



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS ENFOCADO EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS PARA LA ASOCIACIÓN “EI PARAÍSO DEL RÍO MASHPI”.

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

Profesor Guía

Walter Omar Ocaña Zambrano

Autora

Josselin Patricia Arellano Cajas

Año

2016

## **DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el 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.”

---

Walter Ocaña

Maestro en Ciencias Sociales

C.C.171600394-0

### **DECLARACIÓN AUTORIA 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.”

---

Josselin Patricia Arellano Cajas

C.C.172567556-3

## AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de las Américas, por concederme la oportunidad de formarme profesionalmente en tan bella institución.

A la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la UDLA y a mis maestros, quienes, con sus enseñanzas, impartieron conocimientos para el logro de nuestros propósitos y metas profesionales.

A mi tutor y coordinador del equipo de vinculación con la comunidad de la Escuela HYT UDLA Msc. Walter Ocaña, por la apertura, confianza y apoyo dentro del equipo de vinculación y, además, por ser mi guía durante el desarrollo de este proyecto.

A todos los miembros de la comunidad “San José de Mashpi” por acogerme e incluirme como una más de sus miembros.



## DEDICATORIA

A la persona más importante de mi vida, el Rey de reyes y Señor de señores, el Mesías, el judío, mi Jesús y Dios todopoderoso, de quien viene la inteligencia y el conocimiento (Pr.2:6).

A mis amados padres Milton y Patricia, y a mi hermana Sandy, que con tanto amor me han educado e impartido el amor de Dios en mi vida, quienes siempre me apoyaron y confiaron en mí durante toda mi etapa universitaria; ellos han sido mi inspiración y soporte para cumplir mis metas y propósitos, sabiendo que mientras mi confianza está en Dios, todo es posible, por eso siempre diré:

***¡A Dios sea la Gloria!***

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación forma parte del proyecto “Fortalecimiento de las capacidades locales para el fomento del turismo en las Áreas de Conservación y Uso Sustentable del Distrito Metropolitano de Quito” desarrollado por la EHYT de la UDLA, para la asociación “El Paraíso del Río Mashpi”, ubicada al noroccidente del DMQ; cuyo objetivo principal, es el diseño de un manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios de alojamiento, alimentación y operación turística.

En el primer capítulo, aborda temas relacionados con el turismo y su importancia como sector económico; el turismo comunitario en el Ecuador: definición, etapas evolutivas; y, la importancia de las buenas prácticas para el turismo comunitario; como fundamentos para el desarrollo del marco teórico.

En el segundo capítulo, se efectúa un análisis de la situación actual de la asociación, el cual abarca: una breve reseña histórica, objetivos y organigrama. Adicionalmente, se identifica y describe los servicios ofertados, se realiza el *benchmarking* y a partir de este, se obtiene la ventaja competitiva de la misma. En el tercer capítulo, se muestra el perfil del visitante de la comunidad San José de Mashpi, así como, el nivel de satisfacción de los individuos que consumieron en los establecimientos turísticos y/o visitaron la comunidad, como resultantes de un sondeo de opinión mediante encuestas.

En el cuarto capítulo, se detallan los *blueprints* actuales utilizados por la asociación para visitantes individuales o grupos organizados, mismos que permiten visualizar los posibles errores presentes en la operación; así mismo, mediante la aplicación de fichas de evaluación y del análisis de la matriz FODA, se definen alternativas que proponen una gestión turística sostenible.

En el quinto capítulo, se puede visualizar el desarrollo de la propuesta de mejora con un enfoque sostenible, que incluye: los mapas de procesos optimizados, el manual de Buenas Prácticas. Finalmente, el sexto capítulo incluye el presupuesto de mejoras y, su respectivo cronograma de intervención.

## ABSTRACT

The present project is part of the project "Strengthening of local capacities for the tourism promotion in the Areas of Conservation and Sustainable Use of the Metropolitan District of Quito" developed by the Hospitality and Tourism School from the University of the Americas for "El Paraíso del Río Mashpi" association, located in the northwest of the Metropolitan District of Quito; whose main objective, is the design of a manual of best practices focused on the provision of community tourism services of accommodation, food and tourism operation.

The first chapter, addresses topics related with tourism and its importance as an economic sector; community tourism in Ecuador: definition, evolutionary stages; and, the importance of best practices for community tourism; as the basis for the development of the theoretical framework.

In the second chapter, an analysis of the current situation of the association is made, which comprises: a brief history review, objectives and organization chart. In addition, the offered services are identified and described, the benchmarking is done and starting from this, the competitive advantage of the association is obtained.

In the third chapter, the visitor's profile of the San José de Mashpi community is shown, as well as, the satisfaction level of the individuals who consumed in the tourist establishments and/or visited the community, as a result of an opinion poll through surveys.

In the fourth chapter, the current blueprints used by the association for individual visitors or organized groups are detailed, allowing to visualize the possible errors in the operation; likewise, through the application of evaluation cards and the SWOT analysis matrix, alternatives that propose a sustainable tourism management, are defined.

In the fifth chapter, the development of the improvement proposal with a sustainable approach can be visualized; which includes: the optimized blueprints, the best practices' manual. Finally, the sixth chapter includes the improvement budget and, its respective intervention schedule.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
ANTECEDENTES .....	1
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	2
OBJETIVOS.....	3
Objetivo general .....	3
Objetivos específicos .....	3
METODOLOGÍA.....	3
Tipo de Investigación .....	3
Estrategias Metodológicas .....	4
1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	7
1.1. TURISMO Y SU IMPORTANCIA COMO SECTOR ECONÓMICO .....	7
1.2. TURISMO EN LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	7
1.3. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO .....	8
1.4. TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR .....	9
1.5. HISTORIA DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR.....	11
1.6. MARCO LEGAL DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR .....	13
1.7. BUENAS PRÁCTICAS EN TURISMO.....	14
1.8. ORIGEN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN TURISMO.....	15
1.9. PROBLEMÁTICAS QUE SE PRESENTAN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS .....	17
1.10. BUENAS PRÁCTICAS ENFOCADO EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMUNITARIO .....	18
2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA.....	20
2.1. COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN .....	20

2.1.1. Caracterización de la empresa .....	20
2.1.1.1. Nombre de la empresa .....	20
2.1.1.2. Breve reseña histórica .....	20
2.1.1.3. Imagen corporativa .....	22
2.1.1.4. Localización .....	22
2.1.1.5. Misión .....	23
2.1.1.6. Visión .....	23
2.1.1.7. Objetivos empresariales .....	23
2.1.1.8. Políticas empresariales.....	25
2.1.1.9. Políticas de calidad.....	25
2.1.1.10. Valores y principios empresariales .....	25
2.1.1.11. Organigrama.....	25
2.1.2. Análisis de interno y externo de la empresa .....	27
2.1.2.1. Identificación y descripción de los servicios ofertados.....	27
2.1.2.2. Normas existentes .....	30
2.1.2.3. Benchmarking.....	30
2.1.2.4. Ventaja competitiva .....	38
<b>3. CAPÍTULO III: ENFOQUE BASADO EN EL CLIENTE ...</b>	<b>40</b>
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO ACTUAL.....	40
3.1.1. Caracterización de la demanda actual.....	40
3.1.1.1. Identificación de la demanda histórica .....	40
3.1.1.2. Caracterización del perfil del visitante del ACUS Mashpi .....	41
3.1.1.2. Caracterización del perfil del visitante de la ASOSELPAM.....	42
3.1.2. Breve análisis de las expectativas del cliente .....	49
3.1.2.1. Definición de las variables de análisis .....	49
3.1.2.2. Definición de los instrumentos de evaluación .....	52
3.1.2.3. Aplicación y procesamiento de la información .....	53
<b>4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE PROCESOS .....</b>	<b>76</b>
4.1. MAPA DE PROCESOS (BLUEPRINT ACTUAL) .....	76

4.1.1. Identificación de la situación actual .....	76
4.1.1.1. Identificación de las áreas de análisis .....	76
4.1.1.2. Descripción de los procesos de servicio por área/ tipo de establecimiento y zona de servicio .....	84
4.1.1.3. Lista de posibles errores (identificación de los puntos críticos) .....	87
4.1.1.4. Qué puede fallar y qué se debe hacer para evitarlo .....	95
4.1.2. Evaluación y problematización .....	97
4.1.2.1. Lista de chequeo .....	103
4.1.2.2. Análisis FODA .....	103
4.1.2.3. FODA cruzado .....	105
4.1.2.4. Definición de estrategias .....	107
<b>5. CAPÍTULO V: PROPUESTA DE MEJORAS .....</b>	<b>109</b>
5.1. PLANIFICACIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL TURISMO COMUNITARIO .....	109
5.1.1. Responsabilidad de la asociación para la sostenibilidad.....	110
5.1.1.1. Planteamiento de la política de sostenibilidad de la asociación.....	110
5.1.1.2. Planteamiento de los objetivos para la sostenibilidad.....	110
5.1.1.3. Definición de las metas/indicadores de sostenibilidad.....	111
5.1.1.4. Delegación de responsabilidades .....	113
5.1.1.4.1. Junta General.....	113
5.1.1.4.2. Junta directiva .....	114
5.1.1.4.3. Junta de vigilancia.....	114
5.1.1.4.4. Administrador/a .....	115
5.1.1.4.5. Presidente/a de la asociación.....	116
5.1.1.4.6. Secretario/a .....	117
5.1.1.4.7. Tesorero .....	118
5.1.1.4.8. Vocales.....	118
5.1.1.4.9. Contador/a.....	119

5.1.1.5. Comunicación interna .....	119
5.1.2. Mapas de procesos optimizados.....	122
5.1.2.1. Descripción optimizada de los procesos de servicios .....	123
5.1.2.2. Elaboración de estándares .....	127
5.1.2.3. Estrategias de medición, análisis y mejora .....	129
5.2. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN .....	129
5.2.1. Manual de Buenas Prácticas.....	129
5.2.2. Propuesta de formación y capacitación.....	130
5.2.3. Infraestructura .....	131
5.2.4. Buenas Prácticas Ambientales.....	133
5.2.5. Herramientas de operación turística.....	133
5.2.6. Kit para el visitante .....	135
5.2.7. Imagen asociativa .....	135
<b>6. CAPÍTULO VI: PRESUPUESTO DE</b>	
<b>INTERVENCIÓN.....</b>	<b>136</b>
6.1. PRESUPUESTO DE MEJORAS .....	136
6.2. CRONOGRAMA DE INTERVENCIÓN.....	145
CONCLUSIONES.....	148
RECOMENDACIONES .....	150
REFERENCIAS .....	152
ANEXOS .....	160



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Síntesis histórica de los orígenes del Turismo Comunitario en Ecuador.....	11
Tabla 2. Objetivos socio empresariales de ASOSELPAM.....	23
Tabla 3. Descripción funciones de socios de ASOSELPAM.....	26
Tabla 4. Descripción de los servicios ofertados por la ASOSELPAM.....	28
Tabla 5. Matriz Comparativa y <i>Benchmarking</i> .....	33
Tabla 6. <i>Benchmarking</i> en base a las 4ps.....	36
Tabla 7. Demanda histórica ACUS Mashpi durante el año 2014.....	41
Tabla 8. Caracterización del perfil del visitante nacional de la ASOSELPAM.....	43
Tabla 9. Caracterización del perfil del visitante extranjero de la ASOSELPAM.....	46
Tabla 10. Recomendaciones y sugerencias por parte de los visitantes a la ASOSELPAM.....	70
Tabla 11. Identificación de las áreas de análisis en comedores comunitarios.....	77
Tabla 12. Identificación de las áreas de análisis en el alojamiento comunitario.....	78
Tabla 13. Identificación de las áreas de análisis de las fincas Agroecológicas.....	80
Tabla 14. Identificación de las áreas de análisis en la zona de uso sustentable.....	82
Tabla 15. Lista de posibles errores encontrados en el <i>blueprint</i> actual de la entrega de servicios a clientes individuales.....	87
Tabla 16. Lista de posibles errores encontrados en el <i>blueprint</i> actual de la entrega de servicios a grupos organizados.....	91
Tabla 17. Criterios para la evaluación aplicados a la ASOSELPAM.....	97
Tabla 18. Puntuación basada en las fichas de evaluación para la ASOSELPAM en general.....	99
Tabla 19. Puntuación por alojamiento comunitario.....	100
Tabla 20. Puntuación comedor San José.....	100
Tabla 21. Puntuación comedor Pati.....	101

Tabla 22. Puntuación Reserva Pambiliño. ....	101
Tabla 23. Puntuación Reserva Mashpi Shungo. ....	102
Tabla 24. Evaluación de calidad establecimientos de la ASOSELPAM. ....	102
Tabla 25. Análisis matriz FODA. ....	104
Tabla 26. Matriz de FODA cruzado. ....	106
Tabla 27. Representación de los elementos gráficos que componen un diagrama de flujo. ....	122
Tabla 28. Presupuesto total de inversión. ....	136
Tabla 29. Costo elaboración del Manual de Buenas Prácticas. ....	137
Tabla 30. Costo de capacitaciones a los miembros y demás involucrados en las actividades turísticas gestionadas por la asociación. ....	139
Tabla 31. Costo del diseño de <i>blueprints</i> optimizados para la ASOSELPAM. ....	141
Tabla 32. Herramientas para la operación turística. ....	142
Tabla 33. <i>Kits</i> para visitantes. ....	143
Tabla 34. Imagen asociativa. ....	143
Tabla 35. Cronograma de intervención de la propuesta de mejoras. ....	146

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Imagotipo <i>ASOSELPAM</i> . .....	22
Figura 2. Mapa de ubicación <i>ASOSELPAM</i> . .....	22
Figura 3. Organigrama Estructural <i>ASOSELPAM</i> . .....	25
Figura 4. Mapa de ubicación <i>ASOSELPAM</i> , <i>Runa Tupari Natíve Travel</i> , <i>Intag Tours</i> , Corporación Microempresarial <i>Yunguilla</i> .....	32
Figura 5. Procedencia de los visitantes de la <i>ASOSELPAM</i> .....	42
Figura 6. Visitantes y consumidores de la <i>ASOSELPAM</i> .....	53
Figura 7. Evaluación infraestructura de la comunidad.....	55
Figura 8. Evaluación infraestructura de los comedores.....	57
Figura 9. Evaluación infraestructura de las fincas agroecológicas. ....	59
Figura 10. Evaluación infraestructura del alojamiento comunitario. ....	61
Figura 11. Evaluación operación y servicio de la comunidad. ....	63
Figura 12. Evaluación operación y servicio de los comedores comunitarios....	65
Figura 13. Evaluación operación y servicio de las fincas agroecológica .....	67
Figura 14. Evaluación operación y servicio del alojamiento comunitario.....	69
Figura 15. Evaluación retorno a la comunidad. ....	70
Figura 16. Evaluación calidad del servicio con el precio. ....	71
Figura 17. <i>Blueprint</i> actual de entrega de servicios de la <i>ASOSELPAM</i> para el cliente individual. ....	85
Figura 18. <i>Blueprint</i> actual de entrega de servicios de la <i>ASOSELPAM</i> para grupos organizados.....	86
Figura 19. <i>Blueprint</i> optimizado proceso de reserva <i>ASOSELPAM</i> . ....	125
Figura 20. <i>Blueprint</i> optimizado, <i>Full Day ASOSELPAM</i> .....	126

## INTRODUCCIÓN

### Antecedentes

El turismo, hoy en día es uno de los sectores de mayor crecimiento económico a nivel mundial, por esta razón, durante las últimas décadas, se ha convertido en un motor clave para el desarrollo socio económico (Organización Mundial del Turismo, 2015). Además, es considerado una de las actividades que más ha promovido la mejora de la calidad de vida, principalmente en países en vías de desarrollo (Ficapal, Guix, Caller, y Pamies, 2013).

A su vez, las implicaciones sociales, económicas y medio ambientales, generadas por las actividades turísticas, suponen beneficios y costos al medio ambiente y a la población local (Declaratoria de Quebec, 2002), razón por la cual, se ha apostado especialmente al ecoturismo como una manera sostenible, que permite a las comunidades locales e indígenas y a su cultura, la generación de ingresos mediante el uso sostenible de la naturaleza (Declaratoria de Quebec, 2002).

Desde esta modalidad, se ha dado origen al turismo comunitario entendido como: “la relación entre la comunidad y los visitantes, desde una perspectiva intercultural y, con la participación de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales y la valorización de sus patrimonios, con una distribución equitativa de los beneficios generados” (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE], s.f.).

Sin embargo, la implementación de Buenas Prácticas en los emprendimientos de Turismo Comunitario, ha sido una de las principales inquietudes de las empresas privadas y públicas, gobiernos y empresarios de ecoturismo durante los últimos tiempos (Guala y Szmulewicz, 2007), debido a que estas ayudan a las pequeñas organizaciones a mejorar la prestación de sus servicios de manera sostenible.

La Asociación de Turismo Comunitario “El Paraíso del Río Mashpi” *ASOSELPAM*, ubicada en la parroquia Pacto, al noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito, es una organización que busca fomentar el ecoturismo con enfoque comunitario como alternativa de desarrollo sostenible en la oferta de los servicios turísticos que presta (Río Mashpi, s.f.). Sin embargo, debido a su relativo aislamiento, así como a su corto tiempo de creación, a la inexistencia de servicios básicos, a la falta de empoderamiento por parte de los miembros de la asociación y, a la escasa instrucción académica, de lectura, escritura y atención al cliente, han visto la necesidad de implementar un manual o guía de Buenas Prácticas, con el propósito de mejorar la prestación de los servicios turísticos que oferta y que además, le permita convertirse en un propulsor de conservación y desarrollo local.

### **Justificación del estudio**

La propuesta del diseño de un Manual de Buenas Prácticas enfocado en los servicios turísticos para la Asociación de Turismo Comunitario “El Paraíso del Río Mashpi” *ASOSELPAM*, busca ofrecer alternativas para la mejora de procesos en la prestación de servicios de las áreas de: alojamiento, alimentación y operación turística, que ofertan los establecimientos miembros de la agrupación; mediante la implementación de buenas prácticas en el servicio y, que permitan optimizar la oferta turística local, de modo que, se pueda elevar la satisfacción de los visitantes y la competitividad local.

El presente proyecto se enmarca dentro del objetivo dos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, cuyo propósito es: “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad”, de manera particular con la política 2.1 y la línea estratégica e., que hacen referencia a la promoción y apoyo de iniciativas de economía popular y solidaria y MIPYMES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2013). Del mismo modo, se incluye a las líneas de investigación de la Universidad de las Américas, relacionadas con la vinculación de la sociedad, la cultura y comunidad y, a la

estrategia de investigación de productos y destinos de la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la UDLA.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos para la Asociación de Turismo Comunitario “El Paraíso del Río Mashpi”.

### **Objetivos específicos**

- Analizar la situación actual de la estructura organizacional de la asociación “El Paraíso del Río Mashpi”.
- Diseñar los *blueprints* actuales y *blueprints* optimizados del proceso de servicios de alimentación, alojamiento y operación turística, que presta la asociación de turismo comunitario “El Paraíso del Río Mashpi”.
- Desarrollar la propuesta de buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- Diseñar medidas y estándares que mejoren el proceso en la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- Establecer el presupuesto de inversión para la aplicación de la guía de mejora.

## **Metodología**

### **Tipo de Investigación**

Para la elaboración de la investigación se ha tomado como referencia el libro “Metodología de la investigación” de Cesar Augusto Bernal, la investigación es

de tipo descriptiva, en la cual se desarrolla: características, atributos y cualidades del objeto a estudiar (2010, pp. 110-123).

### **Estrategias Metodológicas**

La metodología a aplicar en el desarrollo del proyecto es fundamentalmente cualitativa, donde se hace énfasis en la Investigación de Acción Participativa IAP (Bernal, p.61).

Las técnicas de investigación cualitativa conceptúan la realidad del factor humano estudiado. Aquí se incluye la metodología de la Investigación Acción Participativa (IAP), una de las más utilizadas dentro de las ciencias sociales en los países en vías de desarrollo, relacionada con el tema de desarrollo comunitario. En la IAP, el investigador figura como agente de cambio y las personas de la comunidad son los gestores del proyecto y protagonistas del cambio de su realidad (Bernal, 2010, p.61).

Según Arellano (1999: citado en Bernal, 2010, p.62) la IAP tiene un poder de acción transformador, siendo la acción, un resultado de reflexión para cambiar la realidad de las poblaciones o grupos locales. Por el contrario, la participación, se reflexiona como un proceso de información y realimentación para las personas involucradas en la investigación, donde se planifica y ejecuta el proyecto, con el fin de que el sujeto a investigar logre ser su propio gestor de autoconocimiento y transformación de sí mismo (Durstun y Miranda, 2002).

La IAP cuenta con tres fases de investigación: la fase inicial, es decir, el contacto con la comunidad; la fase intermedia, donde se elabora el plan de acción y la fase de ejecución, en el que se efectúa la realización del plan (Bernal, 2010, p.63). A continuación, se explica el esquema general del proceso metodológico IAP y las técnicas de investigación que se utilizará en el desarrollo del proyecto:

## **Fase Inicial**

En la fase inicial, el investigador o grupo de investigadores, entran en contacto con la comunidad donde se llevará a cabo la indagación, con el objetivo de dar solución(es) de mejora a la(s) necesidad(es) presente(s) en la población (Bernal, 2010, p.63). En este período, es preciso adquirir fuentes de datos primarias, es decir, información de primera mano o directa, que se realiza a personas o informantes clave, por medio de entrevistas con expertos y entrevistas a profundidad (Strauss y Corbin, 2002). Por otro lado, se hará un levantamiento de información desde los hechos, mediante técnicas de observación con visitas a la zona de intervención e interacción con el grupo local (Hair, Bush y Ortinau, 2010, p.51), que servirán para el levantamiento de información del análisis situacional de la empresa.

De la misma manera, para el levantamiento de información documental que servirá como información para el desarrollo del marco teórico, se utilizará fuentes de datos primarias y secundarias (Cerdeña, 1998: citado en Bernal, 2010, p.191).

## **Fase Intermedia**

Dentro de este segundo proceso, se elabora un plan de acción dirigido a cambiar la realidad social de la población involucrada. Desde la comunidad, se especifica las acciones y la manera en que se llevará a cabo el plan; también se delimita los métodos e instrumentos de recolección de información necesaria para el estudio y resolución del problema (Bernal, 2010, p.63).

En esta fase, se recurrirá al método ISMI (*International Service Marketing Institute*) para la observación del proceso de entrega de servicio que brinda la asociación a los visitantes, por medio de la elaboración de planos de servicio o *blueprinting* creados de forma gráfica (*International Service Marketing Institute* [ISMI], 2002, p.58), en los que se desarrollará el *blueprint* actual y optimizado



del servicio que oferta la asociación y también, se evaluará el servicio que prestan los establecimientos mediante técnicas como: el cliente oculto.

### **Fase de ejecución y evaluación del estudio**

En esta etapa, de forma taxonómica, se empieza con el involucramiento de la comunidad, para proporcionar una solución al problema de investigación. Por ello, se realizará un sondeo de opinión (encuestas y entrevistas) que permitirá evaluar los servicios ofertados por la asociación y mediante entrevistas a expertos en el tema se logrará fortalecer y justificar el desarrollo de la propuesta. Esta fase, finaliza con una solución al problema de estudio y por ello debe mostrarse una mejora de las condiciones de vida del grupo, sin olvidar el contacto directo que tendrá el investigador con la comunidad durante todas las fases de investigación (Bernal, 2010, p.63). Finalmente, en este período, se entrega a la asociación el manual de buenas prácticas que servirá como guía para la mejora de los procesos y servicios turísticos que presta a asociación “Paraíso del Río Mashpi”.

## **1. CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Turismo y su importancia como sector económico**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como un fenómeno relacionado con el traslado de personas a un destino diferente del usual, con razones personales o de trabajo, denominándolos turistas o excursionistas (2007).

Actualmente, las actividades generadas por turismo representan el 9 % del PIB Mundial, tanto así que, en el año 2014, 1.135 millones de turistas se movilizaron hacia distintos destinos internacionales, generando hasta 1,5 billones de dólares por ingresos de turismo internacional y, creando 1 de cada 11 empleos en el mundo (Organización Mundial del Turismo, 2015).

Al mismo tiempo, este fenómeno ha sido identificado como uno de los 10 sectores claves para el cambio de una economía verde que, según las Naciones Unidas (NU), contribuye a un desarrollo sostenible, crea y genera trabajo y oportunidades; también, permite alcanzar los objetivos de desarrollo de las NU para el Milenio (ODM) como: reducir la pobreza y fomentar el desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2015), más aún cuando este fenómeno, implica el involucramiento de las comunidades locales y su desarrollo desde un enfoque endógeno (*World Wildlife Fund*, 2001).

Además, el turismo es una de las actividades que más ha promovido el desarrollo local sustentable, convirtiéndose en una estrategia de progreso económico, social y cultural, para aquellos países en vías de desarrollo (2007).

### **1.2. Turismo en la República del Ecuador**

Ecuador un país en vías de desarrollo, posee características inigualables en biodiversidad, por ello, se encuentra catalogado entre uno de los 17 países

mega diversos del planeta. Una de las razones de su reconocimiento, se debe a su ubicación geográfica, porque forma parte del Trópico de Cáncer, el mismo que se caracteriza por ser una de las zonas más diversas del mundo; además, en este país latinoamericano está presente la Cordillera de los Andes y sus dos corrientes marinas: la del Niño y Humboldt. Estas características han dado como resultado la presencia de cuatro diferentes regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, cada una con distintos ecosistemas (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).

Esta gran diversidad orienta al Ecuador a posicionarse en el ámbito internacional como un destino de naturaleza (Ministerio de Turismo, 2013), siendo su principal oferta, orientada hacia el turismo: cultural, espiritual, de aventura, de congresos, de salud, ecoturismo y comunitario (Investour Ecuador, 2015). Esta última modalidad vista como la forma de gestión del turismo en comunidades, ha surgido durante las últimas décadas y, además, ha presentado una mayor demanda por parte del turismo internacional (Ministerio de Turismo, 2014).

### **1.3. Conceptualización del Turismo Comunitario**

La FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) define turismo con gestión comunitaria como la conexión intercultural que tiene la comunidad local con los visitantes que participan en sus actividades cotidianas, con un adecuado manejo de los recursos naturales (2002). Desde otro punto de vista, Enrique Cabanilla, experto en Turismo Comunitario, expresa que: el concepto de turismo comunitario no se puede definir totalmente; no obstante, indica que esta actividad turística, es un proceso de acción colectiva organizado de diferente forma, que tiene inferencia en un territorio con tres funciones principales. En primer lugar, permite que el turismo

se desarrolle en el espacio que se encuentra avalado por la comunidad; en segundo lugar, la comunidad es el sujeto beneficiario directo de esta acción y, finalmente, es un modelo de gestión de territorio a partir de una actividad como el turismo (2015).

Asimismo, el Gobierno Provincial de Imbabura (GPI) complementa esta definición de Turismo Comunitario comprendido como: una opción para la generación de ingresos económicos que complementen las actividades cotidianas que realizan los individuos que viven en comunidades rurales (García, s.f.: Citado en Pazmiño, 2014).

Por lo tanto, ante las definiciones mencionadas, se puede resumir que: el turismo comunitario es una forma de gestión de las actividades turísticas dentro de un territorio local (Cabanilla, 2015), que involucra la relación intercultural entre el grupo social y los visitantes, con un apropiado manejo de los recursos naturales y culturales (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2002); además, esta actividad a partir de los ingresos monetarios percibidos, se beneficia económicamente de manera asociativa (García, s.f.).

De la misma manera, esta actividad turística con gestión comunitaria, reúne todos los medios necesarios para beneficiar a un grupo local en la mejora de sus ingresos económicos. No obstante, esta actividad permite a los turistas vivenciar una única experiencia participativa, incentivando la valorización del patrimonio natural y cultural que posee dicho ecosistema (Ruiz, 2010).

#### **1.4. Turismo Comunitario en Ecuador**

Aunque, en Latinoamérica existe una gran diversidad de emprendimientos en comunidades rurales, el Ecuador se ubica como pionero, caracterizado por su peso cualitativo, representado por el número de prácticas en emprendimientos turísticos comunitarios; siendo, además, convertido en una “estrategia de desarrollo local desde abajo” (Ruiz y Solis, 2007, p.12).

Solo en Ecuador figuran 260 emprendimientos comunitarios; de ellos 130 están activos (Cabanilla, 2015) y tan solo 22 registrados en el Ministerio de Turismo del Ecuador como Centros de Turismo Comunitario (CTC). Los CTC se encuentran distribuidos de la siguiente manera: cinco en los Andes, cinco en la Costa y doce en la Amazonía, (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Según Ruiz y Solis, esta gestión comunitaria, no solo representa un gran número, sino que también, es una estrategia de desarrollo socio-económico y cultural, que se ha transformado en una opción adicional a los modelos antiguos de desarrollo hegemónico que, además, provoca que esta gestión se relacione con la protección de la naturaleza y suponga un choque intercultural armónico (2007, p.13).

Adicionalmente, el Turismo Comunitario (TC) goza de tres efectos principales: primero, mejora la calidad de vida del factor humano local, es decir, ayuda a la erradicación de la pobreza; segundo, produce una mejora medioambiental, porque al vincularse al turismo de naturaleza, conlleva a que la comunidad aplique mejores prácticas ambientales y valore su riqueza natural y, tercero, defiende a estos grupos étnicos pequeños, a que participen como autogestores de sí mismos (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero y del Campo, 2008).

De modo similar, el Turismo Comunitario se relaciona con el ecoturismo (Ruiz et al, 2008), puesto que, el ecoturismo se caracteriza por respetar y conservar las áreas naturales, así como, al factor humano que vive en dentro de esos territorios (Honey, 2008; Zanotti, 2012). Además, reúne a la comunidad, con los turistas, personas, que buscan el contacto con la naturaleza (Giannecchini, 1993; Niesenbaum y Gorka, 2001; Stronza, 2008) y este encuentro, beneficia a la población local de forma económica (Guala y Szmulewicz, 2007; *World Wildlife Found*, 2001; Zatonni, 2012).

Falconí y Ponce, mencionan que el ecoturismo comunitario fue una de las primeras prácticas de Turismo Comunitario, desarrolladas en el Ecuador. De ahí que, conviene destacar como pionera a la comunidad de Capirona, ubicada

en el Alto Napo; esta modalidad, como alternativa económica, involucró principalmente a los sujetos locales (2011, p. 184).

De modo que, el factor humano local juega un papel muy importante para el desarrollo del Turismo Comunitario, puesto que, la colectividad al verse beneficiada de las actividades turísticas de manera social y económica, creará una cultura de conservación de su destino de manera sostenible (Inostroza, 2008: Román, 2014); convirtiéndose en una estrategia de desarrollo sostenible, que “satisface las necesidades actuales de las generaciones sin afectar a las futuras de las mismas” (Falconí y Ponce, 2011).

Sin embargo, se debe aclarar que el TC no es una tipología de turismo como es el ecoturismo. El Turismo Comunitario, es una manera de gestionar las actividades turísticas realizadas por una comunidad local en un territorio específico (Montalvo, 2011) que, además, ayuda a minimizar los impactos negativos en el ambiente, incentivar a una cultura de conservación al turista y, generar réditos económicos de forma equitativa (Guala y Szmulewicz, 2007: WWF Internacional, 2001).

### 1.5. Historia del Turismo Comunitario en Ecuador

Para Ruiz y Solis (2007), la evolución del turismo comunitario en el Ecuador se ha ido relacionando de forma paralela con la importancia de los pueblos indígenas y la sostenibilidad ambiental. A continuación, se presenta una breve síntesis de los orígenes del Turismo Comunitario:

Tabla 1. Síntesis histórica de los orígenes del Turismo Comunitario en Ecuador.

Año	Acontecimiento(s)
1968	Se incrementa la demanda por las Islas Galápagos y se oferta como ecoturismo.
70s	Las comunidades locales se encontraban excluidas de las actividades turísticas, por ello, sentían ser objeto mas no sujeto de las actividades turísticas desarrolladas en sus espacios. Inicia la explotación petrolera en Ecuador.

1975	La UNESCO declara a Galápagos como Patrimonio Natural Mundial.
1980	Inicia el desarrollo del turismo comunitario en Ecuador, ante la búsqueda de nuevas opciones económicas complementarias a sus actividades principales para recibir mayores ingresos económicos, buscando otras alternativas de empleo, permitiendo la conservación de los recursos naturales. Se crea la FOIN (Federación de Organizaciones Indígenas del Napo).
1989	Se crea la comunidad Capirona, ubicada en el Alto Napo de Ecuador, pionera en el desarrollo del ecoturismo comunitario o turismo comunitario.
1890	La FOIN se convierte en FONAKIN (Federación de Organizaciones de la Nacionalidad Kichwa del Napo). Turismo Comunitario, estrategia de los pueblos indígenas. Surgen los emprendimientos de: Río Blanco, <i>Runa Wasi</i> , <i>Chuva Urku</i> , <i>Wasila Talag</i> , <i>Machakuyaku</i> y <i>Pacto Sumaco</i> en la Amazonía
1992	Cumbre de la Tierra: se visibilizan de manera global las preocupaciones por el futuro del planeta, proponiendo al desarrollo sostenible como alternativa.
1993	El turismo comunitario se fomenta en una opción desde lo local y a su vez endógena, vendiéndolo como turismo sostenible en un entorno natural.
1995	Se crea la comunidad de Yunguilla, una de las más representativas del País.
1998	Se celebra "El Foro Nacional sobre la participación comunitaria en el Ecoturismo" organizado por la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC); se presentan varias propuestas de las comunidades.
1998-1999	El turismo comunitario se convierte en una estrategia de los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador. Se reconoce la necesidad y el derecho de esta actividad
2000	En el mercado turístico internacional, se genera una mayor demanda por turismo de naturaleza y más aún, del turismo comunitario.
2001	La CONAIE, como representante de los pueblos indígenas reclama su rol de gestor.
2001	Nace la operadora de turismo <i>Runa Tupari</i> , una de las más consolidadas en el país.
2002	Se crea la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario). Figura el Turismo Comunitario dentro de la Nueva ley de Turismo.
2004-2005	Época de estancamiento en el desarrollo del turismo en Ecuador, debido al cambio continuo de ministros de turismo.

2005	La FEPTCE es reconocida como gremio de Turismo Comunitario ante la nueva Ley de Turismo.
2007	El RICANCIE se transforma en la "Corporación Provincial de Turismo Comunitario del Napo".
2007	La FEPTCE publica el "Manual de Calidad para la gestión del Turismo comunitario en Ecuador".
2010	El Ministerio de Turismo establece el "Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario".
2012	Se publica el "Manual de Buenas Prácticas: Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria - UDLA"

Tomado de: Cabanilla, 2014: Prieto, 2011: RICANCIE, s.f.: Ruiz y Solís, 2007: Ruiz y Veintimilla, 2009.

A partir de lo anterior, una de las principales limitantes para la consolidación del Turismo Comunitario, ha sido sin duda, la existencia de una base jurídica que fortalezca y respalde las acciones de gestión comunitaria en el Ecuador.

#### **1.6. Marco legal del Turismo Comunitario en Ecuador**

Para la regularización de las actividades de turismo con base comunitaria, existen dos procesos por los cuales las comunidades u organizaciones comunitarias podrían optar para su legalización en Ecuador; por un lado, se encuentra el Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario (CTC), desarrollado por el Ministerio de Turismo (MINTUR).

El MINTUR según el Acuerdo Ministerial 16 del Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario, reconoce a las iniciativas de turismo comunitario como "privadas y de autogestión" (2010), donde se puede ofertar servicios turísticos como: alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, operación, congresos eventos y convenciones, que además, para su funcionamiento, deberán cumplir con una serie de requisitos solicitados por el reglamento, para obtener el certificado de registro como CTC y acto seguido, la licencia anual de funcionamiento, que deberá ser otorgada por el Municipio al que pertenezca la comunidad (Ministerio de Turismo, 2010).



Por otro lado, se hallan como personas jurídicas de derecho público, las Asociaciones de Turismo Comunitario, organismos regidos por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS], (Ministerio de Inclusión Económica y Social [MIES], s.f.). Para el registro en la SEPS se deberá cumplir los requisitos solicitados por la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, mediante la solicitud de un acta de constitución a la SEPS, y una vez cumplido estos requisitos, se procede a la aprobación y al registro de la misma en el Ministerio de Coordinación y Desarrollo Social, y si esta es aprobada, se entregará la autorización de funcionamiento (2012).

De estas dos maneras, las asociaciones o CTC, pueden realizar actividades económicas lícitas en el país y adicionalmente, adquieren una naturaleza jurídica ante el Código Civil de Ecuador (Comisión de Legislación y Codificación, 2013).

### **1.7. Buenas Prácticas en Turismo**

La fundación *Rainforest Alliance* establece una de las definiciones más aceptadas dentro de la industria turística del concepto de Buenas Prácticas (BP) en turismo. Esta organización define a las BP como “*un conjunto de medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas de turismo*” (2006), con el fin de disminuir los impactos negativos generados por esta actividad; así también, mejoran la calidad del servicio ofertado, provocando así, un progreso económico a la empresa (*Rainforest Alliance*, 2006).

La aplicación de las Buenas Prácticas en servicio, permite proteger los recursos naturales, fomenta mejores relaciones en la comunidad y, provoca una mayor competitividad en el mercado, puesto que, optimiza la calidad en el servicio y su responsabilidad ambiental; inclusive, mejora la imagen de los servicios que oferta la empresa y aumenta la confianza del visitante durante la prestación de servicios turísticos. Además, resuelven problemas ambientales,

sociales y económicos, desde un punto de vista “rápido, ecológico y barato” (Fundación CODESPA, 2010).

De esta forma, la aplicación de las BP en la prestación de servicios turísticos, hacen referencia a: una variedad de recomendaciones, que se pueden aplicar dentro de una organización, con el objetivo de mejorar el emprendimiento turístico de una comunidad. Todas estas recomendaciones traen consigo una explicación de acciones amigables con el medio ambiente, encaminadas a “prevenir, corregir y mejorar” los procesos de gestión que tiene la empresa o asociación, de manera que se mejore los procesos de forma interna y externa (Fundación CODESPA, 2011). Por lo tanto, su implementación al cuidar los procesos de gestión y operación, garantizará una reducción de impactos negativos provocados por las actividades turísticas al medio ambiente y a la humanidad (Guala y Szmulewicz, 2015, p.6).

### **1.8. 7Origen de las Buenas Prácticas en Turismo**

Las Buenas Prácticas en Turismo se originaron como una de las recomendaciones para el desarrollo del turismo sostenible. La historia del turismo sostenible, tiene sus inicios en 1980, pues a nivel mundial, surgió una fuerte preocupación por la conservación del medio ambiente (Ruiz y Solis, 2007). Años más tarde, precisamente en 1987, se genera el informe Brundtland, donde se introduce el concepto de desarrollo sostenible por la Comisión Mundial del Medio Ambiente, definiéndolo como “el desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer a las futuras” (Maldonado, 2006).

Sin embargo, en 1992, surge el “Programa 21” donde se hace reconocimiento de la función de las poblaciones indígenas y sus comunidades en la Cumbre para la Tierra; asimismo, se realiza la “Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo” (Maldonado, 2006: Ruiz y Solis, 2007).

Tres años después, en la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible realizada en Lazarote (1995), se declara que el desarrollo del turismo sostenible debe ser “económicamente viable, equitativo de manera social y soportable ecológicamente a largo plazo” (Maldonado, 2006), garantizando de esta manera, la sostenibilidad del recurso natural. Adicionalmente, se hace mención a los códigos de conducta, como herramienta del turismo para una actividad sostenible.

Ya en 1996, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y otros organismos nacionales e internacionales, propagan varios documentos sobre buenas prácticas relacionadas a las cuestiones ambientales; sin embargo, en 1997 (Maldonado, 2006), la OMT publica la primera “Guía Práctica para el Desarrollo y uso de indicadores en el turismo sostenible” (Ruiz y Solis, 2007).

Finalmente, en el año 2002, se efectúa la Cumbre Mundial del Ecoturismo y se declara el Año Internacional del mismo; así también, se realiza la “Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo”, que no solo hace ahínco al turismo como un sector económico de gran importancia a nivel mundial y a la relación del ecoturismo con el turismo sostenible, sino que también, recomienda que se implementen las Buenas Prácticas como herramienta de desarrollo sostenible en el turismo (Maldonado, 2006).

Adicionalmente, la Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo, menciona una de las iniciativas que deberán mantener las MIPYMES: estas son las guías de buenas prácticas. Esta herramienta ayuda a implementar instrumentos que generan conciencia para el desarrollo sostenible, a fin de disminuir los impactos negativos generados por la actividad turística al ambiente y al patrimonio cultural de un territorio. Además, es un instrumento voluntario, cuya ventaja es la adaptación a las necesidades de la empresa, que también, posee un costo bajo, con resultados positivos hacia el impacto ambiental y los ingresos económicos de la empresa (Organización Mundial del Turismo[OMT] y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA], 2002).

De esta manera, se puede explicar brevemente como se originaron las Buenas Prácticas en turismo a partir del turismo sostenible, también llamadas BP “responsables o sostenibles”, puesto que, se ajustan a los principios de desarrollo sostenible, con un impacto en tres ejes principales (Duque, s.f.). Primero, en el eje económico, tiene que ver con la sostenibilidad económica, la calidad en el servicio y las prácticas empresariales convenientes; segundo, tiene un impacto socio-cultural, al integrar al turismo al sector, genera empleo, en un ambiente saludable y sostenible, respetando la cultura local y tercero, en el entorno ambiental, reduce los efectos negativos, y usa de forma eficiente los recursos naturales como el agua, la energía eléctrica y los desechos sólidos (Fundación CODESPA, 2010: Duque, s.f.: *Rainforest Alliance, 2008*).

### **1.9. Problemáticas que se presentan en los Servicios Turísticos Comunitarios**

Por otro lado, es importante mencionar que esta gestión de turismo, es una competencia que requiere de resistencia por un largo periodo, ya que, muchas veces los emprendimientos que inician disponen de recursos económicos limitados como para adecuar su infraestructura. Además, el acceso a estas comunidades es otro de los restrictivos, también la inexistencia de servicios básicos, la falta de empoderamiento de la actividad turística como tal, por parte de los miembros y para colmo, la escasa instrucción académica, de lectura, escritura, trabajo contable, y atención al cliente (Ruiz y Solis, 2007, p.47: Rummenhoeller, 2012, pp.212-221).

Pero quizá el problema más complejo, es que las asociaciones comunitarias no comprenden que como organización necesitan llevar una gestión desde un punto de vista empresarial para su sustento en el mercado y que de esta forma se pueda generar ingresos económicos que beneficie a la empresa comunal (Rummenhoeller, 2012, pp.216).

Por tales razones, es que los resultados y beneficios económicos por este tipo de actividad turística no se perciben de manera inmediata (Rummenhoeller, 2012), ya que, es necesario que las personas involucradas reciban el apoyo externo, de organismos públicos y privados para que el apropiado progreso de las actividades turísticas al interior de la comunidad permitan que el turismo se convierta en una acción secundaria a las principales acciones tradicionales de las comunidades (Cabanilla, 2015).

#### **1.10. Buenas Prácticas enfocado en los Servicios Turísticos Comunitario**

La implementación de sugerencias de buenas prácticas enfocadas en las áreas de servicio como alojamiento, alimentación y operación turística, permite una mejora en la gestión de la calidad de las pequeñas organizaciones, incluye la mejora en la prestación de servicios, con los elementos intangibles del servicio; amabilidad, buena disposición y presentación del trabajador, la correcta aplicación permite a la empresa fortalecer su competitividad en el mercado, sin olvidar los beneficios de la calidad como; la reducción de costos, la optimización del tiempo, mejora de la productividad, permitiendo al turista sobrepasar sus expectativas en el destino de visita (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012).

Su aplicación genera varias ventajas, entre las principales podemos encontrar que (Ministerio de Poder Popular para el Turismo, 2011):

1. Proporciona servicios turísticos de calidad orientados al cuidado del medio ambiente y al desarrollo sostenible.
2. Genera resultados ambientales positivos y beneficia económicamente a la organización.
3. Se aplica de manera sencilla y su costo es relativamente bajo.
4. La actividad envuelve a todos los individuos de la asociación con un compromiso de optimar sus servicios.

5. Se promueve el uso de los recursos de agua y energía de manera eficiente.
6. Cuida y conserva el medio ambiente.
7. Involucra a los dueños de establecimientos de servicios para que implementen prácticas ambientales.
8. Se crea un adecuado ambiente empresarial para alcanzar las metas plateadas por la empresa.

La construcción del presente marco teórico es la base para el desarrollo de los siguientes capítulos. A continuación, se realizará el análisis situacional de la asociación.

## 2. CAPÍTULO II: ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA

### 2.1. Compromiso de la dirección

#### 2.1.1. Caracterización de la empresa

En el presente capítulo se abordará características como: nombre de la empresa, reseña histórica, imagen corporativa, misión, visión, objetivos empresariales, políticas, organigrama, análisis interno y externo de los servicios ofertados, con el propósito conocer la estructura interna y externa de la *ASOSELPAM*. Adicionalmente se muestra el análisis de *benchmarking*, a fin de evaluar el nivel competitividad de la asociación frente a sus mejores rivales.

##### 2.1.1.1. Nombre de la empresa

Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi” *ASOSELPAM*.

##### 2.1.1.2. Breve reseña histórica

La asociación de turismo de la comunidad San José de Mashpi, tuvo sus inicios a partir del año 2006, cuando un grupo de 20 miembros de la comunidad, recibieron un seminario de ‘concientización turística’ organizado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, el mismo que impulsó a los pobladores de la zona, a unirse y formar una asociación de turismo. En aquel momento, se ofertaba servicios de alimentos y bebidas en un comedor cercano al río Mashpi; sin embargo, ante la migración de los campesinos a la ciudad en busca de mejorar sus condiciones de vida, el grupo de turismo de Mashpi, se fue disolviendo poco a poco, razón por la que, la comunidad no logró fortalecerse en la prestación de servicios turísticos en aquel tiempo (Entrevista 001 Napa, 2015).

No obstante, en el año 2012, el ex alcalde Augusto Barrera visita la comunidad de Mashpi con más de 50 periodistas y reporteros de diferentes medios de

comunicación, para declarar a este territorio como ACUS (Área de Conservación y Uso Sustentable) del Distrito Metropolitano de Quito. Con la declaratoria de área natural protegida del distrito, las y los miembros de la comunidad (pioneros y nuevos), deciden retomar la iniciativa y volver a formar la asociación de turismo de Mashpi como alternativa económica y sostenible para la conservación del ACUS Mashpi-Guaycuyacu-Sanguangal, que, desde su declaratoria, el incremento del flujo de turistas por visitar y conocer el río Mashpi ha ido en aumento. En el año 2013, la comunidad ya contaba con dos comedores turísticos y ofertaba servicios relacionados a la visita a fincas para grupos nacionales y extranjeros; sin embargo, la asociación logra su regularización de forma jurídica en noviembre del 2014 como Asociación de Servicios Turísticos El Paraíso del Río Mashpi - ASOSELPAM, regida por la ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y bajo la supervisión de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). La misma se encuentra constituida por quince miembros (seis mujeres y nueve hombres) (Entrevista 002 Torres, 2015).

La asociación cuenta con dos establecimientos de alimentos y bebidas, los mismos que se encuentran aptos para recibir a un número máximo de 50 comensales. Adicionalmente, dispone de una casa de alojamiento comunitario con una capacidad de 16 plazas y, también dispone de una zona de camping donde pueden acampar hasta un grupo de 18 personas. Por otro lado, ASOSELPAM ofrece guianza turística en tres fincas agroecológicas, en las cuales los turistas pueden conocer y experimentar las actividades que se realizan en cada lugar, tales como: elaboración de chocolate artesanal con productos nativos, observación de flora y fauna endémica de la zona, degustación de alimentos nativos, entre otras (Entrevista 002 Torres, 2015).



### 2.1.1.3. Imagen corporativa



El logotipo simboliza una hamaca en forma de hoja, donde el visitante puede descansar tranquilamente. La hoja representa la naturaleza, el bosque y al turismo de manera sostenible (Entrevista 002 Torres, 2015).

### 2.1.1.4. Localización

La Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi” ASOSELPAM, se encuentra ubicada en la Parroquia Pacto, Recinto San José de Mashpi, a 25 km del km 104 de la vía Calacalí - La Independencia, al noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito, Pichincha-Ecuador (Entrevista 002 Torres, 2015).



### 2.1.1.5. Misión

*ASOSELPAM* todavía no cuenta con una misión definida. Actualmente, esta se encuentra en proceso de estructuración.

### 2.1.1.6. Visión

La visión de *ASOSELPAM* se encuentra en proceso de estructuración.

### 2.1.1.7. Objetivos empresariales

Según los estatutos de creación de *ASOSELPAM* como empresa asociativa comunitaria, el objeto social principal descrito en la resolución de personería jurídica es el siguiente:

“La prestación de servicios en turismo sostenible de manera asociativa como alternativa económica y productiva para los socios y miembros de la comunidad, promoviendo el trabajo socio-organizativo” (Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900870, 2014).

Los objetivos que se nombran a continuación están directamente anclados al objetivo social-empresarial principal:

Tabla 2. Objetivos socio empresariales de *ASOSELPAM*.

1.- Trabajar por la unidad socio-organizativa, formativa y solidaria de sus asociados;
2.- Gestionar ante los organismos públicos y privados, el aporte en programas de capacitación en la rama de turismo para los asociados;
3.- Preparar diversos paquetes turísticos para ofertar al mercado de turistas en las diversas operadoras de turismo que sean posible por parte de nuestra organización;

4.- Abrir relaciones con otras organizaciones de similar naturaleza en la zona o fuera de ella para efectos de intercambio de experiencia en materia de turismo asociativo;
5.- Aspirar a una mejora social y económica de los asociados, por medio de la oferta de servicios turísticos operados por los miembros;
6.- Promover a que los servicios ofrecidos por los asociados sean con enfoque de eficiencia y eficacia, animando la utilización de métodos y procesos innovadores y ambientalmente sostenibles;
7.- Firmar acuerdos con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros que apoyen con capacitación y preparación técnica, que fortalezcan las capacidades de los socios;
8.- Fomentar la combinación con organizaciones semejantes o complementarias en el que se procure el bien general de los miembros asociados;
9.- Organizar los servicios turísticos que se presten por parte de los asociados, bajo la responsabilidad de la asociación;
10.- Participar activamente en ferias de oferta de servicios en las que se presenten los paquetes turísticos de la asociación;
11.- Gestionar la creación, mejora y mantenimiento de infraestructuras y servicios turísticos dentro del área de influencia de la asociación;
12.- Promocionar los servicios y atractivos turísticos a nivel nacional e internacional a través de los canales adecuados,
13.- Organizar de manera sostenible el uso del patrimonio natural y promover la restauración de los ecosistemas, a través de jornadas asociativas de sus miembros;
14.- Sensibilizar a la población local y a los visitantes, acerca de los problemas ambientales globales, nacionales y locales; y,
15.- Realizar jornadas de control y monitoreo para la conservación de los ecosistemas, en especial de la cuenca del río Mashpi.

Tomado de: Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900870, 2014.

Sin embargo, la Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi”, no cuenta con objetivos de planificación estratégica empresarial, como guía para alcanzar los logros propuestos a futuro en un determinado tiempo.

#### 2.1.1.8. Políticas empresariales

La asociación no cuenta con políticas empresariales definidas en un documento escrito.

#### 2.1.1.9. Políticas de calidad

La asociación no cuenta con políticas de calidad definidas en un documento escrito.

#### 2.1.1.10. Valores y principios empresariales

La asociación no cuenta con valores y principios empresariales definidos en un documento escrito.

#### 2.1.1.11. Organigrama

Organigrama Estructural *ASOSEL PAM*.

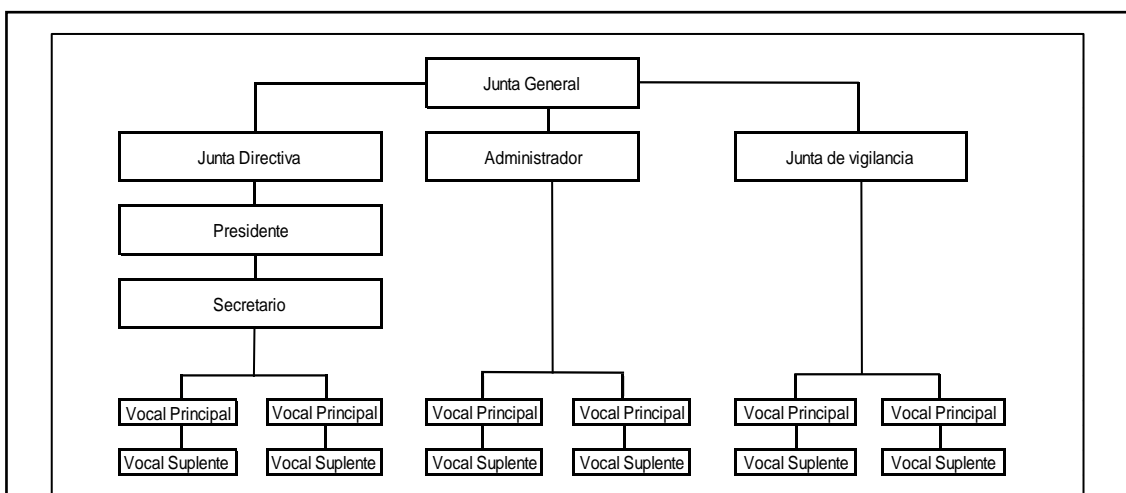


Figura 3. Organigrama Estructural ASOSEL PAM.  
Tomado de: Oficio No. SEPS-INEPS-2015-00710, 2015.

### Organigrama Funcional ASOSELPAM.

A continuación, se describen las funciones del: presidente, administrador y secretario descritos en el documento de la Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900870 (2014) de la ASOSELPAM como personería jurídica de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Tabla 3. Descripción funciones de socios de ASOSELPAM.

Cargo	Funciones
Presidente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Congregar y asistir a las asambleas generales y a las reuniones de la junta directiva;</li> <li>• Rubricar, conjuntamente con el secretario, los documentos de la asociación y las actas de las reuniones;</li> <li>• Dirigir los acontecimientos solemnes y sociales de la asociación;</li> <li>• Cumplir con los estatutos y reglamentos internos establecidos por la Junta General y Directiva; y,</li> <li>• Coordinar y delegar funciones entre los demás miembros de la Junta Directiva</li> </ul>
Secretario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de elaborar el contenido de las actas para las reuniones de la Junta General y Directiva;</li> <li>• Rubricar, conjuntamente con el presidente, los documentos de la asociación y las actas de las reuniones;</li> <li>• Documentar, certificar y verificar la autenticidad de los documentos y resoluciones antes de que el presidente emita alguna autorización;</li> <li>• Desempeñar y cumplir con las obligaciones relacionadas a la aceptación y envío de la correspondencia de la sociedad;</li> <li>• Resguardar y almacenar de manera ordenada los archivos;</li> <li>• Entregar a los miembros de la asociación toda la información que esté a su cargo y sea requerida, previa aprobación del Presidente;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar las decisiones; y,</li> <li>• Actualizar la nómina de los asociados, con los datos personales completos de cada socio.</li> </ul>
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representa legalmente a la asociación;</li> <li>• Cumple y hace cumplir a los miembros de la asociación las resoluciones expuestas por la Junta General y Directiva;</li> <li>• Administra la asociación, establece los planes, políticas, proyectos y presupuestos debidamente aprobados; y,</li> <li>• Entrega los informes administrativos, los estados financieros y el balance social a la Junta General.</li> </ul>

Tomado de: Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900870, 2014.

## 2.1.2. Análisis de interno y externo de la empresa

### 2.1.2.1. Identificación y descripción de los servicios ofertados

La Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi” *ASOSELPAM* ofrece los siguientes servicios:

- Alojamiento: El huésped se puede alojar en la casa comunitaria “Posadas Tello” o en el área de camping “Río Mashpi”. Adicionalmente, se pueden hospedar voluntarios, pasantes e investigadores en las fincas agroecológicas Mashpi Shungo o Pambiliño.
- Alimentación: Se ofrece en dos diferentes comedores comunitarios. El cliente puede solicitar platos a la carta, desayunos, almuerzos y cenas.
- Operación turística: Se realiza servicios de guianza turística en tres fincas agroecológicas relacionadas con la producción tradicional de los campesinos de la zona, así como, a emprendimientos de agricultura y producción sostenible.
- Recreación: El cliente dispone de zonas de uso responsable donde puede descansar y alimentarse.

Tabla 4. Descripción de los servicios ofertados por la ASOSELPAM.

TIPO DE SERVICIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DESCRIPCIÓN	HORARIOS DE ATENCIÓN
<b>Alojamiento</b>	Posadas Tello	Hospedaje familiar con capacidad máxima de 16 plazas, cuenta con 3 habitaciones triples y cada una posee: 1 cama King de 2 plazas, 2 camas dobles de 1 plaza, silla, velador, toalla, pantuflas, <i>amenities</i> , y; 1 habitación cuádruple que posee: 4 camas simples de 1 ½ plaza, silla, velador, <i>amenities</i> , toallas, pantuflas, sala de estar con TV Cable y equipo de sonido, espacio comunal con: mesas, sillas, mesa de billar, karaoke. Incluye desayuno.	Bajo reservación
	Zona de Camping Río Mashpi	Capacidad para 18 personas, ubicado frente al río Mashpi, dispone de: energía eléctrica, servicio de baños y personal de apoyo.	Bajo reservación.
	Reserva Mashpi Shungo	Hospedaje en finca agroecológica, 1 habitación compartida (4 camas de 1 plaza, velador, armario, escritorio, baño, ducha); enfocado para turismo CAVE (científico, académico, voluntario y educativo) con una estadía mínima de 6 semanas.	Bajo reservación
	Reserva Pambiliño	Hospedaje en finca agroecológica, 3 habitaciones compartidas con capacidad para 13 pax; enfocado solo para turismo CAVE.	Bajo reservación

<b>Alimentación</b>	Comedor San José	Ofrece desayunos, almuerzos y cenas, platos a la carta, venta de <i>snacks</i> y víveres. Capacidad para: 30 pax.	Bajo reservación
	Comedor Pati	Ofrece desayunos, almuerzos y cenas, platos a la carta, venta de <i>snacks</i> y víveres. Capacidad para: 20 pax.	Bajo reservación
<b>Operación Turística</b>	Reserva Pambiliño	Proyecto de conservación de bosque tropical, producción agroecológica de cacao, restauración de bosques de frutas tropicales y de pastizales, reforestación análoga, conservación de agua. Cuenta con 26.4 hectáreas de conservación.	Bajo reservación
	Reserva Mashpi Shungo	Producción agroecológica de cacao y elaboración de chocolate artesanal 100% orgánico, sistemas agroforestales, morfo-tipos de cacao nacional, taller artesanal de producción y elaboración de chocolate. Cuenta con 50 hectáreas de conservación.	Bajo reservación
	Finca El Descanso del Guerrero	Finca de producción de palmito y leche, cuenta con senderos ecológicos.	Bajo reservación
<b>Recreación</b>	Estación de uso responsable	Se encuentra a orillas del río Mashpi, cuenta con pérgolas y mesas de madera, un <i>canopy</i> para niños.	07:00 a 18:00 Horas
	Guianza bici-ruta Pacto- Mashpi	Se ofrece servicios de guianza durante la ruta Pacto- Guayabillas- Río Mashpi; dificultad media.	Bajo reservación

Tomado de: Entrevista 001 Napa, 2015; Entrevista 002 Torres, 2015; Portal Web Río Mashpi, 2015; Portal Web Reserva Pambiliño, 2014; Portal web Chocolate Artesanal Mashpi, 2013.



### 2.1.2.2. Normas existentes

La Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi” *ASOSELPAM* no cuenta con normas internas y externas definidas mediante un documento escrito, dentro de su organización.

### 2.1.2.3. Benchmarking

El *benchmarking* o “evaluación comparativa” es un proceso que se realiza de manera estructurada, sistemática y continúa, que permite: evaluar, diagnosticar, medir y comparar los productos, servicios, funciones, operaciones y procesos de trabajo de una organización, en comparación a las mejores en su clase (Spendolini, 1994). Sin embargo, la aplicación de esta herramienta le permite a la empresa fijar metas para la mejora de su competitividad en el mercado. Asimismo, la organización mediante la utilización del *benchmarking*, estudia, mejora y aprende las prácticas de los rivales, no con el objetivo de copiarlos, sino más bien, de mejorarlos y aprender de ellos (Casanueva y Gallego, 2012).

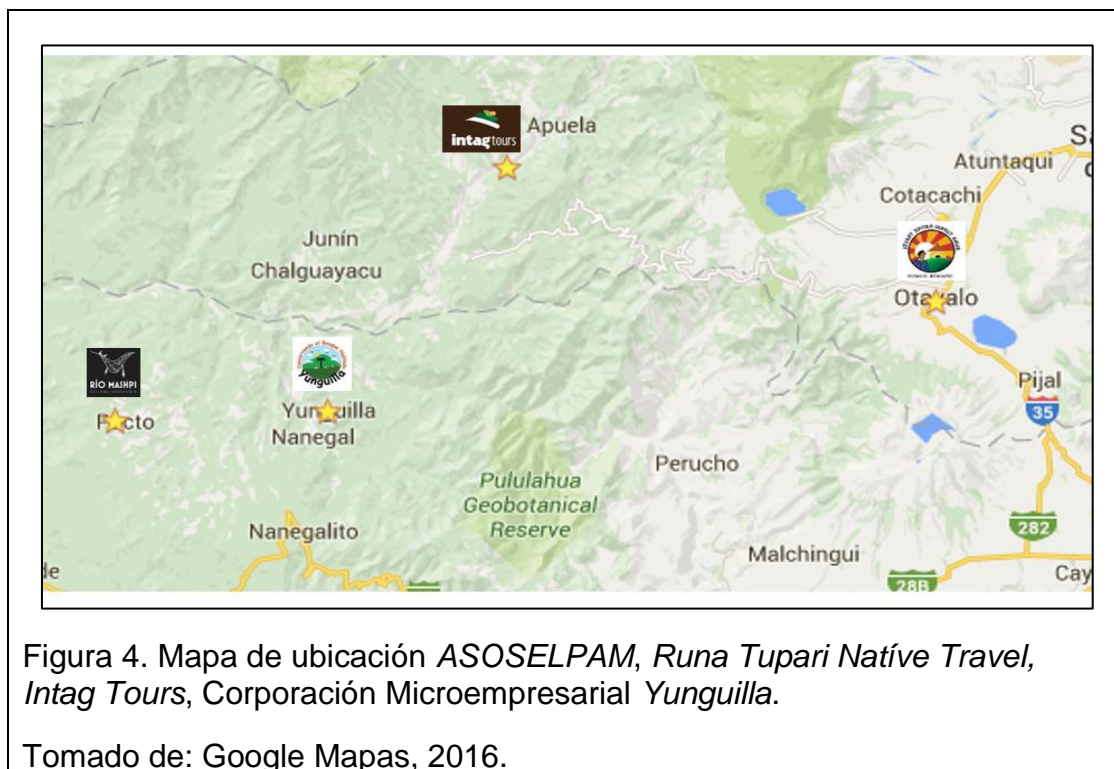
Boxwell (1995) menciona tres tipos de *benchmarking*. El primero es el competitivo. Según el autor, este implica un mayor grado de dificultad, puesto que, significa medir los: procesos, actividades, productos y servicios comparándolos con los de los competidores; estudiarlos, aprender de ellos y mejorarlos. El segundo tipo es el cooperativo. Este actúa de manera colaborativa y trabaja en conjunto con los mejores de su clase. El tercer tipo es el interno, que también es colaborativo, aunque se lo realiza de manera interna con la organización.

A partir de lo descrito anteriormente, se propone aplicar el primer tipo de *benchmarking* planteado por Boxwell (1995). Para ello, se ha tomado en cuenta a tres reconocidas empresas en el Ecuador: *Runatupari Natíve Travel*, *Intag Tours* y *Corporación Yunguilla*, las mismas que durante un largo período en el

mercado, ofertan servicios turísticos en comunidades rurales de manera asociativa; de igual manera, son consideradas como las mejores en su clase, convirtiéndolas en competencia directa para la *ASOSELPAM*.

- a) *Runa Tupari Natíve Travel*:** Es una operadora de turismo rural comunitario, la cual inició sus actividades en el año 2001. El nombre de la organización es en *kichwa* y significa “Encuentro con Indígenas”. El objetivo de esta organización es formar un intercambio cultural de los visitantes con la comunidad. *Runatupari*, se encuentra ubicada en Cotacachi-Ibarra, dispone de una capacidad para albergar a 70 personas en alojamientos familiares, posee una zona de camping y un comedor que pertenece a las mujeres de la comunidad, donde los visitantes reciben charlas y servicio de alimentación (*Runa Tupari Natíve Travel*, s.f).
- b) *Intag Tours*:** La operadora *Intag Tours* forma parte de la Red Ecoturística Intag. Esta organización, inició sus actividades en el año 2005 y en la actualidad, oferta varios servicios turísticos comunitarios, ofrece alojamiento en albergues familiares para 60 huéspedes, dispone de un área de camping donde se puede alojar a 20 personas. Adicionalmente, la comunidad goza de un comedor con una capacidad para 60 pax (*Intagtours*, s.f).
- c) *Corporación Micro empresarial Yunguilla*:** La Corporación Microempresarial *Yunguilla* se encuentra formada por una comunidad mestiza de 50 familias. Ubicada en la Parroquia de Calacalí, inició sus actividades en 1995 con el propósito de conservar el medio ambiente y el bosque nublado de *Yunguilla*, pues es un Área de Conservación y Uso Sustentable del Sub Sistema de Áreas Protegidas del Distrito Metropolitano de Quito. *Yunguilla* ofrece un hostel con capacidad para 10 personas y alojamientos familiares con capacidad para 40 persona; cada familia anfitriona recibe a un visitante. Además, posee una zona de camping con capacidad de 25 pax (Corporación Microempresarial Yunguilla, 2012).

### Mapa de ubicación de la competencia directa de **ASOSELPAM**







En la figura 4, se muestra la ubicación de los principales competidores de la *ASOSELPAM*. Es fundamental mencionar que *Yunguilla* y *ASOSELPAM* forman parte de las ACUS del Distrito Metropolitano de Quito [DMQ]. La *ASOSELPAM* se encuentra ubicada en la comunidad San José de Mashpi, Parroquia Pacto; mientras que, la Corporación Microempresarial *Yunguilla*, forma parte del Bosque Nublado *Yunguilla*, Parroquia Calacalí. Por otra parte, la Operadora de Turismo *Runa Tupari*, cuenta con una oficina en el centro de Otavalo y realiza actividades con gestión comunitaria en las comunidades de: Santa Bárbara, La Calera, Tunibamba y Morocho. En cuanto a la operadora *Intag Tours*, la misma posee una oficina en Otavalo, un centro de operación en la Comunidad de Nangulví Bajo y realiza actividades turísticas comunitarias en Pucará. Ambas agencias operan en Cotacachi, Imbabura.

El objetivo del *benchmarking* comparativo aplicado a la *ASOSELPAM*, permitirá generar estrategias de mejora, a partir del desarrollo de la matriz comparativa que se presenta a continuación:

## Análisis de competitividad en base al FODA

Tabla 5. Matriz Comparativa y *Benchmarking*.

		Matriz comparativa					
		Provincia	Pichincha	Imbabura	Imbabura	Pichincha	
Datos Generales	Nombre y logo del establecimiento		<b>Asoselpam</b> 	<b>RunaTupariNativeTravel</b> 	<b>Intag Tours</b> 	<b>Yunguilla</b> 	
	<b>Datos Generales</b>						
	Tipo de establecimiento		Asociación de servicios turísticos (comunitarios)	Operadora de Turismo Comunitario	Operadora de turismo	Corporación Microempresarial	
	Año creación		2014	2001	2005	1995	
	Tipo de iniciativa		Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Ecoturismo Comunitario	
	Cantón y/o parroquia		Quito/ Pacto	Otavalo	Cotacachi	Calacalí	
	Ubicación		Recinto San José de Mashpi vía a Mashpi km.4	Calle Sucre y Calle Quito (Plaza de Ponchos)	Comunidad Nalguví bajo	Comunidad <i>Yunguilla</i>	
	Dirección de Sitio Web		<a href="http://www.riomashpi.org">www.riomashpi.org</a>	<a href="http://www.runatupari.com">www.runatupari.com</a>	<a href="http://www.intagtours.com">www.intagtours.com</a>	<a href="http://www.yunguilla.org.ec">http://www.yunguilla.org.ec</a>	
	Nombre de la comunidad		San José de Mashpi	Santa Bárbara, La Calera, Tunibamba, Morochos	Pucará/El Rosal/Nalguví	Yunguilla	
	# de familias		16	40	25	50	
	Alojamiento		X	X	X	X	
	# de plazas		16	70	60	40	
	Alimentación		X	X	X	X	
	# de plazas		50	50	60	50	
Campamento		X	X	X	X		
# de plazas		18	15	20	25		
Ser. básicos	Servicio personalizado		X	X	X	X	
	Restaurante(s)		X		X		
	Alojamiento comunitario		X	X	X	X	
	Visita a la comunidad		X	X	X	X	
	Transporte privado			X	X		
	Parqueadero		X			X	
Guianza		X	X	X	X		

	Paquete turístico	X	X	X	X
	Actividades recreativas	X	X	X	X
	Conectividad: Web, telefonía, fija y móvil			X	
Servicios Adicionales	Áreas de uso sustentable	X			X
	Participación en actividades agropecuarias	X	X	X	X
	Caminatas guiadas	X	X	X	X
	Charlas educativas	X	X		X
	Paseo en bici o caballo		X	X	
	Visita a fincas agroecológicas	X	X	X	X
	Visita a fincas cafetaleras	X	X	X	
	Observación de aves	X	X	X	X
	Área de picnic	X			X
	Área de fogata	X	X	X	X
	Senderismo	X	X	X	X
	Producción de chocolate	X			
	Tienda comunitaria			X	X
	Producción de lácteos		X	X	X
	Producción de mermelada	X		X	X
	Producción de alimentos orgánicos	X	X	X	X
	Trabajo con la comunidad	X	X	X	X
	Actividades de socialización	X	X	X	X
	Programas de Investigación científica	X			X
	Material promocional		X	X	X
	Agencia de ventas		X	X	
	Voluntariado	X			X
	Cuidados ambientales	X	X	X	X
	Redes sociales	X	X	X	X
	TV por cable o satélite	X			
	Aguas termales, río, piscina, cascada	X	X	X	X
	Orquideario	X			X
Agua caliente		X	X	X	

Tomado de: Portal Web *Intag Tours*, s.f ; Portal Web Río Mashpi, s.f; Portal Web *Runatupari*, s.f ;Portal Web *Yunguilla*, 2012.

Como se observa en la tabla 5 de la matriz comparativa y *benchmarking*, según el análisis efectuado, se aprecia lo siguiente:

En el primer bloque de datos generales, la *ASOSELPAM* se complace en ser la organización de más reciente creación, lo cual le permitirá adaptarse a las tendencias actuales de los viajeros con mayor facilidad. Adicionalmente, posee dos comedores comunitarios a diferencia de sus rivales, que cuentan solamente con un comedor; no obstante, el número de plazas en alimentación para los visitantes es igual o menor. Por otra parte, pese al ser la única asociación con menor número de familias involucradas, su capacidad en el área de camping por número plazas, es casi similar a la de su competencia.

En el segundo bloque de servicios básicos, se observa varias fortalezas para *ASOSELPAM*, las mismas que también son, en su mayoría, fortalezas de su competencia; sin embargo, la característica de *ASOSELPAM*, es la disponibilidad de estacionamiento en las fincas agroecológicas, en el alojamiento comunitario y en los comedores comunitarios. En cuanto a sus debilidades, se encontraron el transporte privado y la conectividad (web, telefonía, fija y móvil). La asociación no cuenta con conectividad móvil de las operadoras *Movistar* y *CNT*; a pesar de esto, la operadora *Claro* funciona, pero posee una menor capacidad, en comparación a la conectividad inmediata que tiene el área urbana de Quito.

En contraste a los servicios adicionales ofertados por *Yunguilla*, *Intag Tours* y *Runatupari*, *ASOSELPAM*, de manera general, oferta los mismos servicios que los de su competencia; no obstante, presenta una gran desventaja al no contar con: tienda comunitaria, agencia de ventas, material promocional, agua caliente, bicicletas o caballos. Tomando en consideración esta última variable, la comunidad dispone de la bici ruta *Pacto-Mashpi*, la misma que serviría como un servicio adicional ofertado por *ASOSELPAM*. Pese a las desventajas antes mencionadas, la producción del chocolate artesanal *Mashpi* en una de las fincas, le convierte en la ventaja competitiva de la asociación, puesto que es el único producto que no es igual al de sus competidores.

Tabla 6. *Benchmarking* en base a las 4ps.

4P	COMPETIDORES				CONCLUSIÓN
	RUNA TUPARI 	INTAG TOURS 	YUNGILLA 	ASOSELPAM 	
<b>PRODUCTO</b>					
Certificaciones Internacionales de Calidad	F	D	D	D	Oportunidad: La implementación de certificaciones mejoraría la competitividad
Variedad de actividades	F	F	F	D	Debilidad: La oferta turística es limitada.
Buenas Prácticas Ambientales	F	F	F	D	Amenaza: Es necesario el desarrollo de BP.
Innovador	F	F	D	D	Oportunidad: Ampliar la oferta turística.
Operación turística comunitaria	F	F	F	F	Característica común positiva.
Diversidad ecosistémica (flora y fauna)	D	D	F	F	Fortaleza: Mashpi territorio con la mayor diversidad de flora y fauna del DMQ
Ubicación Geográfica	D	D	F	F	Fortaleza: Remanente del bosque <i>hotspot</i> Tumbes-Chocó-Magdalena.
<b>PRECIO</b>					
Diversidad de formas de pago(Tc, Efectivo, Cheque, Transferencia bancaria, Página Web)	F	D	D	D	Amenaza: Ampliar la variedad de formas de pago.
Precios competitivos	D	D	F	D	Debilidad compartida: es necesario la estandarización de precios.
<b>PLAZA</b>					
Página Web amigable	F	F	D	D	Amenaza: Actualizar la página web oficial de la Asociación.
Servicios descritos de manera específica	F	D	D	D	Debilidad común negativa: La descripción específica de los servicios ofertados mejoraría la competitividad.
Campañas, concursos y feria turísticas	F	D	F	D	Oportunidad: La participación en ferias, campañas y eventos turísticos, incrementaría la demanda de visitantes.
<b>PROMOCIÓN</b>					
<i>Tripadvisor</i>	F	D	D	D	Oportunidad: La recomendación <i>online</i> de los viajeros, mejoraría la competitividad
Facebook/ Instagram	F	F	D	D	Amenaza: La asociación debe estar siempre conectada a las redes sociales
Cupones de oferta	D	D	D	D	Oportunidad: Se debería incluir ofertas para la mejora de la competitividad.

Tomado de: Portal Web *Intag Tours*, s.f; Portal Web Río Mashpi, s.f; Portal Web *Runatupari*,s.f; Portal Web Yunguilla, 2012.

En la tabla 6 de la matriz comparativa en base a las 4 “P” del *marketing mix* aplicado a la Asociación “El paraíso del Río Mashpi” *ASOSELPAM*, se presenta el siguiente análisis de los cuatro elementos (producto, precio, plaza, promoción):

- a) En relación al producto, es necesaria la implementación de Buenas Prácticas Sostenibles en los procesos de prestación de servicios, los mismos que le permitirían a la organización, mejorar su ventaja competitiva dentro del mercado turístico comunitario y, la aplicación de estas pautas, le permitirá aproximarse en un futuro a una certificación de calidad turística nacional o internacional. Adicionalmente, la innovación es uno de los retos a los cuales la asociación debe enfrentarse si desea subsistir en el mercado actual, razón por la cual, se recomienda ampliar la variedad del producto que oferta la *ASOSELPAM*. Sin embargo, la diversidad ecosistémica de flora y fauna debido a su ubicación geográfica, representa la fortaleza más importante que posee la asociación puesto que, es un remanente de bosque *hotspot*, es la primera Área de Conservación y Uso Sustentable dentro del DMQ, cuenta con la microcuenca del río Mashpi que se caracteriza por poseer una belleza escénica inigualable y, se encuentra a pocas horas de distancia de la ciudad capital Quito.
- b) El siguiente componente hace referencia al precio, donde se sugiere estandarizar los precios del menú en los comedores comunitarios, el ingreso a las fincas agroecológicas y del alojamiento comunitario, a fin de no generar una competitividad por precios, sino por la diferenciación en la calidad del servicio.
- c) En comparación a la plaza, la asociación se ve amenazada al no poseer una página web actualizada, dado que al buscar el enlace del portal web de *ASOSELPAM* en Internet, este se sitúa en el puesto número 35 de la cuarta página electrónica en el buscador de *Google*. Por ello, se



recomienda su actualización con una descripción específica de los servicios ofertados; así también, en las cotizaciones enviadas a los clientes. Igualmente, se sugiere la intervención en ferias, campañas y eventos turísticos. Este tipo de actividades, sin duda, mejorarían la participación en el mercado, ayudando a incrementar la demanda de visitantes en la comunidad San José de Mashpi.

- d) En cuanto a la promoción, se recomienda el uso de la web 2.0 o también llamada web social, la misma que posee una mayor interacción con los usuarios que utilizan este tipo de medios para informarse, tales como: *Tripadvisor, Facebook, Twitter*. Estos buscadores le permitirán al cliente *online*, conocer la experiencia y satisfacción de los viajeros que visitaron la comunidad. Adicionalmente, es primordial que todo requerimiento solicitado por los usuarios *online* a la *ASOSELPAM* con temas relacionados con las actividades que realizan o con las promociones mensuales, sea respondido de forma inmediata.

#### **2.1.2.4. Ventaja competitiva**

La ventaja competitiva es el potencial que posee una organización para diferenciarse de su competencia, convirtiéndola en la única en su clase, superior a las otras; sin embargo, como lo enuncia Casanueva y Gallego, es necesario que esta sea a su vez sostenible, para que en un futuro, la empresa continúe diferenciándose y siga por delante de las demás (2012). A continuación, se exhiben las ventajas competitivas encontradas en base a los análisis de las matrices comparativas de la tabla 5 y tabla 6:

- a) En primer lugar, la ventaja competitiva de la *ASOSELPAM* que le diferencia de sus competidores, es la microcuenca del río Mashpi, que se caracteriza por ser un río de aguas cristalinas, las mismas que le otorgan una belleza escénica y paisajística inigualable e impresionante y

que lo convierte en la principal motivación de los visitantes nacionales e internacionales a la comunidad San José de Mashpi.

- b) En segundo lugar, como otro factor diferenciador, pero no menos importante que el primero, se destaca la ubicación geográfica de la *ASOSELPAM*, dado que se encuentra al interior de un remanente del bosque *hotspot* Tumbes-Chocó-Magdalena, donde se localiza el territorio con mayor diversidad ecosistémica de flora y fauna del DMQ y por lo tanto, lo convierte en la primera Área de Conservación y Uso Sustentable del DMQ; además, su distancia es de tan solo 2 horas y 30 minutos desde la ciudad de Quito.
- c) En tercer lugar, sobresale el Chocolate Artesanal de Mashpi, como otra de las ventajas competitivas que posee la asociación, debido a su elaboración orgánica en una finca que produce cacao fino de aroma. Este chocolate es de exportación y de alta calidad.
- d) Finalmente, la *ASOSELPAM* se diferencia de sus rivales, en la experiencia vivencial otorgada a sus visitantes dentro de un ACUS al noroccidente del DMQ. Su organización es diferente, dado que, para sus miembros, es primordial el cuidado, la protección y conservación de su ecosistema que beneficia a la asociación a través de actividades turísticas, tales como: la visita a un río de aguas cristalinas, el recorrido por fincas agroecológicas, la alimentación en comedores comunitarios y el alojamiento en una casa comunitaria.

### **3. CAPÍTULO III: ENFOQUE BASADO EN EL CLIENTE**

#### **3.1. Investigación de mercado actual**

El presente capítulo enmarcará la demanda de mercado actual que tiene la asociación “El Paraíso del Río Mashpi”, a través de, la caracterización del perfil del visitante que arriba a la comunidad San José de Mashpi. Adicionalmente, se realizó una valoración del nivel de satisfacción de los visitantes que consumieron los servicios ofertados dentro de los establecimientos turísticos, para lo cual, se aplicó encuestas a manera de sondeo de opinión, con el propósito de valorar la calidad del servicio percibida por los visitantes.

##### **3.1.1. Caracterización de la demanda actual**

La caracterización de la demanda (visitantes o consumidores) de la *ASOSEL PAM*, analizó el comportamiento histórico de la demanda y su situación actual, a partir del año 2014, que corresponde a la cantidad de turistas que visitaron un lugar en un momento dado; así como también, a los bienes y servicios solicitados por los consumidores en dicho lugar durante el tiempo de su estadía o visita (Boullón, 2006).

##### **3.1.1.1. Identificación de la demanda histórica**

La *ASOSEL PAM* no cuenta con un registro escrito del número de visitantes recibidos en los últimos años, debido a que, sus inicios de forma legal como Asociación de Servicios Turísticos Comunitarios, fueron a partir del año 2014. Por esta razón, se utilizará como base el estudio de mercado y factibilidad turística, realizado por Gonzáles para la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo (2014), en el que se registra el número de turistas que visitaron el ACUS Mashpi en el año 2014.

Tabla 7. Demanda histórica ACUS Mashpi durante el año 2014.

Año	Número de turistas anual ACUS Mashpi.
2014	1082

Tomado de: Gonzáles, 2014.

### 3.1.1.2. Caracterización del perfil del visitante del ACUS Mashpi

El perfil del cliente que visita el ACUS Mashpi, según el estudio de mercado efectuado por Gonzales (2014), muestra que, en su gran mayoría, los turistas son nacionales, representando el 89% del total.

El mismo autor (Gonzales, 2014), determina el perfil de la siguiente manera:

El turista nacional que visita el ACUS Mashpi es de género femenino y masculino, comprendido en grupos de edades entre los 20 y 40 años (45%), seguido de este grupo, se encuentran los niños menores de 15 años (17%), quienes viajan principalmente con grupos familiares (53%) y entre amigos (32%). Las principales actividades que realizan en sus viajes son: actividades en el río, caminatas con guía, observación de aves, camping y alimentación en restaurantes locales. Por otra parte, la mayoría de encuestados, se informaron del destino mediante amigos (61%), tours organizados (20%) e Internet (17%) y su estancia promedio en el ACUS Mashpi fue de 1,4 días (57%) y de 4-8 horas (43%).

Por otra parte, el perfil del turista extranjero es de género masculino y femenino; la mayoría viaja en grupos de edades comprendidos entre 40 a 60 años, seguidos por el grupo de 20 a 40 años. En relación al lugar de origen, el 37% son procedentes de Estados Unidos, el 18% de Canadá, y el porcentaje restante de China y otros países. La mayoría prefiere realizar actividades en el río, caminatas guiadas, observación de aves, camping y, alimentarse en restaurantes locales de la zona con comida típica. El 37% de encuestados, manifestó que visitaron el ACUS Mashpi porque viajaron en grupos de trabajo;

mientras que, el 29%, porque estuvieron en zonas cercanas a Mindo (González, 2014).

### 3.1.1.2. Caracterización del perfil del visitante de la *ASOSELPAM*

Para la caracterización del perfil del visitante se aplicaron encuestas a 80 visitantes, de los cuales el 91% son nacionales (74 encuestados) y el 9% son extranjeros (6 encuestados), quienes llegaron a la comunidad San José de Mashpi en el período comprendido entre noviembre de 2015 hasta febrero de 2016, sumando una totalidad del 100%, tal como se muestra a continuación:

#### a. Nacionalidad

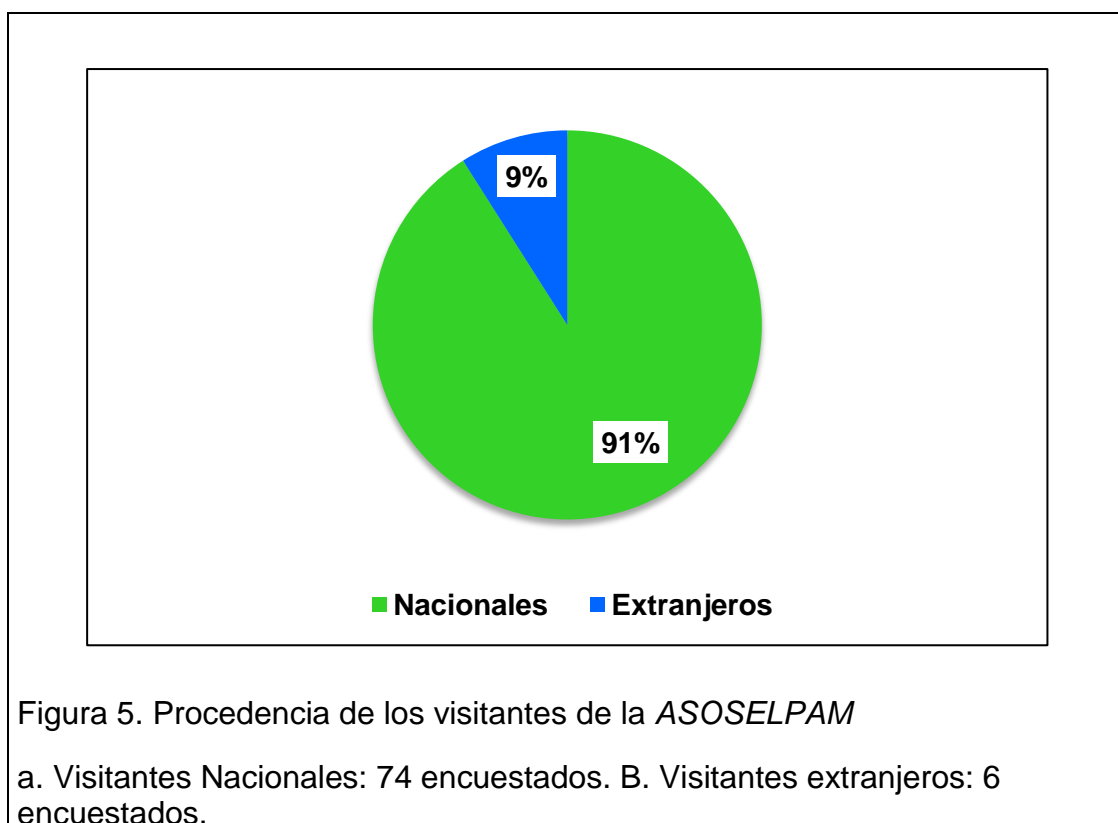


Figura 5. Procedencia de los visitantes de la *ASOSELPAM*

a. Visitantes Nacionales: 74 encuestados. B. Visitantes extranjeros: 6 encuestados.

En la figura 5, se puede apreciar que las personas que visitan la comunidad de Mashpi, son en su gran mayoría nacionales (91%), pero, en un mínimo porcentaje, son turistas extranjeros (9%). Por ello, se ha decidido realizar un

análisis, dividiendo las respuestas de los encuestados por su nacionalidad, como se expresa a continuación:

- a. El perfil del cliente nacional que visita la comunidad San José de Mashpi y hace uso de los servicios ofertados por la *ASOSEL PAM* es el siguiente:

Tabla 8. Caracterización del perfil del visitante nacional de la *ASOSEL PAM*.

<b>Género</b>	Femenino (53%), masculino (47%).
<b>Ciudad de procedencia</b>	Quito (92%), Loja (4%), Sangolqui (3%), Huaquillas (1%).
<b>Edad</b>	De 20 a 29 años (31%), mayor a 50 años (26%), 30 a 39 años (22%), 40 a 49 años (16%), menor a 20 años (5%).
<b>Nivel de instrucción</b>	Superior (51%), secundaria (20%), posgrado (18%), primaria (11%).
<b>Motivo de viaje</b>	Vacaciones, ocio (51%), estudios (15%), Turismo Comunitario (14%), otros (13%), negocios (7%).
<b>Actividades realizadas</b>	Visita al río (34%), visita a la comunidad (20%), visita a las fincas (18%), visita al ACUS (12%), caminatas (7%), bici ruta (5%), avistamiento de aves (4%).
<b>Tiempo promedio de estadía</b>	De 4-8 horas (60%), menos de un día (15%), menos de 2 horas (11%), 1-2 días (7%), más de 15 días (4%), 3-6 días (3%).
<b>Gasto promedio</b>	\$ 20-49 (72%), \$ 5-19 (18%), \$ 50-99 (5%), más de \$100 (5%).
<b>Como se enteró de la comunidad</b>	Familiares (38%), amigos (30%), otro (29%), internet/web (3%),
<b>Herramienta Web utilizada</b>	Facebook (67%), Google (33%).
<b>Con quien viaja</b>	Familiares (47%), amigos (45%), pareja (8%).
<b>Tiempo de organización</b>	1 semana o menos (53%), 2 a 3 semanas

<b>de viaje</b>	(45%), 1 a 3 meses (1%)
<b>Conocimiento del ACUS</b>	No 58%, si 42%.
<b>Actividades que se pueden realizar en el ACUS-MGS</b>	Aviturismo 36%, Turismo Comunitario 36%, pesca deportiva 2%, cicloturismo 26%.

En la Tabla 8, se puede resumir que el perfil del visitante nacional de la *ASOSEL PAM* es de género femenino (53%) y masculino (47%). El flujo de visitantes predominante, proviene de la ciudad de Quito (92%), seguido por las ciudades de: Loja (4%), Sangolqui (3%), Huaquillas (1%). Estos visitantes se encuentran en rangos de edades entre 20 a 29 años (31%), mayores a 50 años (26%), de 30 a 39 años (22%), de 40 a 49 años (16%) y los menores a 20 años (5%).

El nivel de instrucción de los visitantes, corresponde a: estudios universitarios (51%), estudios secundarios (20%), estudios de posgrado (18%) y, estudios primarios (11%); en menor proporción.

En cuanto a los principales motivos de viaje, el 51% de los ecuatorianos, manifestó que realizaron su viaje por vacaciones y ocio, el 15% arribó por estudios, el 14% por turismo comunitario, el 13% por otros motivos, como: actividades académicas organizadas por la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la Universidad de las Américas y, el 7% restante, se movilizaron por negocios.

Por otra parte, las actividades realizadas en la comunidad de Mashpi por los visitantes nacionales, involucran la visita al río Mashpi (34%), seguida por la visita a la comunidad San José de Mashpi (20%), la visita a fincas agroecológicas (18%) y, la visita al Área de Conservación y Uso Sustentable (12%); en un menor porcentaje, los individuos participaron en las siguientes actividades: caminatas (7%), Bici ruta Pacto-Mashpi (5%), avistamiento de aves (4%).

El tiempo promedio de estadía es de cuatro a ocho horas (60%); este porcentaje le convierte en el período más elevado de permanencia en la comunidad con respecto a las otras opciones de: menos de un día, menos de dos horas, de uno a dos días, más de quince días y de siete a catorce días, con ponderaciones del 15%, 11%, 7%, 4% y 3%, respectivamente.

En relación al gasto promedio de los visitantes nacionales que llegan a la comunidad, el 72% gastó entre 20 a 49 dólares, seguido por el 18% que gastó entre 5 a 19 dólares y finalmente el 10%, que gastó una cantidad superior a 50 dólares. Estos gastos en algunos casos, incluyen también el consumo de los servicios ofertados por *ASOSELPAM* en los comedores, las fincas agroecológicas y en el alojamiento comunitario.

Asimismo, se observa que el 38% de los encuestados, manifestaron haber conocido la comunidad por medio de sus familiares, seguido por el 30% quienes se enteraron a través de sus amigos y el 29%, quienes fueron informados acerca de la misma por el proyecto de vinculación con la comunidad de la Escuela de Hospitalidad y Turismo o por ferias artesanales. Adicionalmente, con un porcentaje mínimo de 3%, los visitantes utilizaron herramientas como la web, para indagar acerca de Mashpi; de este, el 3% utilizó el Internet, el 67% buscó en Facebook información sobre la *ASOSELPAM* y el 33% restante, ingresó al portal web de la asociación.

El 47% de los visitantes nacionales, viajan en compañía de sus familiares, seguidos por el 45% que viaja acompañado de amigos y el 8% restante, lo hace en compañía de su pareja. Sin embargo, el 53% de los visitantes nacionales, destinó un período menor a 1 semana para la preparación de su viaje, seguido por el 45% que lo realizó en un promedio de 2 a 3 semanas; mientras que, el 1% preparó su viaje con un tiempo de anticipación de 1 a 3 meses.



Por otra parte, el 58% de los encuestados no conocían que Mashpi es un ACUS y, por el contrario, el 42% lo sabía. De este último porcentaje, los visitantes informaron que las actividades que se pueden realizar en el ACUS, son las siguientes: avistamiento de aves (36%), turismo comunitario (36%), cicloturismo (26%) y pesca deportiva (2%).

- b. El perfil del cliente extranjero que visita la comunidad San José de Mashpi y hace uso de los servicios ofertados por la *ASOSEL PAM* es el siguiente:

Tabla 9. Caracterización del perfil del visitante extranjero de la *ASOSEL PAM*.

<b>Género</b>	Femenino (67%), masculino (33%).
<b>País de procedencia</b>	Colombia (50%), México (17%), Francia (17%), España (16%).
<b>Edad</b>	De 40 a 49 años (33%), Mayor a 50 años (33%), 20 a 29 años (17%), 30 a 39 años (17%).
<b>Nivel de instrucción</b>	Superior (66%), secundaria (17%), Posgrado (17%).
<b>Motivo de viaje</b>	Estudios (33%), negocios (33%) Turismo Comunitario (17%), vacaciones, ocio (17%).
<b>Actividades realizadas</b>	Visita a las fincas (28%), visita al río (18%), bici ruta (18%), visita a la comunidad (9%), visita al ACUS (9%), avistamiento de aves (9%), caminatas (9%).
<b>Tiempo promedio de estadía</b>	4-8 horas (50%), menos de 2 horas (33%), 1-2 días (17%).
<b>Gasto promedio</b>	\$ 20-49 (83%), \$ 5-19 (17%).
<b>Como se enteró de la comunidad</b>	Amigos (33%), familiares (17%), Internet/Web (33%), otro (17%).
<b>Herramienta Web utilizada</b>	Google (100%)

<b>Con quien viaja</b>	Familiares (50%), pareja (33%), amigos (17%).
<b>Tiempo de organización de viaje</b>	1 semana o menos (66%), 2 a 3 semanas (17%), 1 a 3 meses (17%).
<b>Conocimiento del ACUS</b>	Si (67%), no (33%).
<b>Actividades que se pueden realizar en el ACUS-MGS</b>	Cicloturismo (38%), aviturismo (31%), turismo comunitario (31%).

En la tabla 9, se puede resumir que el perfil del visitante extranjero de la *ASOSELPAM* es de género femenino (67%) y masculino (33%). En relación al país de procedencia, el 50% de los encuestados provienen de Colombia; convirtiéndolo en el mercado de mayor predominación de flujo de visitantes; seguido por España, México y Francia con porcentajes equivalentes a 16%, 17%, 17% en los tres países correspondientes. Estos turistas extranjeros, se encuentran comprendidos en rangos de edades entre 40 a 49 años (33%), mayores de 50 (33%); siendo ambos, los porcentajes más altos obtenidos a partir del análisis, es decir, que las personas que arriban a la comunidad San José de Mashpi, en su mayoría son adultos mayores a 40 años de edad, seguidos por el 34% restante, que se divide en partes iguales: el 17% corresponde a los visitantes mayores de 20 a 29 años y el otro 17%, se encuentra representado por adultos de 30 a 39 años.

En cuanto al nivel de instrucción, la gran mayoría de personas han cursado estudios universitarios (66%), seguido por estudios secundarios (17%) y estudios de tercer nivel (17%). Por otra parte, el 33% organizó su viaje por motivos académicos, seguido por el mismo 33% correspondiente a negocios, el 17% que manifestó haber llegado por vacaciones y ocio; mientras que el otro 17%, realizó turismo comunitario. Las principales actividades fueron la visita a las fincas agroecológicas (28%), seguida por la visita al río (18%), por la Bici ruta (18%), la visita a la comunidad (9%), la visita al Área de Conservación y Uso Sustentable (9%) y finalmente, por el avistamiento de aves (9%).

El 50% de los encuestados, visitan la comunidad en un período de 4-8 horas, seguido por el 33% que permanece por menos de 1 día y el 17% restante, mismo que señaló haber permanecido en la comunidad de 1 a 2 días.

El gasto promedio realizado por el 83% de los visitantes extranjeros, oscila entre los 20 y 49 dólares y el 17% sobrante, corresponde a un gasto de 5 a 19 dólares; estos gastos en algunos casos, incluyen también el consumo de los servicios ofertados por *ASOSEL PAM* en los comedores, fincas agroecológicas y el alojamiento comunitario.

El 33% de los encuestados afirmaron haber conocido la comunidad por medio de amigos; igualmente un 33% de los extranjeros, se informaron de la misma mediante Internet; seguido por el 17% quienes se enteraron por recomendación familiar y un 17%, quienes lo hicieron a través del programa de vinculación con la comunidad de la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la UDLA. Adicionalmente, los visitantes que utilizaron herramientas como la web, indagaron acerca de Mashpi mediante el portal web de Choco Mashpi, que pertenece a una de las fincas agroecológicas de la comunidad.

También indicaron que viajan en compañía de sus familiares (50%), seguidos por el 33% que viaja acompañado de su pareja y el 17% restante, lo hace en compañía de amigos; además el 66% de los visitantes, utilizó 1 semana o menos para la preparación de su viaje, seguidos por el 17% que lo realizó en un promedio de 2 a 3 semanas y de la misma manera, el 17% programó su viaje con un tiempo de antelación de 1 a 3 meses.

Con respecto al conocimiento por parte de los extranjeros acerca del ACUS MGS, el 67% reveló saber acerca de la misma, como ANP (Área Natural Protegida) del Subsistema de Áreas Naturales Protegidas; mientras que, el 33% de los encuestados, no conocían que la comunidad San José de Mashpi forma parte del ACUS MGS. Cabe acotar que del 67% que conocía acerca del área protegida, mencionaron que entre las actividades que se pueden realizar,

se encuentran: el cicloturismo (38%), el turismo comunitario (31%) y el aviturismo (31%).

### **3.1.2. Breve análisis de las expectativas del cliente**

La temática del análisis de las expectativas del cliente tiene como finalidad definir los factores que inciden en el comportamiento del turista por medio de variables de estudio económicas, motivacionales y psicológicas, para comprender las necesidades y deseos del consumidor. Por ello, es necesaria la utilización de instrumentos de evaluación como encuestas y/o entrevistas, a modo de sondeo de opinión, para, una vez aplicada y procesada la información, se logre obtener los resultados del análisis realizado.

#### **3.1.2.1. Definición de las variables de análisis**

##### **Encuesta**

Para realización de este apartado se procedió a analizar la percepción de los visitantes de la *ASOSEL PAM* haciendo referencia a tres criterios: perfil del visitante, valoración de servicios y relación entre calidad-precio. Para tal fin, se realizó sondeos de opinión mediante la aplicación de encuestas, escogiendo a un total de 80 visitantes nacionales e internacionales, quienes arribaron a la comunidad San José de Mashpi a partir del 8 de noviembre de 2015 hasta el 8 de febrero de 2016.

La encuesta se dividió en tres bloques. A continuación, se detalla los elementos de cada contenido:

- En el primer bloque, para definir el perfil nacional e internacional de los visitantes que llegan a la comunidad San José de Mashpi, se utilizó variables cuantitativas en base a preguntas de datos demográficos, económicos y geográficos, tales como: edad, género, lugar de origen, motivo de viaje, actividades realizadas, tiempo de visita, gasto promedio,

medio de comunicación por el cual se enteró de la comunidad, con quien viaja y el tiempo de organización del viaje.

- El siguiente bloque, hace relación a la calidad de los servicios recibidos por la *ASOSEL PAM* dentro de: la comunidad, las fincas agroecológicas, los comedores comunitarios y del alojamiento comunitario. Los criterios de análisis utilizados se basaron en la infraestructura y operación que presta la asociación, en cada uno de sus establecimientos y de forma general, en la comunidad. Se utilizó ocho tablas, las mismas que contenían diferentes variables como: accesos, estacionamiento, instalaciones, señalización, basureros, servicios higiénicos, mesas, sillas, habitaciones, atención, limpieza, comodidad, seguridad y ambiente; permitiéndole al encuestado calificar cada ítem según su percepción de la calidad en cuanto a infraestructura, operación y servicio de cada establecimiento, valorizándolos mediante intervalos del 1 al 5 siendo: 1) totalmente insatisfecho, 2) insatisfecho, 3) ni satisfecho ni insatisfecho, 4) satisfecho y 5) totalmente satisfecho; con el propósito de conocer el nivel de satisfacción de los visitantes. Posteriormente, se realizaron dos preguntas. La primera permitiría conocer la disposición del visitante en retornar a la comunidad de San José de Mashpi en otra ocasión y, la segunda, se refería a las recomendaciones o sugerencias de los visitantes para la *ASOSEL PAM*.
- El último criterio de análisis hace hincapié en el nivel de satisfacción del visitante con respecto al precio pagado por el servicio recibido. Para tal fin, se elaboró otra tabla de valorización del 1 al 5 siendo: 1) totalmente insatisfecho, 2) insatisfecho, 3) ni satisfecho ni insatisfecho, 4) satisfecho, 5) totalmente satisfecho.

## Entrevista

Se realizó una entrevista a un experto en turismo comunitario y buenas prácticas, a propósito de adquirir información que beneficie y fortalezca el desarrollo del presente proyecto.

## Procedimiento

En primer lugar, se definió las variables de análisis más significativas para la elaboración de la encuesta del perfil del cliente y de la encuesta de satisfacción de servicios que se aplicó a los visitantes de la Comunidad San José de Mashpi y a los consumidores de servicios de alojamiento, alimentación y operación turística, que presta la *ASOSELPAM*; convirtiéndose en una herramienta clave para el desarrollo de este capítulo. Una vez revisado, modificado y aprobado el diseño de la encuesta por los responsables del proyecto de vinculación con la comunidad de la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la UDLA, Msc. Walter Ocaña y Msc. Víctor Llugsha, se procedió a visitar la comunidad el 8 y 9 de noviembre del 2015; período durante el cual, se entregó a cada establecimiento 20 encuestas. En vista de la escasa afluencia de visitantes a la comunidad, solo se llenaron 5; motivo por el cual, el 7 y 8 de febrero, se viajó hasta la comunidad San José de Mashpi, a fin de realizar el sondeo de opinión a los visitantes que llegaron a la comunidad por el feriado de Carnaval. En el transcurso de estos dos días, se logró aplicar 50 encuestas de manera personal a cada uno de los encuestados. De la totalidad de encuestas, las 25 restantes, fueron llenadas por 14 alumnos y 11 docentes, pertenecientes a la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la UDLA. Es importante recalcar que los estudiantes viajaron hasta la comunidad en julio de 2015; mientras que, los catedráticos, lo hicieron el 19 de febrero de 2016.

Subsiguientemente, se recopiló la información utilizando el programa *Excel*, para realizar la tabulación de las encuestas y su respectiva representación gráfica de cada resultado, para posteriormente, analizar el grado de

satisfacción de servicios respecto a cada criterio abordado en la encuesta; destacando los aspectos positivos que posee la *ASOSELPAM* de los cuales se puede obtener excelentes beneficios e identificar las falencias registradas, que servirán para la fijación de posibles mejoras.

### **3.1.2.2. Definición de los instrumentos de evaluación**

#### **Encuesta**

Como instrumento de recopilación de información se aplicó una encuesta dividida en tres partes. La primera parte está conformada por variables cuantitativas de datos demográficos, económicos y geográficos, con el objetivo de definir el perfil del turista de la asociación. En el segundo apartado, es posible analizar la valoración de servicios, mediante la utilización de variables psicográficas de tipo cualitativas, de modo que, se evalúe el grado de satisfacción del turista en cuanto a los servicios recibidos. En el tercer apartado, se emplean criterios de análisis en relación del precio con la calidad del producto y servicio recibido, a fin de, conocer la percepción del cliente después de la compra.

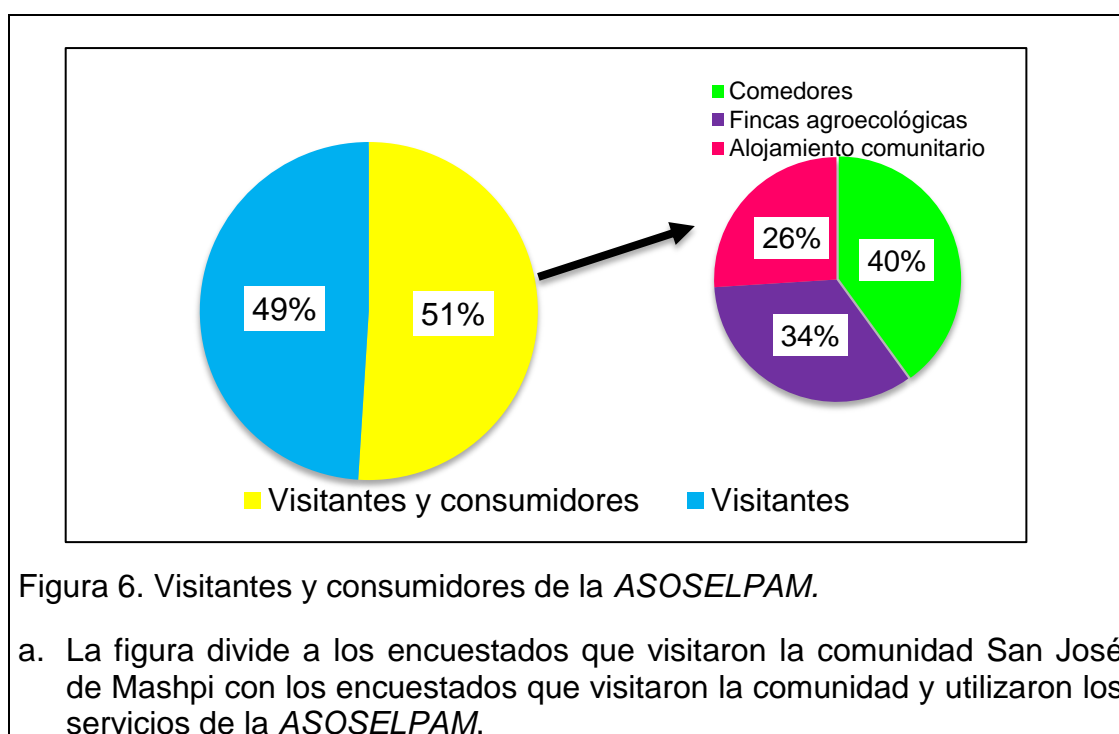
En el anexo 1, se muestra el modelo de sondeo de opinión realizado a manera de encuesta a los visitantes de la Comunidad San José de Mashpi.

#### **Entrevista**

A propósito de adquirir información que beneficie y fortalezca el desarrollo del presente proyecto, se entrevistó al Dr. Enrique Cabanilla, quien es experto en Turismo Comunitarios, autor de varias publicaciones referentes al tema, catedrático de la Universidad Central del Ecuador y consultor turístico privado, la entrevista se realizó con el objetivo de determinar importancia y los beneficios de la implementación de buenas prácticas en Turismo Comunitario.

### 3.1.2.3. Aplicación y procesamiento de la información

La evaluación de la calidad de los servicios de alojamiento, alimentación, y operación turística para la *ASOSEL PAM* demuestra el perfil del visitante que arriba a la comunidad de Mashpi y el grado de satisfacción del mismo en relación al servicio, la infraestructura de cada establecimiento visitado y de la comunidad en general. La encuesta fue realizada de forma presencial y *online* a 80 visitantes a partir del 8 de noviembre del año 2015 hasta el 8 de febrero de 2016. A manera de resumen, se obtuvieron los siguientes resultados:



En la figura 6, se puede apreciar que de la totalidad de los encuestados (100%), el 49%, equivalente a 39 encuestados, visitó la comunidad San José de Mashpi, hizo uso del río Mashpi y se retiró; mientras que el 51% (41 encuestados), visitó la comunidad, hizo uso del río y consumió al menos uno de los servicios ofertados por la asociación. De este 51%, el 40% (25 encuestados), consumieron en los comedores comunitarios; el 30% (20 encuestados), visitaron las fincas agroecológicas; y, el 10% (7 huéspedes), se hospedaron en la casa de alojamiento.



## **Primera parte**

Los resultados del análisis de la encuesta del perfil del cliente se pueden visualizar en el apartado referente a la caracterización del perfil del visitante de la *ASOSELPAM*, de este mismo capítulo.

## **Segunda parte**

El análisis de la encuesta de satisfacción de servicios nos brinda una idea de la percepción que el cliente posee acerca de los servicios ofrecidos por la *ASOSELPAM*, y se encuentra dividida en dos partes. En primer lugar, se valora la satisfacción de servicios de la infraestructura de la comunidad San José de Mashpi, de los comedores comunitarios “San José” y “Pati”; además, de las fincas agroecológicas “Mashpi Shungo” y “Pambiliño” y, de la casa de alojamiento “Posadas Tello”. En segundo lugar, se valora la operación y servicio de los establecimientos evaluados en la primera parte. Tal como se muestra a continuación;

### **1. Valoración de servicios**

#### **a) Infraestructura**

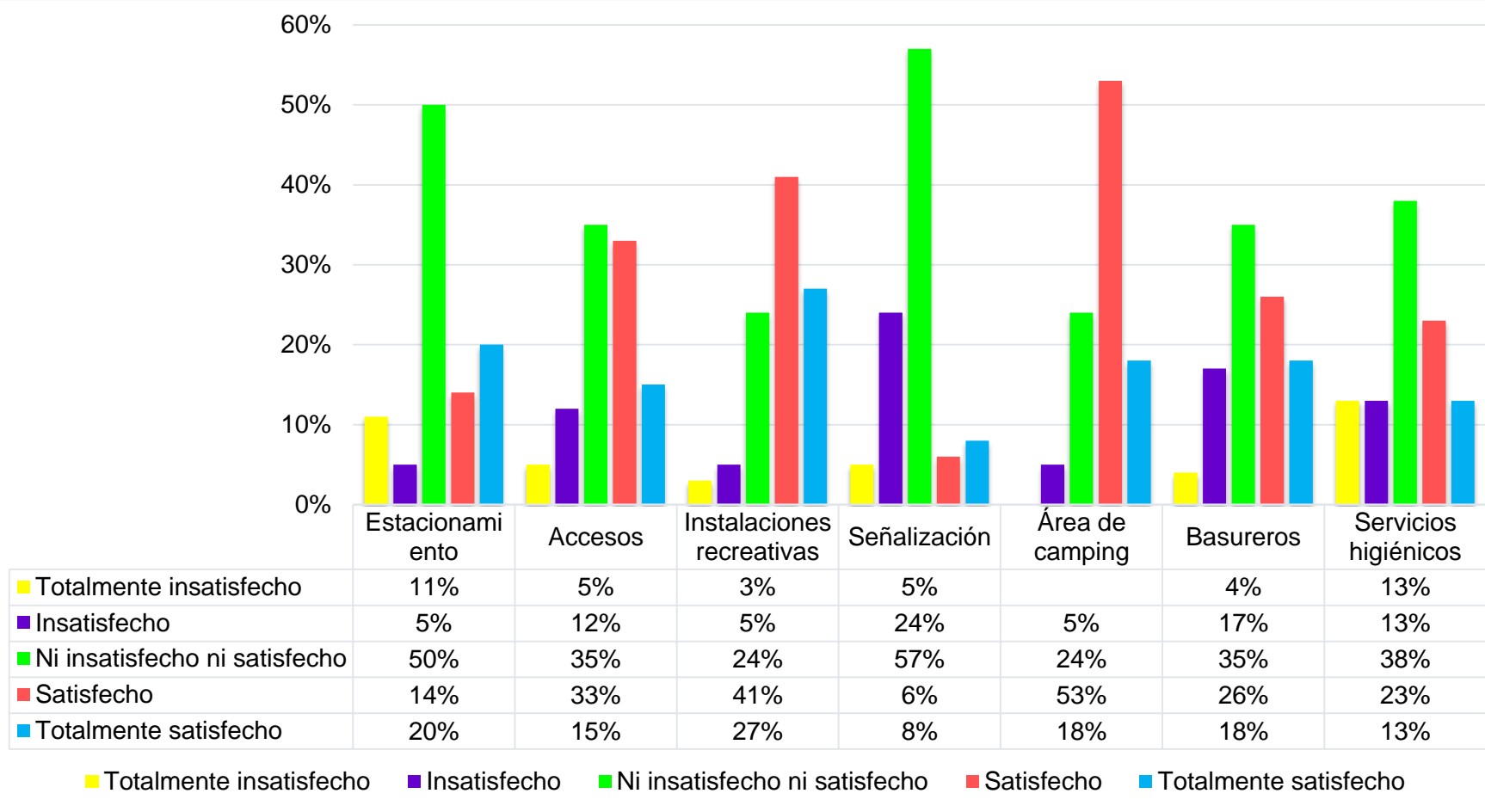


Figura 7. Evaluación infraestructura de la comunidad.

a. La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.

De los aspectos evaluados correspondientes a la infraestructura de la comunidad, se puede observar en la figura 7 que, el 50% de los visitantes revelan sentirse; ni insatisfechos ni satisfechos en cuanto al estacionamiento, seguidos por el 20% que se encuentra totalmente satisfecho; demostrando así que el 50% de los visitantes están conformes con el sitio en donde estacionan sus autos. Sin embargo, existen visitantes que en menor porcentaje sienten una total satisfacción acerca del estacionamiento. En cuanto a los accesos hacia la comunidad, el 35% de los visitantes encuestados manifiestan encontrarse ni insatisfechos ni satisfechos, esta contestación se suscita porque la mayoría de visitantes no conoce las vías de acceso a la comunidad y en ocasiones se desvían o utilizan la bici ruta Pacto-Mashpi, cuyo recorrido dura aproximadamente 4 horas; otro motivo se produce porque el camino de ingreso a la comunidad no es adecuado para automóviles (solo autos 4X4), no obstante, el 33% de los encuestados manifestó encontrarse satisfecho, gracias al buen estado de la vía Calacalí-La Independencia y de la carretera que conduce a la Central Hidroeléctrica de Manduriacu, misma que conduce a la comunidad.

Con respecto a las instalaciones recreativas, el 41% de los encuestados se encuentran satisfechos, seguidos por el 27% totalmente satisfecho; estas áreas de uso múltiple son adecuadas y placenteras para el uso y recreación de los visitantes. Por otra parte, la señalización es el 57% de los visitantes no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos, una de sus causas se debe a la limitada señalética informativa dentro de la comunidad, además se puede confirmar que el 24% de los encuestados manifestó sentirse totalmente insatisfecho por la limitada información turística de la comunidad. El área de camping ha logrado satisfacer al 52% de sus visitantes y, además ha superado las expectativas del 18% de los encuestados siendo estos totalmente satisfechos con el área de camping. En cuanto a los basureros y los servicios higiénicos que corresponden al 35% y 37% respectivamente, los visitantes se encuentran ni insatisfechos ni satisfechos, frente al 26% y 22% respectivamente, que se encuentran satisfechos con estos servicios.

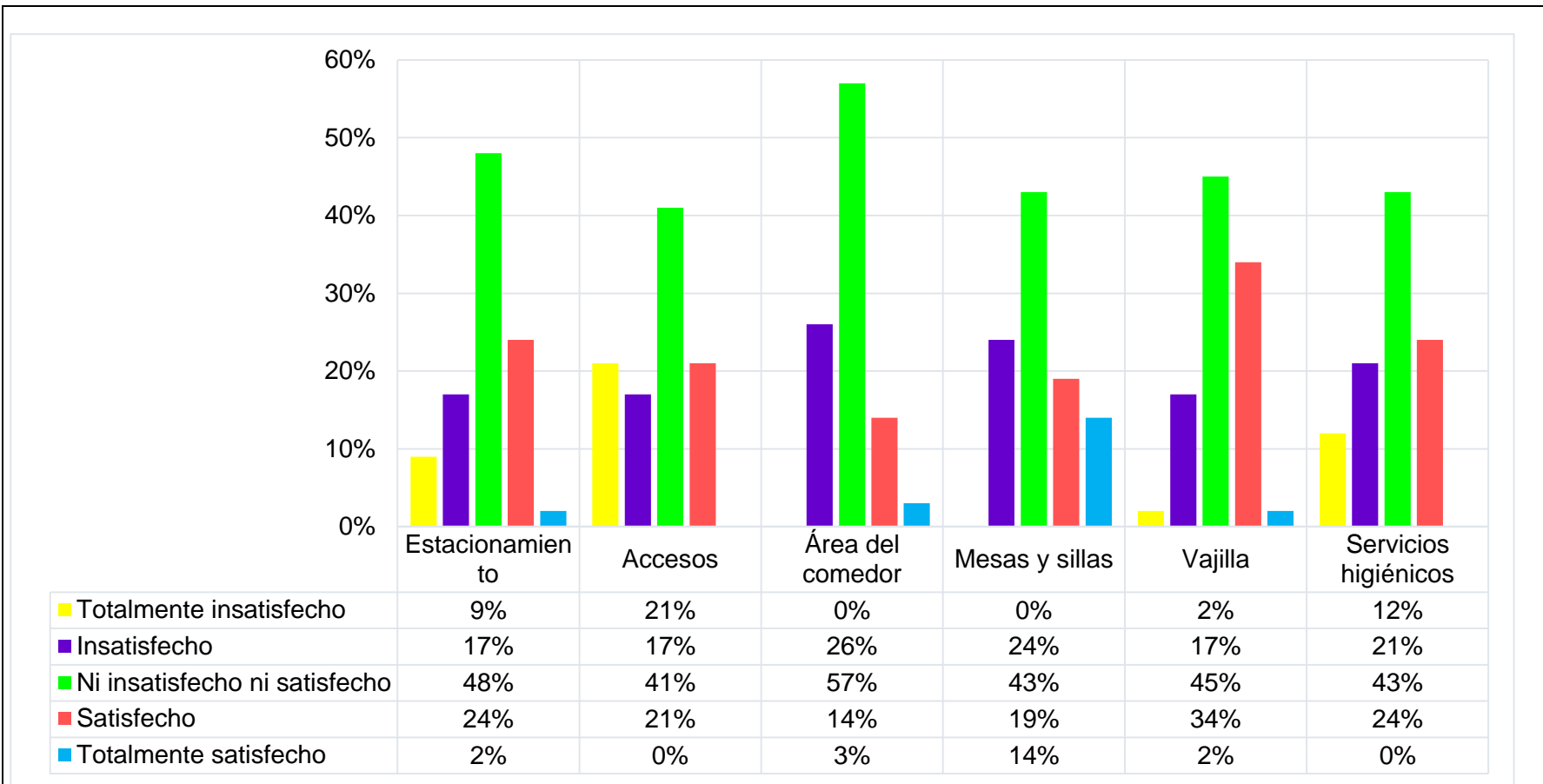


Figura 8. Evaluación infraestructura de los comedores.

La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.

La figura 8, corresponde a evaluación de la infraestructura de los comedores, donde se puede observar que el 48% de los visitantes revelan sentirse; ni insatisfechos ni satisfechos en cuanto al lugar donde parquean sus autos, seguido por el 24% de satisfecho; demostrando así que en su mayoría los visitantes no se encuentran cómodos con el sitio en donde estacionan sus autos. Sin embargo, en menor porcentaje los visitantes se sienten satisfechos al parquear sus autos en los exteriores aledaños a los comedores los mismos que sirven como vías de circulación vehicular.

En referencia a los accesos hacia los comedores, el 41% de los visitantes encuestados manifiestan estar ni insatisfechos ni satisfechos, mientras que el 21% si se encuentra satisfecho con el acceso hacia los mismos y otro 21% se encuentra totalmente insatisfecho, por esta razón, se solicita mejorar las facilidades de acceso a los comedores comunitarios.

Con respecto al área del comedor, el 57% de los encuestados se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos, seguidos por el 26% de insatisfechos, de modo que esta área necesita mejoras en su infraestructura.

Por otra parte, las mesas, sillas y vajilla corresponden al 43% y 45% respectivamente, donde los visitantes manifestaron sentirse ni insatisfechos ni satisfechos, seguidos por el 24% y 34% respectivamente, que se encuentran insatisfechos con las mesas, sillas y vajilla utilizada, por ello que se sugiere renovar estos materiales.

Los servicios higiénicos es otro de los motivos por lo que el 43% de los encuestados no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos con este servicio, seguido del 21% de insatisfechos, lo que implica una mejora en la infraestructura de los servicios higiénicos.

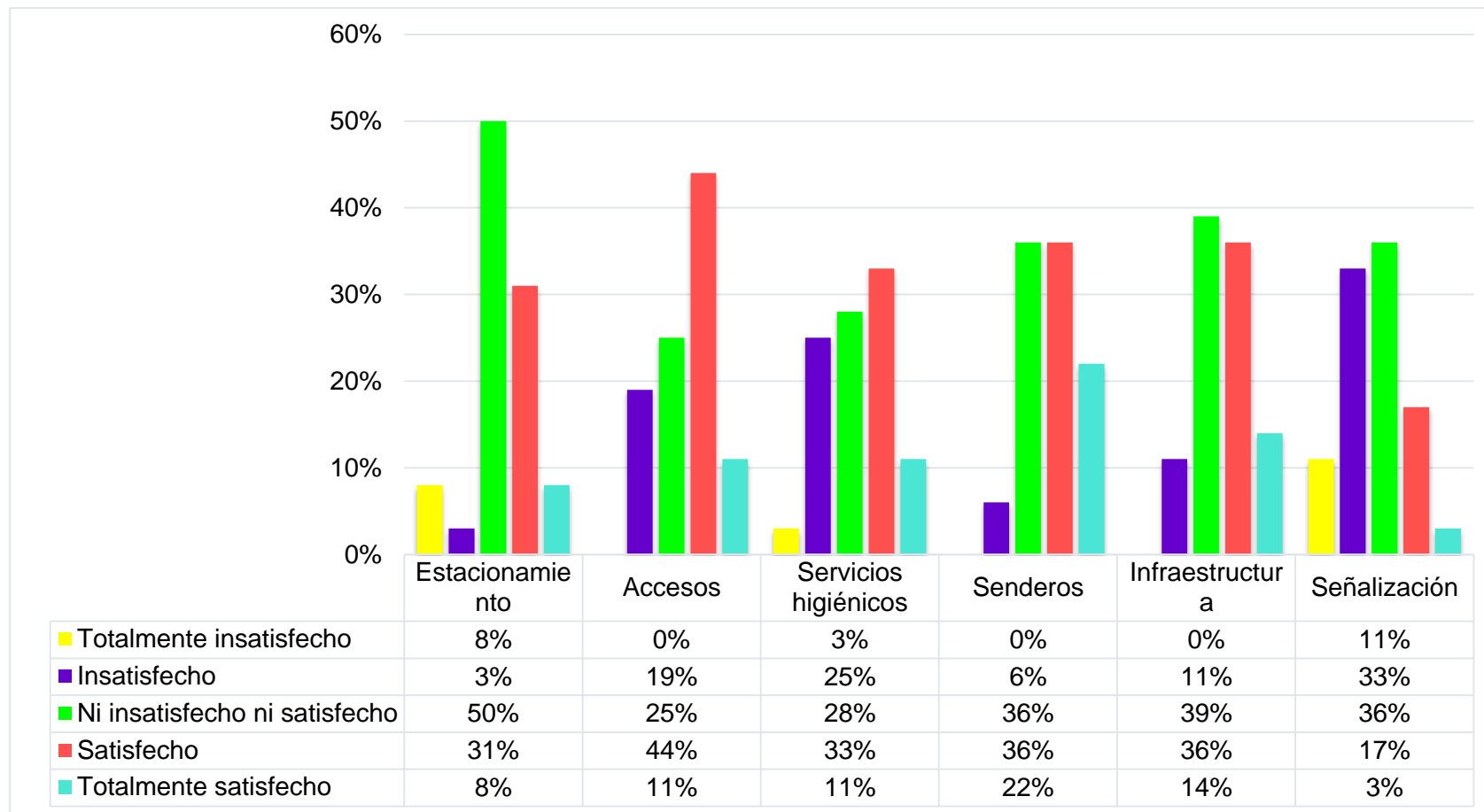


Figura 9. Evaluación infraestructura de las fincas agroecológicas.

La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.

La figura 9, corresponde a evaluación de la infraestructura de las fincas agroecológicas, donde se puede observar que el 50% de los visitantes revelan sentirse; ni insatisfechos ni satisfechos en cuanto al estacionamiento, seguido por el 31% que se encuentra satisfecho; demostrando así que en su mayoría los visitantes no se encuentra cómodos con el sitio en donde estacionan sus autos, sin embargo existe visitantes que en menor porcentaje sienten una total satisfacción acerca del estacionamiento dentro de las fincas agroecológicas.

En referencia a los accesos hacia las fincas, el 44% de los visitantes encuestados manifiestan sentirse satisfechos, seguidos por el 25% que se encuentran ni insatisfechos ni satisfechos.

Con respecto a los servicios higiénicos, el 33% de los encuestados se encuentran satisfechos, seguidos por el 28% de ni insatisfechos ni satisfechos, de modo que para la mayoría de encuestados los servicios higiénicos poseen una infraestructura adecuada.

Por otra parte, los senderos ecológicos es otro de los motivos por lo que el 36% de los visitantes se encuentran satisfechos y de igual manera el 36% no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos.

Adicionalmente, la infraestructura general de las dos fincas agroecológicas “Mashpi Shungo” y “Pambiliño” se ven necesarias en mejorar la infraestructura de sus reservas porque el 39% de los encuestados respondieron sentirse ni satisfechos ni insatisfechos con respecto a la infraestructura de las fincas, por otra parte, el 36% de los mismos encuestados manifestaron estar satisfechos con la infraestructura general de las fincas.

La señalización es un problema que presentan las fincas agroecológicas, debido a que el 36% de los encuestados se consideró ni insatisfecho ni satisfecho, seguidos por el 33% que incumbe a insatisfechos.

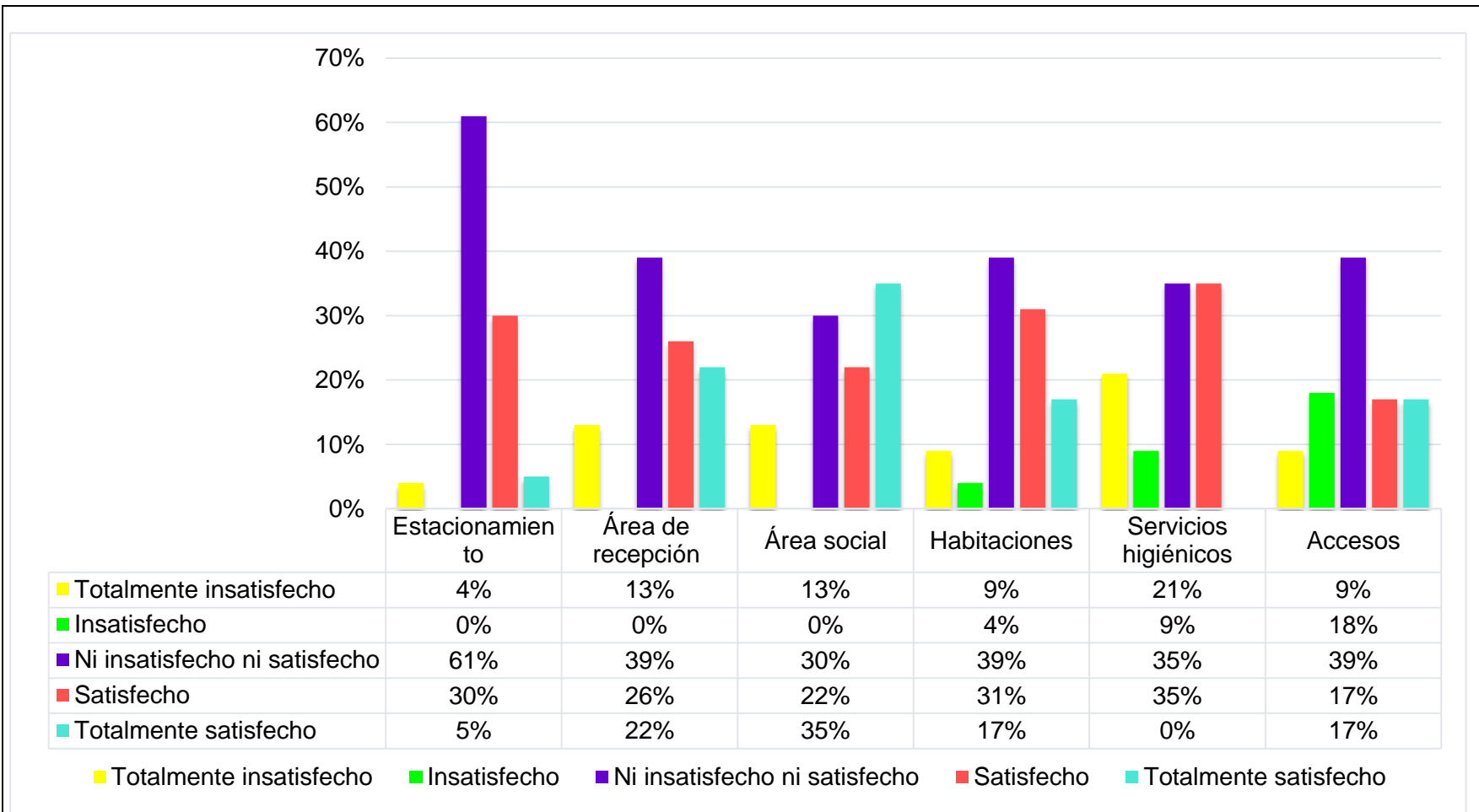


Figura 10. Evaluación infraestructura del alojamiento comunitario.  
 La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.



De los aspectos evaluados correspondientes a la infraestructura del alojamiento comunitario, se puede observar en la figura 31 que, el 61% de los visitantes revelan sentirse; ni insatisfechos ni satisfechos en cuanto al estacionamiento, demostrando así que la más de la mitad de los huéspedes no se encuentran complacidos con el sitio en donde estacionan sus autos, sin embargo, existe un 30% de huéspedes que se encuentran contentos con el área de estacionamiento. En referencia al área de recepción, el 39% de los huéspedes encuestados manifiestan estar ni insatisfechos ni satisfechos, seguidos por el 26% que se encuentran complacidos con el espacio de acogida de huéspedes.

En cuanto al área social el 35% de los huéspedes se encuentran totalmente satisfechos con la zona de sociabilización y descanso, seguidos por el 30% que revelaron sentirse ni insatisfechos ni satisfechos, a pesar de, que un porcentaje de la población encuestada manifieste sentirse totalmente satisfecho es necesario que esta área mejore su apariencia e infraestructura por el 30% inconforme con relación a este *ítem*.

Por otra parte, el 39% de los encuestados manifestaron sentirse ni insatisfechos ni satisfechos con respecto a la infraestructura de las habitaciones, seguidos por un 31% que revelaron sentirse satisfechos, la mejora de la infraestructura de las habitaciones elevaría el nivel de satisfacción de los huéspedes en un mayor porcentaje.

Los accesos es otro de los puntos que se evaluaron dentro de la infraestructura del alojamiento, en el cual el 39% huéspedes declararon ni insatisfechos ni satisfechos y el 18% manifestó sentirse insatisfecho con el acceso, con este resultado lo óptimo sería mejorar el acceso de ingreso a la casa de alojamiento comunitario. Adicionalmente, se evaluó los servicios higiénicos donde se obtuvo una valoración de ni insatisfechos ni satisfechos por el 35% de huéspedes y en la misma proporción los visitantes manifestaron sentirse satisfechos con la infraestructura de los servicios higiénicos, sin embargo, se sugiere una mejora en este espacio.

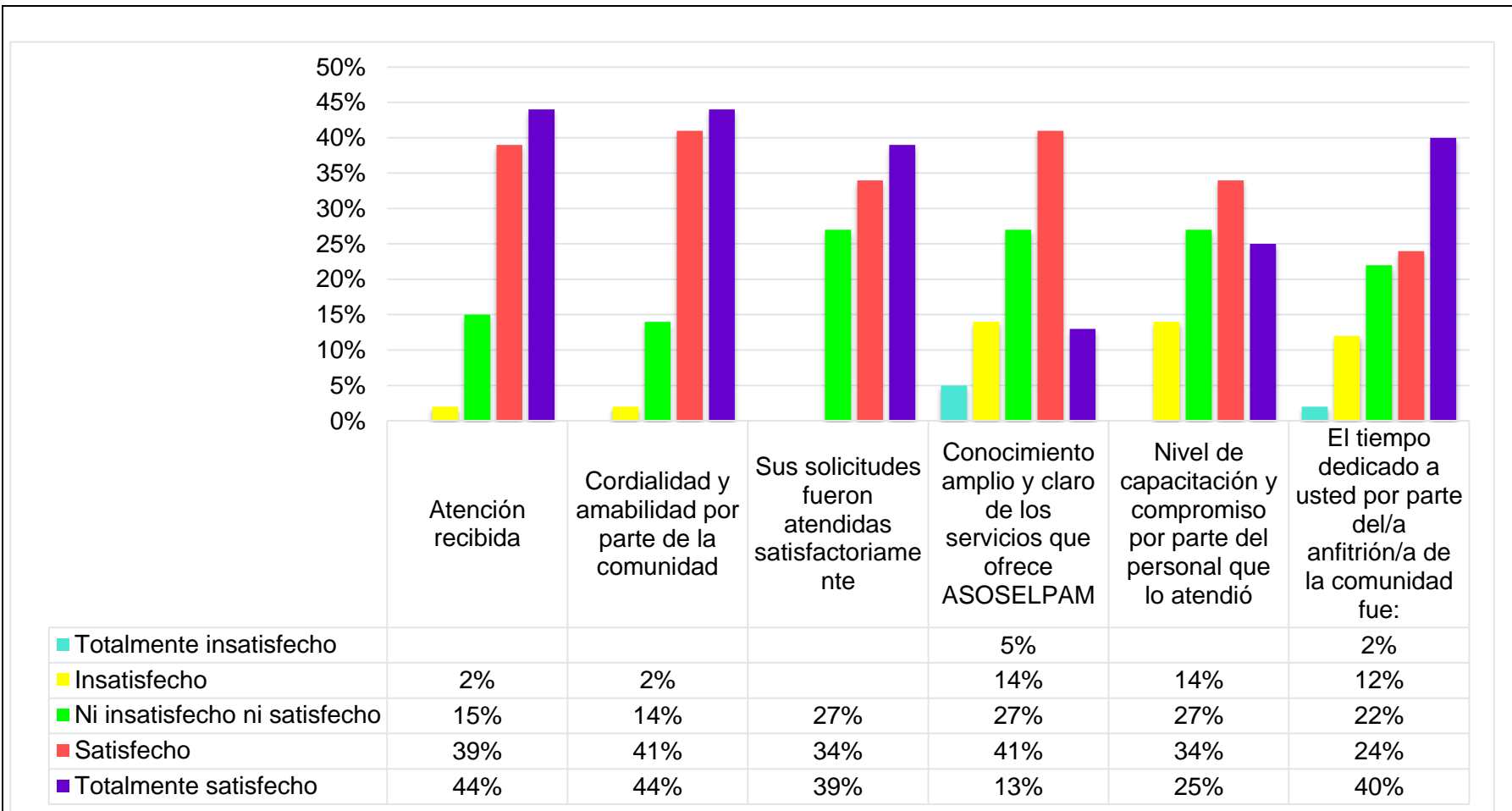


Figura 11. Evaluación operación y servicio de la comunidad.  
La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.

De los aspectos evaluados correspondientes a la operación y servicio de la comunidad, como se muestra en la figura 11, el 44% de los visitantes revelan sentirse; totalmente satisfechos en cuanto a la atención recibida, seguidos por el 39% que se encuentran satisfechos; demostrando así que en su mayoría los visitantes se encuentran complacidos con la acogida por parte de los miembros de la comunidad.

En referencia a la cordialidad y amabilidad por parte de la comunidad, el 44% de los visitantes encuestados manifiestan sentirse totalmente satisfechos seguidos por el 41% que se sienten satisfechos, confirmado entonces que la cordialidad y amabilidad brindada por la comunidad es satisfactoria para los visitantes. Además, el 39% de los visitantes manifestó sentirse totalmente complacido y el 34% complacido en cuanto a las solicitudes requeridas a los miembros de la comunidad.

En relación al conocimiento de los servicios turísticos que ofrece la *ASOSELPAM*, el 41% de los visitantes mencionaron sentirse satisfechos, mientras que el 27% manifestó sentirse ni insatisfecho ni satisfecho en cuanto a la amplitud y claridad del conocimiento de la oferta turística de la *ASOSELPAM*.

Adicionalmente, el 34% mencionó encontrarse satisfecho y un 27% ni insatisfecho ni satisfecho en relación al nivel de compromiso y capacitación por parte del personal que le atendió en los establecimientos turísticos comunitarios, es necesario tomar en cuenta que la capacitación del talento humano es una herramienta de suma importancia para los prestadores de servicios turísticos que en la comunidad San José de Mashpi se precisa en mejorar.

Por otra parte, el 40% de los visitantes manifestó sentirse muy complacido y el 24% complacido por el tiempo dedicado hacia ellos por parte del anfitrión de la comunidad o de la presidenta de la comunidad.

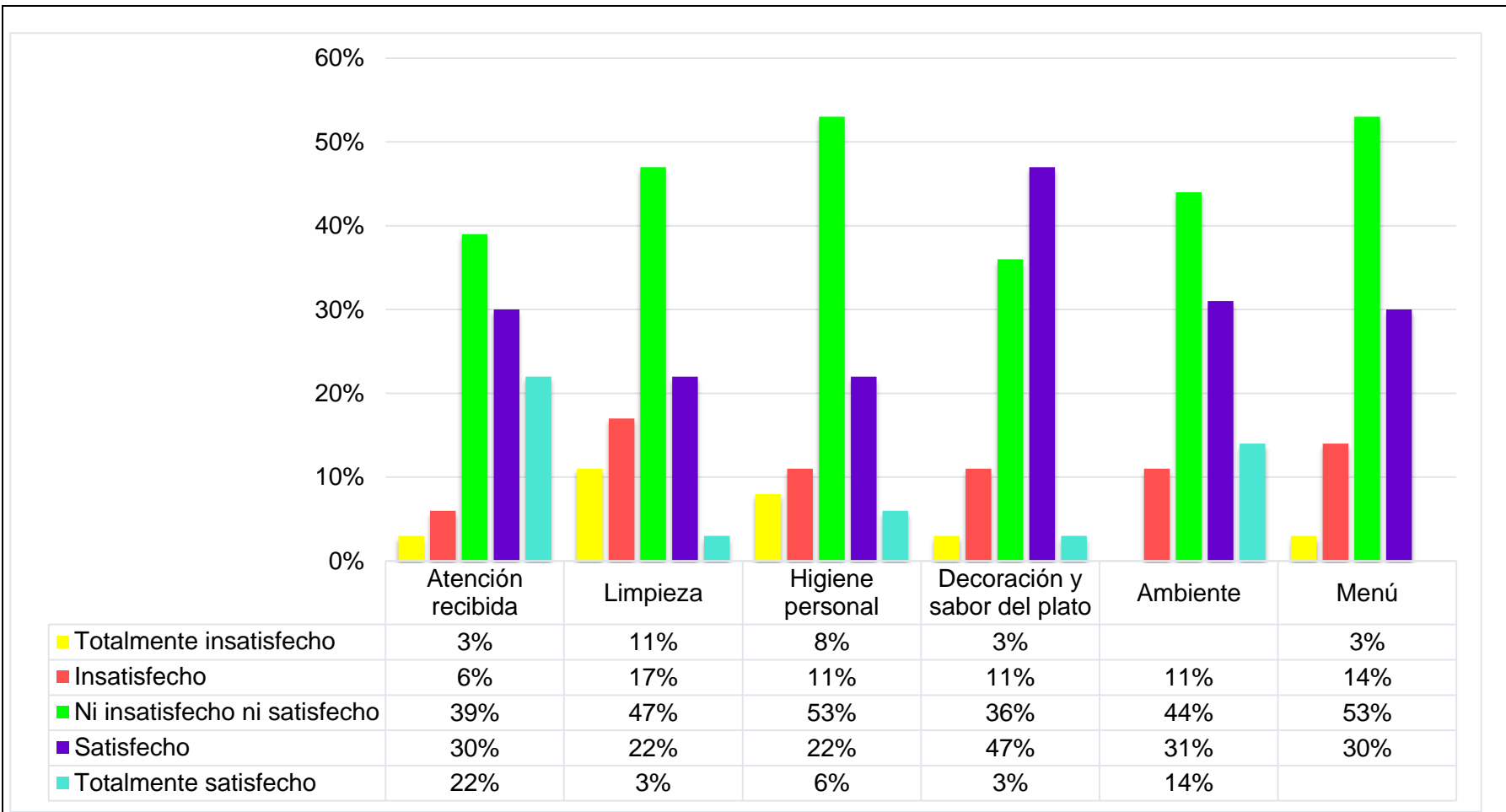


Figura 12. Evaluación operación y servicio de los comedores comunitarios.

La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.

De los aspectos evaluados correspondientes a operación y servicio de los comedores comunitarios, se puede observar en la figura 12 que, el 39% de los visitantes revelan sentirse; ni insatisfechos ni satisfechos en cuanto a la atención recibida; se demuestra entonces que existe un porcentaje mayor de visitantes no complacidos mientras que un 30% si se encuentra complacido con la acogida prestada en los comedores comunitarios.

Con respecto a la limpieza, el 47% de los visitantes encuestados manifiestan estar ni insatisfechos ni satisfechos y el 22% se encuentra satisfecho, sin embargo, en cuanto a la higiene personal encontramos similares resultados dado que el 53% revelan estar ni insatisfechos ni satisfechos y el 22% dice encontrarse satisfechos, por lo tanto, la limpieza en los comedores y la higiene personal de las meseras y cocineras necesita mejorar utilizando aplicando los estándares desarrollados en el presente Manual de Buenas Prácticas.

Por otra parte, los visitantes mencionan encontrarse satisfechos (47%) con la decoración y sabor del plato, pero el 36% revelan estar ni satisfechos ni insatisfechos, comprobando entonces que es necesario mejorar la decoración y sabor del plato.

Adicionalmente, los visitantes mencionan sentirse ni satisfechos ni insatisfechos (44%) en el ambiente del comedor demostrando así sentirse conformes, mientras que un 31% declaró estar complacido con el ambiente del comedor.

Además, el 53% de los encuestados consideraron estar ni insatisfechos ni satisfechos con el menú de platillos ofrecidos en los comedores mientras que el 30% considero lo contrario y prefirió la opción de satisfecho.

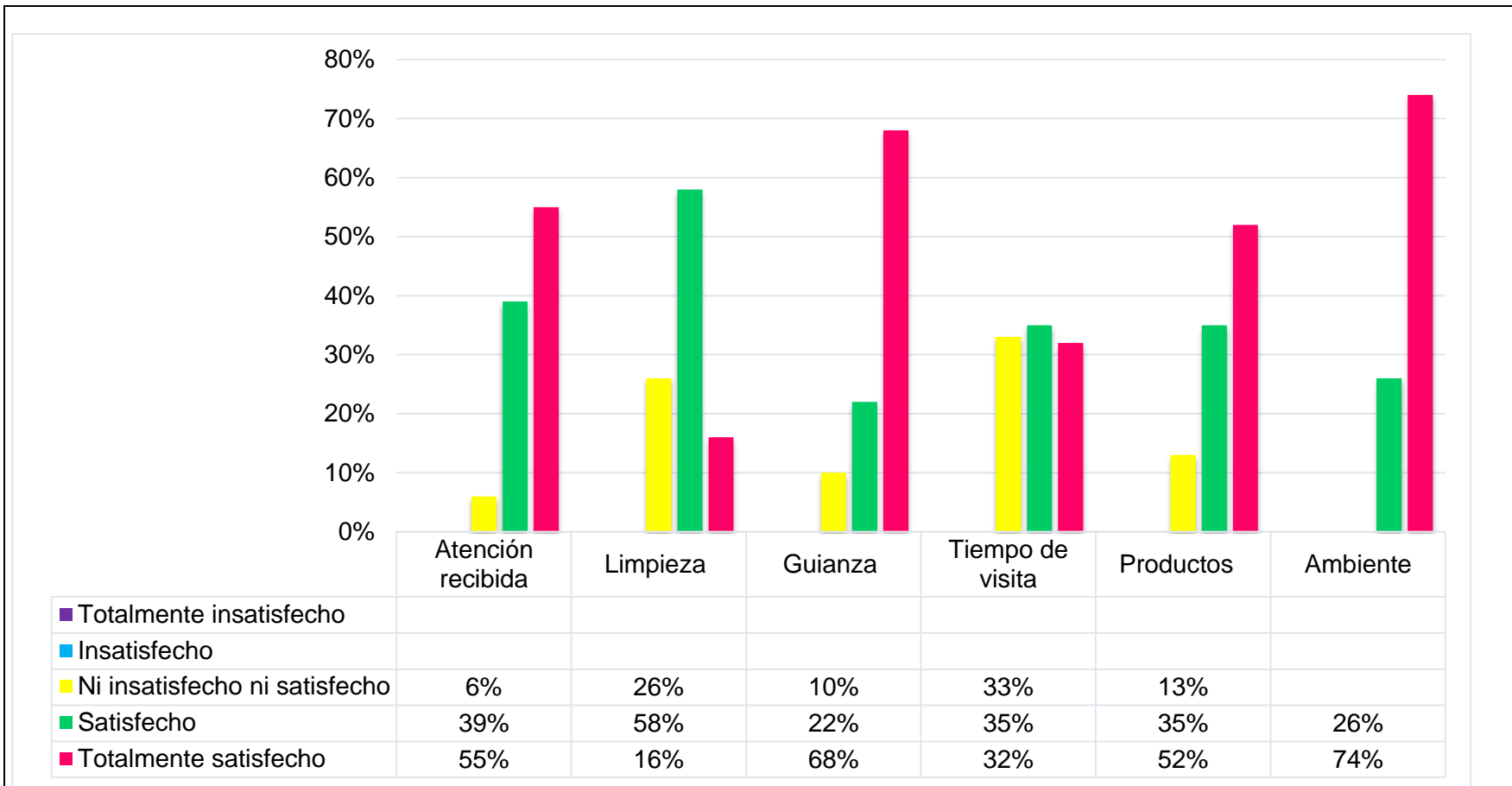


Figura 13. Evaluación operación y servicio de las fincas agroecológicas.

La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.

De los aspectos evaluados correspondientes operación y servicio de las fincas agroecológicas, se puede observar en la figura 13 que, el 55% de los visitantes revelan sentirse; totalmente satisfechos con la atención brindada por los guías de las reservas; demostrando así que en su mayoría que los visitantes se encuentran complacidos con la acogida brindada en las fincas.

En referencia a la limpieza, el 58% de los visitantes encuestados manifiestan estar satisfechos y 68% revelo sentirse totalmente satisfecho con la guianza durante el recorrido por las fincas agroecológicas, también manifiestan estar totalmente satisfechos con los productos, el ambiente y el tiempo de visita en las fincas.

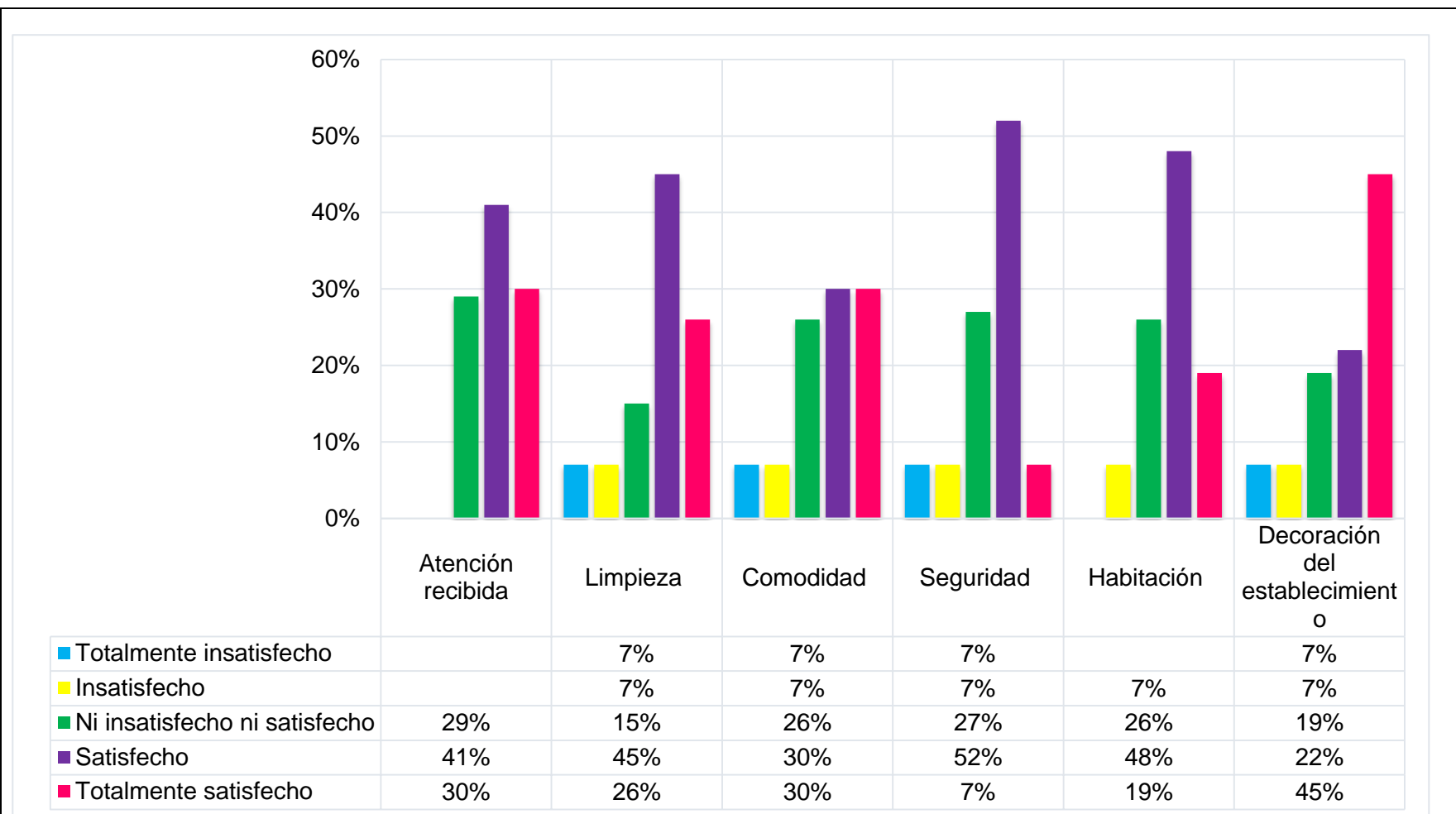
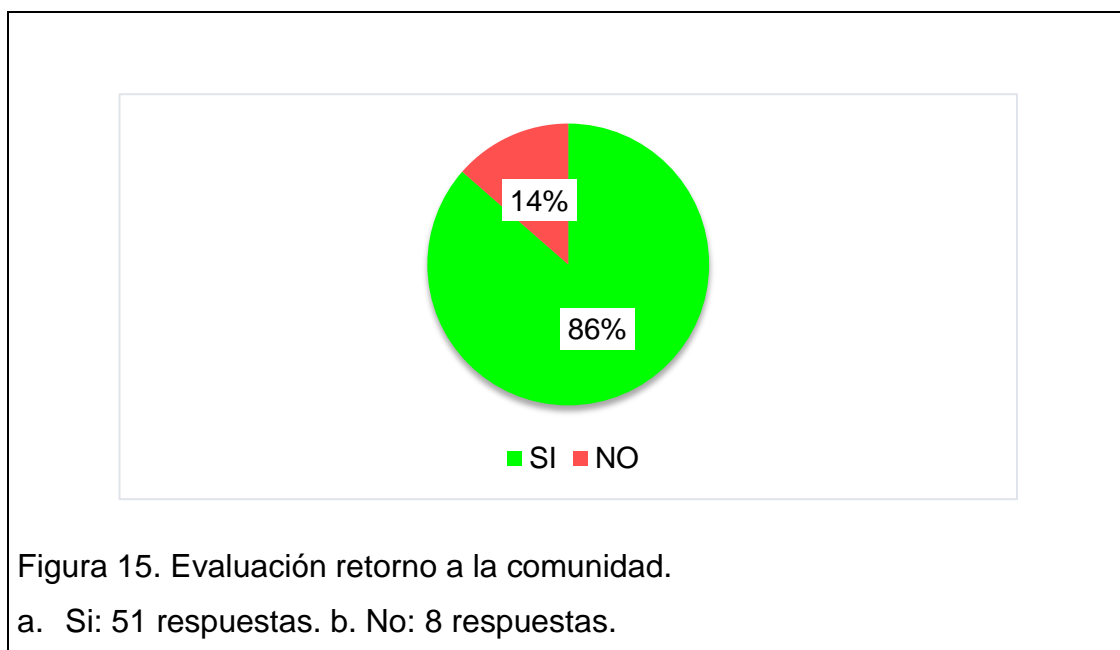


Figura 14. Evaluación operación y servicio del alojamiento comunitario. La evaluación fue aplicada a 80 visitantes de ambas nacionalidades.



De los aspectos evaluados correspondientes operación y servicio del alojamiento comunitario, se puede observar en la figura 14 que, los visitantes revelan sentirse; satisfechos con la atención recibida, limpieza, comodidad, seguridad, habitaciones y con la decoración del establecimiento.

### ¿Confiaría en ASOSELPAM para un próximo viaje?



Como se observa en la figura 15, el 86% de los visitantes encuestados estaría dispuesto en regresar a la comunidad San José de Mashpi en otra ocasión, sin embargo, existe un 8% que no retornaría a la comunidad en un próximo viaje.

### b) Recomendaciones y sugerencias

Tabla 10. Recomendaciones y sugerencias por parte de los visitantes a la ASOSELPAM.

#	Recomendación
1	Mejoramiento de la infraestructura de los establecimientos.
2	Mejora de servicio al cliente en los establecimientos de comida.

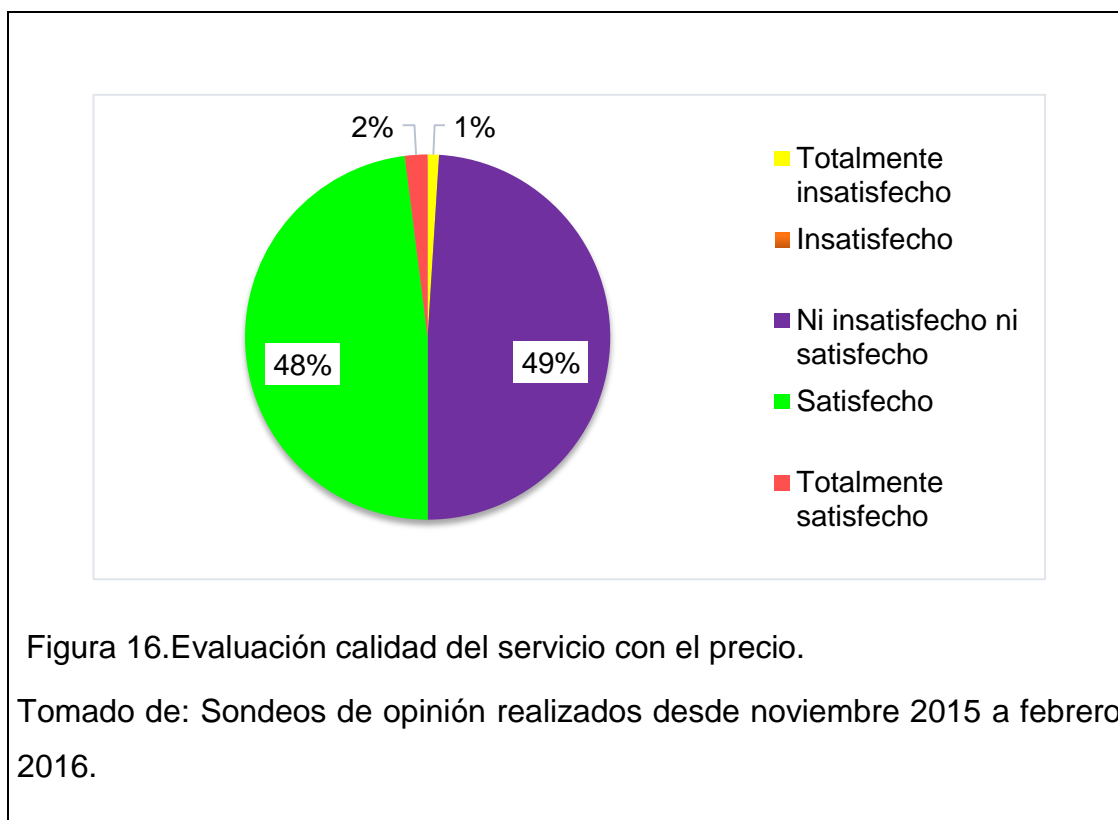
3	Fortalecer la promoción de la <i>ASOSELPAM</i> a través de redes sociales y agencias de viajes para mayor conocimiento de visitantes nacionales y extranjeros.
4	Implementación de un manual de buenas prácticas sostenibles en turismo comunitario para uso exclusivo de la comunidad.

Tomado de: Encuestas de satisfacción de servicios realizadas a los visitantes de la *ASOSELPAM* en los periodos comprendidos durante noviembre 2015 hasta febrero del 2016.

En la tabla 10, se puede observar a manera de resumen las recomendaciones y sugerencias realizadas por los encuestados, a la *ASOSELPAM*.

### Tercera parte

Relación calidad - precio



Como se observa en la figura 16, el 49% de los visitantes manifestaron sentirse ni insatisfechos ni satisfechos, mientras que el 48% mencionaron estar satisfechos, se podría resumir entonces que se necesita elevar el nivel de satisfacción que los visitantes, entregando un mejor servicio para que este vaya de acorde al precio que se cobra en cada actividad o establecimiento.

#### **3.1.2.4. Análisis de resultados del sondeo de opinión**

##### **Análisis de la encuesta**

Con respecto al análisis de resultados del perfil de los visitantes de la comunidad San José de Mashpi, se encuentran detallados a manera de resumen, en el capítulo III.

En cuanto al análisis de satisfacción de servicios, se puede concluir de manera general lo siguiente:

- La infraestructura de la comunidad es agradable a la vista de los visitantes y la acogida, amabilidad y cordialidad brindada por parte de los miembros de la comunidad, es muy complaciente para los mismos. No obstante, los visitantes no se encuentran totalmente satisfechos, en cuanto a los accesos que direccionan hacia la comunidad, debido a la limitada información encontrada en la web y la escasa señalética turística previo al arribo a la comunidad y dentro de la misma.
- En los comedores comunitarios, la mayoría de los visitantes se encuentran ni insatisfechos ni satisfechos con la infraestructura y el servicio brindado; por ello, se sugiere la implementación y el cumplimiento con los estándares y procedimientos sugeridos en el presente manual.
- El servicio de guianza en las fincas agroecológicas, eleva el nivel de satisfacción de los visitantes durante el recorrido por las fincas; sin

embargo, se sugiere una mejora en la infraestructura de los establecimientos, puesto que la mayoría de los visitantes, expresaron sentirse ni insatisfechos ni satisfechos.

- En el alojamiento comunitario, se pudo apreciar que la infraestructura del establecimiento, no es del todo complaciente a la vista de los huéspedes. Por tal razón, se sugiere mejoras físicas en: el estacionamiento, las habitaciones, el área de recepción y en los servicios higiénicos. Con pequeños cambios, se logrará elevar la satisfacción de los huéspedes; a pesar de que, los mismos, ya se sienten satisfechos con la atención recibida, la limpieza del establecimiento, la comodidad y la seguridad.

Con relación a la evaluación de la calidad-precio, se recomienda estandarizar los precios que se cobra a los visitantes individuales o a los grupos organizados y de la misma manera, mejorar el proceso de entrega de servicios en cada establecimiento de la comunidad.

#### **Análisis de la entrevista:**

Según la entrevista efectuada al Dr. Enrique Cabanilla, experto en Turismo Comunitario, se puede determinar lo siguiente:

- Las buenas practicas con principios de sostenibilidad dentro del turismo, se deben aplicar en formas similares, pues es fundamental mantener el tema cultural, económico, y ambiental, pero, además; en Turismo Comunitario es importante adaptar los temas tecnológicos dentro de las buenas prácticas, tomando en cuenta, principalmente el tema geográfico y cultural de la comunidad involucrada, como lo es la implementación de biodigestores en *Kapawi* Lodge y que dentro de la cultura shuar las mujeres no deben trabajar. Además, cuando las buenas prácticas sean adaptadas al ámbito cultural, estas deben poseer limitantes, por ejemplo: en la cosmovisión indígena los niños desde sus 12 años trabajan en las

actividades de campo, pero dentro de ley ecuatoriana está prohibido que los niños trabajen, estos temas culturales no deben transgredir a los temas legales. En el caso de Mashpi, la comunidad no tiene una cultura arraigada como se ha mencionado en los anteriores ejemplos, por ello, su cultura no transgrede tanto y le facilita la adaptación para los procesos de Buenas Prácticas.

- En el diseño de manuales de buenas prácticas, es necesario darle un matiz aplicado al entorno en el cual se encuentra la comunidad y a la cultura de la misma. Acotando algo importante, Enrique menciona que dentro del turismo comunitario la sostenibilidad no lo es todo, pues, en el tema turístico es muy corta y no es real, los destinos se envejecen, los senderos no son sostenibles de por vida, sin embargo, la sostenibilidad es una herramienta para el Buen Vivir y en el caso del Turismo Comunitario la sostenibilidad debe ser ese apoyo, empuje y principio para construir el buen vivir.
- Existen varios problemas dentro de las comunidades, pero es necesario incorporar un proceso de educación ambiental muy fuerte para crear conciencia ambiental dentro de la comunidad. En lo cultural, se debe tener mucho cuidado con la mercantilización de la cultura, pues se pierde la razón cultural y por ello se recomienda que, siempre una comunidad cuente con centros de gestión, separados de la relación con el turismo. En lo económico, el turismo se genera como un mecanismo de explotación entre ellos mismo, pues los miembros no cuentan con rol de pagos, no se encuentran afiliados e incluso no tienen acceso a un sueldo básico. Razón por la cual, no se debe transgredir las leyes y al acuerdo de bienestar, de que todo trabajo debe ser remunerado, cumpliendo la ley. En contraste a esto, Enrique menciona que las entidades como el Ministerio de Turismo, crean normativas que son insultantes, pues piensan que siempre en las comunidades todo anda

mal o son “salvajes”, incluso la normativa para los Centro de Turismo Comunitario es muy exigente a la realidad de las comunidades.

- En cuanto a capacitaciones, estas deben ser completas, pero no son suficientes porque necesitan procesos de asistencia técnica a largo plazo, pues, con 20 horas de capacitación es fundamental pero insuficientes para que las personas aprendan y apliquen buenas prácticas. Por tal razón, se necesita de asistencia técnica continua, de más o menos dos o tres años. Además, recomienda que antes de iniciar los procesos de implementación de buenas prácticas siempre se debe acordar tres cosas; en primer lugar: estos proyectos deben tener el aval de la comunidad, en segundo lugar: la comunidad debe mencionar que va hacer y a dónde quiere llegar con la implementación de proyectos como este y, en tercer lugar: es fundamental presentar una rendición de cuentas, cuanto hizo la implementación de ese proyecto por la gente.

## 4. CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE PROCESOS

En el siguiente capítulo, se muestran los diagramas de procesos de servicios, que entrega la asociación a sus clientes, involucrando a: los comedores comunitarios, las fincas agroecológicas, el alojamiento comunitario y las áreas de uso sustentable, a fin de expresar gráficamente el flujo de procesos en cada una de estas áreas y el contacto que reciben los clientes durante su visita hasta la finalización del servicio en la Comunidad San José de Mashpi.

### 4.1. Mapa de procesos (*Blueprint actual*)

Los planos de servicio o *blueprinting* (término en inglés) es una herramienta de representación gráfica muy utilizada para medir, evaluar y controlar los procesos de servicio que recibe el cliente antes, durante y después de la compra de un bien o servicio; estos a su vez, se realizan de forma actual y optimizada para mejorar la entrega de servicios y el nivel de satisfacción del cliente (*Internacional Service Marketing Institute [ISMI], 2002, p. 58*).

#### 4.1.1. Identificación de la situación actual

Para el diseño de los *blueprint actual* en los procesos de servicio de la *ASOSELPAM* de forma general y en cada uno de los establecimientos, se efectuó un análisis profundo mediante observación participativa, para posteriormente, plasmar la cadena de servicio general que siguen los visitantes individuales y los grupos organizados, cuando arriban a la comunidad San José de Mashpi y de la misma manera, ejecutar los planos de servicios en cada uno de los establecimientos turísticos.

##### 4.1.1.1. Identificación de las áreas de análisis

Las áreas de análisis pertenecientes a la *ASOSELPAM* se detallan a continuación:

Tabla 11. Identificación de las áreas de análisis en comedores comunitarios.







Tipo de establecimiento	Área de análisis	Descripción	Función	Imagen	
Comedores comunitarios	Área de comedor	Los comedores comunitarios cuentan con una capacidad máxima de 50 plazas; con áreas destinadas para el servicio y alimentación de los visitantes.	Entrega y servicio de alimentos.  Retiro de vajilla y cubiertos.	<p>Comedor San José</p> 	<p>Comedor Pati</p> 
	Área de cocina	Se preparan los alimentos que después se servirán en el área de comedor.	Preparación de alimentos.		



Tabla 12. Identificación de las áreas de análisis en el alojamiento comunitario.

Tipo de establecimiento	Área de análisis	Descripción	Función	Imagen
Alojamiento comunitario; "Posadas Tello"	Área de hospedaje-habitaciones:	Destinada para la estancia del huésped. Dividida en 3 habitaciones triples; cada una cuenta con: 1 cama King de 2 plazas, 2 camas dobles de 1 plaza, una silla, un velador, toallas, pantuflas, <i>amenities</i> . También, existe 1 habitación cuádruple acomodada con 4 camas simples de 1 ½ plaza cada una, una silla, un velador, <i>amenities</i> y pantuflas.	Atención de solicitudes extras, como: almohadas, cubrecamas, <i>amenities</i> , entre otras. Permitir que el huésped descanse de forma tranquila en las habitaciones. Evitar interrupciones o eventos que interrumpan la estadía del huésped, como fiestas nocturnas con música en alto volumen.	 




	<p>Área de descanso</p>	<p>Sala de estar, con un espacio destinado para: leer, ver televisión, escuchar música o reunirse con amigos.</p>	<p>Ofrecer un espacio de descanso y socialización al huésped fuera de las habitaciones.</p>	
	<p>Área de comedor y espacio comunal</p>	<p>Compuesto por: mesas, sillas y mesa de billar. Durante el día, se destina al servicio de comedor para los huéspedes y, en la noche, es un espacio de reunión para los visitantes.</p>	<p>Servicio de desayuno al huésped.  Actividades recreativas.</p>	
	<p>Área de cocina</p>	<p>Se preparan los alimentos para servir el desayuno a los huéspedes.</p>	<p>Preparación de alimentos.  Limpieza de cocina.</p>	

Tabla 13. Identificación de las áreas de análisis de las fincas agroecológicas.

Tipo de establecimiento	Área de análisis	Descripción	Función	Imagen
	Área de descanso y recepción	Destinada a la recepción y bienvenida de los visitantes. Adicionalmente, en esta área se explica toda la información acerca de las fincas. A su vez, es dispuesta, al descanso de los visitantes antes, durante y después de recorrer los senderos ecológicos; así como, las parcelas de cultivos orgánicos de cacao, café, cardamomo, etc.	<p>Recibir a los visitantes.                      Dar la bienvenida.                      Dar charlas.                      Brindar alimentos de degustación.                      División de grupos.                      Informar sobre la reserva.                      Despedida de los visitantes.</p>	







Fincas Agroecológicas	Senderos ecológicos	En esta área, el grupo de visitantes es encaminado por el guía nativo para la observación de cultivos, vegetación nativa de la zona y avistamiento de aves. Esta área, está marcada por pequeños caminos o rutas elaboradas por cada propietario de la finca.	<p>Interpretación ambiental.</p> <p>Educación ambiental.</p> <p>Observación de flora y fauna.</p>	
	Parcelas de cultivos	En este espacio, los guías nativos muestran a los turistas los cultivos de cacao o café que tienen en cada parcela y, las prácticas sustentables que aplican para el cultivo de los productos de manera orgánica.	<p>Interpretación ambiental.</p> <p>Educación ambiental.</p> <p>Observación de flora y fauna.</p> <p>Observación de cultivos locales e introducidos.</p>	



Tabla 14. Identificación de las áreas de análisis en la zona de uso sustentable.

Tipo	Área de análisis	Descripción	Función	Imagen
Zona de uso sustentable	Facilidades turísticas	Destinada para los visitantes que ingresan a la comunidad y se dirigen al río Mashpi. Cuenta con: mesas y sillas elaboradas en madera, pérgolas para colocar pertenencias antes de ingresar al río, descansar, compartir alimentos y también con juegos para niños.	Área de descanso. Servicio de alimentos.	
	Área de campamento turístico	Tiene una capacidad para alojar a 20 personas. Se encuentra ubicado frente al río Mashpi y dispone de: energía eléctrica, servicio de baños y personal de apoyo. Esta área, sirve además, para dar charlas de bienvenida a los grupos de visitantes que llegan a la ASOSEL PAM.	Instalación de carpas.	

	<p>Servicios higiénicos y duchas</p>	<p>Destinados para todos los visitantes que llegan a la comunidad San José de Mashpi y visitan cada uno de sus establecimientos o el río Mashpi. Están compuestos por dos baños y una ducha.</p>	<p>Acceso a los servicios higiénicos para hombres o mujeres.</p> <p>Acceso a la ducha.</p>	
	<p>Orquideario</p>	<p>Exhibición in situ de especies de orquídeas de la zona.</p>	<p>Observación de flora (orquídeas).</p>	

#### **4.1.1.2. Descripción de los procesos de servicio por área/ tipo de establecimiento y zona de servicio**

Los planos de servicios permiten identificar las áreas críticas del servicio, los espacios y causas donde se generan problemas de servicio, los momentos donde existe una deficiencia de calidad y las zonas donde se pueden aplicar medidas correctivas (ISMI, 2002, p.59-60).

Los planos de servicios representados gráficamente, se encuentran divididos en las áreas críticas que se exponen a continuación (ISMI, 2002, p.60):

- *Front office* o zona de visibilidad: es el área donde se genera la interacción con el consumidor; estas son identificadas como críticas para la percepción de la calidad del servicio por los clientes.
- *Back office* o entre bambalinas: son las áreas donde se realizan tareas y acciones cumplidas detrás del mostrador; estas producen un impacto directo en las expectativas del cliente.

A continuación, se muestra el diseño del *blueprint* actual general para clientes individuales (1-4 personas) y grupos organizados (más de 5 personas) que hacen uso de los servicios turísticos de la *ASOSELPAM*. Adicionalmente, en el anexo 2, se puede observar los *blueprint* actual para cada uno de los establecimientos turísticos que forman parte de la asociación.

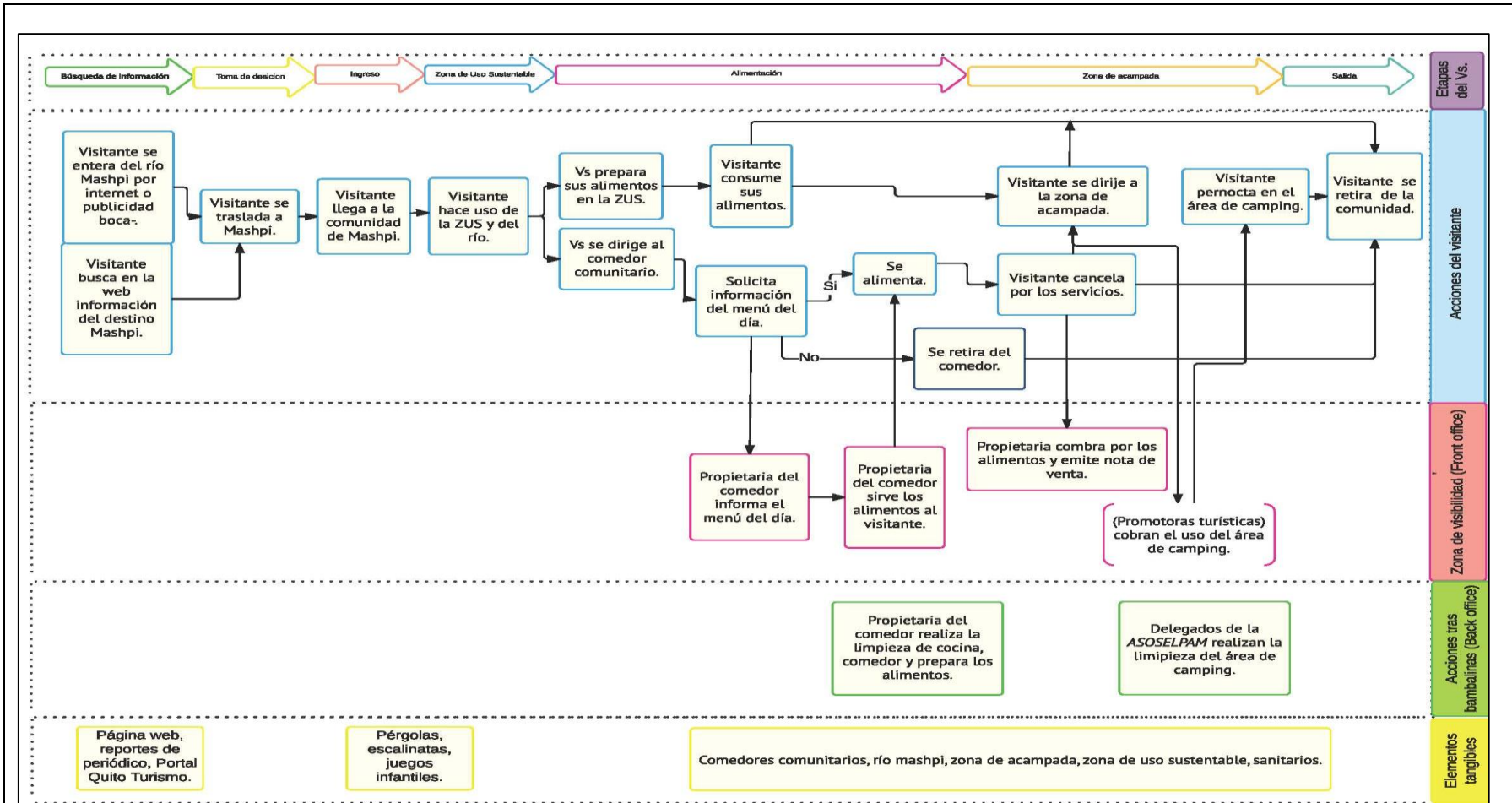


Figura 17. *Blueprint* actual de entrega de servicios de la ASOSELPAM para el cliente individual.

Adaptado de: "Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio", por *International Service Marketing Institute* [ISMI], 2002.

Acciones del cliente: color azul. b. Acciones *Front office*: color rosa. c. Acciones *Front desk*: Color verde.



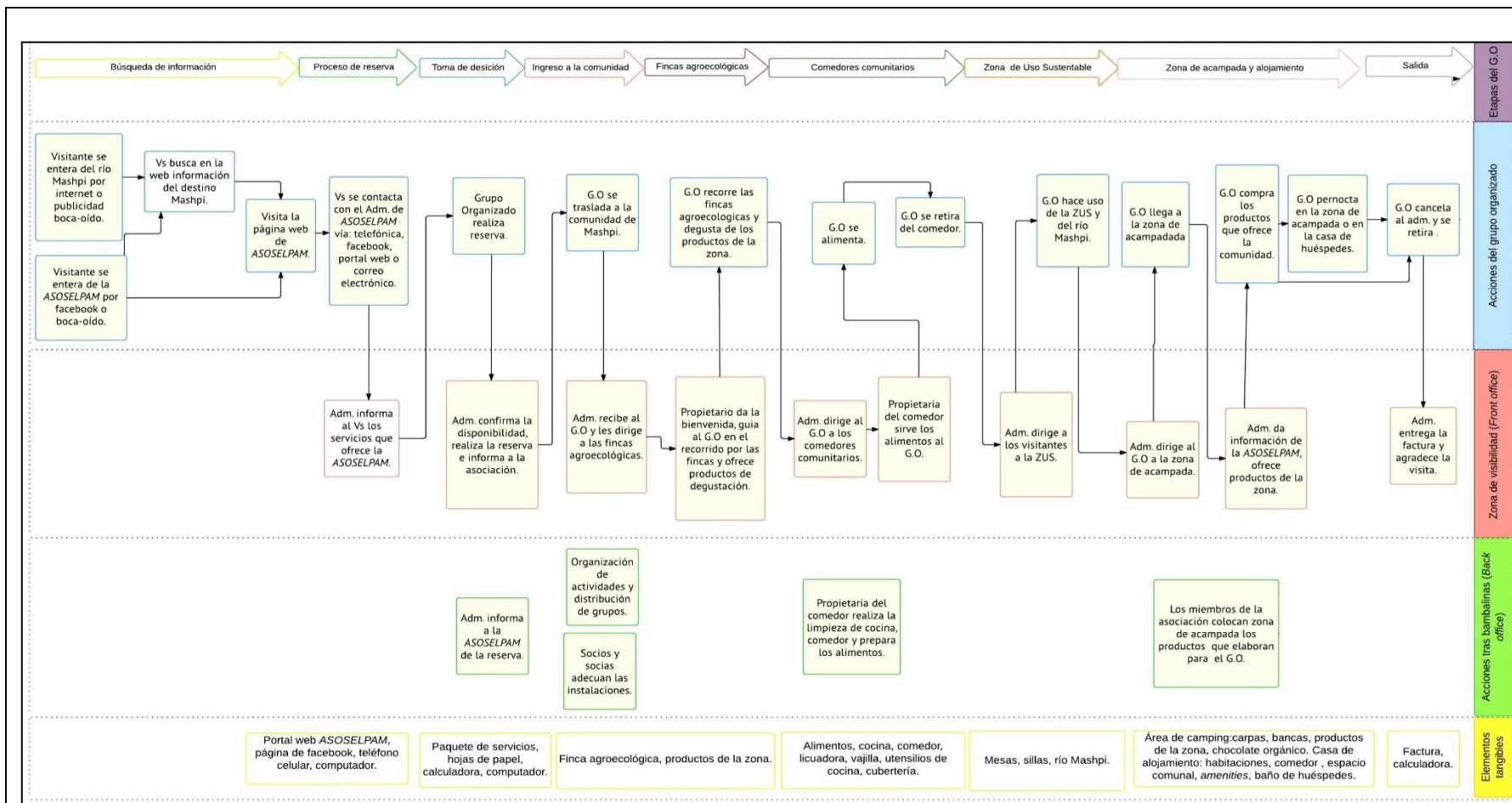


Figura 18. *Blueprint* actual de entrega de servicios de la ASOSELPAM para grupos organizados.

Adaptado de: “Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio”, por *International Service Marketing Institute* [ISMI],2002.

a. Acciones del cliente: color azul. b. Acciones *Front office*: color rosa. c. Acciones *Front desk*: Color verde.

a. G.O: grupo organizado. b. Vs: visitante. c. Adm: administrador.

#### 4.1.1.3. Lista de posibles errores (identificación de los puntos críticos)

En este apartado se realiza una división de las áreas críticas que permitirán conocer las falencias existentes en cada área de servicio que atraviesa el cliente durante su visita a la *ASOSELPAM*; mismas que alterarían el proceso de servicio, de modo que, se pueda establecer medidas correctivas y preventivas para evitar cualquier desviación (*International Service Marketing Institute [ISMI], 2002, p.60*).

La lista de posibles errores que se encontró durante la entrega de servicios en los mapas de procesos actuales para visitantes individuales y grupos organizados, se detalla a continuación:

Tabla 15. Lista de posibles errores encontrados en el *blueprint* actual de la entrega de servicios a clientes individuales.

<b>Etapas de servicio</b>	<b>Errores/ posibles errores</b>
Búsqueda de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitada información de la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi en sitios web, prensa, redes sociales, etc.</li> <li>- Página web desactualizada.</li> </ul>
Toma de decisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escaso material gráfico informativo de los servicios turísticos de la <i>ASOSELPAM</i>.</li> <li>- Limitada información respecto a los requerimientos necesarios para una adecuada visita a la comunidad.</li> <li>- Visitante desconoce la oferta de turismo comunitario en la comunidad San José de Mashpi.</li> </ul>
Ingreso a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitada señalética informativa, identificativa, interpretativa y orientativa en la comunidad.</li> <li>- No existe personal permanente que dé la bienvenida al visitante e indique los servicios que</li> </ul>

	<p>oferta la <i>ASOSELPAM</i> (solo fines de semana y feriados esporádicamente).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitados rótulos fuera de los comedores comunitarios, fincas agroecológicas y del alojamiento comunitario.</li> <li>- Basura acumulada al ingreso de la comunidad.</li> </ul>
Zona de Uso Múltiple y baterías sanitarias	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios higiénicos cerrados entre semana y fines de semana (excepto feriados).</li> <li>- No se realiza una limpieza mayor a dos veces al día de los baños y la ducha de la comunidad (fines de semana y feriados).</li> <li>- Los baños no cuentan con: alfombras, antideslizantes, cortinas, toalleros de baño, papel higiénico y jabón de manera permanente.</li> <li>- Inexistencia de normas para el uso de la ZUS.</li> <li>- Desconocimiento de la prohibición de preparación de alimentos en la ZUM.</li> </ul>
Organización comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La comunidad no tiene conocimientos básicos relacionados a la prestación de servicios turísticos.</li> <li>- Las y los miembros de la comunidad, desconocen buenas prácticas en turismo comunitario.</li> <li>- <i>ASOSELPAM</i> no posee una estructura o protocolo de servicio para los visitantes.</li> <li>- La <i>ASOSELPAM</i> no cuenta con una oficina de información turística para los visitantes que llegan a la comunidad San José de Mashpi.</li> </ul>
Comedores comunitarios	<p>Comedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe suficiente señalización (seguridad, descriptiva, informativa).</li> <li>- No existen rampas de acceso para personas discapacitadas.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Presencia de animales domésticos a la entrada y en el comedor.</li><li>- No se da la bienvenida al cliente.</li><li>- No cuentan con estacionamiento privado.</li><li>- No se cuenta con cartilla de menú.</li><li>- La variedad de platos es limitada.</li><li>- No existen comandas para la toma de pedido.</li><li>- No se utiliza un protocolo de servicio.</li><li>- No se informa al visitante el tiempo de espera de preparación del plato.</li><li>- No disponen de opciones de platos para vegetarianos.</li><li>- No se establece una presentación del plato.</li><li>- No se sirven en orden los alimentos.</li><li>- No cuentan con estándares de servicio.</li><li>- Personal multifuncional: realiza la limpieza del comedor, sirve los alimentos, toma el pedido, cobra el servicio.</li><li>- No se entrega nota de venta a menos que el cliente solicite.</li><li>- No se realiza la limpieza de las mesas inmediatamente después del servicio.</li><li>- Los precios del menú ofertado no corresponden a la calidad y cantidad del servicio.</li><li>- No se entrega un trato amable y cordial al cliente de manera permanente.</li><li>- Meseros no se encuentran capacitados.</li><li>- Meseros no cuentan con uniforme para la prestación servicios.</li></ul>
	<p>Cocina:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Los utensilios de cocina, vajilla, cubertería y</li></ul>

	<p>electrodomésticos se encuentran en mal estado y deteriorados.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No existen estándares, ni procedimientos para la higiene y manipulación de alimentos.</li> <li>- El personal no utiliza los uniformes en cocina.</li> <li>- No se realiza un adecuado manejo de desechos.</li> <li>- Personal multifuncional: prepara los alimentos, realiza la limpieza de la cocina, sirve los alimentos.</li> <li>- No se desinfectan ni secan los cubiertos.</li> <li>- Los alimentos no se encuentran bien conservados.</li> <li>- El agua que se utiliza para preparar los alimentos no es potable.</li> <li>- Las ollas y sartenes están deteriorados.</li> <li>- El personal se encuentra poco capacitado en higiene, preparación y manipulación de alimentos.</li> </ul>
Zona de acampada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se encuentra información adecuada para el visitante respecto al uso, costos y normativa del área de camping.</li> <li>- No disponen de alquiler de carpas para los visitantes.</li> <li>- Limitados tachos clasificadores de desechos.</li> <li>- Limitada señalética informativa, identificativa, interpretativa y orientativa en el área de camping.</li> </ul>
Salida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe personal permanente que despida al visitante de la <i>ASOSELPAM</i>.</li> <li>- No se mide la satisfacción del visitante mediante encuestas de satisfacción de servicios.</li> </ul>

Tabla 16. Lista de posibles errores encontrados en el *blueprint* actual de la entrega de servicios a grupos organizados.

Etapa de servicio	Errores/ posibles errores
Búsqueda de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitada información de la oferta turística de la comunidad San José de Mashpi, en sitios web, prensa, redes sociales, etc.</li> <li>- Visitante desconoce la oferta de turismo comunitario en la comunidad de Mashpi.</li> <li>- Página web desactualizada.</li> <li>- No cuentan con mapas de la ubicación específica de la <i>ASOSEL PAM</i>.</li> </ul>
Proceso de reserva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Administrador olvida comunicar a los socios las reservas de grupos organizados.</li> <li>- La asociación no cuenta con políticas de reserva.</li> <li>- Limitada cobertura de telefonía móvil.</li> <li>- Inexistencia de telefonía fija.</li> <li>- Limitado acceso a internet.</li> <li>- La <i>ASOSEL PAM</i> no cuenta con oficina de información turística y de reservas.</li> <li>- Limita información respecto a los requerimientos necesarios para una adecuada visita a la comunidad.</li> <li>- No se ha establecido un formato modelo de cotización.</li> <li>- Las cotizaciones no se entregan de manera inmediata.</li> </ul>
Toma de decisión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se firma un contrato de servicios.</li> <li>- Limitada oferta turística.</li> <li>- No se establecen políticas de cancelación.</li> <li>- No se registran los datos personales del grupo de visitantes.</li> <li>- Inexistencia de una base de datos de clientes.</li> </ul>
Ingreso a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitada señalética informativa, identificativa, interpretativa y orientativa en la comunidad San José de Mashpi.</li> <li>- No existe un adecuado protocolo de manejo y articulación de grupos (designación de actividades).</li> <li>- No existe personal permanente que dé la bienvenida al visitante e indique los servicios que oferta la Asociación de Turismo Comunitario de Mashpi (solo fines de semana y feriados esporádicamente).</li> <li>- Limitados rótulos fuera de los comedores comunitarios, casa de alojamiento y fincas agroecológicas.</li> <li>- Basura acumulada en los ingresos de la comunidad.</li> <li>- No se entrega trípticos turísticos con información de la oferta turística que ofrece la <i>ASOSEL PAM</i>.</li> <li>- No se registra el número de visitantes.</li> <li>- No se realiza el <i>check-in</i> de los visitantes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se define un lugar adecuado para recibir al grupo organizado.</li> <li>- El administrador no explica el proceso de la visita a la comunidad.</li> <li>- No se explica a los visitantes que es la <i>ASOSELPAM</i> y la importancia del ACUS Mashpi.</li> <li>- No existe un tour líder que guíe y acompañe a los visitantes durante todo su recorrido por la comunidad.</li> <li>- No se ha establecido la capacidad de carga de visitantes para la comunidad San José de Mashpi.</li> <li>- No se entregan <i>souvenirs</i> a los visitantes que recorren las instalaciones y establecimientos de la <i>ASOSELPAM</i>.</li> <li>- No cuentan con protocolo de bienvenida para el G.O.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">Fincas agroecológicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se entrega folletos con información ambiental y turística de las reservas.</li> <li>- No cuentan con protocolos para el manejo de visitantes.</li> <li>- No existen políticas y normas durante el recorrido por las fincas.</li> <li>- No se realiza animación turística.</li> <li>- No poseen una guía de flora y fauna endémica de la zona.</li> <li>- No se establece el tiempo de duración de recorrido por las fincas.</li> <li>- Limitada señalética informativa, identificativa, interpretativa y de orientación al inicio, durante y finalización del recorrido en fincas agroecológicas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">Comedores comunitarios</p>	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se aplican buenas prácticas en higiene y manipulación de alimentos.</li> </ul> <p>Comedor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe la suficiente señalización (seguridad, descriptiva, informativa).</li> <li>- No cuentan con rampas de acceso para personas discapacitadas.</li> <li>- Presencia de animales domésticos a la entrada y en el comedor.</li> <li>- No se da la bienvenida al cliente.</li> <li>- No cuentan con estacionamiento privado.</li> <li>- No se cuenta con una cartilla de menú.</li> <li>- La variedad de platos es limitada.</li> <li>- Mesero no posee comandas para la toma de pedido.</li> <li>- No se utiliza un protocolo de servicio.</li> <li>- No se informa al visitante el tiempo de espera de preparación del plato.</li> <li>- No disponen de opciones de platos para vegetarianos.</li> <li>- No se sirven en orden los alimentos.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No disponen de estándares de servicio.</li> <li>- Personal multifuncional: realiza la limpieza del comedor, sirve los alimentos, toma el pedido, realiza el cobro del servicio.</li> <li>- No se entrega nota de venta, a menos que el cliente solicite.</li> <li>- No se realiza la limpieza de las mesas inmediatamente después del servicio.</li> <li>- Los precios del menú ofertado no corresponden a la calidad y cantidad del servicio.</li> <li>- No se brinda un trato amable y cordial al cliente de manera permanente.</li> <li>- Personal no se encuentra capacitado en atención al cliente.</li> <li>- Meseros no se encuentran capacitados.</li> <li>- Meseros no cuentan con uniforme para la prestación servicios</li> </ul> <p>Cocina:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los utensilios de cocina, vajilla, cubertería y electrodomésticos, se encuentran en mal estado y deteriorados.</li> <li>- No existen normas establecidas ni procedimientos relacionados con la higiene y manipulación de alimentos.</li> <li>- Personal poco capacitado en higiene y manipulación de alimentos.</li> <li>- El personal no utiliza los uniformes adecuados en cocina.</li> <li>- No se realiza un adecuado manejo de desechos.</li> <li>- Personal multifuncional: prepara los alimentos, realiza la limpieza de la cocina, sirve los alimentos.</li> <li>- No se desinfectan los cubiertos.</li> <li>- Los alimentos no se encuentran bien conservados.</li> <li>- El agua que se utiliza para preparar los alimentos no es potable.</li> <li>- Las ollas y sartenes están deteriorados.</li> <li>- No se ha estandarizado la presentación en el montaje de platos</li> </ul>
<p>Zona de uso sustentable y baterías sanitarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios higiénicos cerrados entre semana y fines de semana (excepto feriados).</li> <li>- No se realiza una limpieza mayor a dos veces al día de los baños y la ducha de la comunidad (fines de semana y feriados).</li> <li>- Los baños no cuentan con alfombras, antideslizantes, cortinas, toalleros de baño, papel higiénico y jabón de manera permanente.</li> <li>- Los visitantes desconocen las normas de la ZUS.</li> <li>- Desconocimiento de la prohibición de preparación de alimentos en la ZUS.</li> </ul>
<p>Organización comunitaria</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La comunidad no posee conocimientos básicos relacionados con la prestación de servicios turísticos.</li> <li>- Las y los miembros de la comunidad, desconocen las buenas prácticas de turismo comunitario.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La <i>ASOSELPAM</i> no cuenta con una oficina de información turística para los visitantes que llegan a la comunidad San José de Mashpi.</li> </ul>
Zona de acampada	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se encuentra información adecuada para el visitante respecto al uso, costos y normativa de la zona.</li> <li>- No disponen de alquiler de carpas para los visitantes.</li> <li>- Limitados tachos clasificadores de desechos.</li> <li>- Limitada señalética informativa, identificativa, interpretativa y orientativa en el área de camping.</li> </ul>
Alojamiento	<p>General:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitada señalética informativa, de seguridad y orientativa del alojamiento.</li> <li>- No cuentan con rótulo fuera del establecimiento.</li> <li>- No existen rampas de acceso para personas discapacitadas.</li> <li>- Las puertas de acceso no son seguras.</li> <li>- Presencia de animales domésticos a la entrada del alojamiento.</li> <li>- No se da la bienvenida al cliente.</li> <li>- No se ofrece aperitivos de cortesía y bienvenida.</li> <li>- No utilizan uniformes de servicio.</li> </ul> <p>Habitaciones y baño:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El espacio del baño es muy limitado y no posee todos los implementos necesarios como: ducha, antideslizantes y toalleros de baño.</li> <li>- No se lleva un registro mensual de las reservaciones realizadas, de los ingresos y egresos del servicio de alojamiento.</li> <li>- No se registra el <i>check-in</i> y <i>check-out</i> del huésped.</li> <li>- No existe una política de reserva y cancelación de habitaciones.</li> <li>- No existen estándares para los procesos de reservación de habitaciones.</li> <li>- Personal multifuncional realiza la limpieza de habitaciones, limpieza de baños. cobra el servicio.</li> <li>- No se coloca agua de cortesía para el huésped en las habitaciones.</li> <li>- No se maneja una base de datos de clientes.</li> <li>- El personal no se encuentra capacitado.</li> </ul> <p>Área descanso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No disponen de encuestas de satisfacción del cliente.</li> <li>- No existe línea telefónica.</li> </ul> <p>Comedor y espacio comunal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presencia de animales domésticos.</li> <li>- No se proporciona información con respecto al horario de desayuno.</li> <li>- Personal multifuncional realiza la limpieza de comedor, toma la orden, sirve el desayuno, cobra el servicio.</li> <li>- El personal no se encuentra capacitado.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe un menú de desayuno.</li> </ul> <p>Cocina:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal multifuncional realiza la limpieza de cocina, prepara los alimentos, elabora los platos.</li> <li>- El personal no se encuentra capacitado en higiene, preparación y manipulación de alimentos.</li> </ul>
Pago de servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe un protocolo de pago y cancelación de servicios.</li> <li>- Las formas de pago de servicios son limitadas.</li> <li>- No se establece políticas de pago.</li> </ul>
Salida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe personal permanente que despida al visitante de la <i>ASOSELPAM</i>.</li> <li>- No se mide la complacencia del visitante mediante encuestas de satisfacción de servicios.</li> </ul>

#### 4.1.1.4. Qué puede fallar y qué se debe hacer para evitarlo

A propósito de disminuir los errores encontrados en los *blueprints* actuales de la entrega de servicios para clientes individuales y grupos organizados y, en base a las respuestas de los sondeos de opinión realizados a los visitantes de la *ASOSELPAM*, se plantean varias alternativas que mejoraran los procesos de prestación de servicios turísticos proporcionados en los comedores comunitarios, la casa de huéspedes y en las fincas agroecológicas. Además, estas alternativas pretenden minimizar los impactos negativos generados por las actividades turísticas al ACUS-MGS y brindar una gestión turística sostenible dentro la comunidad San José de Mashpi:

1. Diseñar un Manual de Buenas Prácticas Sostenibles enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios de: alojamiento, alimentación y operación turística.
2. Establecer estándares para los procesos de servicios en los comedores comunitarios, casa de huéspedes y en las fincas agroecológicas, que sean aplicables de la forma más homogénea posible en cada establecimiento turístico.

3. Capacitar a los miembros de la comunidad en las distintas funciones que se desempeñan en cada emprendimiento.
4. Implementar señalización informativa, identificativa, interpretativa, de seguridad y orientativa en la comunidad San José de Mashpi y en los establecimientos turísticos.
5. Desarrollar la planificación estratégica de las metas y objetivos propuestos a futuro para la Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi”.
6. Elaborar herramientas modelo para el desarrollo de la operación turística e instruir sobre la utilización de las mismas a los miembros de la comunidad.
7. Realizar una campaña de manejo y clasificación de desechos sólidos, para los establecimientos y la comunidad.
8. Actualizar la página web, renovar el diseño, implementar otro idioma, especificar los paquetes, tarifas, menús y actividades que oferta la asociación, implementar más fotografías de los establecimientos y de la localización exacta de la comunidad.

El siguiente capítulo se orienta al desarrollo de las propuestas de mejora presentadas en este apartado, de manera que sirvan a la asociación para minimizar sus falencias actuales y afinar los procesos de servicios a los visitantes; logrando así: posicionarse en el mercado, innovar, mejorar su imagen asociativa, destacarse entre sus competidores, aumentar el número de visitantes e incrementar sus ingresos.

#### 4.1.2. Evaluación y problematización

Los resultados obtenidos de la ficha de evaluación de buenas prácticas aplicada a cada establecimiento turístico de la comunidad San José de Mashpi, constituyen una parte fundamental en el desarrollo del presente proyecto, puesto que, la valoración de buenas prácticas alcanzada por cada establecimiento, permitirá plantear objetivos y definir acciones de mejora, con el objetivo de brindar servicios turísticos de calidad. Las fichas de evaluación se aplicaron a la asociación en general y a los establecimientos que a continuación se especifican:

1. ATC “El Paraíso del Río Mashpi”.
2. Comedor Pati.
3. Comedor San José.
4. Reserva Pambiliño.
5. Reserva Mashpi Shungo.
6. Casa de huéspedes Posadas Tello.

Se aplicaron seis diferentes fichas de evaluación a cada establecimiento; mismas que se verificaron con docentes y alumnos que cursan los últimos semestres de la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la UDLA, a fin de que los resultados de la evaluación aplicada, sean verídicos.

Los criterios y parámetros utilizados para la evaluación de la *ASOSEL PAM* y de los establecimientos que forman parte, se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 17. Criterios para la evaluación aplicados a la *ASOSEL PAM*.

<b>Criterios Socio Culturales</b>	<b>Criterios Administrativos y de Servicios</b>	<b>Criterios Ambientales</b>
Comunidad involucrada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura y equipamiento: General de la comunidad</li> </ul>	Agua Manejo de

	<p>Alojamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Habitaciones</li> <li>- Baños de huéspedes</li> <li>- Cocina y comedor</li> <li>- Áreas de descanso</li> <li>- Espacio comunal</li> </ul> <p>Restaurantes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cocina y comedor</li> </ul> <p>Fincas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Áreas de descanso</li> <li>- Senderos</li> </ul> <p>Áreas de descanso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Áreas de recreación y uso sustentable</li> </ul> <p>Seguridad</p> <p>Baterías Sanitarias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Operación y servicio <ul style="list-style-type: none"> <li>Operación turística comunitaria</li> <li>Calidad en el servicio y atención al cliente</li> <li>Información</li> <li>Servicio y personal</li> </ul> </li> <li>• Señalización</li> </ul>	<p>recursos naturales</p> <p>Flora y fauna</p> <p>Energía</p> <p>Manejo de desechos</p> <p>Sostenibilidad ambiental</p> <p>Prácticas sustentables y sostenibles.</p>
--	---	--

Adaptado de: ASEC, PPD, PNUD, OMT y UDLA, 2014; FEPTCE, 2014; Pazmiño, 2015.

Nota: Los parámetros de evaluación fueron tomados y adaptados del Manual de Buenas Prácticas: Turismo en áreas naturales con gestión comunitaria de la ASEC, PPD, PNUD, OMT y UDLA, del Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario del Ecuador de la FEPTCE y de la ficha de evaluación para CTC de la Ing. Pamela Pazmiño.

Para evaluar la calidad del servicio de la *ASOSEL PAM*, se aplicó fichas de evaluación; estas valoraron diferentes variables relacionadas con la: infraestructura y equipamiento; calidad en el servicio y atención al cliente de: la asociación en general, los comedores comunitarios, las fincas y el alojamiento. Las mismas se verificaron por tres veces consecutivas, tomando en cuenta los criterios y opinión entregados por los estudiantes de la Escuela

de Hospitalidad y Turismo de la UDLA en calidad de evaluadores, conjuntamente con el catedrático de la asignatura de Calidad en la Industria Turística y coordinador del proyecto de vinculación con la comunidad, Msc. Walter Ocaña.

La ficha de evaluación unificada, alcanza una valoración total de 364 puntos; esta incluye los criterios evaluados en la tabla 13 y consta de 162 preguntas. De los 364 criterios evaluados, 259 se utilizaron para la valorización de la comunidad en general, 364 para la evaluación del alojamiento comunitario “Posadas Tello”, 254 para el comedor comunitario “Pati”, 203 para el comedor comunitario “San José de Mashpi”, 264 a la Finca agroecológica “Pambiliño” y 125 criterios se aplicaron a la finca agroecológica “Mashpi Shungo”.

De esta manera, fue posible determinar el nivel de calidad para cada establecimiento turístico de la comunidad de Mashpi.

A continuación, se exhiben las tablas con el puntaje obtenido:

Tabla 18. Puntuación basada en las fichas de evaluación para la *ASOSEL PAM* en general.

<b>TABLA DE VALORIZACIÓN OPERACIÓN ASOSEL PAM</b>		
VALOR	PORCENTAJE	CALIDAD
104-114	91% - 100%	Excelente
92-103	81% - 90%	Muy buena
70 - 91	61% - 80%	Buena
23- 69	20% - 60%	<b>Regular</b>

Tomado de : Resultado fichas de evaluación *ASOSEL PAM*.

En base a la ficha de evaluación aplicada, la *ASOSEL PAM* cumplió tan solo con el 49% (56 puntos) del 100%. Lamentablemente se lo ha categorizado como un establecimiento regular, es decir, necesita varias mejoras en su infraestructura y equipamiento y, en su operación y servicio.

Tabla 19. Puntuación por alojamiento comunitario.

<b>TABLA DE VALORIZACIÓN ALOJAMIENTO COMUNITARIO POSADAS TELLO</b>		
VALOR	PORCENTAJE	CALIDAD
342 – 311	91% - 100%	Excelente
308 - 277	81% - 90%	Muy buena
274 - 209	61% - 80%	Buena
69 - 206	20% - 60%	Regular

Tomado de: Resultado fichas de evaluación ASOSELPAM.

En base a la tabla de valorización aplicada a Posadas Tello, el establecimiento se encuentra en un rango entre el 20% - 60% es decir, su puntuación oscila entre 69 hasta 206; obteniendo 188 puntos (55%), categorizándolo, como un alojamiento regular, según la tabla de valorización aplicada.

Tabla 20. Puntuación comedor San José.

<b>TABLA DE VALORIZACIÓN COMEDOR COMUNITARIO SAN JOSÉ</b>		
VALOR	PORCENTAJE	CALIDAD
185 - 203	91% - 100%	Excelente
165 - 283	81% - 90%	Muy buena
124 - 163	61% - 80%	Buena
41 - 122	20% - 60%	Regular

Tomado de: Resultado fichas de evaluación ASOSELPAM.

El Comedor San José, obtuvo un resultado dentro de la tabla de valorización, de 51 puntos, categorizándolo como regular. Su ponderación fue del 29%, dado que no cumple con los requisitos mínimos de infraestructura y equipamiento para comedores comunitarios. De modo que, el establecimiento necesitará realizar varios cambios para mejorar la calidad.

Tabla 21. Puntuación comedor Pati.

<b>TABLA DE VALORIZACIÓN COMEDOR COMUNITARIO PATI</b>		
VALOR	PORCENTAJE	CALIDAD
231 – 254	91% - 100%	Excelente
206 – 229	81% - 90%	Muy buena
155 - 203	61% - 80%	Buena
51- 153	20% - 60%	<b>Regular</b>

Tomado de: Resultado fichas de evaluación *ASOSELPAM*.

El Comedor Pati dentro de la tabla de valorización, se encuentra en un rango entre 153-51 puntos, posicionándolo en la categoría de regular. Este obtuvo como resultado 121 puntos, equivalente al 48%; sin alcanzar el 50% de los criterios evaluados, los cuales indican que son establecimientos de calidad. Por tal razón, se necesitará efectuar algunos cambios para mejorar la calidad dentro del lugar.

Tabla 22. Puntuación Reserva Pambiliño.

<b>TABLA DE VALORIZACIÓN RESERVA PAMBILIÑO</b>		
VALOR	PORCENTAJE	CALIDAD
332 - 364	91% - 100%	Excelente
296 – 331	81% - 90%	<b>Muy buena</b>
221 – 295	61% - 80%	Buena
100 - 220	20% - 60%	Regular

Tomado de: Resultado fichas de evaluación *ASOSELPAM*.

La Reserva Pambiliño dentro de la tabla de valorización, obtuvo como resultado 296 puntos, es decir, alcanzo el 81%; por lo que demuestra que el establecimiento tiene muy buena calidad y únicamente se le sugiere realizar modificaciones mínimas para mejorar su calidad en el servicio.



Tabla 23. Puntuación Reserva Mashpi Shungo.

<b>TABLA DE VALORIZACIÓN RESERVA MASHPI SHUNGO</b>		
VALOR	PORCENTAJE	CALIDAD
142 - 156	91% - 100%	Excelente
126 - 140	81% - 90%	Muy buena
95 - 125	61% - 80%	Buena
31 - 94	20% - 60%	Regular

Tomado de: Resultado fichas de evaluación *ASOSELPAM*.

La Reserva Mashpi Shungo dentro de la tabla de valorización, obtuvo como resultado 134 puntos, es decir, 86,5%; señalando que el establecimiento tiene muy buena calidad y solamente requiere cambios mínimos para mejorar su calidad.

Tabla 24. Evaluación de calidad establecimientos de la *ASOSELPAM*.

<b>ESTABLECIMIENTOS EVALUADO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>EQUIVALENCIA</b>
<i>ASOSELPAM</i>	56	49%	Regular
Posadas Tello	188	55%	Regular
Comedor Pati	121	48%	Regular
Comedor San José	51	29%	Regular
Reserva Pambiliño	296	81%	Muy buena
Reserva Mashpi Shungo	134	86,5%	Muy buena

Tomado de: Resultado fichas de evaluación *ASOSELPAM*.

En base a la evaluación de las fichas aplicadas a la *ASOSELPAM* y a sus establecimientos, la asociación, el alojamiento comunitario y los dos comedores, se localizan en una categoría de regular. En adición a esto, las respuestas de la investigación obtenidas en las encuestas de satisfacción de

servicios aplicadas en el capítulo III, donde la mayoría los visitantes manifestaron encontrarse ni insatisfechos ni satisfechos con los servicios de la *ASOSELPAM*, permiten confirmar que estos establecimientos requieren varias mejoras principalmente de: infraestructura, equipamiento, operación y servicio; sin embargo, la Reserva Pambiliño y la Reserva Mashpi Shungo, alcanzaron una calificación de muy buena. También se corrobora estas contestaciones con las respuestas obtenidas en la encuesta de satisfacción de servicios que hace referencia a las fincas agroecológicas, en el que la mayoría de los visitantes, declararon sentirse satisfechos con los servicios prestados por las fincas agroecológicas.

#### **4.1.2.1. Lista de chequeo**

La lista de chequeo aplicada a la asociación general y las listas de chequeo específicas aplicadas a los comedores comunitarios, fincas agroecológicas y al alojamiento comunitario, se muestran de forma unificada en el anexo 3.

#### **4.1.2.2. Análisis FODA**

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas), es una herramienta que se utiliza en el estudio situacional de una organización; este se realiza de forma interna y externa. El análisis interno corresponde a las fortalezas y debilidades internas que posee una organización; por el contrario, el análisis externo, hace referencia a las oportunidades y amenazas externas del mismo organismo. Este estudio presenta la situación actual de la *ASOSELPAM* y permite formular estrategias en base a los objetivos de la asociación (Robbins y Decenzo, 2002).

En la siguiente tabla se presenta el análisis FODA realizado a *ASOSELPAM*:

Tabla 25. Análisis matriz FODA.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>F1. El principal atractivo turístico es el río Mashpi, caracterizado por su belleza escénica y su bajo nivel de contaminación.</p> <p>F2. Primera área protegida del DMQ.</p> <p>F3. Oferta turística en fincas agroecológicas y participación comunitaria.</p> <p>F4. Chocolate artesanal de Mashpi como referente a nivel territorial.</p> <p>F5. Precios asequibles en comparación a los de la competencia.</p> <p>F6. Remanente del bosque <i>hotspot</i> de la región biogeográfica del Chocó.</p> <p>F7. ACUS-MGS territorio con mayor diversidad de flora y fauna dentro del DMQ.</p> <p>F8. Asociación regularizada permite realizar una oferta turística formal.</p>	<p>D1. Ausencia de protocolos y procesos de servicio.</p> <p>D2. Inexistencia de una adecuada distribución de funciones al interior de la asociación.</p> <p>D3. Instalaciones y equipamiento de los establecimientos en mal estado o poco adecuados.</p> <p>D4. Personal poco capacitado en prestación de servicios turísticos.</p> <p>D5. Inexistencia de políticas de calidad y sostenibilidad.</p> <p>D6. Deficientes servicios básicos (agua, alcantarillado).</p> <p>D7. Limitada conectividad (teléfono fijo, móvil e Internet); solo existe Claro de manera irregular.</p> <p>D8. Oferta y promoción turística reducida.</p> <p>D9. Limitada capacidad de inversión por parte de los miembros de la <b>ASOSEL PAM</b>.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>O1. Apoyo y promoción turística del destino y la comunidad por parte de instituciones públicas,</p>	<p>A1. Sus principales competidores ofertan mayor variedad de productos.</p> <p>A2. Problemas en la comunidad a</p>

<p>privadas y ONGs.</p> <p>O2. Programas de capacitación y fortalecimiento turístico por parte de la Universidad de las Américas y Quito Turismo.</p> <p>O3. Participación en diferentes ferias y eventos de la ciudad.</p> <p>O4. Nuevas tendencias por conocer este tipo de destino natural.</p> <p>O5. Mashpi se ha posicionado como destino a nivel internacional gracias al Hotel Mashpi Lodge, categorizado como establecimiento de cinco estrellas.</p> <p>O6. Beneficio local a través de las actividades turísticas.</p> <p>O7. Reciente oferta turística comunitaria ofrecida por la asociación.</p> <p>O8. Alianzas estratégicas con otras redes de turismo comunitario.</p>	<p>causa de las actividades turísticas.</p> <p>A3. Posible incremento de inseguridad a causa de las actividades turísticas.</p> <p>A4. La prestación de servicios turísticos genere impactos negativos dentro del ACUS Mashpi.</p> <p>A5. Posibilidad de sequía del río Mashpi debido a cambios climáticos.</p> <p>A6. Introducción de especies de flora y fauna no nativas de la zona.</p> <p>A7. No se ha definido la capacidad de carga del límite de visitantes en la comunidad.</p> <p>A8. Ingreso de nuevos competidores aledaños a la comunidad.</p> <p>A9. Limitado acceso a créditos financieros para adecuación de los establecimientos.</p> <p>D10. Limitado acceso de transporte público.</p>
---	---

#### 4.1.2.3. FODA cruzado

Después del análisis FODA, se procedió a combinar los elementos internos y externos del mismo, con intención de determinar estrategias alternativas para la asociación pues, al fusionarlas, permitirán desarrollar planes de acción (Koontz, Weuhrich y Cannice, p.138):

- Estrategias FO: son aquellas que aprovechan de las fortalezas internas de la asociación, con los beneficios que ofrecen las oportunidades externas.
- Estrategias DO: estas anhelan superar las debilidades internas de la organización, beneficiándose de las oportunidades externas.
- Estrategias FA: logran beneficiarse con las fortalezas internas de la asociación a fin de disuadir o acortar los efectos de las amenazas externas.
- Estrategias DA: Pretenden disminuir tanto las debilidades internas como las amenazas externas, convirtiéndolas en estrategias mini-mini, (Koontz, et al., p.138).

Tabla 26. Matriz de FODA cruzado.

<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar estrategias de promoción y comercialización a través de la oferta turística que posee la comunidad (F1, F3, O1).</li> <li>- Ampliar la participación en ferias y eventos de la ciudad, ofertando como producto único en el mercado. (F6, F7, O3, O5).</li> <li>- Determinar alianzas estratégicas con otras redes de turismo comunitario que sean áreas protegidas y formen parte de bosques <i>hotspot</i> (F6, O6, O8).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar un Manual de Buenas Prácticas Sostenibles enfocado en los procesos de prestación de servicios turísticos de: alojamiento, alimentación y operación turística (D1, D5, O2).</li> <li>- Capacitar a los miembros de la <i>ASOSEL PAM</i> y al personal en prestación de servicios turísticos comunitarios (D4, D5, O2).</li> <li>- Desarrollar la planificación estratégica de las metas, objetivos y funciones para la Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Rio Mashpi” (D2, O1, O7).</li> </ul>
<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar campañas de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear herramientas para el correcto</li> </ul>

<p>implementación de prácticas sostenibles en turismo, para minimizar los impactos negativos de las actividades turísticas en la comunidad San José de Mashpi (A3, A5, F2, F7).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollar programas de fortalecimiento organizativo para la comunidad (A2, F3).</li> <li>- Desarrollar herramientas para establecer el límite de visitantes en la comunidad San José de Mashpi (A6, F2).</li> </ul>	<p>desarrollo de la operación turística de la comunidad (A3, D8, D12).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la infraestructura y equipamiento de los establecimientos turísticos, mediante el acceso a créditos financieros (A8, D3).</li> <li>- Solicitar a las entidades públicas la mejora de servicios básicos y transporte público (A10, D6, D7).</li> <li>- Ampliar y diversificar la oferta turística (A1, A8, D8).</li> </ul>
--	---

#### 4.1.2.4. Definición de estrategias

La definición de estrategias utiliza como base el análisis de la matriz FODA previamente realizado. Al cruzar las alternativas de: fortalezas con oportunidades, debilidades con oportunidades, fortalezas con amenazas y debilidades con amenazas, se obtienen las siguientes estrategias:

1. Diseñar estándares y procedimientos para la mejora de la prestación de servicios en las áreas de: alojamiento, alimentación y operación turística, en la comunidad San José de Mashpi.
2. Desarrollar manuales de Buenas Prácticas Sostenibles enfocados en la prestación de servicios turísticos comunitarios, para las áreas de: alojamiento, alimentación y operación turística de la *ASOSEL PAM*.
3. Realizar un programa de capacitación y formación en buenas prácticas de turismo comunitario para la *ASOSEL PAM*.

4. Desarrollar una propuesta de reingeniería de gestión en la planificación estratégica de la Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi”.
5. Diseñar estrategias de promoción y comercialización a través de la oferta turística que posee la comunidad San José de Mashpi.
6. Diseñar un sistema de monitoreo de la satisfacción del visitante que utiliza los servicios turísticos en la comunidad San José de Mashpi.
7. Identificar parámetros para establecer la capacidad de carga turística en las zonas de mayor visita en la comunidad San José de Mashpi.
8. Diseñar un modelo de operación turística para la *ASOSEL PAM*, que permita optimizar los procesos de servicio (*blueprint* actualizado/optimizado).
9. Identificar las necesidades de señalización informativa, identificativa, interpretativa, de seguridad y orientativa, en la comunidad San José de Mashpi y en los establecimientos turísticos comunitarios de la misma.
10. Realizar una campaña de sensibilización ambiental para el adecuado manejo y clasificación de desechos, ahorro de energía y cuidado del ambiente en la comunidad San José de Mashpi.
11. Identificar las necesidades de mejora de la infraestructura de los establecimientos y de la comunidad para, entregar una mayor satisfacción y comodidad al visitante.

## 5. CAPÍTULO V: PROPUESTA DE MEJORAS

### 5.1. Planificación para la implementación de buenas prácticas para el turismo comunitario

En base a los análisis realizados en los capítulos anteriores referentes a la gestión operativa de la asociación, es esencial realizar una propuesta que integre principios de buenas prácticas adaptados a la asociación, pues, su aplicación incrementará significativamente la calidad en el servicio.

A través, del FODA cruzado, se desarrollan estrategias enfocadas en la mejora de la prestación de servicios turísticos; asimismo, el desarrollo de los *blueprints* actuales referentes al proceso que realizan los visitantes, individuales (sin reservación) y grupos organizados (con reservación); y, a la ficha de evaluación de establecimientos comunitarios, se logró diagnosticar y definir las estrategias que contribuirán a un mejoramiento de la operación turística comunitaria gestionada por la asociación.

La presente propuesta incluye:

- Un manual unificado con estándares y procedimientos para la operación turística realizada por la *ASOSEL PAM* y para la operación en comedores, alojamiento y fincas agroecológicas. Adicionalmente, se incluye un manual de buenas prácticas de manufactura y un manual de buenas prácticas ambientales.
- Capacitaciones a los anfitriones comunitarios en temas referentes a las buenas prácticas de operación turística, ambientales y de manufactura.
- Diseño de planos de servicios o *blueprints* optimizados.
- Propuesta de la implementación del *kit* para visitantes.
- Propuesta de imagen asociativa para los miembros de la *ASOSEL PAM*.
- Diseño de herramientas para la operación turística comunitaria.



### **5.1.1. Responsabilidad de la asociación para la sostenibilidad**

La Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi”, como entidad asociativa responsable con el medio ambiente y sus miembros, involucra dentro de sus actividades turísticas, criterios comprometidos con el ámbito social, medio ambiental y económico; en beneficio y a favor del cuidado y preservación del área natural protegida. A propósito de, no afectar los recursos naturales que posee la comunidad, dando como resultado una asociación sostenible.

#### **5.1.1.1. Planteamiento de la política de sostenibilidad de la asociación**

La Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi” *ASOSEL PAM*, se encuentra comprometida con los visitantes, los miembros de la asociación, la comunidad, el ACUS Mashpi, en: satisfacer las necesidades y superar las expectativas de sus visitantes durante su estadía en la comunidad, a través de una gestión sostenible del destino, la mejora continua de sus procesos operativos, el fortalecimiento de la estructura organizativa y, el respeto y cuidado de los ecosistemas (medio ambiente).

#### **5.1.1.2. Planteamiento de los objetivos para la sostenibilidad**

Los objetivos de sostenibilidad que se plantean a continuación, pretenden mejorar el desempeño de la asociación, llevando una gestión adecuada del destino, de la asociación, de los establecimientos y de los visitantes.

##### **Objetivos para el destino**

1. Garantizar una gestión sostenible del destino, por medio de la inclusión de alternativas sociales, económicas y ambientales que incluyan a la comunidad local y los visitantes.

### **Objetivos para la ASOSELPAM**

2. Realizar un proceso de capacitación y formación permanente (continua) que mejora los diferentes procesos de gestión de la asociación y contribuyan al fortalecimiento organizativo de la comunidad.
3. Diseñar e implementar manuales de buenas prácticas de Turismo Comunitario para los establecimientos de sus asociados/as, replicables en toda la comunidad, que contribuyan al desarrollo sostenible del ACUS-MGS.
4. Definir las funciones, responsabilidades, políticas y normas de trabajo que deberán cumplir los miembros de la asociación y el personal que labora en cada establecimiento turístico comunitario.

### **Objetivos para los establecimientos**

5. Mejorar los procesos de administración, gestión y operación de los diferentes establecimientos comunitarios.
6. Incentivar a la mejora de la infraestructura, equipamiento e imagen de los establecimientos de la comunidad con elementos que minimicen los impactos negativos sobre el ambiente.

### **Objetivos para los visitantes**

7. Informar y sensibilizar a las y los visitantes sobre las normas, políticas y buenas prácticas de sostenibilidad que se realiza en la comunidad y en cada uno de los establecimientos turísticos comunitarios.

#### **5.1.1.3. Definición de las metas/indicadores de sostenibilidad**

##### **Metas de sostenibilidad para el destino**

1. Al finalizar el primer año de intervención, al menos 80% de las y los miembros de la ASOSELPAM, conocen y practican las políticas de

responsabilidad colectiva para el manejo sostenible de la comunidad San José de Mashpi.

2. Al finalizar el segundo año de intervención, al menos el 90% de los pobladores de la comunidad San José de Mashpi, se han involucrado en algún nivel de la cadena de valor turística del destino.
3. Al primer año de intervención todos los establecimientos de la *ASOSELPAM*, incluyen en sus actividades buenas prácticas de turismo sostenible.
4. Al finalizar el primer año de intervención, se ha implementado un programa de capacitación en buenas prácticas sostenibles para el turismo comunitario, en el que ha participado al menos el 80 % de la población local.

#### **Metas de sostenibilidad para la *ASOSELPAM***

5. Al finalizar el primer año de intervención, se ha entregado y socializado a la *ASOSELPAM* y a cada establecimiento los manuales de buenas prácticas de Turismo Comunitario.
6. Al finalizar el primer año de intervención, al menos el 90% de las y los miembros de la asociación que labora en cada establecimiento, conocen y entienden las funciones, responsabilidades, políticas y normas de trabajo de la *ASOSELPAM*.

#### **Metas de sostenibilidad para los establecimientos**

7. Al finalizar el segundo año de intervención, al menos el 50% de cada una de las áreas y establecimientos de la *ASOSELPAM*, han mejorado sus procesos de administración, gestión y operación con enfoque de sostenibilidad.
8. Durante el segundo y tercer año de intervención, se ha propiciado la mejora en la infraestructura, equipamiento e imagen de los establecimientos en contacto con los visitantes.

## **Metas de sostenibilidad para los visitantes**

9. A partir del segundo año de intervención, más del 80% de las y los miembros de la *ASOSELPAM* y, las y los propietarios de cada establecimiento, informan de manera verbal y escrita a los visitantes las normas, políticas y, buenas prácticas sostenibles que se aplican en la comunidad y en cada uno de los establecimientos turísticos comunitarios.

### **5.1.1.4. Delegación de responsabilidades**

Las funciones y responsabilidades establecidas para los miembros de la asociación con respecto a la gestión administrativa, se detallan a continuación; mientras que las funciones y responsabilidades de los miembros de la asociación para la gestión operativa, se muestran en el anexo I.

#### **5.1.1.4.1. Junta General**

##### **Funciones**

- Representar a la organización ante colectividades nacionales e internacionales en cualquier tipo de evento.
- Cumplir con todas las sugerencias del Manual de Buenas Prácticas.
- Toma cualquier tipo de decisión de forma democrática.

##### **Responsabilidades**

- Aprobar las decisiones tomadas en la asociación.
- Verificar que los estándares del Manual de Buenas Prácticas se cumplan.
- Entregar a los visitantes o turistas servicios de calidad.
- Gestionar y realizar el financiamiento de proyectos o actividades que mejoren el producto turístico que ofertan.
- Mantener vigentes todos los permisos necesarios de funcionamiento.

#### 5.1.1.4.2. Junta directiva

##### Funciones

- Elegir al coordinador o administrador de la asociación.
- Aprobar el talento humano que prestará servicios a *ASOSELPAM*.
- Designar al representante legal o a cualquier asociado para el cumplimiento de alguna función necesaria o extracurricular.

##### Responsabilidades

- Autorizar la compra, venta o celebración de contratos al administrador.
- Requerir a la junta general cuando considere conveniente a reuniones extraordinarias.
- Promocionar por igual los servicios que ofrece la *ASOSELPAM*.
- Invertir los rubros económicos obtenidos por las actividades turísticas de la forma acordada con los socios.
- Estar al día con los pagos a entidades públicas y proveedores.
- Capacitar y delegar a las y los anfitriones comunitarios para entregar información y acompañar a los grupos de visitantes durante su estadía en la comunidad.

#### 5.1.1.4.3. Junta de vigilancia

##### Funciones

- Controlar el cumplimiento de los estatutos de la asociación.
- Verificar el cumplimiento de las normas y estándares de este Manual.

##### Responsabilidades

- Registrar las decisiones o resoluciones tomadas por la Junta General.

#### 5.1.1.4.4. Administrador/a

##### Responsabilidades

- Cumplirá y hará cumplir los estándares y reglamentos del presente manual a todas las personas involucradas con la prestación de servicios turísticos comunitarios en la comunidad de San José de Mashpi.
- Elaborará o modificará los paquetes turísticos, el costo y el precio de venta al público que deberá ser aprobado por la asamblea general de socios.
- Legalizará el contrato de servicios turísticos entre cliente – asociación, de acuerdo a los servicios que incluye el paquete turístico, los precios y políticas de cancelación.
- Determinar los objetivos, metas, estrategias para el desarrollo turístico sostenible de la Comunidad.
- Busca entidades que apoyen el desarrollo turístico de la comunidad.
- Establece alianzas con asociaciones o CTC que operen en la misma zona.
- Promoverá el trabajo comunal, con compromiso y participación de los miembros de la comunidad.
- Dirigirá y gestionará la organización operativa de la asociación.
- Comercializará y difundirá la publicidad e información de la asociación a través de cualquier medio de comunicación o Internet.
- Organizará y gestionará la participación de la asociación en ferias o eventos de la ciudad.
- Funcionará como anfitrión comunitario de el/los visitantes(s) durante su estadía en la comunidad hasta su despedida.
- Revisará conjuntamente con los miembros de la asociación la evaluación de satisfacción de servicios realizada por los visitantes en cada establecimiento.
- Actualizará y firmará todos los documentos legales, acuerdos, convenios y alianzas relacionadas al correcto funcionamiento de la asociación.

- Asumirá las responsabilidades de él/a presidente/a en caso de que no se encuentre en la comunidad o no se encuentre en facultades para tomar el cargo correspondiente.
- Trabajaré en equipo a favor del bienestar asociativo, promoviendo el compromiso, cooperación y la participación de todos los miembros involucrados en las actividades turísticas.
- Incentivaré la participación en capacitaciones de forma continua para los asociados y el personal que labora en las áreas de servicio.
- Determinaré junto con la asamblea los objetivos, metas, estrategias para el desarrollo turístico sostenible de la Comunidad.
- Presidiré las reuniones de la asociación y rendición de cuentas.
- Comunicaré, al final de su período, la gestión y trayectoria funcional dentro la asociación.
- Propondré reformas del presente Manual de Buenas Prácticas, las mismas que se presentaran a la asamblea general; y,
- Velaré por la seguridad y mantenimiento de la ASOSELPAM.

#### **5.1.1.4.5. Presidente/a de la asociación**

- El o la presidente de la *ASOSELPAM* deberá comunicar a los asociados la importancia de la aplicación de buenas prácticas, desarrollo de estándares y planificación estratégica dentro de la asociación con el propósito fundamental de mejorar la calidad de los servicios que oferta y satisfacer las necesidades de los visitantes.
- Encargado(a) de verificar la disponibilidad de recursos para proceder con la implementación de mejoras en la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- Reunirá de manera permanente a los asociados y miembros de la comunidad para recibir las capacitaciones de buenas prácticas, desarrollo de estándares y planificación estratégica.

- Examinará permanentemente la aplicación de buenas prácticas en cada uno de los establecimientos turísticos, para garantizar una adecuada prestación de servicios.
- Funcionará como anfitrión comunitario de el/los visitantes(s) durante su estadía en la comunidad hasta su despedida.
- Comunicará a los miembros de la comunidad la importancia de los estándares, funciones, normas, políticas, y objetivos planteados en el Manual de Buenas Prácticas.
- Convocará a los/as socios/as a las reuniones de la *ASOSELPAM* (mínimo una al mes).
- Asumirá las responsabilidades de él/a administrador/a en caso de que no se encuentre en la comunidad o no se encuentre en facultades para tomar el cargo correspondiente.
- Junto al administrador dirigirán la asociación; y,
- Las demás delegadas por la asamblea general o directiva.

#### **5.1.1.4.6. Secretario/a**

- De ser necesario colaborará al administrador/a, presidente/a/ o tesorero/a en las actividades que se necesite.
- Apoyará al administrador/a en todas las actividades que necesite y, específicamente, en la elaboración de paquetes, costos, firma de contratos; verificando que todos estos estén correctos y se hayan cumplido de la mejor manera posible.
- Funcionará como anfitrión comunitario de el/los visitantes(s) durante su estadía en la comunidad hasta su despedida.
- Elaborará y registrará de forma detallada los puntos tratados en cada reunión.
- Comunicará a cada socio las reuniones ordinarias y extraordinarias que se realizarán en la asociación.
- Tomará nota de los puntos importantes tratados en las reuniones mensuales y de los acuerdos o resoluciones finales.



- Llevará un registro de asistencia a las reuniones de la asociación donde cada miembro presente firmará la hoja de registro.
- Diseñará un cronograma de actividades anuales realizadas por la asociación.
- Elaborará el presupuesto necesario para la realización de las actividades programadas.
- Cumplirá otras funciones delegadas por la asociación.

#### **5.1.1.4.7. Tesorero**

- Registrará todos los ingresos y egresos de la asociación.
- Llevará un registro del número de visitantes que recibe la asociación de forma anual y mensual, además de los servicios que consumió durante su visita a la comunidad.
- Guardará todos los documentos como: contratos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique el gasto de una manera contable y ordenada mensualmente.
- Funcionará como anfitrión comunitario de el/los visitantes(s) durante su estadía en la comunidad hasta su despedida.
- Realizará un informe semestral y anual financiero para la rendición de cuentas a la asamblea general de la asociación.
- Cancelará los roles de pagos al personal y a proveedores, entre otros.
- Responsable de realizar las declaraciones mensuales o semestrales del IVA o RISE.

#### **5.1.1.4.8. Vocales**

- Cumplirán con todas las tareas o encomiendas delegadas por la asamblea general.
- Funcionarán como anfitriones comunitarios de el/los visitantes(s) durante su estadía en la comunidad hasta su despedida.
- Apoyarán en la preparación de alimentos para el refrigerio de visitantes.

- Colaborarán con la limpieza de los espacios comunales de la asociación.
- Ayudarán con la entrega de *kits* a los visitantes.
- Vigilarán que las áreas verdes no se vean afectadas ni agredidas por ningún miembro de la comunidad o visitante.

#### **5.1.1.4.9. Contador/a**

- Elaborará los balances semestrales y anuales de los ingresos económicos de la asociación.
- Registrará el número de visitantes que recibe la *ASOSELPAM*.
- Presentará las declaraciones con puntualidad al SRI del pago del impuesto del IVA y del anticipo del impuesto a la Renta.
- Cobrará las multas generadas a los miembros de asociación.
- Elaborará los presupuestos de inversión para la organización o asistencia a eventos.

#### **5.1.1.5. Comunicación interna**

La comunicación interna a nivel empresarial se convierte en un recurso fundamental, puesto que, permite que la información sea transmitida a todas las áreas que forman parte del cuerpo de la organización, dando como resultado, la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros, a través de un conjunto de actividades y medios de comunicación que les permita mantenerse informados y de este modo, se logre cumplir con los objetivos propuestos por la empresa (Andrade, 2005 p.17; Vértice, 2008, pp. 2-4).

Esta herramienta es esencial para alcanzar un correcto desempeño dentro de la gestión interna de la *ASOSELPAM*; misma que deberá involucrar de forma participativa a todos los asociados y asociadas y, también al personal que labora en los establecimientos de servicios turísticos de la asociación. Para ello, la asociación utilizará medios o canales de comunicación de forma verbal

o escrita y con un grado de interacción directa e indirecta, cuya función será: involucrar al personal, promover el nivel de satisfacción de los empleados por el trabajo que realizan y mejorar la productividad.

A continuación, se mencionan algunos ejemplos de medios de comunicación que se sugieren en la implementación de la presente propuesta:

- **Comunicación directa o personal:** este medio de comunicación oral se utilizará de forma habitual, puesto que beneficia y permite el intercambio de conocimiento entre socios y personal; además, provee información importante del lenguaje gestual. La *ASOSELPAM* se encargará de incentivar e implantar una comunicación basada en el respeto y la confianza entre socios y personal, de manera que, ambos se sientan en la capacidad de expresar y manifestar sus ideas o sugerencias, que beneficien y mejoren la gestión organizacional y operacional de la asociación.
- **Juntas ordinarias:** abordan temas ordinarios, en este ejercicio se debe informar las cosas que se han ido realizando y las que no se han podido realizar, que ha salido bien y que ha salido mal, las actividades que se pretenden cumplir, informes económicos, entrega de presupuestos, inicio y cierre de actividades, elección de los socios para asumir los diferentes cargos, definición de fechas de capacitación, organización para recibimiento de grupos, es de suma importancia que los todos los socios participen en este tipo de asamblea y se sugiere realizarla de forma mensual (Vértice,2008).
- **Juntas extraordinarias:** implican asuntos extraordinarios, como, por ejemplo; algún asunto importante que deba ser cuestionado por la asamblea general, que no se encuentre planificado y que implique una toma de decisión inmediata, se la sugiere realizarla en casos sumamente necesarios.



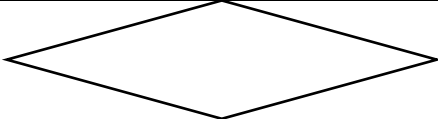

- **Reuniones de comisión:** por medio de este canal, la comisión delegada por la asamblea general, se reunirá para coordinar el desarrollo de actividades y eventos o de cualquier asunto al que se le haya sido delegado por la asamblea general, estas reuniones serán planificadas en común acuerdo por la comisión.
- **Boletines:** estos contendrán información de los acontecimientos frecuentes que suceden en la asociación, deberán ser compartidos mensualmente de forma impresa puesto que, no todos los miembros de la *ASOSELPAM* o el personal de servicio cuenta con acceso internet.
- **Memoria anual de actividades:** en este documento se guardarán las actas de cada asamblea realizada, reflejando todas las actividades realizadas en el año, este puede incluir gráficos y fotografías, puede ser revisada por todos los socios y socias de la *ASOSELPAM*.
- **Folletos:** serán de gran utilidad para los visitantes, son sencillos e incluyen información de los servicios ofertados por la *ASOSELPAM*.
- **Tablón de anuncios:** facilitara la propagación de noticias y boletines de interés para la comunidad San José de Mashpi y para la *ASOSELPAM*.
- **Espacios de participación:** serán los programas de incentivo en donde los asociados y empleados juntamente con sus familias participaran para integrarse, recrearse y mejorar su comunicación, forjando lazos y creando un compromiso más profundo con la asociación a favor de la conservación y cuidado del ACUS-MGS, estos eventos requieren de una preparación y planificación, se recomienda realizarlos en días como; día de la Tierra, día internacional del Medio Ambiente, día de declaratoria del ACUS Mashpi-Guaycuyacu-Saguangal, día Internacional de la Biodiversidad, día Mundial a favor de Ríos, Agua y Vida, día Mundial del Turismo Responsable.


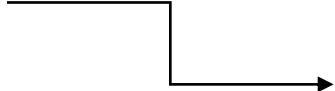
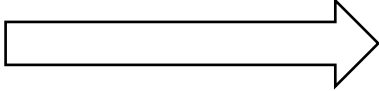
### 5.1.2. Mapas de procesos optimizados

Según el *International Service Marketing Institute* (2002), el *blueprinting* permite descomponer cada paso del servicio y plasmarlo gráficamente en un diagrama o plano de servicio, para que esta actividad intangible se convierta en una realidad “tangible, medible, evaluable, programable y controlable” asegurando así, la satisfacción de visitante en la *ASOSELPAM*.

Los *blueprints* de servicios optimizados de la *ASOSELPAM* permitirán visualizar de forma detenida cada proceso que deberán seguir los visitantes durante la prestación de servicios, por ello se ha tomado como base a los *blueprints* actuales realizados en el capítulo IV, adicionalmente, para el desarrollo de los presentes *blueprint* se utilizará los elementos gráficos contenidos en un diagrama de procesos, que facilitaran la comprensión del *blueprintig* optimizado:

Tabla 27. Representación de los elementos gráficos que componen un diagrama de flujo.

Elemento	Representación
Indicador del inicio y fin del proceso.	
Descripción de actividades a realizar.	
Toma de decisiones	
Comentarios explicativos	

Conector de comentarios explicativos	
Línea de flujo, conector de las actividades del proceso	
Indicador viene/continua proceso	

Tomado de: Rodríguez, Santamaría, Rabasa y Martínez, 2003.

### 5.1.2.1. Descripción optimizada de los procesos de servicios

Los mapas de procesos optimizados, se encuentran divididos en dos grupos, que se expresan a continuación:

a. En el primer grupo, se encuentran los *blueprints* para visitantes individuales. Los visitantes individuales, como se ha dicho anteriormente son individuos que arriban a la comunidad San José de Mashpi y que durante su visita adquieren algún servicio ofertado por la *ASOSELPAM*, este grupo consta de los siguientes mapas de procesos:

- Blueprint optimizado, ingreso a la comunidad.
- Blueprint optimizado para comedores comunitarios.
- Blueprint optimizado para alojamientos comunitarios.
- Blueprint optimizado, salida de visitantes individuales.

En el anexo 4 se puede apreciar la propuesta de los *blueprints* optimizados para visitantes individuales.

b. En el segundo grupo, se encuentran los *blueprints* para grupos organizados. Los grupos organizados, son los visitantes que se contactaron con la *ASOSELPAM* y realizaron una reservación previa a su arribo a la

comunidad San José de Mashpi, este grupo consta de los siguientes mapas de procesos:

- Blueprint optimizado, proceso de reserva *ASOSELPAM*.
- Blueprint optimizado *Full day ASOSELPAM*.
- Blueprint optimizado 2 días en Mashpi *ASOSELPAM*.

En la figura 22, se puede apreciar la propuesta de *blueprint* optimizado del proceso de reserva para los grupos organizados que llegan a la comunidad, de esta manera se desea mejorar la experiencia de los visitantes antes de su arribo a la comunidad.

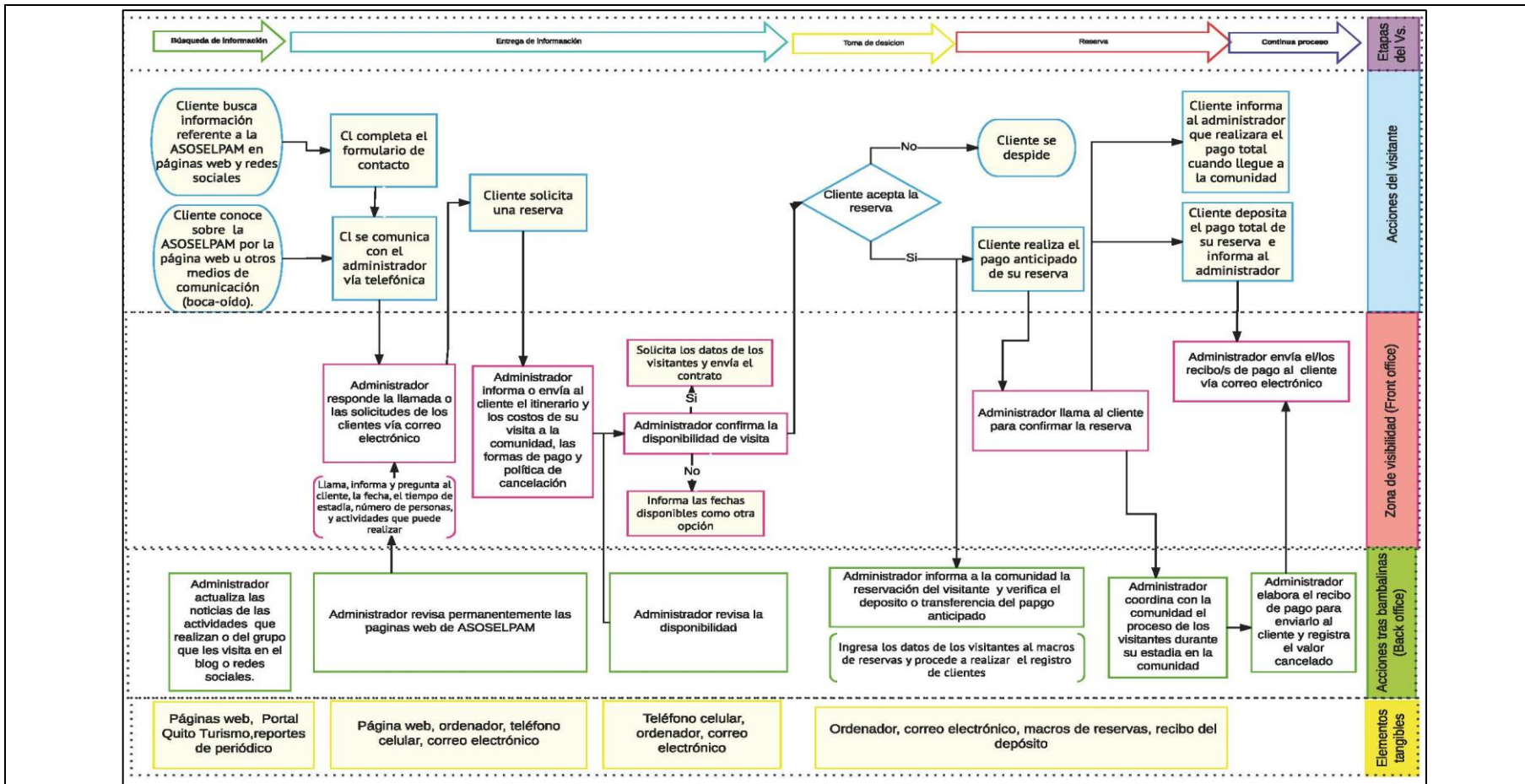


Figura 19. *Blueprint* optimizado proceso de reserva ASOSELPAM.  
 Adaptado de: *Internacional Service Marketing Institute [ISMI]*, p. 59, 2002.

a. Acciones que realiza el cliente: color. b. *Front office*: color. c. *Back office*: color. d. Elementos tangibles: color. e. CI: cliente



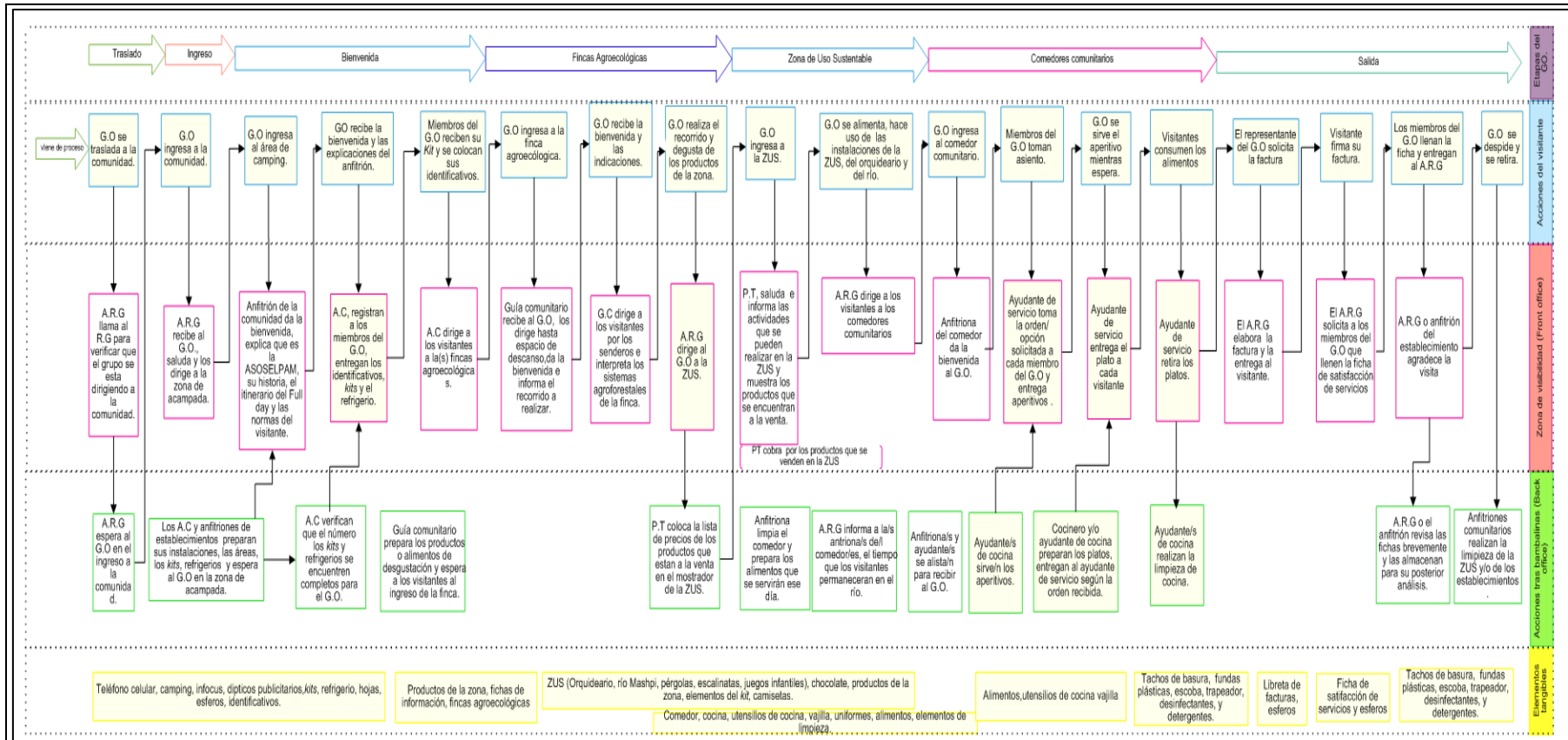


Figura 20. *Blueprint* optimizado, Full Day ASOSELPAM.

Adaptado de: *Internacional Service Marketing Institute [ISMI]*, p. 59, 2002.

a. Acciones que realiza el cliente: color. b. *Front office*: color. c. *Back office*: color. d. Elementos tangibles: color amarillo. e. G.O: grupo organizado. d. A.R.G: anfitrión/a responsable de grupos. e. G.C: guía comunitario. f. P.T: promotor turístico.

En la figura 23, se puede apreciar la propuesta de *blueprint* optimizado para grupos organizados en un *Full Day* en la comunidad, es decir, para los grupos que visitan la comunidad durante un día, mientras que en el anexo 4 se puede apreciar la propuesta de *blueprint* optimizado para grupos organizados con un permanecía de 2 días en la comunidad.

#### **5.1.2.2. Elaboración de estándares**

La elaboración de estándares establece acciones específicas que permiten controlar la calidad durante los “momentos de verdad”, los mismos que se convierten en encuentros positivos o negativos a la percepción del cliente durante el servicio y que en consecuencia determinaran el éxito o fracaso de la organización.

Los estándares que se establecen para los anfitriones comunitarios y demás involucrados de la *ASOSEL PAM*, permitirán controlar la operación turística gestionada por la asociación, sin la necesidad de que sea supervisada por una persona, los mismos que cumplen tres funciones principales; establecer las metas de calidad de la empresa, definir parámetros que miden el nivel de calidad, establecer los parámetros y características que posee el servicio o producto para sea considerado de calidad.

Los estándares establecidos para la asociación, serán las medidas de control de calidad, que aportarán una gran ventaja a la asociación.

Para el logro de los objetivos de sostenibilidad de la *ASOSEL PAM* y la correcta ejecución de su gestión operacional, los socios y el personal involucrado en las actividades turísticas deberán cumplir puntualmente los procedimientos definidos para cada una de las actividades relacionadas a las funciones del personal, dando como resultado una correcta entrega de servicios durante su medición, evaluación y control.

Para que los estándares se cumplan de forma eficaz, según el *International Service Marketing Institute* [ISMI], requieren de las siguientes condiciones (2001, pp.24-26):

- Responder de manera concisa en cada actividad a realizar.
- Expresar concretamente el uso que se le dará.
- Identificar en que actividad serán empleadas.
- Manifestar las rarezas y anomalías permitidas.

De la misma manera los estándares desempeñan dos funciones vitales para la *ASOSELPAM*:

- Determinar las metas de sostenibilidad que la asociación procura lograr, a partir de las necesidades, expectativas y deseos de los visitantes de la comunidad San José de Mashpi.
- Manifestar a los anfitriones comunitarios y demás involucrados en los procesos de prestación de servicios, cuáles son las características específicas con los que deberá contar cada uno de los productos y servicios que serán catalogados de calidad.

El administrador de la asociación será el encargado de supervisar el cumplimiento de los estándares diseñados para los anfitriones comunitarios y demás involucrados en las actividades turísticas.

En el Manual de Buenas Prácticas se detallan con mayor exactitud los estándares especificados a continuación:

- Estándares y procedimientos para la gestión operativa de la asociación.
- Estándares y procedimientos para comedores comunitarios.
- Estándares y procedimientos para fincas agroecológicas.
- Estándares y procedimientos para el alojamiento comunitario.

Los estándares mencionados con anterioridad se pueden visualizar en el Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios para la asociación “El Paraíso Del Río Mashpi”.

### **5.1.2.3. Estrategias de medición, análisis y mejora**

A propósito de evaluar la prestación de servicios entregada por la *ASOSEL PAM* y el estado de las instalaciones de cada emprendimiento comunitario, se implementará en cada establecimiento fichas de evaluación de satisfacción de servicios para cada visitante, permitiendo conocer el grado de satisfacción de los mismos, en relación a la calidad de servicio recibida. Se sugiere que las fichas se utilicen de forma habitual y se realice un análisis trimestral, que revele los posibles errores y así, puedan corregir y mejorar. También se deberá convocar a una asamblea ordinaria semestralmente para mostrar a los miembros de la asociación los resultados de la evaluación de las fichas de satisfacción de servicios, a fin de proponer de manera conjunta estrategias de mejora.

La ficha de evaluación de servicios general que servirá para los establecimientos y para la asociación, se encuentra en el Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios para la asociación “El Paraíso Del Río Mashpi”, en donde se solicita al visitante calificar el servicio como; excelente, bueno o malo.

## **5.2. Estrategias de intervención**

### **5.2.1. Manual de Buenas Prácticas**

El manual proporciona funciones, responsabilidades, estándares, procedimientos, normas de comportamiento, políticas, sugerencias y recomendaciones que buscan optimizar la prestación de servicios, de modo que, las y los miembros de la asociación y demás involucrados en estas actividades, mejoren los procesos de prestación de servicios turísticos dentro de la comunidad, a su vez; estos direccionamientos podrán ser aplicables en los distintos emprendimientos y áreas, logrando un eficiente y eficaz desempeño, en los procesos de operación turística. Además, se encuentra

diseñado con criterios ambientales, culturales y sociales para cualquier iniciativa de turismo comunitario con enfoque sostenible.

El manual incluye:

- Estándares y procedimientos para la gestión operativa de la asociación y para los emprendimientos de: alojamiento, alimentación y operación turística.
- Buenas Prácticas de Manufactura.
- Buenas Prácticas Ambientales.

Adicionalmente, el presente manual tiene como complementos herramientas de operación turística y, una guía de comportamiento y conducta para los anfitriones comunitarios y para los visitantes, los mismos que se pueden visualizar en el: Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios para la asociación “El Paraíso Del Río Mashpi”.

### **5.2.2. Propuesta de formación y capacitación**

La capacitación del personal provoca una mayor productividad dentro de la organización, puesto que, permite al individuo estar apto y capaz para realizar determinadas labores que se encuentren de acorde a sus funciones y realicen distintas tareas que demuestren un servicio de calidad durante la entrega del mismo (Riveros, 2007, pp. 80-88). Su importancia radica en el fortalecimiento y desarrollo del talento humano que labora en todas las áreas que involucran la operación turística de la asociación.

Al elevar, el aprendizaje y formación del personal, se mejora y fortalece la cultura general de la asociación, basada en la entrega de servicios de calidad con criterios sostenibles.

La capacitación en buenas prácticas de manufactura y ambientales son un factor de cambio prioritario para los pobladores de la comunidad San José de Mashpi, puesto que al adquirir mayores habilidades en el servicio, contribuirán a una mayor productividad en la gestión operativa de la *ASOSELPAM*, tomando en cuenta que el personal prestador de servicios de la asociación es el cliente interno de la misma, y su nivel de satisfacción influenciara totalmente en el trato que mantenga con sus visitantes, la preparación que adquiera en la capacitación le permitirá reflejar de manera profesional la entrega de servicios turísticos comunitarios, mejorando así su cultura organizacional y operacional, por lo tanto su meta será entregar servicios de excelente calidad de forma continua.

En calidad de capacitador, la Srta. Patricia Arellano en base a los estudios realizados acerca de las buenas prácticas en Turismo Comunitario brindo las capacitaciones respectivas, relacionadas a la implementación de las buenas prácticas ambientales y de manufactura, dado que el proyecto forma parte del de vinculación con la comunidad. Por tal razón, se realizó la primera capacitación de buenas prácticas en turismo sostenible para los miembros de la comunidad San José de Mashpi y Pachijal, en la cual participaron los miembros de la *ASOSELPAM*; por su parte la EHYT UDLA entregó los certificados de la capacitación a los participantes, el 19 de febrero de 2016.

Los temas abordados de las capacitaciones realizadas se pueden observar en el anexo 5.

### **5.2.3. Infraestructura**

Las fichas de evaluación aplicadas a los distintos emprendimientos, reflejan en su mayoría resultados con puntuaciones bajas para los comedores comunitarios y la casa de alojamiento; categorizándolos como establecimientos regulares, por ello se sugiere realizar algunos cambios y/o remodelaciones de la infraestructura de los emprendimiento, Por otra parte, las fincas

agroecológicas reflejaron mejores resultados, sin embargo, es recomendable que se realicen pequeños cambios a fin de mejorar su infraestructura.

Cabe recalcar, que los emprendimientos comunitarios de la asociación, son viviendas construidas en su mayoría a partir del año 2006, sus instalaciones son relativamente antiguas que con el pasar de los años han sufrido procesos de remodelación mínimos, sin embargo, se han ido modificando poco a poco las instalaciones, para que los emprendimientos tengan una mejor presentación ante los visitantes, de modo que, estos se sientan como en casa.

Por tal razón, se ha logrado identificar las necesidades prioritarias de cambios de infraestructura para cada establecimiento como; pintar o barnizar las paredes de los emprendimientos, las puertas, sillas y mesas.

### **Renovación de equipamiento y señalética complementarios**

Los comedores comunitarios cuentan con parte de su equipamiento muy avejentado y no apto a la vista el visitante, por tal razón, es necesaria la renovación de los aparatos de cocina, la vajilla y utensilios de cocina

En el alojamiento comunitario se puede verificar que se necesita renovar equipamiento para las habitaciones, sin embargo, durante el proceso del desarrollo del presente trabajo se ha ido viendo el cambio que la anfitriona del alojamiento comunitario ha ido realizando, mientras, se le proporcionaba algunas recomendaciones de mejora del establecimiento.

La señalética de todos los establecimientos es insuficiente, por tal razón se recomienda implementar en los comedores, las fincas agroecológicas y en el alojamiento comunitario, rótulos de identificación fuera de cada establecimiento, paneles informativos en las fincas agroecológicas y señalética de seguridad en todos los emprendimientos.

Adicionalmente en el anexo I se puede apreciar recomendaciones que se relacionadas al cambio, renovación y/o adquisición de equipamiento e infraestructura para los emprendimientos comunitarios.

#### **5.2.4. Buenas Prácticas Ambientales**

Las buenas prácticas ambientales benefician y aportan de manera sustancial al desarrollo sostenible de las actividades turísticas dentro de la comunidad, las mismas que beneficiaran en un futuro la sostenibilidad del destino y de la asociación.

En el Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios para la asociación “El Paraíso Del Río Mashpi”, se puede visualizar una serie de propuestas relacionadas a las buenas prácticas ambientales, que contribuyen a la protección y mejora del ambiente, ahorran el consumo de recursos, mejoran las relaciones sociales, culturales y económicas sugeridas para los miembros de la comunidad, esta propuesta incluye recomendaciones ambientales para el uso adecuado de agua, energía, boques, suelos, residuos sólidos y líquidos. Adicionalmente, se incluye un programa de manejo de residuos sólidos para la *ASOSELPAM*.

#### **5.2.5. Herramientas de operación turística**

Se ha diseñado herramientas que facilitan la operación turística gestionada por la asociación, estas herramientas incluyen:

- Programa básico de reservas: esta herramienta se desarrolló utilizando macros en Excel, la macro permite realizar el registro de los visitantes a la comunidad o de los representantes de grupos organizados, luego de llenada la primera ficha, se genera automáticamente una base de datos y finalmente se genera una macro con el total de visitantes mensual, anual y la suma de los ingresos recibidos, este programa es fácil y



básico, adaptado a las necesidades de los miembros de la comunidad y a propósito de que se lleve una gestión administrativa con mayor precisión.

- Ficha de registro de visitantes: esta herramienta es similar a la ficha e datos personales del programa de reservas, se desarrolló para que sea llenada de forma manual en el alojamiento comunitario.
- Ficha de registro de limpieza: esta hoja se sugiere utilizar en todos los establecimientos y áreas de la *ASOSELPAM*, ya que su diseño es general.
- Ficha de sugerencias o reclamos: sirve para medir la satisfacción de los visitantes, se diseñó de manera general, para que se la pueda utilizar en los establecimientos y a la finalización del proceso de operación turística desarrollado por la asociación.
- 
- Modelo de contrato de servicio: es un instrumento de vital importancia para el uso de la administración antes de finalizar cualquier convenio con los visitantes, ya que, al ser un contrato, la asociación se respalda e incluye de forma detalla todos los servicios que se compromete a entregar a los visitantes.
- Modelo de envío de cotizaciones: se diseñó esta herramienta para que el administrador o el anfitrión encargado, realicen y estandaricen el formato de envío de cotizaciones.
- Modelo carta de liberación de responsabilidad: esta herramienta libera a la asociación de cualquier responsabilidad penal, civil, laboral o de seguridad.
- Modelo presentación bienvenida visitantes: instrumento que facilita y ayuda a los anfitriones comunitarios, la entrega de información acerca de la asociación.
- Modelo recibo de pago: escrito que respalda el pago anticipado realizado por los clientes.

Todas las herramientas desarrolladas y sugeridas para la asociación se pueden revisar en el Manual de Buenas Prácticas desarrollado para la *ASOSELPAM*.

### **5.2.6. Kit para el visitante**

La propuesta de la entrega de un *kit*, se sugiere para que la experiencia de los visitantes sea más placentera durante y después de su visita a la comunidad, esta propuesta pretende que los clientes se lleven como un recuerdo físico, el kit propuesto, contiene: mochila de yute ecológica, libreta, esfero, pulsera y una botella plástica, todos estos elementos incluyen el diseño publicitario con el nombre y logo de la asociación.

Los mapas de los *blueprints* optimizados contienen la entrega del *kit* a los visitantes de la comunidad que cuentan con una reservación; también se propone la venta al público de estos recuerdos para los visitantes que arribaron a la comunidad sin previa reservación.

El propósito de entregar *kits* a los visitantes, es a fin de agregar un plus a su visita, que permita diferenciarlos y que los mismos se lleven un recuerdo inolvidable de su estadía en San José de Mashpi.

### **5.2.7. Imagen asociativa**

Es esencial implementar el uso de uniforme que identifique la imagen asociativa de la *ASOSELPAM*, la misma que transmitirá al visitante la unión comunitaria, manteniendo una adecuada presentación personal durante la prestación de servicios, generando seguridad y confianza al visitante. La dotación de uniformes identificará a los miembros de la *ASOSELPAM* y aportará al mejoramiento de la entrega de servicios turísticos comunitarios. En el anexo I, se puede apreciar los uniformes que deberán utilizar; las y los anfitriones comunitarios, cocineros, ayudantes de servicio, ayudantes de cocina, guías comunitarios, promotores turísticos, encarga de limpieza y en el presupuesto de detalla la cotización realizada.

## 6. CAPÍTULO VI: PRESUPUESTO DE INTERVENCIÓN

### 6.1. Presupuesto de mejoras

El presupuesto de intervención que se detalla a continuación, se ha desarrollado a partir de la propuesta de mejoras expuestas en capítulo 5, para la Asociación de Servicios Turísticos” El Paraíso del Río Mashpi”.

En la tabla 27, se puede resumir de manera general el presupuesto de inversión final, que incluye todas las propuestas planteadas en el presente proyecto, para el mejoramiento de operación turística comunitaria gestionada por la *ASOSELPAM*, enfocada a la operación turística general y de los emprendimientos de: alojamiento, alimentación y operación turística.

Tabla 28. Presupuesto total de inversión.

<b>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA OPERACIÓN TURÍSTICA DE LA ASOSELPAM</b>	<b>VALOR</b>
<b>Propuesta 1.</b> Diseño de un Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios.	\$ 6.225,00
<b>Propuesta 2.</b> Capacitaciones para las y los miembros de la asociación y los anfitriones comunitarios involucrados en las actividades turísticas operadas por la ASOSELPAM	\$21.080,00
<b>Propuesta 3.</b> Diseño de planos de servicio o <i>blueprints</i> optimizados para visitantes individuales y grupos organizados.	\$850,00
<b>Propuesta 4.</b> Diseño de herramientas para la operación turística comunitaria.	\$ 400

<b>Propuesta 5.</b> Implementación de <i>Kits</i> para visitantes.	\$4.250
<b>Propuesta 6.</b> Propuesta de imagen asociativa.	\$ 804,35
<b>TOTAL</b>	<b>\$33.609,35</b>

A continuación, se detalla el presupuesto específico de cada propuesta.

En la tabla 28, se muestra el presupuesto de inversión que involucra el diseño del manual de buenas prácticas para la *ASOSEL PAM*, el mismo que al ser revisado por el Msc. Diego Bonilla, consultor experto en Manejo de Áreas Protegidas y Desarrollo Sostenible y, por él; Dr. Enrique Cabanilla consultor experto en Turismo Comunitario; ambos consultores coincidieron en el mismo valor económico por el desarrollo de contenido del Manual de Buenas Prácticas para la *ASOSEL PAM*. Adicionalmente el presupuesto del manual abarca los valores el diseño, diagramación, edición e impresión, proporcionados por el diseñador gráfico Adrián Valdivieso, de la imprenta y publicidad “Zona Creativa”.

Tabla 29. Costo elaboración del Manual de Buenas Prácticas.

<b>Propuesta 1. Diseño del Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios.</b>			
<b>Rubros</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1.1. Manual de buenas prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos comunitarios.			
Elaboración de contenidos.	--	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Diseño gráfico, diagramación.	--	\$ 600,00	\$ 600,00

Edición, impresión y encuadernado.	1	\$ 75, 00	\$ 75, 00
<b>Subtotal</b>			\$ 5.675,00
1.2. Manual para comedores comunitarios.			
Impresión.	2	\$ 50,00	\$ 100,00
<b>Subtotal</b>			\$100,00
1.3 Manual para alojamiento comunitario.			
Impresión.	1	\$50,00	\$50,00
<b>Subtotal</b>			\$50,00
1.3. Manual para fincas agroecológicas.			
Impresión.	2	\$ 50,00	\$ 100,00
<b>Subtotal</b>			\$ 100,00
1.3 Manual Buenas Prácticas de Manufactura.			
Impresión.	5	\$ 50,00	\$ 250,00
		Subtotal	\$ 250,00
1.4. Manual Buenas Prácticas Ambientales.			
Impresión.	5	\$ 20,00	\$ 100,00
<b>Subtotal</b>			\$ 100,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.275,00</b>

Nota: los valores referentes a la elaboración del manual, ha sido determinados en base a la entrevista y revisión del Consultor experto Msc. Diego Bonilla. Consultor de Manejo de Áreas Naturales Protegidas y Desarrollo Sostenible. Mientras que, los valores de la diagramación, diseño, edición e impresión, fueron provistos por el Diseñador Gráfico Adrián Valdivieso.

En la tabla 29, Se puede apreciar el presupuesto de inversión para las capacitaciones de los miembros y anfitriones comunitarios de la asociación.

Tabla 30. Costo de capacitaciones a los miembros y demás involucrados en las actividades turísticas gestionadas por la asociación.

<b>Propuesta 2. Capacitaciones para los anfitriones y miembros involucrados en los procesos de prestación de servicios turísticos.</b>					
<b>Rubros</b>	<b>Número de involucrados</b>	<b>Número de horas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
2.1. Capacitaciones generales para la <i>ASOSEL PAM</i> .					
Anfitrión comunitario	16	22 horas	1	\$62,00	\$1364,00
Anfitrión responsable de grupos	16	22 horas	1	\$62,00	\$1364,00
Promotor turístico	16	22 horas	1	\$62,00	\$1364,00
Buenas prácticas ambientales	16	22 horas	1	\$62,00	\$1364,00
Programa de reservas	16	10 horas	1	\$62,00	\$620,00

<b>Subtotal</b>					\$ 6076,00
2.2. Alojamiento comunitario.					
Anfitriona de alojamiento	16	22 horas	1	\$62,00	\$1.364,00
Ayudante de limpieza	16	22 horas	1	\$62,00	\$1.364,00
<b>Subtotal</b>					<b>\$2728,00</b>
2.3. Comedores comunitarios.					
Anfitrión/a de comedores	16	44 horas	1	\$62,00	\$2.728,00
Ayudante de servicio	16	44 horas	1	\$62,00	\$2.728,00
Cocinera	16	44 horas	1	\$62,00	\$2.728,00
Ayudante de cocina	16	44 horas	1	\$62,00	\$2728,00
<b>Subtotal</b>					<b>\$10.912,00</b>
2.4. Fincas agroecológicas.					
Guía comunitario	16	22 horas	1	\$62,00	\$1.364,00
<b>Subtotal</b>					<b>\$1.364,00</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 21.080,00</b>

Nota: Los costos de las capacitaciones, han sido establecidos en base a la consultoría realizada al Msc. Diego Bonilla.

En la tabla 3, se aprecia los costos del diseño de los planos de servicios o *blueprints* optimizados, los cuales optimizarán los procesos de prestación de servicios.

Tabla 31. Costo del diseño de *blueprints* optimizados para la ASOSELPAM.

<b>Propuesta 3. Diseño de planos de servicio o <i>blueprints</i> optimizados para visitantes individuales y grupos organizados.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
3.1. Diseño de <i>blueprints</i> optimizados para visitantes individuales.				
Consultor experto	Consultoría	4	\$100,00	\$400,00
<b>Subtotal</b>				\$400,00
3.2. Diseño de los <i>blueprints</i> optimizados para grupos organizados.				
Consultor experto	Consultoría	3	\$ 150,00	\$ 450,00
<b>Subtotal</b>				\$ 450,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$850,00</b>

Nota: Los costos del diseño de *blueprints* optimizados, han sido fijados en base a la entrevista realizada al consultor Msc. Diego Bonilla.



En la Tabla 31, de la propuesta del diseño de herramientas para la operación turística, se observa los costos de implementación del programa de reservas y de las herramientas generales.

Tabla 32. Herramientas para la operación turística.

<b>Propuesta 4. Diseño de herramientas para la operación turística comunitaria.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
4.1. Programa de reservas.				
Consultor experto	Consultoría	1	\$200,00	\$200,00
<b>Subtotal</b>				\$200,00
4.2. Herramientas generales.				
Consultor experto	Consultoría	1	\$200,00	\$200,00
<b>Subtotal</b>				\$200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$400,00</b>

Nota: Los costos del diseño de las herramientas para la operación turística de la ASOSEL PAM, han sido fijados en base a la entrevista realizada al consultor Msc. Diego Bonilla.

En la Tabla 32, de la propuesta de la implementación de *Kits* para los visitantes, se fijan los costos de la adquisición de 500 *kits* como la unidad mínima requerida por parte de la imprenta ALASAN PUBLIDESING.

Tabla 33. *Kits* para visitantes.

<b>Propuesta 5. Implementación de <i>Kits</i> para visitantes.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<i>Kit</i>	Dólares	500,00	\$ 8,50	\$ 4.250,00
<b>Subtotal</b>				\$4.250,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$4.250,00</b>

Nota: Los costos la adquisición de kits, fueron proporcionados por la imprenta "ALASAN DESING".

En la Tabla 33, de la propuesta de imagen asociativa, se fijan los costos de la adquisición de uniformes necesarios para la identificación del personal operativo de la asociación.

Tabla 34. Imagen asociativa.

<b>Propuesta 6. Propuesta de imagen asociativa.</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	
6.2. Uniforme anfitriones comunitarios, promotores turísticos, anfitriones responsables de grupos, guías comunitarios.				
Camisetas	16	\$13,20	\$ 211,20	
<b>Subtotal</b>				\$ 211,20
6.3. Uniforme cocinero				

Pantalón de chef	3	\$ 27,95	\$ 83,85
Chaqueta	3	\$ 43,90	\$ 131,70
Mandil	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Red de cabello	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Gorro chef	3	\$ 5,55	\$ 16,65
<b>Subtotal</b>			\$ 269,70
<b>6.3 Uniforme ayudante de cocina</b>			
Pantalón de chef	3	\$ 27,95	\$ 83,85
Chaqueta	3	\$ 43,90	\$ 131,70
Mandil	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Red de cabello	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Gorro chef	3	\$ 5,55	\$ 16,65
<b>Subtotal</b>			\$ 269,70
<b>6.3 Uniforme ayudante de servicio</b>			
<b>Mandil</b>	5	\$ 10,25	\$ 51,25
<b>Red de cabello</b>	5	\$ 0,50	\$ 2,50
<b>Subtotal</b>			\$ 53,75
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 804,35</b>

Nota: Los costos de los uniformes necesarios para la implementación de la imagen asociativa de la *ASOSEL PAM*, fueron proporcionados por “ALMACENES JIMÉNEZ MENAJE PROFESIONAL HOTELERO”.

## **6.2. Cronograma de intervención**

Se ha realizado un siguiente cronograma e intervención, en base a las propuestas planteadas de este capítulo.

Tabla 35. Cronograma de intervención de la propuesta de mejoras.

CRONOGRAMA DE INTERVENCIÓN																								
PERIODO DE DURACIÓN	Año 1												Año 2											
	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
ACTIVIDADES																								
1. Entrega de manuales de Buenas Prácticas.			■	■																				
2. Capacitaciones a los miembros y demás involucrados de ASOSELPAM.					■	■				■	■				■	■				■	■			
3. Implementación de <i>blueprints</i> optimizados.										■	■	■												
4. Adquisición de <i>Kits</i> para visitantes													■	■										
5. Manejo y aplicación del programa de reservas					■	■																		
6. Implementación de uniformes.								■																

La tabla 34, se muestra los diferentes periodos de duración de la implementación de cada propuesta planteada en el capítulo 5, por lo que se sugiere su inicio a partir de octubre de 2016, una vez entregados los manuales a la asociación.

Las capacitaciones a los miembros de la asociación, se recomiendan realizar los fines de semana por 12 horas diarias, puesto que, el total de horas requeridas de la capacitación presupuestada es de 384 horas, es decir necesitarían de 32 semanas de capacitación continua, por lo que se sugiere realizarlas durante dos meses seguidos y en intervalos de cada tres meses.

## Conclusiones

Con el desarrollo del marco teórico dentro del proyecto, se reúnen los conocimientos fundamentales para comprender la historia e importancia del Turismo Comunitario en el Ecuador; así como, la evolución, implementación y beneficios de las Buenas Prácticas aplicadas al Turismo Comunitario desde un enfoque sostenible. Por tal razón, se concluye que la implementación de buenas prácticas, se convierten en los principios mínimos para que un emprendimiento turístico comunitario sea exitoso y entregue servicios de calidad, logrando así, superar las expectativas; satisfacer las necesidades y; generar lealtad a corto, mediano y largo plazo, en los visitantes

Una de las pautas que permitieron determinar el estado actual de la asociación y las condiciones actuales de sus emprendimientos, fue el desarrollo del análisis situacional de la *ASOSELPAM*, donde se realizó la caracterización de la empresa, el análisis de los servicios ofertados y el desarrollo de las matrices comparativas, las mismas que sirvieron para obtener la ventaja competitiva. Con base en lo mencionado anteriormente, se describe a la asociación como una colectividad que se encuentra ubicada en una zona altamente estratégica, que por sus características ecosistémicas y por los atractivos naturales que posee, le convierten en una agrupación única e incomparable dentro del Área Natural Protegida Mashpi-Guaycuyacu-Saguangal. Sin embargo, la ausencia de la misión y visión asociativa, los conflictos internos de organización, los limitados recursos económicos y la falta de compromiso por parte de los miembros, impide el adecuado desarrollo y desenvolvimiento dentro de sus procesos operativos, perjudicándole directamente en su posicionamiento dentro el mercado.

El análisis de la matriz FODA, la investigación de mercado (sondeo de opinión), la entrevista al experto en Turismo Comunitario y el diseño de los mapas de procesos, han sumado las características para hacer de este proyecto un excelente componente, que identifica las distintas falencias encontradas en los procesos de prestación de servicios gestionados por la asociación y en cada uno de sus emprendimientos, tanto para visitantes individuales como grupos organizados. Además, reconoce los aspectos que se pueden optimizar para el buen funcionamiento de la operación turística comunitaria.

Como resultado de las fichas de evaluación efectuadas a los distintos establecimientos, se ha presentado varios consejos y sugerencias referentes a la infraestructura y equipamiento de los emprendimientos, los mismos que fueron entregados a la asociación, permitiendo que las recomendaciones expuestas sean implementadas por los propietarios y propietarias de los establecimientos, las mismas que han mejorado la estadía de los visitantes durante su permanencia en la comunidad.

Con el fin de disminuir las falencias, mejorar el desempeño en la prestación de servicios turísticos comunitarios, el presente manual se exhibe como una guía de estándares y procedimientos de la entrega de servicios, que puede ser aplicada en cualquier otro emprendimiento turístico gestionado por la comunidad, y de manera particular forme parte de las Áreas de Conservación y Uso Sustentable del Noroccidente de Pichincha.

El presupuesto de mejoras cuantifica económicamente el costo de la implementación de las propuestas sugeridas, presentando a la asociación, la capacidad de inversión requerida para la implantación de las mejoras expuestas.



## Recomendaciones

Se sugiere a la asociación: miembros y anfitriones de emprendimientos, la implementación y el cumplimiento de los estándares y procedimientos establecidos en el Manual de Buenas Prácticas, a fin de garantizar la satisfacción del servicio a cada visitante que arribe a la comunidad San José de Mashpi, así mismo, se recomienda la aplicación de los *blueprints* optimizados para visitantes individuales como para grupos organizados.

En base a la entrevista realizada al Dr. Enrique Cabanilla, experto en Turismo Comunitario, se aconseja que las capacitaciones para los miembros de la asociación sean permanentes, con fases de intervención cada tres meses, por un periodo mayor a dos años, ocasionando a los asociados un amplio conocimiento de los estándares y procedimientos a seguir; y, un mayor compromiso y responsabilidad del desarrollo de las actividades turísticas dentro del área protegida.

Se sugiere que se utilicen las herramientas de apoyo desarrolladas en el presente trabajo, puesto que servirán y facilitarán los procesos de operación turística, además de que superará las expectativas y mejorará la imagen de la asociación frente a los clientes.

También se aconseja que, de manera conjunta, la asociación realice un esfuerzo e invierta en los *kits*, de modo que, se pueda entregar un presente al visitante, y una vez finalizada su estadía en la comunidad, posea un elemento tangible que siempre le recuerde su grata experiencia con la *ASOSELPAM*.

Adicionalmente, se recomienda a los anfitriones de cada establecimiento que implementen las mejoras sugeridas con respecto a la infraestructura y equipamiento, pues mejora la imagen de los emprendimientos y sus procesos operativos. Igualmente, se aconseja a la asociación que defina las estrategias de promoción y comercialización, pues, les ayudará posicionarse en el mercado.

Por otra parte, se sugiere a la EHYT UDLA, involucrar a más estudiantes en este tipo de proyectos relacionados a la vinculación con la comunidad, así como también, continuar incentivándoles y motivándoles mediante el cubrimiento de los costos de alojamiento, transporte, alimentación y de ser el caso en alguna herramienta de apoyo, como se ha realizado con el Manual de Buenas Prácticas desarrollado en el presente proyecto, que en este caso, la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la Universidad de las Américas cubre los gastos del diseño, diagramación, edición e impresión de manual. Por lo tanto, este tipo de motivaciones hacen que los estudiantes se comprometan más con la escuela y, por ende, desarrollen un trabajo con el mayor esmero posible y la mayor dedicación, a fin de que sea una herramienta que le sirva a la escuela y a la comunidad.

Además, se propone darle una mayor importancia a este tipo de proyectos, pues incluyen a estudiantes, docentes y la comunidad. Finalmente, se aconseja reconocer por medio de méritos a los coordinadores e investigadores involucrados en este tipo de proyectos, por el trabajo, esfuerzo y dedicación, con los estudiantes y la comunidad.

## 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.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Netbiblio, S.L.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación Administración, Economía, humanidades y Ciencias Sociales*. Tercera edición. Bogotá, Colombia: Pearson.
- Boxwell, R. (1995). *Benchmarking para competir con ventaja*. Madrid: España. Mc Graw Hill.
- Cabanilla, E. (Marzo, 2015). *Turismo comunitario y Buen Vivir. IV Encuentro Nacional de Turismo Comunitario*. [Video YouTube]. Alto Biblio: Chile. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <https://www.youtube.com/watch?v=Lv4sxlZd3YM>.
- Cabanilla, E., Ercolani, P y Segui, M. (2014). *Temáticas emergentes em Turismo Rural. Ensaio sobre o cenceito de turismo comunitário a partir da complexidades e da suaaplicação à realidade do Equador*. Recuperado el 17 de Abril de 2015, de Academia.edu: [http://www.academia.edu/8312052/Ensayo\\_sobre\\_el\\_concepto\\_del\\_turismo\\_comunitario\\_desde\\_la\\_complejidad\\_y\\_su\\_aplicaci%C3%B3n\\_a\\_la\\_realidad\\_ecuatoriana](http://www.academia.edu/8312052/Ensayo_sobre_el_concepto_del_turismo_comunitario_desde_la_complejidad_y_su_aplicaci%C3%B3n_a_la_realidad_ecuatoriana).
- Cabanilla. (2014). *Los inicios del Turismo Comunitario en Ecuador*. Recuperado de academia.edu el 29 de Mayo de 2015 de [https://www.academia.edu/9305247/Los\\_inicios\\_del\\_turismo\\_comunitario\\_en\\_Ecuador](https://www.academia.edu/9305247/Los_inicios_del_turismo_comunitario_en_Ecuador).
- Casanueva, C y Gallego, A. (2012). *Dirección estratégica de organizaciones turísticas*. Madrid: España. Ediciones Pirámide.

- Carpentier, C. (2012). Turismo y sus nuevos actores: el caso de las petroleras en la Amazonia ecuatoriana. *En Amazonía: Viajeros, turistas y poblaciones indígenas*, Valcuerde del Río José María (Coor). Recuperado de PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural N°6, el 20 de Mayo de 2015 de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita6.pdf>.
- Coca Pérez, R. (2010). Turismo comunitario como estrategia de resistencia en el Alto Napo ecuatoriano. *En Amazonía: Viajeros, turistas y poblaciones indígenas*, Valcuerde del Río José María (Coor). Recuperado de PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural N°6, el 20 de Mayo de 2015 de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita6.pdf>.
- Koontz.H, Weuhrich y Cannice, M. (2012). *Administración; Una perspectiva global y empresarial*. (14ª Ed). Mc Graw Hill: México
- Comisión de Legislación y Codificación. (2013). Código Civil de Ecuador. Recuperado el 23 de Mayo de 2015 de <http://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/este-es-05-CODIGO-CIVIL-leyes-conexas.pdf>.
- Contreras R. (2002). La investigación de Acción Participativa (IAP): revisando sus metodologías y sus potenciales. *En Experiencias y metodología de la investigación participativa*, JohnDurstun y Francisca Miranda (Eds). Recuperado de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6024/S023191\\_es.pdf?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6024/S023191_es.pdf?sequence=1)
- Estrella, M. (2009). *Turismo Comunitario, la gestión de destinos y desarrollo local*. En Cultura, comunidad y turismo. Ensayos sobre el turismo comunitario en el Ecuador. (pp. 141-163). Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Fundación CODESPA. (2010). *Manual de Buenas Prácticas en la Actividad Turística Municipio de Copacabana*. Recuperado el 6 de Junio de 2015 de [file:///C:/Users/INTEL/Downloads/manual-buenas-practicas-turismo-rural-comunitario%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/INTEL/Downloads/manual-buenas-practicas-turismo-rural-comunitario%20(3).pdf).

- Falconí, F y Ponce, J. (2011). Ecoturismo: emprendimientos populares como alternativa a un desarrollo excluyente\*. *En Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*, Mercedes Prieto: 167-205. Quito, Ecuador: FLACSO sede Ecuador.
- Farfán, K., y Serrano, A. L. (2007). Turismo Comunitario en Ecuador, una visión empresarial. En *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*, Esteban Ruiz y Doris Solis (Coors). Quito, Ecuador: Abya- yala.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (s.f.). *Turismo Comunitario: Que es para nosotros*. Recuperado el 16 de Abril de 2015, de ScienceDirect: [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).
- Ficapal, J., Guix, M., Caller, F., y Pamies, M. (2013). Turismo responsable y desarrollo humano, caso práctico en Perú. Recuperado el 15 de Abril de 2015, de [http://www.sextocongresocud.es/wp-content/uploads/2013/03/vicongresocud2013\\_submission\\_134.pdf](http://www.sextocongresocud.es/wp-content/uploads/2013/03/vicongresocud2013_submission_134.pdf).
- Flores, D. y Barroso, M. (2012). *Turismo como estrategia de desarrollo rural sostenible. Los parques naturales Andaluces*. Revista de estudios Empresariales. Segunda Época. Recuperado el 15 de Abril de 2015, de <http://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/649>.
- Guala, C y Szmulewicz, E. (2007). *Evaluación de Buenas Prácticas en Servicio de Ecoturismo Comunitario en la Ecorregión Valdiviana, Chile*. Recuperado el 5 de Junio de 2015 de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n8/art02.pdf>.
- Hair, J., Bush, R., y Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados en un ambiente de información digital* (4ta Edición). México D.F, México: McGraw Hil.
- Hair, J., Bush, R., y Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados en un ambiente de información digital*. (4<sup>ta</sup> Edición). México D.F, México: McGraw Hil.

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [PRO ECUADOR]. (2012). Análisis sectorial del Turismo. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC\\_AS2012\\_TURISMO.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf).
- International Service Marketing Institute [ISMI]. (2002). *La metodología ISMI. Elaboración de estándares de calidad del servicio*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de [http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/med\\_fichero622.pdf](http://www.tatum.es/intranet/tatum2003/fotos/med_fichero622.pdf).
- International Service Marketing Institute [ISMI]. (2002). *Los estándares de la calidad de los servicios. En que consiste y cuál es su función*. Recuperado el 24 de Mayo de 2015, de <https://docs.google.com/a/udlanet.ec/file/d/0B9hU47NifOWPd1NYWGRFN0dnY2M/edit>.
- Investour Ecuador. (2015). *Principales productos y atractivos turísticos*. Recuperado de <http://investour.ecuador.travel/principales-productos-y-atractivos-turisticos/>.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México D.F., México: Pearson.
- Maldonado, C. (2006). *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Recuperado el 05 de Junio de 2015 de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/publication/wcms\\_117521.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117521.pdf).
- Meyer, D. (2004). *Economía Turística en América Latina y el Caribe*. Universidad externada de Colombia: Bogotá-Colombia.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR. Recuperado el 05 de Junio de 2015 de <http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/OTROS/caltur/caltur.htm>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social [MIES]. (s.f.). *Ley de la economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 23 de Mayo de 2015 de [http://www.economiasolidaria.org/files/Ley\\_de\\_la\\_economia\\_popular\\_y\\_solidaria\\_ecuador.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf).

- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (2014). La experiencia turística en el Ecuador cifras esenciales del turismo interno y receptor. Recuperado de <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>.
- Ministerio de Turismo de Ecuador [MINTUR]. (2010). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*. Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de <file:///C:/Users/INTEL/Downloads/REGLAMENTO%20DE%20%20CENTROS%20DE%20TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (2015). *Consolidado Nacional Centros de Turismo Comunitario 2015*. Quito: Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2013). *Ecuador premiado en Londres como destino mundial de naturaleza y vida silvestre*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-premiado-en-londres-como-destino-mundial-de-naturaleza-y-vida-silvestre/>.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador [PIMTE]. Recuperado de [http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE\\_2014.pdf](http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf).
- Montalvo, Á. (2011). *El turismo comunitario como alternativa sustentable de desarrollo para tres comunidades kichwa del Alto Napo de la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE)*. Un análisis desde los arreglos socio-económicos y el territorio. Quito, Ecuador. Tesis Maestría FLACSO.
- Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2007). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 25 de Mayo de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Organización Mundial del Turismo [OMT] y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA]. (2002). *Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo*. Recuperado el 6 de Junio de 2015, de [http://www.cinu.org.mx/eventos/turismo2002/doctos/dec\\_quebec.htm](http://www.cinu.org.mx/eventos/turismo2002/doctos/dec_quebec.htm).
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2015). *¿Por qué el Turismo?*. Recuperado el 20 de Abril de 2015 de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.

- Plan Nacional de calidad turística del Perú [CALTUR]. (2013). *Manual de Buenas Prácticas para la Atención de clientes Dirigido a Gerentes, Administradores y Mandos Medios*. Recuperado el 07 de Junio de 2015 de [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs\\_documentos\\_Caltur/07\\_mbp\\_aclientes/MBP\\_AC\\_Mandos\\_Medios.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/07_mbp_aclientes/MBP_AC_Mandos_Medios.pdf).
- Portal Web Chocolate Artesanal Mashpi. (2013) Recuperado de <http://www.chocomashpi.com/index.php/es/servicios/como-llegar>
- Portal Web Reserva Pambiliño. (2014). Recuperado de <http://www.pambilino.org/#!/contact-us/c17lq>
- Portal Web Río Mashpi. (s.f). Recuperado de <http://www.riomashpi.org/>
- Prieto, M. (2011). Los estudios sobre el turismo en Ecuador. En *Espacios en disputa, el turismo en Ecuador*, Mercedes Prieto (Coord.). Quito, Ecuador: FLACSO.
- Publicaciones Vértice S.L (2008). *Comunicación Interna*. Vértice: España.
- Rainforest Alliance*. (2008). *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*. Recuperado el 6 de Junio de 2015 de [http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide\\_spanish.pdf](http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf).
- RINCANCE. (s.f.). *Nosotros*. Recuperado el 16 de Mayo de 2015 de <http://ricancie.nativeweb.org/es/nosotros2>.
- Río Mashpi. (s.f.). *Río Mashpi*. Recuperado el 18 de Abril de 2015, de <http://www.riomashpi.org/#!/historia/cjg9>.
- Rodríguez, J. Santamaría, L. Rabasa, A y Martínez, O. (2003). *Introducción a la programación: Teoría y práctica*. España: Editorial Club Universitario
- Román, D. (2011). *La percepción de la calidad del destino turístico Mar de la Plata*. Recuperado de Universidad Internacional de Andalucía de [http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1376/0201\\_Lefrou.pdf?sequence=1](http://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1376/0201_Lefrou.pdf?sequence=1).



- Roux, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. Quito, Ecuador: Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador [FEPTCE].
- Ruiz, E y Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Ecuador. Ediciones Abya-Yala.
- Ruiz, E. Hernández, M. Coca, A. Cantero P y del Campo, A. (2008). *Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad*. Recuperado de PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 6 N°3, el 20 de Mayo de 2015 de [http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308\\_2.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf)
- Ruiz, E. y Veintimilla, M. (2009). *Cultura, comunidad y turismo*. Ensayos sobre el turismo comunitario. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Ruiz, E., y Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador. Desarrollo y sostenibilidad social*. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Rummenhoeller, K. (2012). De la expectativa a la desilusión: turismo comunitario en la región de Manu (Perú). *En Amazonía: Viajeros, turistas y poblaciones indígenas*, Valcuerde del Río José María (Coor). Recuperado de PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural N°6, el 20 de Mayo de 2015 de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita6.pdf>.
- Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. *México: Editorial Mc Graw Hill*.
- Sanagustín, M., Moseñe, J., y Gómez, M. (2011). *Rural Tourism: A sustainable alternative*. Recuperado el 19 de Abril de 2015 <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030626191000348X>.
- Secretaría de Ambiente del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2016). Turismo en ACUS. Recuperado el 13 de marzo del 2016 de <http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/patrimonio-natural/subsistema-metropolitano-de-areas-naturales-protegidas-del-distrito-metropolitano-de-quito-smanp/turismo-acus>.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS]. (2014). *Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900870*. Quito-Ecuador

- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS]. (2015). *Oficio No. SEPS-INEPS-2015-00710*. Quito-Ecuador.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. (2013). *Buen Vivir Plan Nacional 2013-2017*. Recuperado el 19 de Abril de 2015, de <http://www.buenvivir.gob.ec/versiones-plan-nacional>.
- Solís, D. (2007). De la resistencia a la sostenibilidad. El proceso histórico del turismo comunitario en Ecuador y sus retos actuales. En *Turismo Comunitario en Ecuador: Desarrollo y sostenibilidad social*, Doris Solís y Esteban Ruiz (Coor). Quito, Ecuador: Abya- yala.
- Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS]. (2012). *Reglamento a la ley orgánica de la economía popular y solidaria*. Recuperado el 05 de Junio de 2015 de [http://www.seps.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?uuid=dda0d545-4998-4b61-9bd9-7185090766ef&groupId=10157](http://www.seps.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=dda0d545-4998-4b61-9bd9-7185090766ef&groupId=10157).
- WorldWildlifeFund [WWF]. (2001). *Directrices para el Desarrollo del Turismo Comunitario*. Recuperado el 26 de Mayo de 2015, 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)
- Zanotti, L. (2012). Tercer espacio: Ecoturismo, imaginario sobre la Amazonía y experiencias vividas. En *Amazonía: Viajeros, turistas y poblaciones indígenas*, Valcuerde del Río José María (Coor). Recuperado de PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural N°6, el 20 de Mayo de 2015 de <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita6.pdf>

## **ANEXOS**

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**ACUS:** Área de Conservación y Uso Sustentable

**ANP:** Área Natural Protegida

**ASOSELPAM:** Asociación de Servicios Turísticos “El Paraíso del Río Mashpi”

**BP:** Buenas Prácticas

**BPA:** Buenas Prácticas Ambientales

**BPM:** Buenas Prácticas de Manufactura

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

**INEN:** Instituto Ecuatoriano de Normalización

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

**MINTUR:** Ministerio de Turismo del Ecuador

**OMT:** Organización Mundial de Turismo




**MGS:** Mashpi-Guaycuyacu-Saguangal

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

**AUR:** Área de Uso Responsable

# ANEXO 1. MODELO ENCUESTA

## ANEXO 1.1. Encuesta perfil del Cliente ASOSELPAM

 ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO		 RÍO MASHPI
<b>ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE SERVICIOS</b>		
Estimado visitante;		
Esperando que su visita a nuestra comunidad haya sido inolvidable, a su vez solicitamos muy cordialmente nos brinde 5 minutos de su tiempo para responder la siguiente encuesta. Su grata experiencia a nuestra comunidad, es de gran importancia para nosotros, por tal motivo, deseamos conocer sus observaciones con respecto a la atención y servicio recibido.		
<b>BLOQUE I. IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA</b>		
<b>1. Marque con una X su respuesta o escribala según corresponda</b>		
<b>a) Nacionalidad</b> _____	<b>i) Gasto promedio de viaje</b>	\$ 5-19 ( )
<b>b) Lugar de residencia</b> _____		\$20-49 ( )
<b>c) Sexo</b> F ( ) M ( )		\$50-99 ( )
<b>d) Edad</b>		Más de \$100 ( )
Menor a 20 ( )	<b>j) ¿Cómo se enteró de la comunidad?</b>	Familiares ( )
20 a 29 ( )		Amigos ( )
30 a 39 ( )		Internet / Web ( )
40 a 49 ( )		Agencia de viajes ( )
Mayor a 50 ( )		Prensa ( )
<b>e) Nivel de instrucción</b>		Otro (especifique) _____
Primaria ( )	<b>k) Si usted contestó (Internet) a la pregunta anterior. A través de que herramienta web conoció de nuestros servicios:</b>	Página web ( )
Secundaria ( )		Facebook ( )
Superior ( )		Google ( )
Postgrado ( )		Otros (especifique) _____
<b>f) Motivo de viaje</b>	<b>l) ¿Con quién viaja?</b>	Sólo/a ( )
Vacaciones / ocio ( )		Pareja ( )
Negocios ( )		Familiares ( )
Estudios ( )		Amigos ( )
Visita amigos o familiares ( )	<b>m) ¿Con cuánto tiempo de anticipación organizo su viaje?</b>	1 semana o menos ( )
Voluntariado ( )		2 a 3 semanas ( )
Turismo Comunitario ( )		1 a 3 meses ( )
Otro (especifique) _____		6 meses o más ( )
<b>g) Principales actividades realizadas</b>	<b>n) ¿Sabe usted que es un ACUS?</b>	Si ( ) No ( )
Visita al ACUS ( )		
Visita al río ( )	<b>o) ¿Conoce usted que actividades puede desarrollar en un ACUS?</b>	Pesca deportiva ( )
Visita a la comunidad ( )		Caza de animales ( )
Visita a las fincas agroecológicas ( )		Cicloturismo ( )
Bici Ruta ( )		Aviturismo ( )
Avistamiento de Aves ( )		Turismo Comunitario ( )
Caminatas ( )		Tala de árboles ( )
Camping ( )		Otra (especifique) _____
Otros (especifique) _____		
<b>h) Tiempo promedio de visita</b>		
Menos de 2 horas ( )		
De 4-8 horas ( )		
Menos de 1 día ( )		
De 1 - 2 días ( )		
De 3 - 6 días ( )		
De 7 a 14 días ( )		
Más de 15 días ( )		

## ANEXO 1.2. Encuesta satisfacción de servicios ASOSELPAM

### BLOQUE II. VALORACIÓN DE SERVICIOS

Califique nuestros servicios (solo aquellos que utilizó durante su visita), considerando los siguientes criterios, en donde: 1) Totalmente insatisfecho, 2) Insatisfecho, 3) Ni insatisfecho ni satisfecho, 4) Satisfecho y 5) Totalmente satisfecho.

#### a) Infraestructura

Infraestructura de la comunidad	1	2	3	4	5
Estacionamiento					
Accesos					
Instalaciones recreativas					
Señalización					
Área de camping					
Basureros					
Servicios higiénicos					

Infraestructura de los comedores	1	2	3	4	5
Estacionamiento					
Accesos					
Área del comedor					
Mesas y sillas					
Vajilla					
Servicios higiénicos					

Infraestructura de las fincas	1	2	3	4	5
Estacionamiento					
Accesos					
Servicios higiénicos					
Senderos					
Infraestructura					
Señalización					

Infraestructura del alojamiento	1	2	3	4	5
Estacionamiento					
Área de recepción					
Área social					
Habitaciones					
Servicios higiénicos					
Accesos					

#### b) Operación y servicio

Operación y servicio comedores	1	2	3	4	5
Atención recibida					
Limpieza					
Higiene personal					
Decoración y sabor del plato					
Ambiente					
Menú					

Operación y servicio fincas	1	2	3	4	5
Atención recibida					
Limpieza					
Guianza					
Tiempo de visita					
Productos					
Ambiente					

Operación y servicio alojamiento	1	2	3	4	5
Atención recibida					
Limpieza					
Comodidad					
Seguridad					
Habitación					
Decoración del establecimiento					

c) ¿Confiaría en ASOSELPAM para un próximo viaje?

Si ( ) No ( )

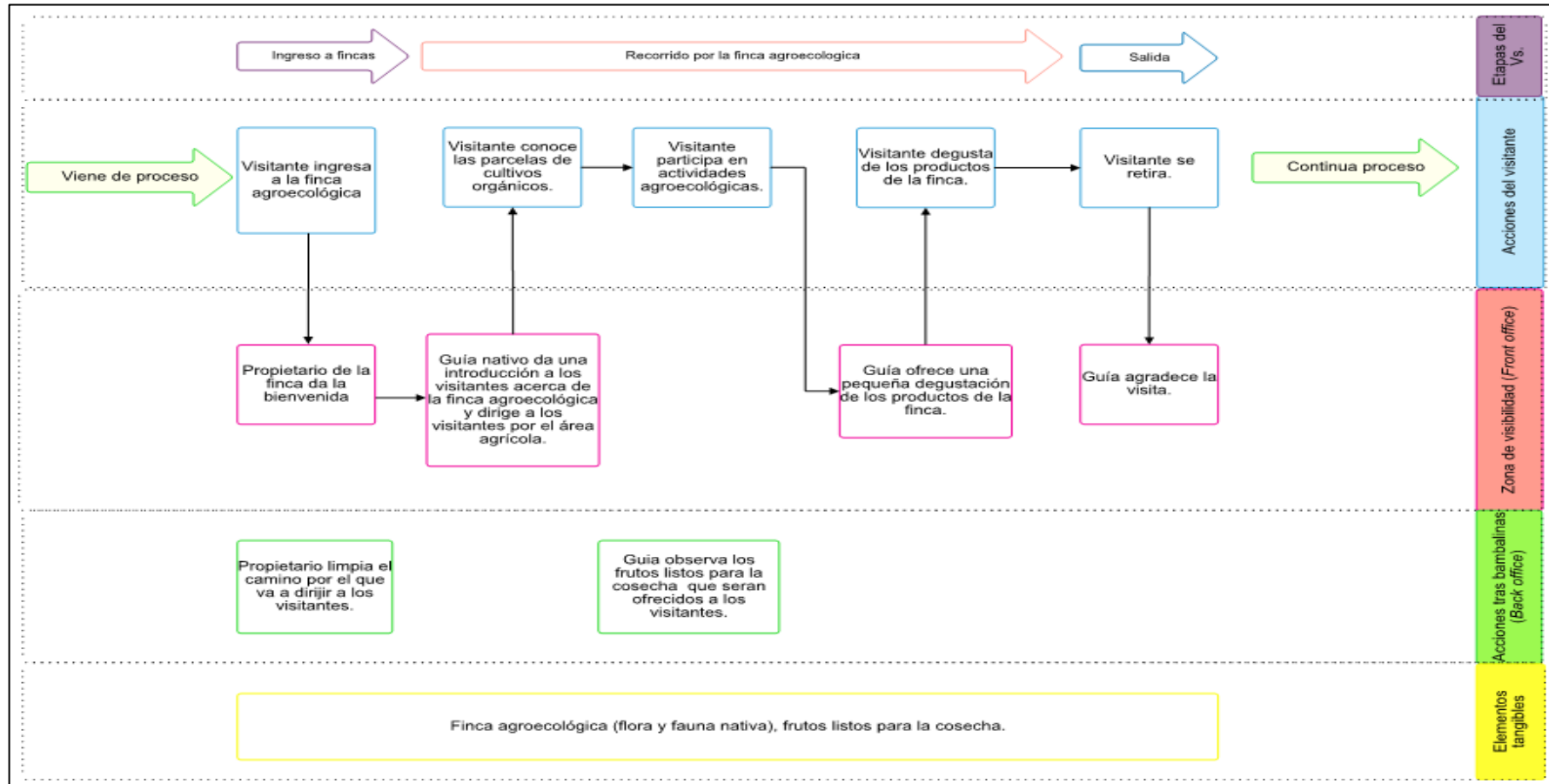
d) ¿Qué recomendaciones o sugerencias propondría?

### BLOQUE III. RELACION PRECIO CALIDAD

a. En la relación precio calidad, califique a la ASOSELPAM, siendo 1 Totalmente insatisfecho y 5 Totalmente satisfecho

	1	2	3	4	5
ASOSELPAM					

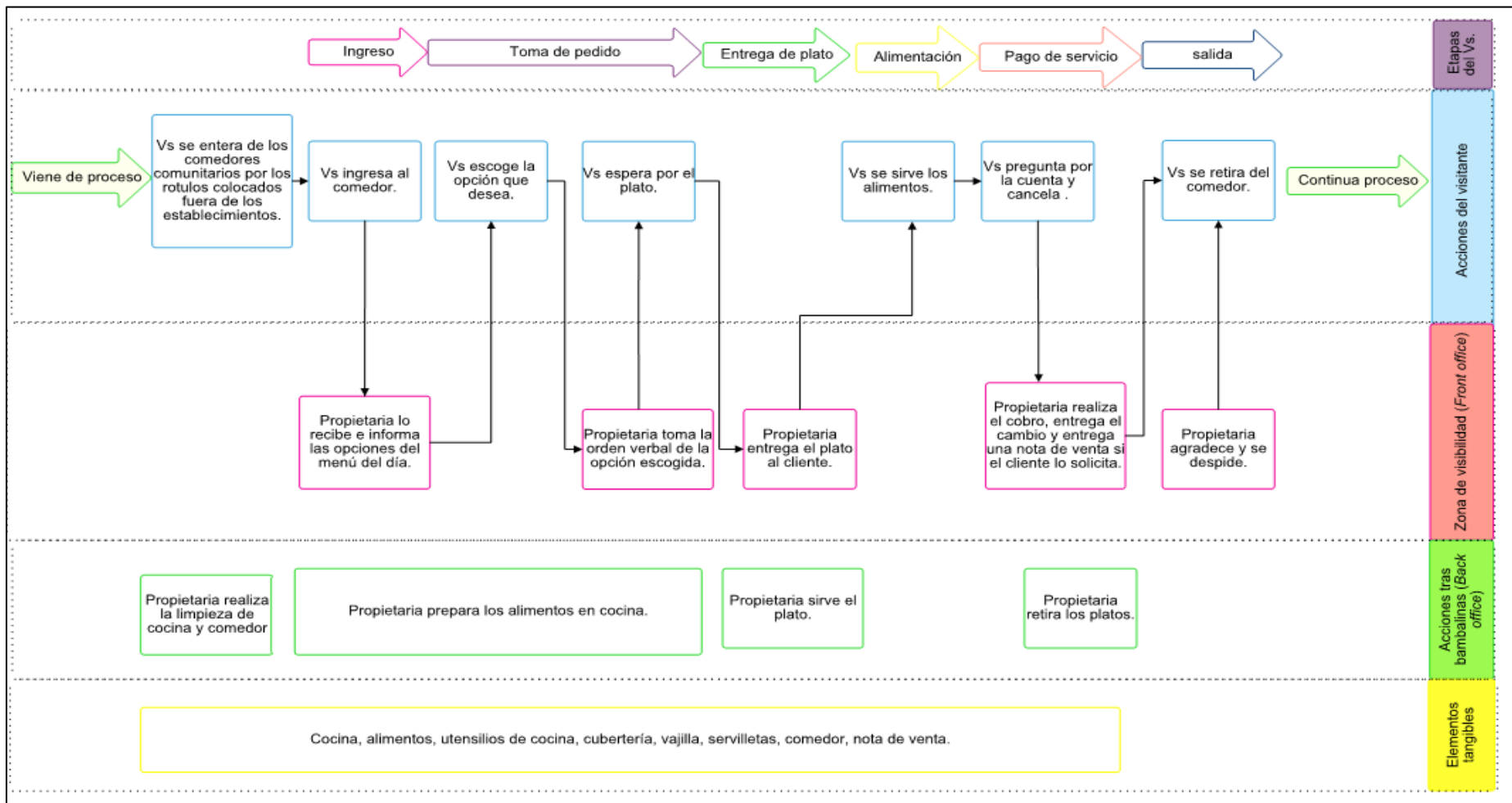
## ANEXO 2. BLUEPRINTS ACTUALES ESTABLECIMIENTOS ASOSELPAM.



Blueprint actual del servicio en fincas agroecológicas para grupos organizados.

Adaptado de: "Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio", por *International Service Marketing Institute* [ISMI], 2002.

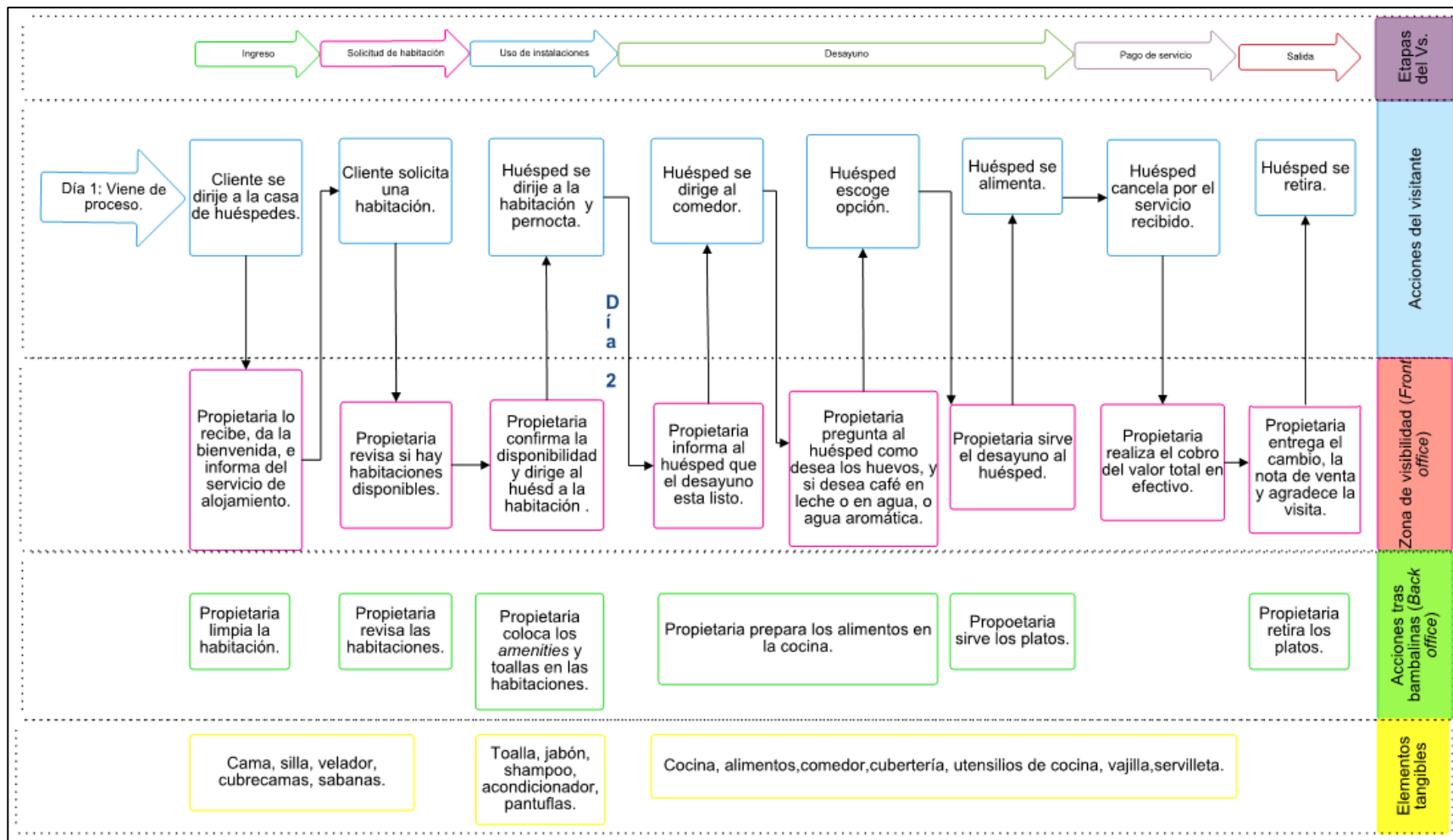
a. G.O: Grupo organizado b. Vs: Visitante c. Adm: Administrador.



Blueprint actual del servicio en comedores comunitarios para clientes individuales.

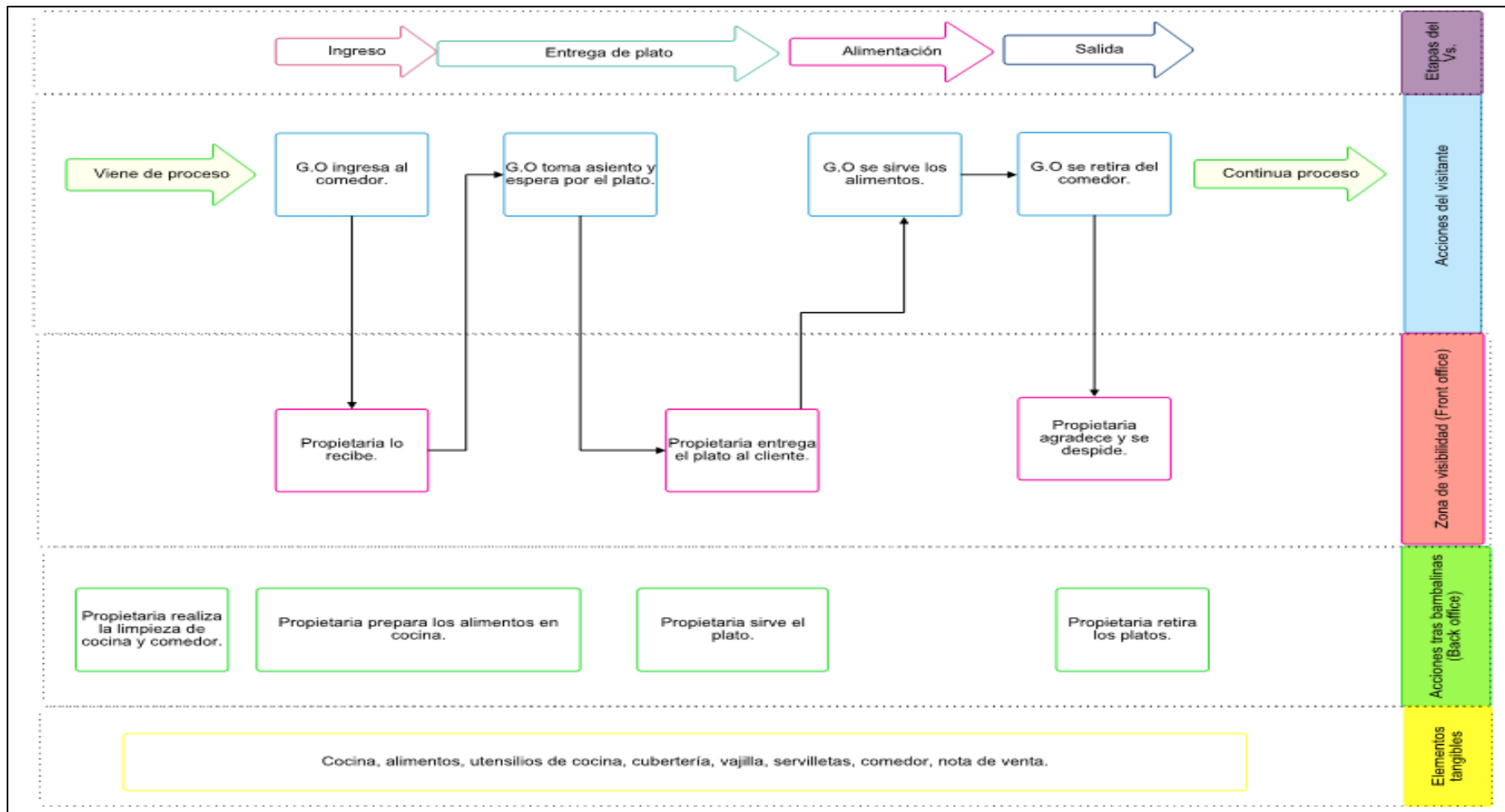
Adaptado de: “Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio”, por *International Service Marketing Institute* [ISMI],2002.





Blueprint actual del servicio en alojamiento comunitario para cliente individual.

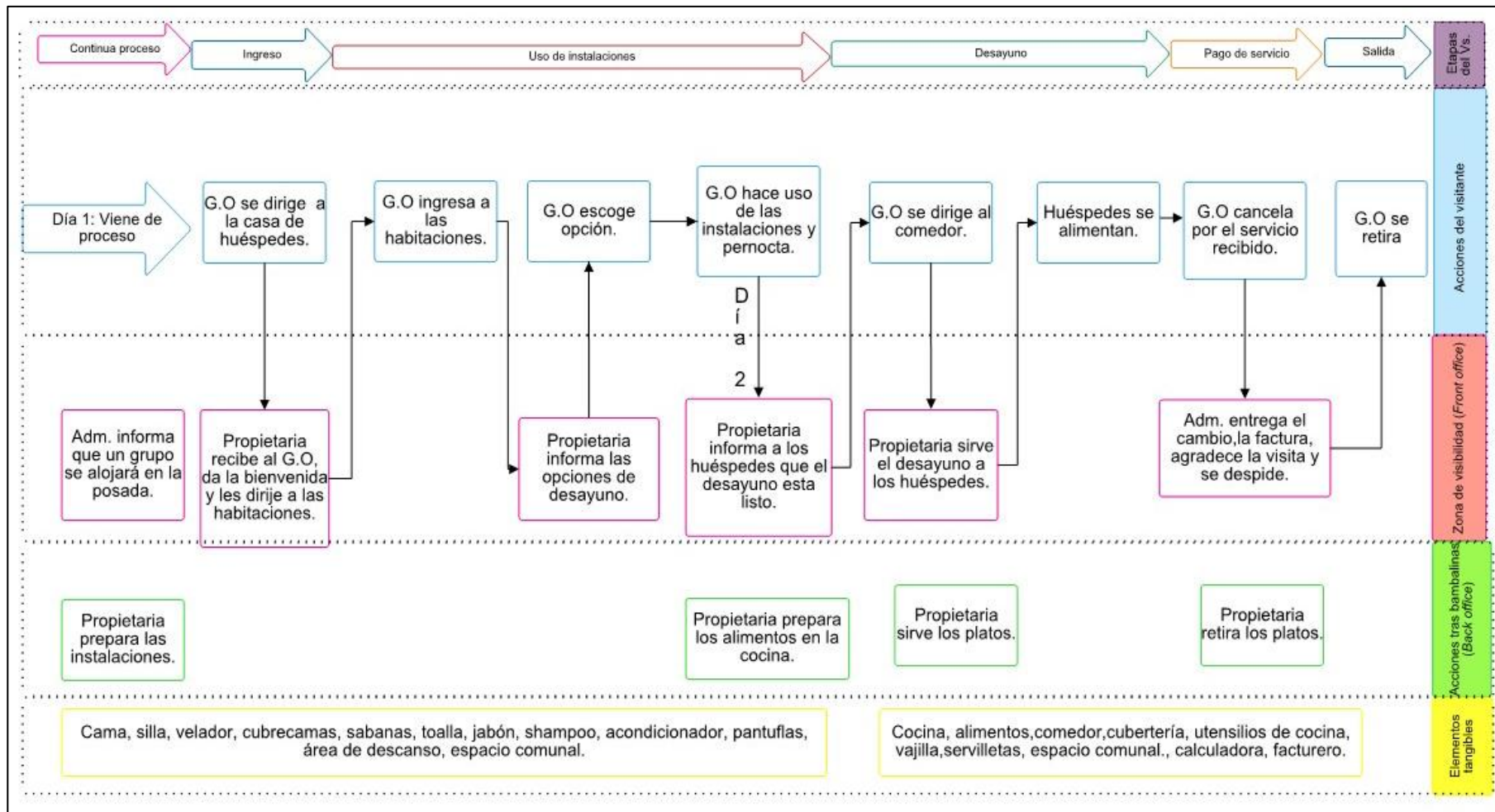
Adaptado de: “Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio”, por *International Service Marketing Institute* [ISM], 2002.



Blueprint actual del servicio en comedores comunitarios para grupos organizados.

Adaptado de: "Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio", por *International Service Marketing Institute* [ISMI], 2002.

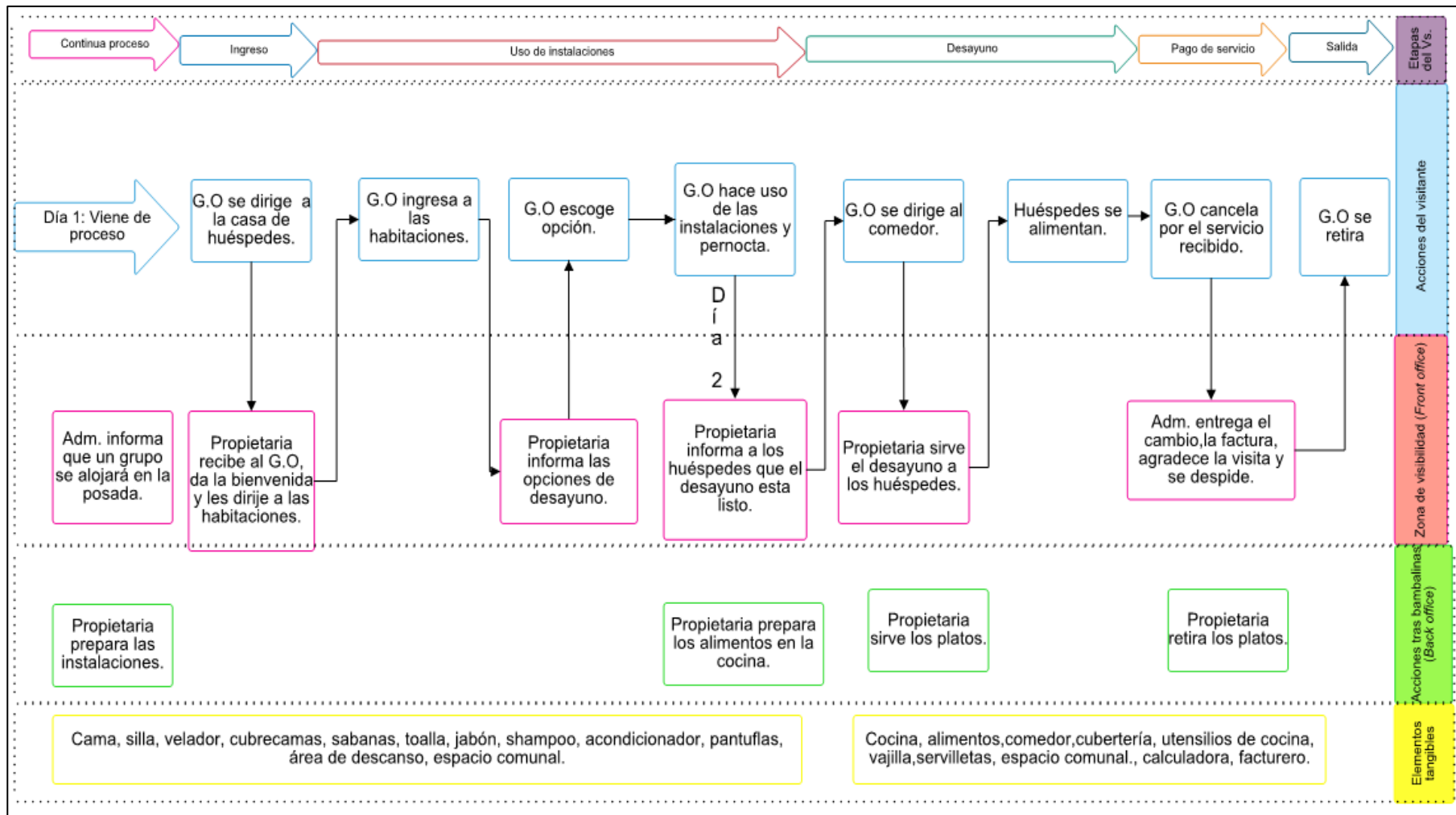
a. Vs: Visitante



Blueprint actual del servicio en alojamiento comunitario para grupos organizados.

Adaptado de: "Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio", por *International Service Marketing Institute* [ISMI], 2002.

G.O: Grupo organizado.



Blueprint actual del servicio en alojamiento comunitario para grupos organizados.

Adaptado de: “Elaboración de los Estándares de Calidad del Servicio”, por *International Service Marketing Institute* [ISMI], 2002.

### ANEXO 3. LISTA DE CHEQUEO GENERAL.

Las variables utilizadas en las fichas de evaluación han sido tomadas como referencia de las listas de chequeo utilizadas en comunidades rurales y en centros de turismo comunitarios, que distintas organizaciones como; *Raint Forest Alliance*, Fundación CODESPA, FEPTCE, UDLA han diseñado en diferentes manuales de buenas prácticas o de calidad, además, se ha tomado en cuenta algunas de los criterios de la normativa de Calidad Turística del Ecuador SIGO Ecuador, del Distintivo Q.

FICHA DE EVALUACIÓN GENERAL				
<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).			3
1.1.2	La pintura y el barniz están en buen estado.			2
1.1.3	Evita utilizar cemento en paredes y pisos.			1
1.1.4	Si el techo está pintado, este armoniza con el ambiente.			1
1.1.5	Se cuenta con sistema de ventilación natural o ventilador.			2
1.1.6	Buena distribución de la casa y los espacios.			2
1.1.7	Alrededor de las instalaciones y dentro de ellas debe existir total limpieza.			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.			2
1.1.9	Existe suficiente señalización que indique cómo llegar al alojamiento.			1
1.1.10	Existe estacionamiento para vehículos.			1
1.1.11	Las instalaciones se encuentran rodeadas de flora nativa.			1
1.1.12	Se ofrece facilidades para discapacitados.			2
1.1.13	En las instalaciones existen envases para abastamiento de agua para el consumo humano.			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.			3
1.2.2	Se encuentra en buen estado la cubierta o techo.			2
1.2.3	El cuarto está decorado de acuerdo al entorno.			1
1.2.4	Se encuentra en buen estado la pintura y barniz de las habitaciones.			2
1.2.5	Las habitaciones tienen ventilación e iluminación natural.			3
1.2.6	Las cobijas están en buen estado y limpias para los nuevos huéspedes.			3

1.2.7	Son suficientemente cómodos los colchones, es decir ni muy blandos ni delgados. (Evitar la esponja)			3
1.2.8	Se tiene luz con focos ahorradores (evitar luces fluorescentes).			1
1.2.9	Las camas se encuentran en buen estado, por lo menos deben ser de 2,10 metros de largo.			3
1.2.10	Las habitaciones tienen estantes para colgar la ropa y ganchos.			1
1.2.11	Se cuenta con basurero, velador, una lámpara y una silla por cada habitación.			2
1.2.12	Se evita en cortinas y sábanas los materiales sintéticos.			1
1.2.13	Las ventanas tienen cedazo o malla, para evitar los insectos.			1
1.2.14	Los pisos están en buenas condiciones y son de fácil limpieza.			3
1.2.15	Se encuentran cubiertas las instalaciones eléctricas.			2
1.2.16	Están funcionando correctamente los tomacorrientes.			1
1.2.17	Se elude los malos olores.			3
1.2.18	Se cuenta con cerradura con llave en las puertas de los cuartos.			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.			3
1.3.2	Se tiene por lo menos un baño para cada 6 personas.			3
1.3.3	El tamaño del cuarto de baño es suficientemente cómodo.			3
1.3.4	Está al menos a 2.10 m. de altura el cabezal de la ducha.			2
1.3.5	Las duchas cuentan con agua caliente.			3
1.3.6	Las llaves de las griferías, las tuberías y el tanque del inodoro están bien conectadas y sin fuga de agua.			2
1.3.7	Las duchas cuentan con cortinas de baños (limpias y sin moho).			3
1.3.8	Las paredes están con azulejos.			3
1.3.9	El baño cuenta con agua en todo momento.			3
1.3.10	Se elude humedad o filtraciones.			2
1.3.11	El sistema de agua del inodoro está funcionando correctamente (es preferible tener un sistema de ahorro de agua).			3
1.3.12	El techo o tumbado del baño están en buen estado.			1
1.3.13	Están funcionando las instalaciones eléctricas, tomacorrientes e interruptor.			2
1.3.14	Se cuenta con lavabo (preferible grifos de ahorro de agua).			2

1.3.15	Hay espejo.			1
1.3.16	Se tiene jabonera para la ducha.			1
1.3.17	Hay por lo menos un toallero.			1
1.3.18	Tiene basurero.			1
1.3.19	Hay rodapié para la ducha.			3
1.3.20	Se dispone de papel higiénico en todo momento.			3
1.3.21	Se utiliza jabón.			1
1.3.22	Evita malos olores con ventilación directa o forzada.			3
1.3.23	Se provee de una toalla para cuerpo y una para manos.			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.			3
1.4.2	Se elude los malos olores.			3
1.4.3	Las áreas de cocina y alacena se encuentran limpias y desinfectadas.			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.			1
1.4.5	Se tiene suficientes utensilios para cocinar.			2
1.4.6	Se encuentran limpios y desinfectados los utensilios de cocina.			3
1.4.7	Se cuenta con un fregadero o lavabo en la cocina.			3
1.4.8	Se tiene una refrigeradora.			3
1.4.9	Se cuenta con una bodega o alacena donde se puede guardar los alimentos.			2
1.4.10	Las paredes donde se prepara los alimentos y fregadero están cubiertas con azulejo.			3
1.4.11	La cocina cuenta con un material inoxidable en la parte posterior para facilitar la limpieza.			1
1.4.12	La superficie de la mesa de la cocina es fácil de limpiar.			3
1.4.13	Hay una campana de extracción de olores y grasas.			2
1.4.14	Se posee una vajilla en buen estado que no se encuentre rota o trizada (preferible de porcelana o materiales locales).			2
1.4.15	Hay agua permanentemente en el área de la cocina.			3
1.4.16	Se tiene cubertería adecuada.			2
1.4.17	Se posee mantelería en buen estado, limpias, sin manchas, sin rasgaduras y sin quemaduras.			2
1.4.18	El piso de la cocina está en buen estado y de fácil limpieza.			2
1.4.19	El tumbado o techo está en buenas condiciones.			1
1.4.20	Están en perfectas condiciones los interruptores, tomacorrientes e instalaciones eléctricas.			3

1.4.21	Se cuenta con un área de comedor amplio, iluminado y ventilado.			2
1.4.22	Se cuenta con suficientes tachos de basura.			1
1.4.23	Se evita en el área de cocina y comedor animales domésticos.			3
1.4.24	Se posee suficientes sillas y mesas para todos los clientes.			3
1.4.25	Se controla la presencia de cucarachas y plagas.			3
1.4.26	Se controla el suministro de gas, electricidad o combustible evitando fugas.			3
1.4.27	Se utilizan productos provenientes de la zona.			2
1.4.28	Se utilizan productos fresco y naturales.			2
1.4.29	Los alimentos perecibles se encuentran en las temperaturas adecuadas.			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.			2
1.5.2	Hay en el área de descanso libros y juegos de mesa.			2
1.5.3	Hay suficientes sillas y mesas para todos los huéspedes.			2
1.5.4	Hay hamacas para los clientes.			1
1.5.5	Huele bien el área de descanso.			3
1.5.6	Se cuenta con áreas verdes.			3
1.5.7	Está decorada esta área.			2
1.5.8	En las noches hay entretenimiento.			3
	· Lectura de cuentos/leyendas			
	· Música (guitarras)			
	· Poemas			
	· Juegos de mesa, naipes			
	· Cantos alrededor de fogatas			
1.5.9	En las áreas verdes hay especies nativas de la zona.			1
1.5.10	Ofrecen servicios complementarios a los clientes.			1
1.5.11	En el área verde se cosechan frutas y hortalizas.			1
1.5.12	Hay suficientes tachos de basura.			2
1.5.13	Los animales de granja se encuentran alejados de las viviendas familiares.			3
1.5.14	Las áreas de descanso están limpias.			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.			3
2.1.2	Se tiene un registro de ingresos y egresos.			3
2.1.3	Existe una ficha de registro de clientes.			3
2.1.4	Se posee una ficha y sistema de quejas y sugerencias.			1



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

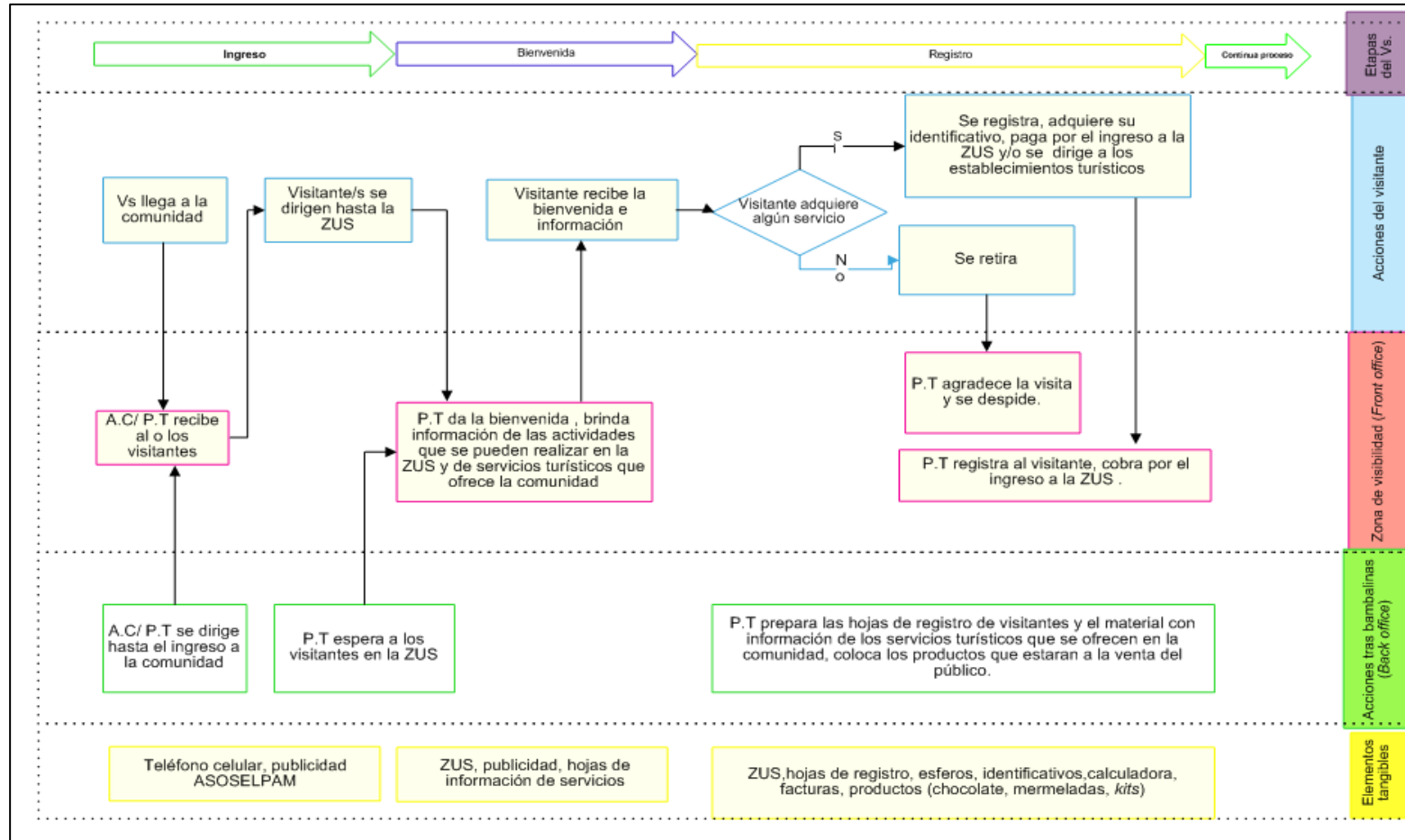
2.4.2	Se informa al turista sobre servicios y actividades que se ofrecen con horarios y precios.			2
2.4.3	Se posee un listado de reglas internas para el turista.			2
2.4.4	El personal brinda información acerca de la historia natural, social y cultural de la comunidad, y la relación de la organización con la comunidad.			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).			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.			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.			3
3.3	Se dispone de extintor de incendios.			3
3.4	El extintor se encuentra localizado en un lugar visible.			3
3.5	En la vivienda familiar hay al menos una persona que tenga conocimientos de primeros auxilios y de seguridad (manejo de extintores).			3
3.6	Los números teléfonos de emergencia con su dirección se encuentra en un lugar visible. (Médico, bomberos, policía).			3
3.7	Se posee lámparas de emergencias (linterna).			3
3.8	Se brinda a los clientes agua segura para su consumo (hervida, purificada o tratada).			3
3.9	No existen cables pelados en el establecimiento.			3
3.10	Se brinda algún tipo de custodia donde el turista puede guardar sus objetos de valor.			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.			2
4.2	Se controla los elementos que ocasionan fugas o pérdida de agua.			3
4.3	Las aguas grises son conducidas al alcantarillado.			3
4.4	Se controla los accesorios que ocasionan fugas y pérdida de energía.			3
4.5	Se cuenta con un medidor de energía en las instalaciones.			2

4.6	El emprendimiento cuenta con energías renovables (solar, eólica, biodigestores, etc.)			1
4.7	Se evita tener animales silvestres o en cautiverio. (Salvo en el caso de programas de rescate)			3
4.8	Existen programas de educación ambiental para los visitantes y los pobladores de la zona.			1
4.9	Los desechos se clasifican (vidrios, orgánicos, papel).			3
4.10	Tienen recipientes para separar los desechos (orgánicos, vidrio, papel, plástico, metal).			2
4.11	Se almacenan los productos reciclables para su posterior entrega.			2
4.12	Se separa los desechos líquidos como aceites, disolventes, etc. en recipientes herméticamente cerrados.			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.			2
5.2	La señalización es clara y visible.			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.			3
6.2	Promueve a la comunidad a la participación.			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).			3
6.4	Respeto los derechos, valores y costumbres de la población.			3
6.5	Para la actividad turística se contrata personal local.			3
6.6	Se promueve la igualdad de oportunidad laborales (hombres, mujeres, jóvenes y adultos mayores)			3
<b>TOTAL</b>				<b>364</b>

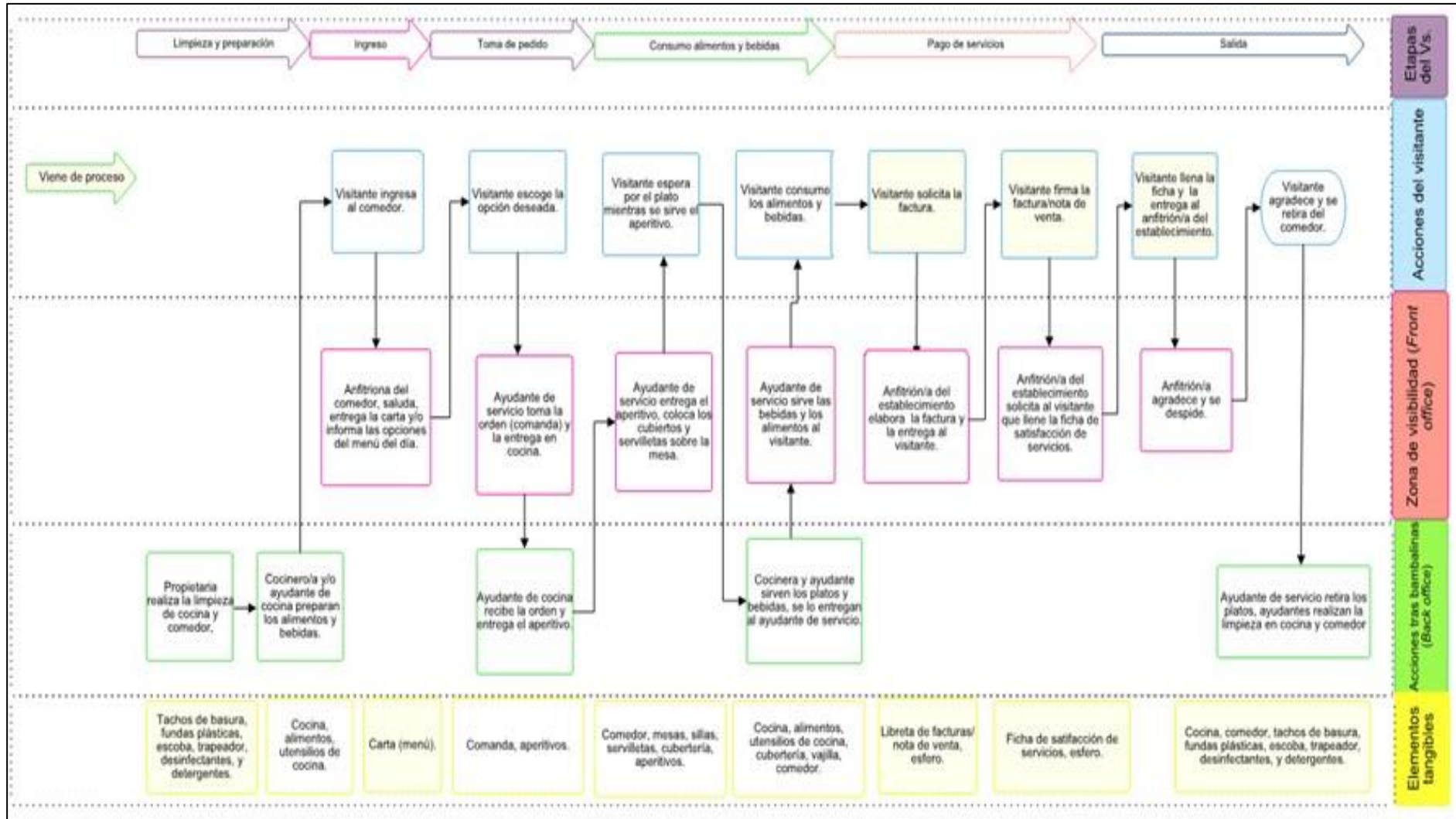
Adaptado de: Pamela Pazmiño, diseño de herramientas para la mejora de la calidad en el Turismo Comunitario de la Asociación Aroma Caliente ubicada en la parroquia de Ambuquí, 2015.

### ANEXO 4. BLUEPRINTS OPTIMIZADOS PARA ESTABLECIMIENTOS ASOSELPA.

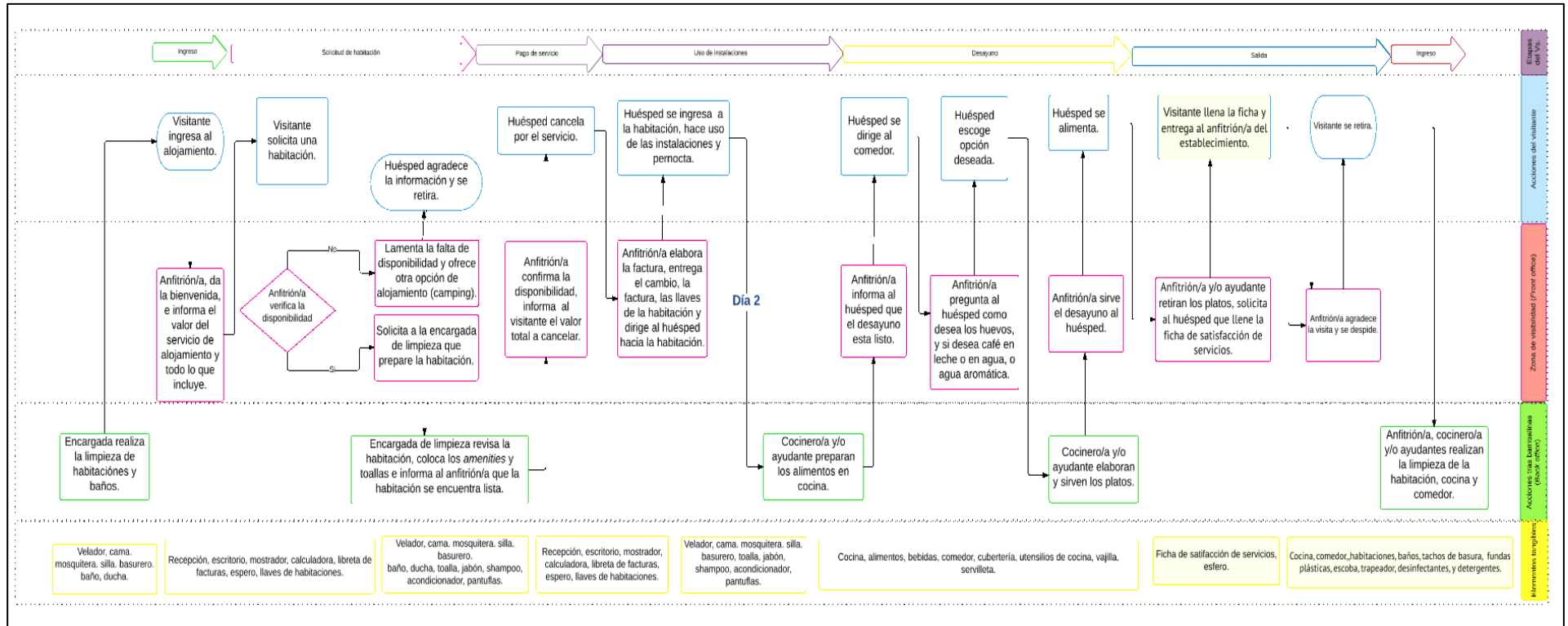
#### Blueprint optimizado de ingreso a la comunidad para visitantes individuales.



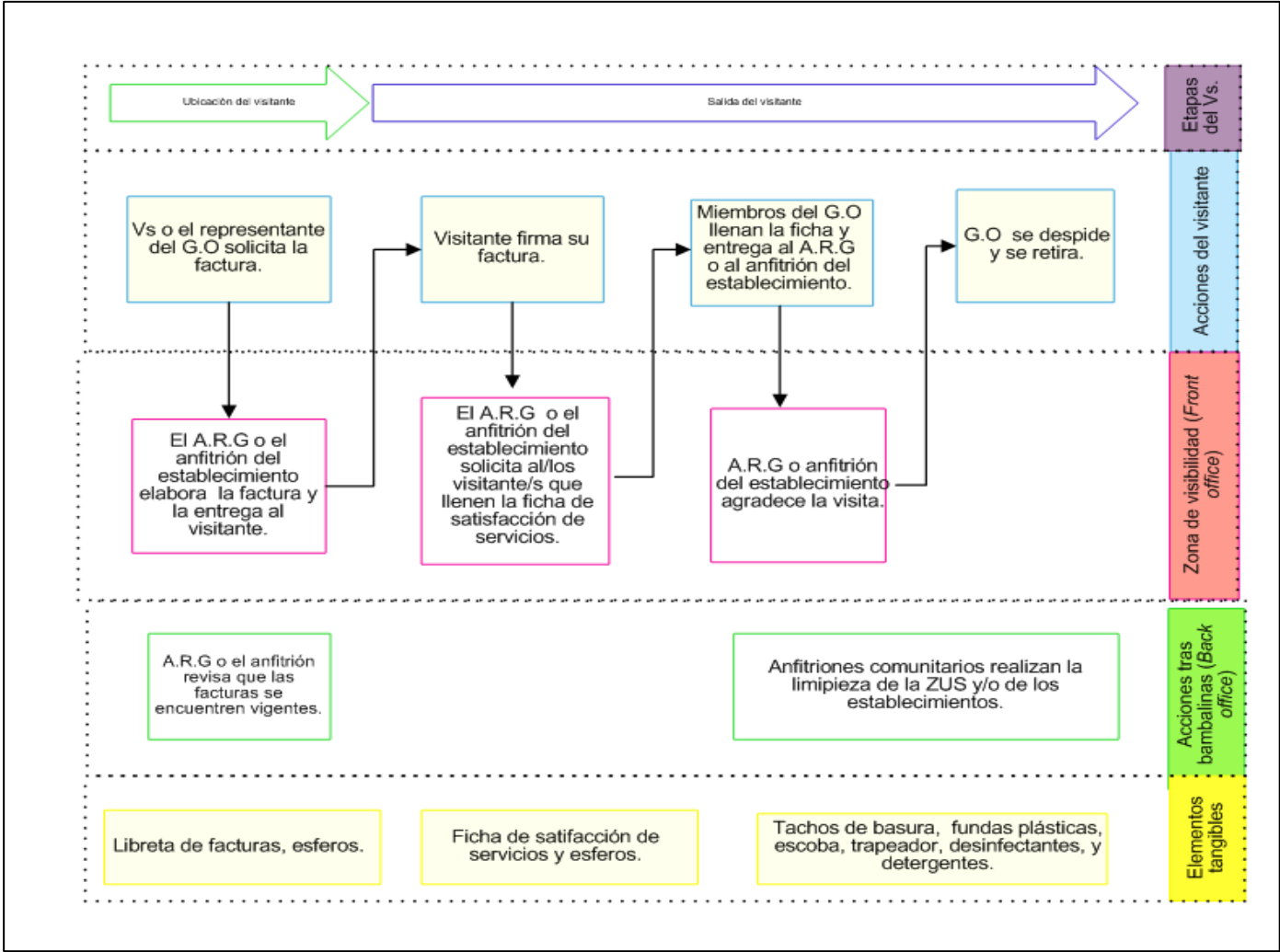
## Blueprint optimizado de comedores comunitarios para visitantes individuales.



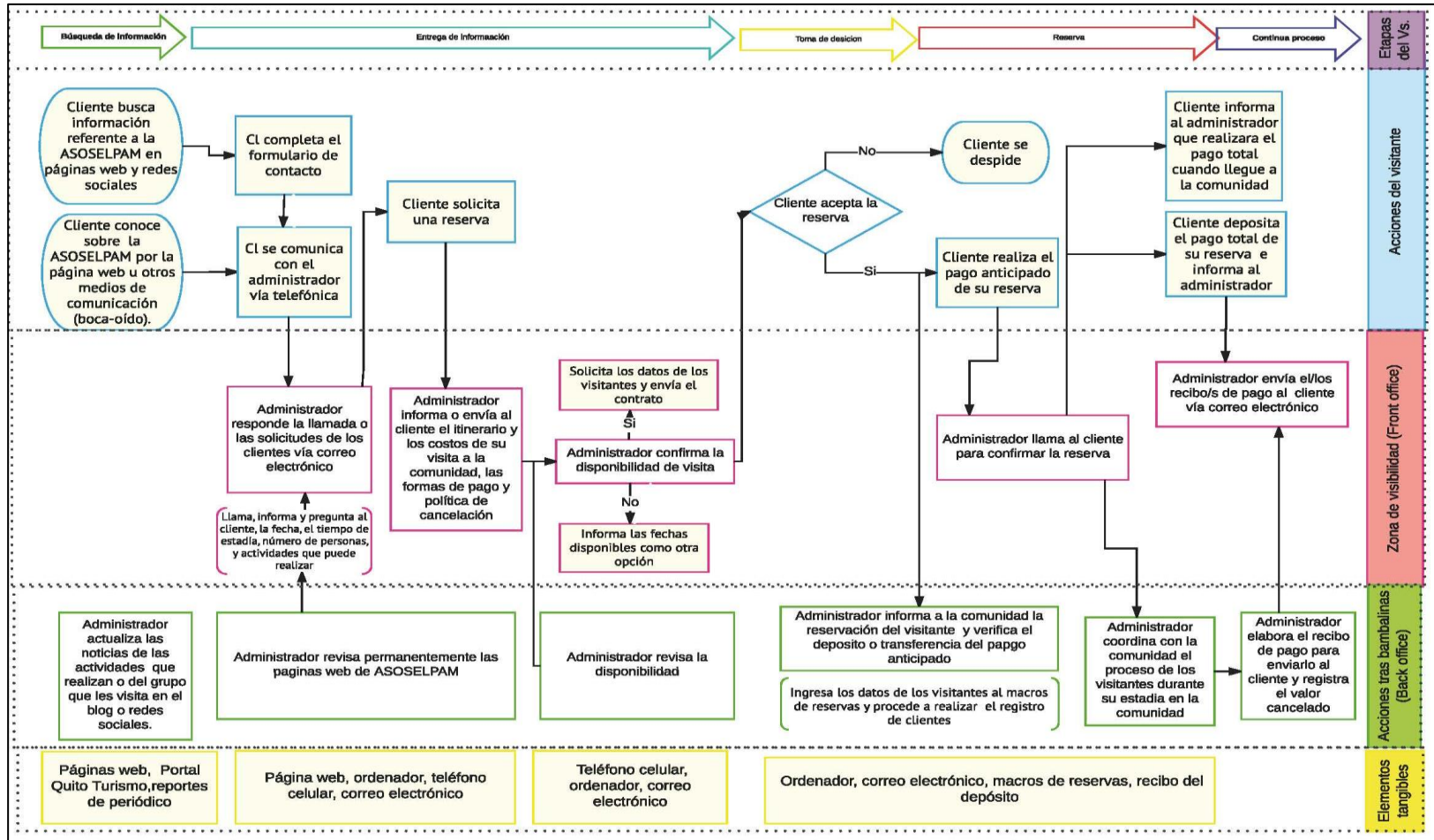
# Blueprint optimizado de alojamientos comunitarios para visitantes individuales.



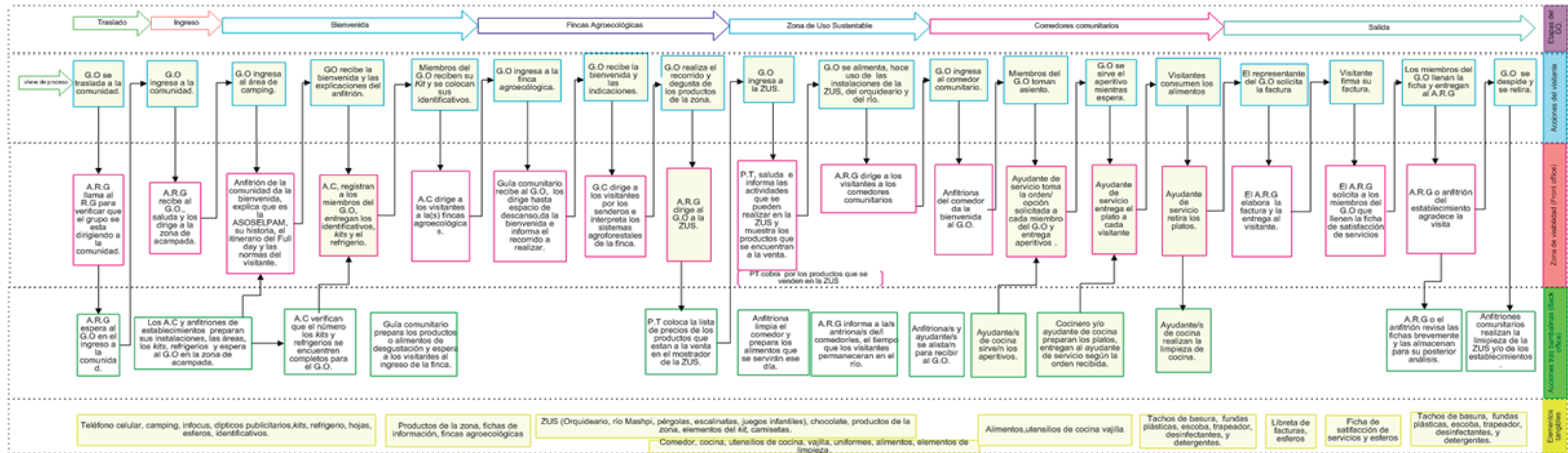
Blueprint optimizado de salida para visitantes individuales.



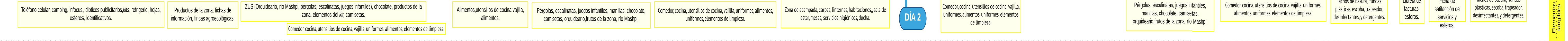
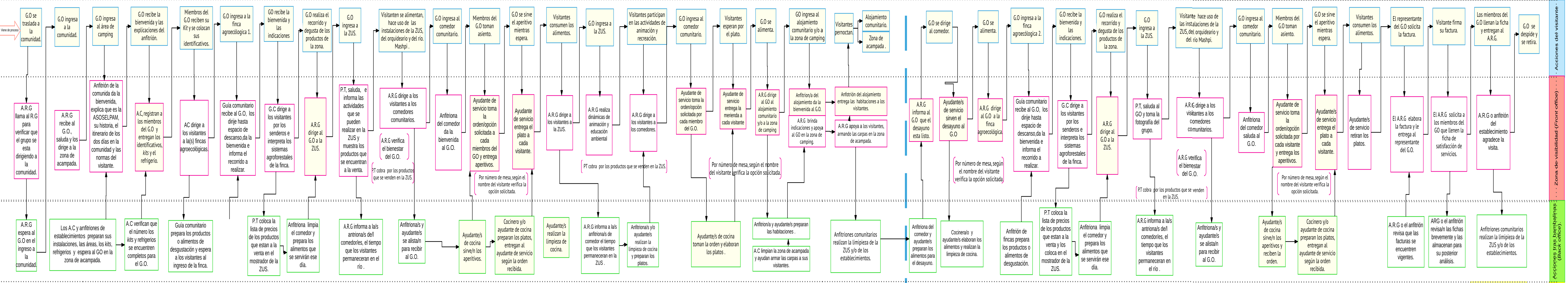
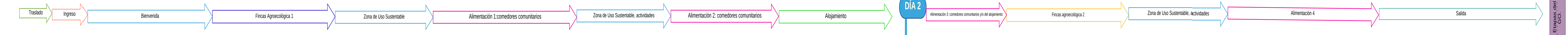
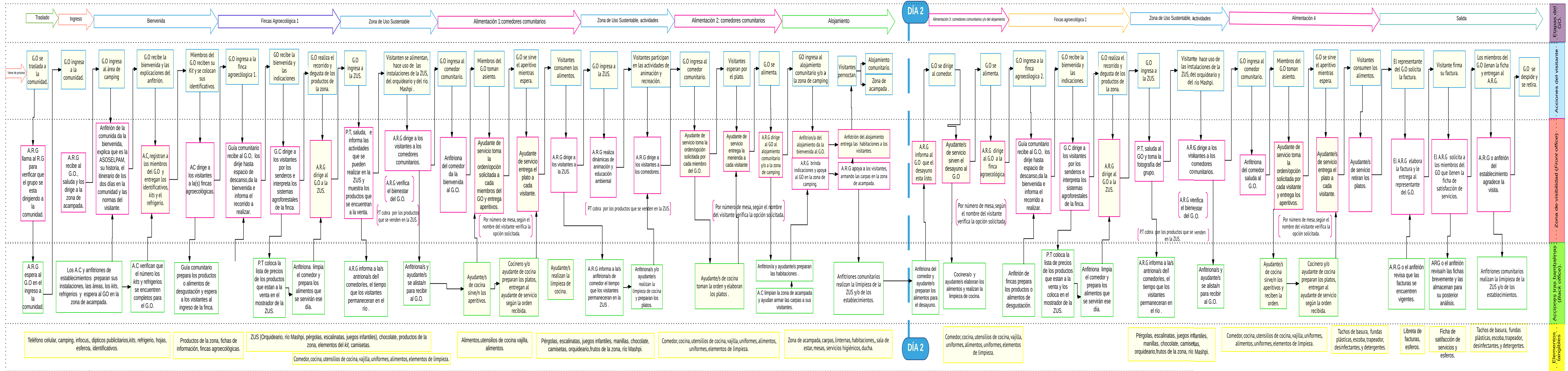
## Blueprint optimizado de proceso de reserva para grupos organizados.







Blueprints para grupos organizados 2 días en Mashpi



Etapas del G.O.  
 Acciones del visitante  
 Zona de visibilidad (Front office)  
 Acciones tras bambalinas (Back office)  
 Elementos tangibles

# ANEXO 5. CAPACITACIONES A SOSELPAM.

**MÓDULO: BUENAS PRÁCTICAS EN TURISMO COMUNITARIO**

**Patricia Archibano C.**

---

**CONTENIDOS DEL MÓDULO**

- Definiciones de Buenas prácticas
- Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- Buenas Prácticas Ambientales (BPA).
- Ejemplos.

**¿QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS?**

un conjunto de medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todos y cada uno de los áreas de gestión y operación de las empresas de turismo.

*Rein Forest Alliance, 2006*

**¿PARA QUÉ SIRVEN?**

- Mejorar la calidad en el servicio.
- Minimizar los impactos negativos en el ambiente.
- Asegurar la rentabilidad de una empresa.
- Garantizar un buen servicio al cliente.

**BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM)**

Higiene y manipulación de alimentos

**BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES (BPA)**

Criterios ambientales

**QUITO TURISMO**

Inicio | La institución | Servicios | Subscripciones | Noticias | Transparencia | Turismo | Contacto

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

**2018 TRAVELLERS CHOICE**

**Quito Turismo y UDLA capacitaron a pobladores de Mashpi y Pachijal**

En una sesión de capacitación se entregó información sobre buenas prácticas para el turismo comunitario, manejo de alimentos y primeros auxilios. Se dio un taller práctico sobre la importancia de la participación de las comunidades de Mashpi y Pachijal.

Apoyados por el personal del Comité Provincial de Pachijal, la Secretaría de Turismo de Pachijal y Mashpi y otras representantes de la comunidad. Se dio un taller práctico sobre la importancia de la participación de las comunidades de Mashpi y Pachijal.

**EPA Criterios ambientales**

Agua y Fisión, Aire, Peces, Flora y Fauna, Manejo de residuos, Manejo de recursos naturales

**2. MANEJO DE RECURSOS NATURALES**

BASTA DE INCENDIOS FORESTALES

**1. AGUA**


**6. FLORA Y FAUNA**






**QUITO**

## MÓDULO II: PERFIL DEL VISITANTE Y SATISFACCIÓN DE SERVICIOS



**Patricia Acuña C.**



### Perfil del Visitante Nacional

QUITO LOMA SANJOSE ROSA LLAS

47% 53%

Motivo de viaje    Actividades realizadas

Tiempo de estada    Con quien viajan    Tiempo de organización del viaje


¿Cómo se enfere el visitante de la Comunidad San José de Mashpi?




**QUITO**

## CONTENIDOS DEL MÓDULO

- Presentación Perfil del Visitante Nacional.
- Presentación Perfil del Visitante Extranjero.
- Resultados análisis encuestas de satisfacción de servicios.



### Perfil del Visitante Extranjero

Motivo de viaje    Actividades realizadas

47% 53%

Tiempo de estada    Con quien viajan    Tiempo de organización del viaje

¿Cómo se enfere el visitante de la Comunidad San José de Mashpi?




**QUITO**

## VISITANTES Y CONSUMIDORES DE LA ASOSELPAM.





40% 60%

Visitantes y consumidores    Visitantes



**QUITO**

## INFRAESTRUCTURA DE LA COMUNIDAD.

### SATISFACCIÓN DE SERVICIOS ASOSELPAM

COMUNIDAD SAN JOSÉ DE MASHPI

Infraestructura    Operación y Servicio

COMEDORES COMUNITARIOS

Infraestructura    Operación y Servicio

ALUMBRAMIENTO COMUNITARIO

Infraestructura    Operación y Servicio

FINCAS AMBIENTOLÓGICAS

Infraestructura    Operación y Servicio




**QUITO**

## INFRAESTRUCTURA DE LOS COMEDORES.

