente,

Olga Palacios

Asociación Aroma Caliente

Telf: 0986737853

[aromacaliente@yahoo.com](mailto:aromacaliente@yahoo.com)

## Referencias

Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura [ASEC], Programa de Pequeñas Donaciones [PPD], Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Mundial de Turismo [OMT], Universidad de las Américas [UDLA]. (2012). *Manual de Buenas Prácticas: Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria*. Quito, Ecuador: Bolívar Lucio N.

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (2007). *Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador*. Quito, Ecuador: Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

Gobierno Provincial de Imbabura. (2011). *Manual de manipulación higiénica de alimentos*. Ibarra, Ecuador: Macvisión



