



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

DISEÑO DE UNA HERRAMIENTA DIGITAL DE DIFUSIÓN, DE LOS SERVICIOS DE TURISMO
COMUNITARIO, DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI, ECUADOR

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

Profesor Guía
Víctor Llugsha

Autor
Darwin Mauricio Herrera Calero

Año
2016

DECLARACIÓN DEL 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”

Víctor Llugsha
Maestro en Gobierno de la Ciudad
C.I.: 1716264419

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Darwin Mauricio Herrera Calero
C.I.: 0502252356

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de las Américas por darme la oportunidad de formarme como profesional. A mi tutor Víctor Llugsha que con sus conocimientos y apoyo se realizó el presente trabajo y a mi familia por brindarme el apoyo incondicional y por siempre

DEDICATORIA

A ustedes mi agradecimiento por motivarme y ayudarme a construir mi futuro, por darme la mano cuando las cosas se tornaban difíciles.

Con todo mi amor y cariño.

Enrique, Laura, Walter, Narcisa y Belén.

RESUMEN

El presente trabajo consiste en el diseño de una herramienta digital de difusión de los valores y atractivos del turismo comunitario que se desarrollan en la provincia de Cotopaxi. La misma permitirá dar a conocer las costumbres, tradiciones, rasgos identitarios que conforman la cultura viva de la región, así como los servicios turísticos complementarios de estos atractivos. La investigación permitirá determinar mediante el estudio de campo, la situación actual del sistema turístico de la provincia así como la descripción socioeconómica, cultural y ambiental de la misma.

La metodología que se empleó, comprende tres fases: la primera fue la documental, la cual nos permitió recopilar y analizar información de varios documentos de fuentes relevantes con la que se obtuvieron términos que lograron ser la base fundamental de la investigación. En la segunda fase se entrevistó a expertos en turismo comunitario y a personas autóctonas de los centros que prestan servicios de turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi.

Y finalmente se llevó a cabo el trabajo de campo, el cual consistió en visitar los centros de turismo comunitario que prestan este tipo de servicios, dichos datos evidencian los diferentes tipos y categorías de servicios que se ofrecen en los cantones que conforman la provincia de Cotopaxi.

En conclusión la presente investigación se enfoca principalmente en el levantamiento de información correspondiente a los centros de turismo comunitario existentes en la provincia de Cotopaxi, con la finalidad de diseñar una herramienta de difusión a través de una página web, en la cual el turista obtendrá información oportuna y actualizada de los centros que prestan servicios de turismo comunitario en la provincia.

ABSTRACT

The present investigation is focused in designing a digital tool for spreading the values and community tourism attractions that develops in the province of Cotopaxi. It allows knowing the customs, traditions, identity features that make the living culture of the region, as well as complementary services such tourist attractions. The investigation will be determined by the field study, the current situation of the tourism system in the province and socioeconomic, cultural and environmental description thereof.

The methodology used, comprises three phases: the first was the documentary, which allowed us to collect and analyze information from various sources with relevant documents which terms they managed to be the fundamental basis of the research were obtained. In the second phase we interviewed experts in community tourism and indigenous people of the centers that provide community-based tourism in the province of Cotopaxi.

And finally it was just the fieldwork, which was to visit the centers of community tourism providing such services, these data evidence the different types and categories of services offered in the cantons that make up the province of Cotopaxi.

In conclusion this research focuses primarily on lifting corresponding to existing centers of community tourism in the province of Cotopaxi, in order to design a tool for dissemination through a website information, where tourists get information timely and updated list of centers that provide community-based tourism in the province.

ÍNDICE

CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	1
Planteamiento del Problema	2
Justificación y delimitación del estudio	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos.....	3
Métodos, técnicas e instrumentos.....	4
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO	6
Turismo.....	6
Origen del turismo.....	6
Turismo de Masas	6
Tipos de Turismo	7
Sistema turístico.....	9
Elementos del sistema turístico.....	9
Demanda y oferta turística.....	10
Turismo en el Ecuador.....	10
El turismo comunitario como incentivo para el desarrollo local y sostenible.....	11
Los sistemas de información turísticos.....	14
Las herramientas de difusión digital	16
El turismo comunitario, como objeto del sistema de información turístico	18
El inventario de atractivos turísticos en los sistemas de información	22

CAPÍTULO III.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TERRITORIO	25
Caracterización física – ambiental	25
Flora y fauna de la provincia	26
Caracterización económico – productiva.....	27
Caracterización socio – cultural.....	28
Asentamientos humanos.....	29
Movilidad, energía y conectividad.....	30
Transporte aéreo.....	31
Transporte férreo	32
Servicios Básicos	32
Caracterización Político - institucional	33
cAPÍTULO IV.- DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL TERRITORIO	35
Análisis de la oferta actual	35
Centros de Turismo Comunitario	42
Centro de Turismo Comunitario Shalalá	43
Centro de turismo comunitario Cocha Uma.....	43
Análisis de la demanda actual	46
Perfil del turista, turismo rural comunitario de Ecuador	48
Relevancia del turismo en el territorio.....	60
Situación del Turismo en Cotopaxi	71
Identificación de la problemática	72
CAPÍTULO V.- PROPUESTA	76
Formulación de la Problemática	76
Solución a la Problemática	77
Objetivos e indicadores (de la propuesta).....	78

Matriz de Marco Lógico	79
Estructura de la página web	80
Página web de servicios de turismo comunitario	82
Información sobre los 7 cantones que conforman la provincia de Cotopaxi.....	83
Diseño e información general de los centros de turismo comunitario registrados legalmente por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi	84
Contactos para los turistas que requieren información personalizada o sugerencias.....	84
Cronograma y presupuesto de inversión.....	85
Inversión.....	85
Cronograma.....	87
CAPÍTULO VI.- ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN	88
Estrategia de Ejecución.....	88
Viabilidad del Proyecto / Modelo de Gestión.....	90
Definición de la estrategia de seguimiento y evaluación	92
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	95
REFERENCIAS	96
ANEXOS	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de Turismo según su origen o procedencia.....	7
Tabla 2. Tipos de turismo según su duración.....	7
Tabla 3. Tipos de turismo por intención del viaje o actividad a desarrollar	8
Tabla 4. Dimensiones e indicadores de desarrollo local sostenible	14
Tabla 5. Relación entre producto turístico y la información.....	16
Tabla 6. Distribución Poblacional por Cantones.....	30
Tabla 7. Listado de los Centros de Turismo Comunitario de la Provincia de Cotopaxi	37
Tabla 8. Atractivos Turísticos y CTC de la Provincia de Cotopaxi.....	44
Tabla 9. Porcentaje y cantidad de turistas provenientes de otros países.....	50
Tabla 10. Cantidad y porcentajes de las edades de los turistas.....	51
Tabla 11. Porcentajes y cantidades sobre el nivel de instrucción educativo de los turistas.	52
Tabla 12. Cantidades y porcentajes de turistas que viajan solos o acompañados.....	53
Tabla 13. Porcentajes de los turistas que utilizan alojamiento.	54
Tabla 14. . Porcentajes y cantidades de las actividades que realizan los turistas en los CTC.	55
Tabla 15. Cantidades y porcentajes de los turistas que utilizan algún medio de información antes planear un viaje.	56
Tabla 16. Cantidades y porcentajes de los turistas que prefieren pernoctar uno o dos días en un CTC.	57
Tabla 17. Cantidades y porcentajes del gasto promedio de un turista.	58
Tabla 18. Cantidades y porcentajes de los turistas que prefieren que un CTC cuente con una página web propia.	59
Tabla 19. Entrevista realizada al presidente de la FEPTCE.....	61
Tabla 20. Entrevista realizada al Gerente General de Maquita Turismo.	63
Tabla 21. Entrevista realizada al Analista Senior de Gestión y Promoción Turística Zonal 3 de la oficina de Cotopaxi.....	66

Tabla 22. Entrevista realizada al Gerente General del CTC Lago Verde Quilotoa	68
Tabla 23. Objetivos e indicadores	78
Tabla 24. Matriz de Marco Lógico	79
Tabla 25. Presupuesto de inversión	85
Tabla 26. Proyección del precio	86
Tabla 27. Cronograma de Actividades	87
Tabla 28. Actores claves	88
Tabla 29. Estrategia de seguimiento y evaluación	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Conexión de la Vía Panamericana	31
Figura 2. Ubicación CTC Lago Verde Quilotoa	42
Figura 3. Épocas de viajes de los turistas	46
Figura 4. Medios de transporte utilizados por los turistas.	47
Figura 5. Tipo de Alojamiento.....	47
Figura 6. Motivos del viaje.....	48
Figura 7. Turistas provenientes de otros países para realizar turismo comunitario.....	50
Figura 8. Edades de los turistas que realizan turismo comunitario.	51
Figura 9. Nivel de instrucción educativo de los turistas.....	52
Figura 10. Turistas que acostumbran a viajar en pareja, familia y amigos.....	53
Figura 11. Tipo de alojamiento utilizado por el turista que realiza actividades de turismo comunitario	54
Figura 12. Actividades que realizan los turistas en los CTC	55
Figura 13. Medio de información utilizado por los turistas antes de planear un viaje.	56
Figura 14. Tiempo de permanencia de los turistas en los CTC.....	57
Figura 15. Gasto promedio que los turistas gastan en los CTC	58
Figura 16. Turistas que desean que los CTC posean una herramienta digital de difusión (página web)	59
Figura 17. Principales destinos elegidos por los turistas.....	72
Figura 18. Medios de Información Turísticos utilizados por los turistas.	74
Figura 19. Portada.....	82
Figura 20. Información para el Turista.....	82
Figura 21. Regiones del Ecuador	83
Figura 22. Cantones de la provincia.....	83
Figura 23. Emprendimientos Comunitarios	84
Figura 24. Contactos e información.....	84
Figura 25. Proceso de Gestión del Proyecto	91

CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Según la Organización Mundial del Turismo, en la actualidad el turismo comunitario es uno de los pilares claves para el desarrollo sostenible, ya que el turismo es una herramienta social que permite a las comunidades progresar en su desarrollo, comprimiendo brechas de desigualdad, creando lazos de convivencia sin perder su identidad, y a la vez generando ingresos y oportunidades para promover el desarrollo local, principalmente en las zonas rurales (OMT, 2014).

Por ende, es importante utilizar adecuadamente los recursos naturales y culturales de una comunidad en particular, para de esta manera y mediante el turismo comunitario fomentar ingresos para ayudar a mejorar la calidad de vida de los pobladores de dichas comunidades.

Actualmente la provincia de Cotopaxi posee importantes posibilidades de turismo comunitario, en el que las organizaciones campesinas e indígenas de una determinada localidad prestan actividades y servicios de este tipo de turismo. Sin embargo la práctica de turismo comunitario posee una serie de dificultades en lo referente a prestación de servicios como por ejemplo: falta de capacitación a los guías, baja calidad de servicios, bajos costos, falta de promoción turística, etc., y también se encuentra limitado a las áreas geográficas en donde se hallan organizaciones fuertes (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 26).

En Ecuador hay comunidades que desarrollan turismo comunitario pero algunas de estas no cuentan con una herramienta digital de promoción turística, que incite al turista tanto nacional como extranjero a disfrutar de sus servicios al momento de realizar turismo de este tipo.

Este es el caso de la provincia de Cotopaxi en donde habitan comunidades en las cuales se está desarrollando actividades de turismo comunitario, pero no cuentan con una operadora turística que realice tours hacia dichas

comunidades y menos con una herramienta de promoción turística que promocióne a los mismos.

Planteamiento del Problema

Una de las características fundamentales de una atracción turística es que sea disfrutada en el lugar de destino, lo que implica el desplazamiento del cliente hacia el producto, siendo la información sobre el lugar, una parte inherente de la actividad turística. Los turistas generalmente buscan estar informados acerca del lugar que van a visitar, por tanto la importancia fundamental de la información turística radica en que la decisión misma del viaje está fundamentada en la información que se sea capaz de generar (Gisolf, 2012).

Las comunidades receptoras de turistas se distinguen por sus costumbres, tradiciones identitarias que definen su atraktividad, manifestándose de manera autentica como esencia de la cultura viva de la sociedad. Estos son los recursos turísticos que se ponen a disposición de la demanda, los mismos deben ser gestionados de manera sustentable y con el uso de los sistemas de información, atraerán con mayor eficacia e intencionalidad, el interés de los viajeros.

En el caso de las actividades de turismo comunitario en Cotopaxi, si bien la oferta de actividades turísticas es importante, mucha de la información necesaria para turistas es deficiente y desactualizada. Por ende la existencia de herramientas de información turística cobran relevancia, en el sentido de motivar al turista a disfrutar de servicios al momento de viajar. La presente investigación, abordará esta problemática, proponiendo una herramienta de información digital, que brinde información de los diferentes destinos de turismo comunitario y servicios complementarios.

En la actividad turística es fundamental la correcta difusión de la información, la misma, debe ser facilitada de forma adecuada, oportuna y actualizada. Por lo anteriormente planteado se define como problema de investigación.

¿Cómo informar sobre los atractivos turísticos comunitarios existentes en los cantones de la provincia de Cotopaxi, como actividad impulsora del desarrollo local y sostenible del territorio?

Justificación y delimitación del estudio

Hoy en día el turista tradicional ha pasado a formar parte del turismo del siglo XXI, pues posee un comportamiento y perfil diferente, convirtiéndose en un explorador de experiencias, con la única finalidad de divertirse y aprovechar al máximo de su viaje, indaga sobre su lugar de destino a través de varios medios, tomando como punto primordial al internet (Villa 2014).

Por dicha razón en la actualidad los turistas a nivel mundial cuando desean realizar actividades de turismo, una de las principales fuentes de búsqueda es internet, pues se sienten motivados en conocer y explorar lugares no antes visitados y en muchos de los casos se dejan llevar de informaciones fiables o no, que se encuentran disponibles en la red.

Percibiendo dicho comportamiento, y entendiendo que el internet es la manera eficaz de llegar, tanto al mercado nacional como al internacional, surge la iniciativa de diseñar una herramienta digital referente a los servicios de turismo comunitario, para informar acerca de las actividades turísticas en la provincia de Cotopaxi.

Objetivo General

Diseñar una herramienta de difusión digital de los servicios de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi.

Objetivos Específicos

Analizar el estado situacional de la provincia de Cotopaxi, a partir de una descripción del entorno tecnológico, económico, político, ambiental y cultural de las comunidades que habitan en el sector donde se va a llevar a cabo la investigación.

Analizar el sistema turístico territorial, comparando la demanda del turismo comunitario en la actualidad, con los productos que se ofertan en la provincia e identificar el posible problema.

Elaborar una propuesta de diseño, de una herramienta digital de servicios de turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi, basado en la información recopilada en este proyecto de investigación.

Formular una estrategia de implementación, seguimiento y evaluación del proyecto a desarrollar.

Métodos, técnicas e instrumentos

A continuación se describe el tipo de investigación, métodos, técnicas e instrumentos utilizados.

Recolección de la información

Tipo de investigación

Investigación descriptiva de tipo concluyente que proporcionará la descripción de los centros de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi.

Método

Metodología exploratoria, la cual nos permitió la selección y compilación de información sobre los centros de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi generada por fuentes secundarias como libros, documentos y materiales de relevancia académica de bibliotecas, e información de fuentes especializadas y confiables ofrecidas por el país.

Análisis de mercado

Tipo de investigación

Investigación descriptiva cuantitativa que facilitó la información necesaria para determinar el nivel de aceptación de la herramienta de difusión digital.

Método

Sondeo de opinión permitió conseguir información relevante para medir la aceptación que tendrá la herramienta de difusión digital por parte de los turistas para implementar dicha herramienta en los centros de turismo comunitario.

Instrumento de investigación

Encuestas personales aplicadas a los turistas.

Información relevante para la herramienta de difusión digital

Tipo de investigación

Investigación descriptiva cualitativa que aportó información importante para aplicar en la herramienta de difusión digital.

Según (Sampieri, Collado, y Baptista, 2010), explican que cada investigación cualitativa tiene un boceto único, lo cual quiere decir que no se hallan dos modelos iguales de investigación. Este tipo de investigación alcanza resultados que no se logran conseguir por medio de técnicas estadísticas o mecanismos de cuantificación (Strauss y Corbin, 2002, p. 12).

Método

Entrevistas con expertos en turismo comunitario, sirvieron como herramienta fundamental para efectuar la información que contendrá la herramienta de difusión.

Instrumento de la investigación

Cuestionario y grabación de audio

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

Turismo

El turismo es aquella actividad social, cultural, económica que se encuentra vinculado con el desplazamiento de personas hacia otro lugar diferente al de su residencia, ya sea por varios motivos personales, de descanso, recreación, entre otros, (Organización Mundial de Turismo, 1991); creando un importante intercambio económico el cual beneficia al sector receptor (Ascanio, 2012).

Según la Organización Mundial del Turismo (2014), con el pasar del tiempo el turismo ha cursado numerosos cambios de crecimiento continuo, convirtiéndose en una de las actividades económicas más importantes y de rápido crecimiento en el mundo, dado que un sin número de países alrededor del mundo han abierto sus puertas para el desarrollo de esta actividad, produciendo ingresos y a la vez fuentes de empleo, así como también la dispersión de las culturas entre los diferentes ciudadanos (Panosso, 2010, p. 18).

El beneficio económico principalmente por parte del turismo en su gran mayoría depende de la promoción que se le dé al producto turístico a ofrecer (Gurría, 1994, p. 99).

Origen del turismo

El origen del turismo no posee una fecha exacta, ya que a partir de la presencia del hombre, se ha visto que estos estaban obligados a desplazarse a varios lugares, ya sea por diversas razones como: el comercio, la religión, la caza, el descanso (Sancho, 1998, p. 79). Sin embargo, el turismo surge como un fenómeno de masas desde el siglo XX, transformando a los viajes internacionales más accesibles para la urbe, debido al bajo precio del petróleo, llegada de aeronaves de pasajeros al concluir la Segunda Guerra Mundial, etc. (Organización Mundial del Turismo, 1998).

Turismo de Masas

Según Gordon (2012) menciona que, el turismo de masas se popularizó entre los años 1950, debido a que la cantidad de viajeros internacionales cada vez se

fue duplicándose, puesto que los turistas se trasladan a diferentes lugares para disfrutar y observar lo bello e interesante. Inclusive el flujo turístico proporcionado por parte del turismo de masas, comunica a las naciones avanzadas con otras, pues se inclinan a los servicios y productos que ofrece el mercado (Aramberri, 2011, p. 71).

Tipos de Turismo

A continuación en la siguiente Tabla 1 se especifican cada uno de los tipos de turismo con su respectiva definición.

Tabla 1. Tipos de Turismo según su origen o procedencia

Tipo de turismo	Características
Domestico	Este tipo de turismo es el que se realiza dentro de su mismo país.
Internacional	Cuando la persona se mueve a otro lugar y el viaje es convenido a través de una agencia.

Adaptado de: (Morales R. , 2010).

Tabla 2. Tipos de turismo según su duración

Tipo de turismo	Características
Turismo de estancia	Es cuando se viaja a otro país de visita, este es el más utilizado en estos tiempos.
Turismo itinerante	Es cuando la persona cumple con un itinerario planificado por una agencia de viaje.

Adaptado de: (Morales R. , 2010).

Tabla 3. Tipos de turismo por intención del viaje o actividad a desarrollar

Tipo de turismo	Características
Turismo cultural	Se viaja para conocer la cultura de una población, ciudad y región, ver cuáles son sus costumbres y conocer el patrimonio material e inmaterial.
Turismo sol y playa	Se realiza en lugares costeros donde existen playas y donde por lo general las condiciones climáticas son soleadas, existiendo por lo general construcciones para hospedarse los turistas por el tiempo de permanencia en ese lugar.
Turismo ecológico	Se basa en el contacto con la naturaleza, donde su objetivo general es la motivación por observar y apreciar el entorno natural.
Turismo de negocios	Es el más bien realizado por empresarios, ejecutivos y comerciantes, así como otros profesionales, donde cierran negocios con clientes, también es utilizado para poder captar nuevos clientes.
Turismo deportivo	Se realizan cualquier forma de deporte, esta puede ser de manera organizada o casuísticamente, pero debe de realizarse en un lugar habitualmente fuera del lugar de trabajo y de residencia.
Turismo de aventura	Se practican deportes que son de alto riesgo en este tipo de turismo.
Turismo espacial	Este es un turismo para personas millonarias, pues viajando al espacio en transbordadores espaciales.

Turismo religioso	Se relaciona con las prácticas y creencias religiosas, donde se visitan lugares y acontecimientos que contemplan este carácter.
Turismo médico	Está dirigido a solucionar un tratamiento médico, quirúrgico o dental en países donde la atención es más económica.
Etnoturismo	Se especializa en visita a los grupos étnicos, su finalidad es educativa, creativa y cultural, más bien para estudiar sus costumbres.
Comunitario	Interrelación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural.

Adaptado de: (Morales R. , 2010).

Sistema turístico

Elementos del sistema turístico

El turismo por lo general tiende a ser complejo ya que se forma de distintas modalidades, y a la vez establecen diferentes vínculos con terceros o intermediarios, con el principal objetivo del desplazamiento y estancia de individuos en un determinado lugar (Castro, 2007, p. 48).

Por consiguiente, (Calle, 2006, p. 117), el sistema turístico se divide en cuatro elementos fundamentales:

- 1) Los viajeros deciden desplazarse conforme los motivos y perfiles sociodemográficos.
- 2) Los intermediarios o terciarios quienes desarrollan los productos turísticos (mayoristas u operadoras).
- 3) Medios de transporte que conexionan a los viajeros con los lugares receptores.
- 4) El destino turístico compuesto por los servicios, infraestructura y atractivos.

Demanda y oferta turística

La demanda de la mayoría de los productos turísticos va unido con las decisiones que los turistas desarrollan en el instante de estructurar actividades de entretenimiento, por ello, la delimitación del viaje depende de varios factores planteados por los viajeros, como: económicos, psicológicos, físicos, éticos, (Alatorre y Pérez, 2011). Por dicho motivo, Ruiz y Barroso (2012), exponen que los motivos que determinan el comportamiento de la demanda turística son:

- a) Nivel económico disponible
- b) Costos de los servicios y bienes
- c) Variación en los hábitos de consumo
- d) Tiempo Disponible
- e) Dominio de la publicidad
- f) Características sociodemográficas
- g) Factores macroeconómicos
- h) Factores de riesgo

Por otra parte, se habla de oferta turística al conjunto de productos y servicios, que gozan de un atractivo turístico determinado y que se halle disponible en el mercado (García y Díaz, 2014, p. 69). De igual manera va encaminado a la satisfacción de los requerimientos exigidos por los viajeros, desarrollando nuevos productos y ofreciendo servicios de calidad (Jiménez, y Borja, 2009, p. 107).

Turismo en el Ecuador

Según Domínguez (2011) menciona, que el Ecuador es considerado uno de los destinos turísticos más atrayentes de Latinoamérica, contempla una gran diversidad cultural, nacionalidades indígenas con diversas costumbres, tradiciones, idiomas, arte expresadas en artesanías, teatro, música, danza, ciencias, saberes ancestrales de muchos años, ecosistemas que son únicos y muy diversos, además se puede apreciar naturalezas diferentes como la Costa, Sierra, Amazonía y las Islas Galápagos que lo convierten en un país atractivo para los turistas (Dominguez, 2011).

El turismo comunitario como incentivo para el desarrollo local y sostenible

Diferentes estudios sobre turismo comunitario utilizan el término “desarrollo local” como sinónimo de desarrollo regional, desarrollo comunitario o desarrollo rural, donde se hace referencia al progreso de unidades territoriales; que van desde las más pequeñas hasta llegar a las más considerables como es el Estado.

Se ha estimado al desarrollo local como una fuente para el desarrollo de las sociedades, que no sólo está enfocado en el crecimiento económico, sino como un fundamento de transformación para alcanzar el progreso que tome en cuenta la equidad y la inclusión social, mediante el fomento de la protección al ambiente y la participación ciudadana que fomente la democracia (Barquero, 2007, pp. 183-210).

El concepto de desarrollo local es relativamente nuevo, puesto que su tratamiento conceptual prácticamente inicia en Europa en 1980. A nivel regional, este tema comenzó a ser introducido en la agenda política a finales de 1990 (Bosier, 2004).

En su informe sobre progreso humano, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) reconoce al desarrollo local como una forma de promover la innovación en lo organizativo, en la parte económica, social, obteniendo como finalidad una serie de transformaciones la cual genera estipulaciones de mayor igualdad, sustentabilidad, gobernabilidad e intervención con los núcleos sociales de una nación (PNUD Senado de la Nación, 1997).

Los autores también se refieren al desarrollo local como el camino coherente, integrador e integral en el que los actores públicos y privados se constituyen como entes idóneos para acoplar esfuerzos, voluntades, poderes, con intenciones de dirigir sus evoluciones personales en colectivas (Torres & Galo, 2004).

La condición socio-económica en la población, establece la presencia de un sistema de actores, cuyas relaciones se construyen en base a condicionantes de naturaleza local y cultural, en donde se hace referencia a la existencia de un conjunto humano que pertenece a un territorio, que se identifica con su medio ambiente y que muestra rasgos de identidad cultural comunes (Arocena, 1997).

El proceso de desarrollo local sostenible tiene una naturaleza compleja y multidimensional, que actúa a nivel político, social, cultural, económico y ambiental, que busca adaptarse a las condiciones externas a partir de potenciar a sus actores sociales, con el fin de alcanzar mayor sostenibilidad, productividad y equidad en el desarrollo del Estado (Couto, 2006).

El tema de Desarrollo Local Sostenible, puede ser asumido con un enfoque de gestión en la cual se construye y se fortalece un proceso de desarrollo, que bajo ciertas condiciones, se puede convertir en un modelo que permita que una comunidad, usando sus potencialidades, alcance una mejor calidad de vida en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental.

En el 2008, (Kate, Centro de Ecología y Desarrollo, 2008), declara que la responsabilidad social empresarial en el turismo, se enfoca en el desarrollo local tomando en cuenta los siguientes temas:

- Viajes en la que no afecte el ambiente: se optimizarán los viajes para que no existan recursos desperdiciados o malgastados.
- Minuciosa selección de hospedaje: dando preferencia a los hoteles cuyos propietarios mantengan una atención personalizada, bajo estándares de calidad, sociales y ambientales.
- Determinación de destinos: privilegiando destinos donde se promueva el desarrollo sostenible y el respeto de los derechos humanos.
- Fomentar la contribución de comunidades locales: promocionando los lugares en las cuales se respete la identidad como los valores culturales comunitarios, también el permitir que la sociedad local participe en el instante de adoptar decisiones como en la generación de recursos a partir del turismo.

- Precios justos: generando recursos que cubran los costos con un margen de ganancia razonable y que contribuyan al bien común.
- Respeto de los estándares laborales: representada por el cumplimiento estricto de las leyes locales y los instrumentos dispuestos por la Organización Internacional del Trabajo, propendiendo a la inclusión de las mujeres y grupos vulnerables y frenando la explotación infantil.
- Actividades económicas con entorno de colaboración y respeto: las actividades económicas que genere el turismo, deben ser llevadas con respeto, lealtad, transparencia y cooperación por parte de las personas involucradas en la actividad.
- Establecer transparencia: los operadores turísticos deben promover estándares de calidad.

El turismo comunitario, es una actividad de desarrollo, cuya fortaleza reside en la confluencia entre seres humanos y el medio ambiente. En este sentido, una gestión empresarial en el sector turístico, para que se produzca de manera correcta, deberá desarrollar sus máximas potencialidades para satisfacer a los visitantes y estimular el desarrollo local de manera sostenible. Por lo tanto, la actividad turística debe convertirse en una herramienta que impulse la diversificación de las capacidades micro empresariales, que forje la articulación productiva, ayude a la generación de empleo, disminuya la pobreza y que repercuta en la mejora de la calidad de vida de sus pobladores (Pérez, González, & Guerrero, 2009).

Luego de la conceptualización de la variable desarrollo local sostenible, plasmada en este epígrafe; se procede entonces a la operacionalización de la misma, teniendo en cuenta las definiciones antes planteadas.

Tabla 4. Dimensiones e indicadores de desarrollo local sostenible

Dimensiones	Indicadores
Desarrollo institucional	Participación social Fomento de la identidad territorial
Desarrollo social	Cooperación público-privada Formación Igualdad de oportunidades Desarrollo humano
Desarrollo económico local	Diversificación de los Sistemas Productivos locales Calidad y diferenciación productivas Generación de empleos Mejora del nivel y calidad de vida Mantenimiento de la biodiversidad Adaptación a la capacidad de carga del medio natural
Desarrollo Ambiental	Educación ambiental Valorización del patrimonio natural y cultural

Adaptado: Modificado de Pérez et al. Evaluación de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sintéticos.

Los sistemas de información turísticos

Según López et al. La sociedad de la informática o del conocimiento viene desarrollándose desde 1995, pero dos años antes en 1993, la Administración Norteamericana presidida por Bill Clinton publicaron el documento: Tecnologías para el crecimiento económico de América, hecho que marco el soporte estructural imprescindible de la sociedad de la información. La información entonces puede ser entendida como “todo aquello que sirve para poner de manifiesto la situación del entorno o del sistema, sus objetivos y resultados reducen la incertidumbre frente a un proceso de decisión” (2006, p. 29).

La naturaleza de los sistemas de información son disímiles pero se definen de forma similar ya que solo los diferencia la naturaleza de los datos. Para ejemplificar lo anteriormente expuesto se muestra la definición de Sistema de Información Territorial, SIT: “conjunto de datos, software, recursos humanos y

metodologías de trabajo orientadas a la gestión de un territorio y al apoyo en la toma de decisiones en relación al mismo” (Albuquerque, 2008).

Los sistemas de información en el turismo están estrechamente vinculados con las actividades de marketing. Un sistema de información de marketing (MIS) se compone de individuos, equipos y procedimientos que recogen, organizan, analizan, evalúan y distribuyen información necesaria y exacta, en el momento preciso, para aquellos que toman las decisiones” (Kotler et al, 2015).

De tal modo la información turística no es distinta de otra información, lo que difiere es su utilidad en el entorno de la actividad turística. De este modo se puede considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que explica las tendencias de la demanda (Kotler et al, 2015).

Partiendo de los presupuestos anteriores en la presente investigación se considerara como Sistema de Información Turístico a los medios y herramientas informativas de un territorio que contenga de manera clara y oportuna toda la información que el turista necesita conocer sobre el lugar de interés, así como las instituciones implicadas en el proceso turístico, teniendo en cuenta tanto la información sobre la oferta como de la demanda o mercado meta.

Para ello el Sistema de Información Turístico debe tener actualizado la información del destino, que incluye: instituciones de emergencia (policía, bomberos, ambulancias, comunicaciones, hospitales, etc.), principales atractivos turísticos, sitios de interés, agencias de viajes, actividades turísticas, alojamiento (hoteles, moteles, villas, casas de alquiler), transporte (aéreo, marítimo, terrestre), alimentación y entretenimiento (restaurantes, cafeterías, bares), centros de recreación y ocio (salas de juegos, centros nocturnos, centros deportivos, etc.), instituciones culturales, museos, galerías, estatuas,

tipo de moneda y tasas de cambio, regulaciones gubernamentales referentes al turismo y compras (Blasco, 2013).

Si se analiza el contexto internacional, se evidencia que la información turística existente es abundante y su naturaleza es diversa. En este escenario (véase tabla número 1) se hace necesario que las empresas ofrezcan información precisa, oportuna y atractiva, esta sería la base del éxito en el empeño de informar a la demanda (Viera, 2012).

Tabla 5. Relación entre producto turístico y la información

Producto Turístico	Información Turística
Diverso	Cuantiosa
Intangible	Brinda descripciones del producto
Destinos nacionales e internacionales	Precisa y Atractiva
Idea previa del producto	Oportuna para decidir el viaje

Adaptado: Modificado de Viera (Las nuevas tecnologías en el sector turístico).

Existen dos elementos que condicionan la utilización de los medios tecnológicos en el turismo: el primero está relacionado con el necesario desplazamiento al mundo de otros, lo que genera necesidad de información; y en segundo orden, necesita ser difundido para ayudar a los visitantes a tomar la decisión de viajar (Falcon, 2010).

Las herramientas de difusión digital

Más que otro medio, el internet permite que los usuarios puedan hallar información con rapidez y veracidad sobre cualquier lugar o actividad de entretenimiento que requiera. Existen diferentes herramientas de difusión digital, o herramientas webs, las mismas pueden definirse como medios informativos que se crean continuamente y que permiten trabajar en la Web de forma participativa y activa (Grané, 2008).

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1999, alude que los destinos triunfadores serán los que, a través de las herramientas de difusión digitales, logren satisfacer las necesidades de información de los turistas y puedan motivarlos para que inviertan sus recursos económicos en visitarlo. De hecho,

en los últimos años se ha elevado notablemente el uso de los recursos web destinados al turismo (OMT, 1999).

Las actividades de mercadeo, mediante el uso de las herramientas de difusión digital o sitios web, actualmente constituyen una pieza importante en los programas operacionales de varias empresas de gestión de destinos. Con la aparición en escena de la World Wide Web a principios de los 90, la complejidad del diseño de las herramientas de difusión digitales o webs, crecen enormemente. Esto se debe a que la disponibilidad on-line de cualquier sitio supone la necesidad de satisfacer a una audiencia potencialmente enorme, y por tanto heterogénea en sus características, necesidades, habilidades y objetivos (Hassan, 2006, p. 240).

Según el Manual Básico de creación de herramientas de difusión digitales, una de las herramientas más utilizadas son las Páginas Web, que es un sistema de información comercializado por internet, cimentado en la tecnología hipertexto/hipermedia, que provee una interface con los múltiples formatos de datos (texto, gráficos, video, audio, entre otros.) y a los productos de internet actuales (FTP, news, telnet). Es por esto que el servicio web es el servicio más usado dentro del internet (Colectivo de autores, 2000).

Es necesario realizar una distinción entre el termino sitios web, y páginas web como herramienta de difusión, los cuales muchas veces se utilizan como sinónimo incorrectamente.

Cada sitio web está compuesto por un grupo de páginas web, entre las que se encuentra la de inicio, que es normalmente el primer espacio al que accede el usuario cuando ingresa en el sitio web, colocando en el navegador el nombre del dominio de dicho sitio. Un sitio web puede contener además otros documentos adicionales que no necesariamente son páginas web, por ejemplo: documentos en PDF, imágenes con direcciones propias, etc. Si se establece una homología con un libro, este constituye un sitio web, mientras que las páginas web serían cada una de las hojas del libro. Mientras que el diseño web es una actividad multidisciplinar, pues se alimenta de diferentes fuentes entre las que se pueden contar el diseño gráfico propiamente dicho, las

artes visuales, la redacción de contenidos, el diseño de interfaces, la programación de aplicaciones informáticas, la animación tradicional, el marketing, la publicidad y muchas otras (Mariño, 2005, p. 2).

Se está en presencia de diseño web cuando se disponen diferentes elementos visuales en un área determinada, cuidando que estos tengan cierto equilibrio, orden y belleza que se materialice a través del uso adecuado de las formas, la tipografía, el color y varios elementos más. Los diferentes componentes que se pueden incluir en el diseño de una página web están: textos, gráficos estáticos o animados, audio, video, botones, tablas y formularios, estos últimos con disímiles funciones (Dorman, 2002, pp. 56-63).

El turismo comunitario, como objeto del sistema de información turístico

Todos los destinos turísticos, deben gozar de diversas características para motivar el desplazamiento temporal de los turistas. Estas características denominados atractivos turísticos, son los que llaman y atraen la atención del turista. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de sus recursos, que utilizados de manera sostenible, constituyen lo que se puede ofrecer al visitante. Ellos dan significado a la existencia moderna de una nueva clase de entretenimiento (Di Bella, 1990).

El turismo ha ido cambiando en los últimos años, ha tomado mayor auge nuevas alternativas o tendencias, teniendo mayor relación con la naturaleza, poniéndose de manifiesto los siguientes: turismo cultural, turismo sol y playa, turismo ecológico, turismo de negocios, turismo deportivo, turismo de aventura, turismo espacial, turismo religioso, turismo médico, etnoturismo, entre otros. Todos ellos se relacionan, teniendo implícito el contacto de las personas con la naturaleza, que por lo general son jóvenes activos, deportivos y personas con sensibilidad ambiental y ecológica (Mangano, 2005).

Por su parte el turismo rural es una práctica turística que se efectúa en ámbitos competentes, el cual cuenta con diversos segmentos como son el agroturismo, apoyado en el manejo de actividades tradicionales o el consumo de productos agrícolas, y finalmente el turismo deportivo, en el cual se logra practicar

deportes nuevos o conocidos, como el mountain bike, kayak, etc. (Mangano, 2005).

Sin embargo al realizar un estudio más detallado, la OMT, señala que el turismo rural constituye un componente clave, puesto que los visitantes disponen de un contacto personalizado, la oportunidad de disfrutar del entorno ambiental; y, en la medida de lo posible, participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local (Organización Mundial del Turismo, 2002).

El turismo rural comunitario representa una etapa avanzada del ecoturismo, debido a que añade como protagonista a las comunidades locales, que son los encargados de proteger, conservar y garantizar el valor que requiere el patrimonio natural y cultural (Guereña, 2004, p. 36).

El Turismo Comunitario debe entenderse como el intercambio de las comunidades anfitrionas con los turistas, donde se garantice el uso racional de los recursos naturales y la interpretación patrimonial. Del mismo modo deben protegerse los derechos culturales y territoriales de los pueblos y que esta actividad se traduzca en la distribución equitativa de los beneficios arrojados (Esteban Ruiz et al, 2008).

Otros autores han definido esta modalidad como la relación que existe entre la comunidad y sus visitantes a partir de una perspectiva intercultural, realizando viajes de manera organizada y con la participación directa de sus integrantes, garantizando el uso adecuado de los recursos naturales y culturales de la comunidad para así distribuir de manera justa los beneficios concebidos (Morales R. L., 2010, pp. 25-41).

Se puede apreciar que entre los conceptos anteriormente mencionados existe mucha similitud acerca de lo que se define como turismo rural, y su componente clave es, la forma de vida de una determinada población local, como factor determinante para el desarrollo de esta actividad.

Una de las principales razones por las cuales las comunidades indígenas han decidido formar parte de esta actividad, es debido a que pueden generar más

ingresos económicos sin tener que apartarse de sus raíces y tradiciones, ya que la idea dentro de esta nueva tendencia es que el turista pueda apreciar cómo vive una comunidad, conocer sus costumbres, tradiciones y de sus actividades diarias.

La forma de trabajo de las comunidades dentro del turismo, empieza por una distribución de actividades y responsabilidades, que generalmente responde a la forma misma de organización que tiene la comunidad; en ese sentido algunas personas pasan a ser anfitriones (guías) otros se dedican al manejo de alimentos y bebidas, elaboración de artesanías y adecuación de espacios para el hospedaje, formando así toda una organización y cooperación para el desarrollo de esta actividad dentro de la comunidad. En consecuencia, existen cuatro ejes claves para la implementación y desarrollo de esta actividad:

- **Fortalecimiento Organizativo:** Es decir fomentar una estructura organizativa fuerte, tomando decisiones en base a las opiniones de la comunidad.
- **Revitalización Cultural:** Hace mención a consolidar y valorizar todos los principios ancestrales, y relaciones de convivencia de las comunidades.
- **Gestión del Territorio:** Dentro de este eje se trata de restaurar los lugares sagrados, delimitar los territorios de comunidades, pueblos y nacionalidades, y garantizar su soberanía.
- **Economía Solidaria:** Este eje hace mención en fortalecer la economía de las comunidades en base al trabajo colectivo y la distribución de los beneficios de forma equitativa, dinamizando la economía local (Guillemi, 2010).

Como se puede ver el turismo rural comunitario es una actividad complementaria que se desarrolla de forma sostenible mediante la participación de las comunidades indígenas y rurales de diferentes localidades de un país, manteniendo el factor clave de las costumbres, tradiciones y formas de vida de cada organización. América Latina al poseer un gran número de atractivos y recursos naturales y culturales en sus poblaciones, ha generado una gran competencia a nivel turístico entre muchos de los países, siendo principales

complementos: el territorio, la cultura, y la historia (Organización Mundial del Turismo, 2002).

Esta nueva tendencia turística brinda a las localidades y poblaciones más pobres la oportunidad de generar ingresos económicos, como una actividad adicional y complementaria a las actividades económicas tradicionales de la región, además que garantiza la protección al ambiente ya que no altera la zona en donde se realizará la actividad turística, debido a que una de las principales características como se había mencionado anteriormente es la preservación de la cultura, tradiciones y arquitectura de los pueblos, en vista de que estos factores son de gran importancia y factor clave para la generación del turismo comunitario (Pinilla, 2009).

Actualmente, uno de los medios de difusión que utilizan los gobiernos locales para promover la información turística, se destaca la utilización del internet, por su alcance a nivel global, lo que constituye una nueva forma de presentación de la información que posibilita la comunicación entre objetos y personas a tiempo real, convirtiéndose en un espacio de intersección de redes al servicio de las comunicaciones emisoras y receptoras del turismo. Su crecimiento es vertiginoso, tanto por los niveles de información que circulan cotidianamente como por las personas o instituciones que se suman diariamente. Internet no es algo aislado al proceso informativo de la actividad turística, sino que es una poderosa herramienta que puede ser integrada a sus programas y responder a los objetivos y estrategias que se planteen los organismos que promueven las actividades turísticas (Acerenza, 2005).

A finales del siglo XX la OMT expresó que, en lo referente al turismo comunitario, el responsable de la información turística se lo va a asignar principalmente al organismo público de turismo. Esto puede considerarse como una visión sesgada del concepto de imagen turística del destino. Aunque es cierto, que dicho organismo tiene como objetivo promocionar el destino, pero la imagen del destino debe abarcar todo lo que conforma un lugar para así convertirse en una imagen turística, y para llevar a cabo dicho objetivo debe haber ayuda mutua de las personas involucradas. Tanto el sector privado como

la comunidad local independientemente de sus acciones cotidianas, deben colaborar en la realización de la imagen del destino y a su vez en la promoción de dicho destino (Vega, 1999).

El inventario de atractivos turísticos en los sistemas de información

Para desarrollar un sistema de información turístico es necesaria la conformación del inventario de recursos de un destino, indispensable para cualquier acción comunicativa en un destino turístico.

Un inventario turístico, tiene contiene todos los elementos turísticos, ya que por sus cualidades tanto naturales, culturales y humanas, constituyen un recurso potencial para el turista. El inventario nos ayuda a ejecutar evaluaciones e implantar las prioridades más importantes para el desarrollo turístico (Miranda, 2013).

Un inventario no solo representa en sí un conjunto de información, sino que es un instrumento de gestión que debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico (Vega, 1999).

En la presente investigación se utilizará la metodología aportada por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2016) se dividen los atractivos en dos clasificaciones: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales y para la elaboración del inventario se despliegan en Tipos (características similares dentro de la misma categoría) y Subtipos (Son las características de cada tipo).

El levantamiento del inventario de recursos turísticos comprende dos fases de trabajo:

- Fase I.- Ordenar y clasificar los lugares, según su naturaleza: Sitios naturales o manifestaciones culturales. Luego determinar los tipos y subtipos.
- Fase II.- Jerarquizar por grados de importancia los recursos turísticos.

Jerarquización según Ministerio de Turismo del Ecuador (2016):

- Jerarquía IV: Atractivo relevante de elevada trascendencia para la demanda turística internacional, provoca gran motivación y curiosidad por sí solo.
- Jerarquía III: Atractivo también relevante, que motiva a la demanda real y potencial dentro del mercado receptivo, y en menor grado el internacional, ya sea por sí solos o en combinación con otros atractivos.
- Jerarquía II: Atractivo con determinada importancia, puede motivar la visita de turistas nacionales y extranjeros, que su interés primario fue otro atractivo y que luego deciden su visita también hacia este atractivo.
- Jerarquía I: Atractivos de menor importancia, que se complementan con los atractivos jerarquizados anteriormente, pero también conforman el patrimonio turístico de la nación.

Según (Viceministerio de Turismo - Perú, 2006), para proceder al registro de la Información, se debe hacerlo mediante el llenado de fichas, en la cual mostrará claramente lo siguiente:

Nombre

Ubicación geográfica en la que se encuentra cada recurso turístico

Categoría, tipo y sub-tipo

Descripción

Particularidades (no todos los recursos cuentan con características singulares que lo hacen único en su género, otorgándole gran importancia)

Estado actual

Tipo de visitantes

Tipos de medios de acceso (todos los que hacen posible llegar al recurso), y distancia/tiempo (desde la capital de provincia) - Tipo de ingreso al recurso

Época propicia de visita al recurso turístico (considerar la mejor temporada para ser visitado)

Horario de visita; especificaciones

Infraestructura básica

Actividades actuales dentro del recurso turístico.

Servicios actuales dentro y fuera del recurso turístico.

A continuación se definen los siguientes términos:

Recurso Turístico: son aquellos recursos que se pueden encontrar en una determinada zona o área tales como: recursos culturales, religiosos, naturales, artísticos, entre otros, los cuales podrían captar el interés de los turistas (Viceministerio de Turismo - Perú, 2006).

La Clasificación: para manejar un inventario de la mejor manera se crean agrupaciones de cinco clases de recursos turísticos, tomando en cuenta sus características propias.

Sitios Naturales: Dicha categoría agrupa a varias áreas naturales que por sus propios atributos son calificados como parte importante dentro del potencial turístico.

Manifestaciones Culturales: se refiere a las diversas expresiones culturales de un determinado país, región o pueblo, desde sus épocas ancestrales como sitios arqueológicos, históricos, etc.

Folclore: conjunto de costumbres, tradiciones, leyendas, gastronomía, etc., de un determinado lugar.

Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas: aquellas obras modernas pero que exponen el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.

Acontecimientos Programados: son todos aquellos eventos tradicionales o actuales que atraen al turista tanto nacional como extranjero (Viceministerio de Turismo - Perú, 2006).

CAPÍTULO III.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DEL TERRITORIO

En el presente capítulo fue necesario tomar como referencia debido a la fiabilidad y actualización de los datos y la información concertada, el Informe de la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotopaxi 2025 (2015, pp.6-157) siendo este un documento oficial que se emite en el territorio y que recoge con mayor veracidad la información que se mostrará a continuación. Dicho informe fue elaborado por los principales actores locales del territorio, Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi y ha tenido en cuenta los resultados del último censo realizado en el año 2010.

La provincia de Cotopaxi se ubica en el centro norte de la cordillera de los Andes, se asienta en la hoya central oriental del Patate. Cuenta con 7 cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí, Sigchos. De acuerdo a la división política la actual provincia se divide en 7 cantones y 40 parroquias: Latacunga (11 parroquias), La Maná (3 parroquias), Pangua (4 parroquias), Pujilí (7 parroquias), Salcedo (6 parroquias), Saquisilí (4 parroquias), y Sigchos (5 parroquias) (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 22).

Cotopaxi significa en caribe, rey de la muerte, y en quechua "cuello de luna" las poblaciones indígenas de los Andes, lo consideran una montaña sagrada. En la época de los Incas, el volcán Cotopaxi fue adorado como un proveedor de la lluvia (EcuRed Conocimiento con todos y para todos, s.f.).

Caracterización física – ambiental

La provincia se encuentra sobre la Cordillera de los Andes, relacionado con movimientos geológicos, posee un clima templado que oscila entre 12 y 17 °C.

Cotopaxi es un territorio que posee una actividad volcánica de hace muchos años pero aún está presente en la actualidad. Los impactos más graves ocurridos fueron en los años 1768 y 1877 dejando a Latacunga casi completamente destruida, las avenidas arrasaron casas, haciendas, fábricas, puentes, y los lahares causaron la muerte de 1000 personas aproximadamente (GADPC, 2015, pp. 49-50).

En la actualidad una erupción grande del volcán Cotopaxi afectaría principalmente a la ciudad de Latacunga y por ende a la población, Aeropuerto, Centro Regional de los Privados de la Libertad, sector comercial, financiero y de salud, entre los más importantes, para ello es importante estar preparados para de esta manera reducir la pérdida de vidas humanas y de recursos económicos. También es importante mencionar que en el cantón Pujilí de la provincia de Cotopaxi existen zonas como Zumbahua, Guangaje y el Tingo que poseen una alta probabilidad de sufrir riesgos volcánicos, lo que representa un 35% del territorio cantonal (GADPC, 2015, p. 52).

Flora y fauna de la provincia

La flora en la provincia es variada, cuenta con árboles nativos del territorio como pino, capulí, y otras plantas como chuquiragua, pumamaqui, mortiño, romerillo, quinua, chochos, entre otros (Consejo Provincial Cotopaxi, 2010).

En la zona existen bosques pero su relevancia es relativa dentro de la vegetación del lugar, puesto que son puntos de explotación de madera. Sin embargo la ciencia trabaja en el campo de las investigaciones y para el turismo por la diversidad de flora y la fauna que atesora (Cerna, 2010).

Es importante señalar que en la provincia se encuentra el Parque Nacional Cotopaxi el cual es una área protegida de Ecuador, limita con las provincias de Pichincha y Cotopaxi, fue el primer parque nacional en ser creado en la región continental y el segundo en el país (Gobernación de Cotopaxi, s.f.).

Áreas Protegidas:

1. Reserva Ecológica los Ilinizas
2. Bosque protector Toachi Pilatón
3. Parque Nacional Cotopaxi
4. Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
5. Área Nacional de Recreación el Boliche

La fauna que se aprecia es atractiva, como lobos, cervicabra, pumas, venados, caballos salvajes, toros bravos, alpacas, conejos, osos y otros (Consejo Provincial Cotopaxi, 2010).

Las aves que habitan en la región son los cóndores andinos, gígles, gavián de espalda roja, curiquingue, águilas, torcaza, gaviota andina, perdiz de páramo, gallareta, pato punteado y quilico (Consejo Provincial Cotopaxi, 2010).

Caracterización económico – productiva

En la Provincia de Cotopaxi se desarrollan tres sectores que ayudan a la economía: en el sector primario predominan las actividades agropecuarias, con su exponente énfasis en la agricultura familiar campesina (AFC). Se desarrolla también la producción agrícola para la exportación, a lo largo de la carretera Panamericana, debido a que en este lugar las condiciones agroclimáticas e infraestructura productiva, son más favorables para esta actividad (GADPC, 2015, p. 83).

El sector secundario tiene como centro la producción manufacturera, dentro de ella se encuentra la industria metalmecánica, industria maderera, producción de papel, alimentos y bebidas; además tienen incidencia en el mercado nacional e internacional. Y el sector terciario representa a las actividades de comercio al por mayor y al por menor (GADPC, 2015, p. 83).

La producción de flores es otro eslabón fundamental de la economía de la provincia, la cual coloca a Cotopaxi como la segunda provincia más importante del Ecuador, después de Pichincha, aportando el 18,48% de la producción del país (647,50 ha de cultivo). De este modo la estructura de producción está integrada por medianos y grandes productores con el 84,15% (69 empresas) y el 15.85% pertenece a pequeños productores (13 empresas); la producción es aproximadamente de 620.000 tallos/ha (GADPC, 2015, p. 96).

En la provincia de Cotopaxi existe un grupo amplio de artesanos, actividad que por lo general se realiza por los miembros de una familia, aunque no desatiende la producción agrícola. Las artesanías son expuestas en ferias parroquiales, cantonales y provinciales. La actividad artesanal distingue la cultura de la provincia por constituir una expresión de su cultura e identidad. Esta actividad es una fuente de empleo local y familiar. Asimismo el turismo por su potencial en la generación de ingresos y empleo incentivando así las inversiones en otros sectores (GADPC, 2015, p. 105).

También el turismo de aventura es uno de los exponentes del turismo en la provincia y la principal motivación son los volcanes y los nevados. De igual forma el Parque Nacional Cotopaxi, el volcán y la Laguna del Quilotoa y los páramos de Zumbahua conforman el potencial turístico.

La provincia es potencialmente productiva, cuenta con 6.569 Km² aproximadamente, es decir, el 15% de la Región 3 y el 3% del territorio nacional (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011).

El Censo del año 2010, aportó que existen aproximadamente 11.664 establecimientos encargados de las actividades económicas en la provincia. Esta cifra representa el 16% de la Región 3 y el 2% a nivel de país.

La provincia cuenta con las siguientes industrias:

- ✓ Elaboración de productos de alimentos y bebidas.
- ✓ Fabricación de prendas de vestir, adobo de y teñido de piel.
- ✓ Curtido y adobo de cueros; fabricación de maletas, bolsos de mano.
- ✓ Producción de madera y fabricación de productos de madera, corcho excepto muebles.
- ✓ Fabricación de papel y de productos de papel.
- ✓ Fabricación de productos de caucho y de plástico.
- ✓ Fabricación de metales comunes.
- ✓ Fabricación de productos elaborados de metal excepto maquinaria y equipo (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 22).

Caracterización socio – cultural

La identidad cultural de la provincia de Cotopaxi se ve reflejado en varios aspectos como fiestas, atractivos culturales, religión y gastronomía.

Latacunga celebra unas de sus tradicionales fiestas siendo la Mama Negra su principal fiesta. A pesar de lo popular que es la fiesta de la Mama Negra, se desconoce su origen, existen diferentes opiniones, hay quienes expresan que se remontan al siglo XVIII, cuando Latacunga quedó destruida por la erupción del volcán Cotopaxi.

La fiesta se la realiza en dos ocasiones: la primera se lleva a cabo el mes de septiembre (días 23 y 24), la cual es organizada por las vivanderas de los mercados La Merced y del Salto, en honor a la virgen de la Merced quién calmó la furia del volcán Cotopaxi en su erupción de 1742, por esta razón los laticungueños la nombraron “Abogada y patrona del volcán”. La segunda se la realiza la primera semana de noviembre, pues es la fiesta que los laticungueños celebran año tras año el aniversario de su independencia. Es un desfile de personajes populares, militares, civiles, eclesiásticos y míticos (ViajandoX, s.f.).

En otro orden, los atractivos culturales los conforman las ferias de Saquisilí y Pujilí las mismas que se encuentran dentro de la provincia de Latacunga, la gastronomía como las chugchucaras, allullas, queso de hoja y en Salcedo los helados de frutas. Del mismo modo la religión, siendo la católica la que predomina en las comunidades, teniendo a la iglesia como muestra de su identidad (ViajandoX, s.f.).

Otras celebraciones muy conocidas son los danzantes en Salcedo, Saquisilí, Pujilí y Latacunga. Lo hacen a propósito del carnaval y del Corpus Cristi.

Asentamientos humanos

Población

La provincia de Cotopaxi representa el 2.8% de la población del país, posee 409.205 habitantes con una densidad poblacional promedio de 67 habitantes por K2. La población rural representa el 70% de la población de la provincia siendo esta de 288.235 habitantes, mientras que la población urbana es el 30% con 120.970 pobladores (GADPC, 2015, p. 62).

Tabla 6. Distribución Poblacional por Cantones

Cantón	Población Urbana	Población Rural	Población Total
Latacunga	63.842	106.647	170.489
La mana	23.775	18.441	42.216
Pangua	1.649	20.316	21.965
Pujilí	10.064	58.991	69.055
Salcedo	12.488	45.728	58.216
Saquisilí	7.205	18.115	25.320
Sigchos	1.947	19.997	21.944
Total Provincial	120.970	288.235	409.205

Tomado de: INEC 2010 Censo de Población y Vivienda INEC año: 2010.

En la provincia de Cotopaxi existe un solo pueblo indígena reconocido oficialmente por el Estado Ecuatoriano: el pueblo Panzaleo de la Nacionalidad Kichwa del Ecuador, siendo su idioma oficial el Kichwa y español que es de interrelación (GADPC, 2015, p. 68).

Educación

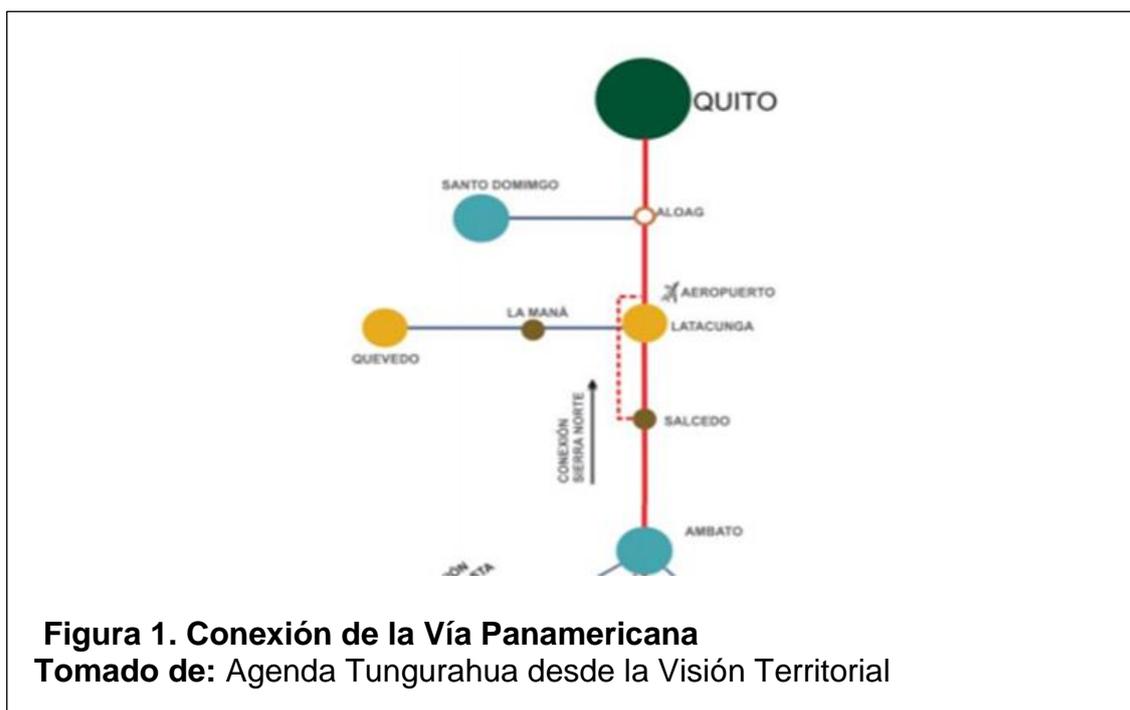
En la provincia la desigualdad está marcada en primer lugar por la diferencia en la posibilidad de acceso a la educación. Para ello se ha reestructurado el sistema educativo en circuitos y distritos. Los niveles de acceso a la educación básica se han reducido del 97,3% al 94,2% en las edades entre seis y once años y del 82,2% al 75,4% en las edades entre doce y diecisiete años, incidiendo mayormente en la población indígena. Además resulta necesario aclarar que el 13,6% de la población mayor de 15 años es analfabeta (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, s.f.).

Movilidad, energía y conectividad

En este componente se muestran los vínculos existentes entre la población, el medio físico y sus actividades. El trazado vial configura estas conexiones en diferentes niveles y jerarquías; a esto se suman, la infraestructura de puertos y aeropuertos, redes eléctricas y de telecomunicaciones (GADPC, 2015, p. 142).

Para la provincia de Cotopaxi la vía más importante es la Panamericana (E35) de conexión nacional e internacional, que une la zona norte con el sur del país.

Esta conexión se establece entre la Provincia de Cotopaxi en sentido norte sur desde el sector del Chasqui de la zona norte de Latacunga hasta el punto de la Cárcel Regional y continúa por el actual paso lateral de las ciudades de Latacunga y Salcedo, llegando al peaje de Panavial y el límite de las provincias entre Cotopaxi y Tungurahua; posee seis carriles en total, tres en cada sentido (GADPC, 2015, p. 142).



Transporte aéreo

La provincia posee un Aeropuerto Internacional en Latacunga, constituyendo una fortaleza para el desarrollo económico de la provincia; actualmente tiene salidas diarias de conexión con la ciudad de Guayaquil el principal puerto del país. El aeropuerto necesita de la consolidación de una infraestructura de servicios (agencias bancarias, turísticas, comerciales, seguridad y salud); así como transporte terrestre complementario al transporte aéreo. El Gobierno Municipal de Latacunga debe ser el protagonista de las construcciones que se realicen, para evitar el crecimiento urbano en los alrededores del aeropuerto (GADPC, 2015, p. 145).

El Estado, no utiliza el Aeropuerto Internacional Cotopaxi debido al alto riesgo volcánico y sísmico, por lo que es necesario implementar planes de contingencias a nivel cantonal y regional.

Transporte férreo

La provincia cuenta con transporte férreo y está integrado directamente al sector turístico. En el año 2008 se re inauguró el tramo Quito – Latacunga, año en el que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) declaró como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado a la Red Ferroviaria del Ecuador “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Simbólico” (GADPC, 2015, p. 145).

El Tren Crucero en la ruta “Tren de los Volcanes” por la provincia de Cotopaxi atraviesa el territorio provincial hasta llegar a la provincia de Pichincha en el sector de Chimbacalle, hasta el Área Recreacional el Boliche en el Parque Nacional Cotopaxi en una ruta que alcanza los 59 kilómetros. Existen otros productos turísticos que enlazan a las provincias de Cotopaxi y Tungurahua, vinculando sitios turísticos e itinerario de los volcanes (GADPC, 2015).

El aprovechamiento de este atractivo turístico permitirá fomentar servicios complementarios en el territorio y de este modo diversificar la oferta actual. La relevancia radica en vincular el patrimonio cultural y la implementación de infraestructura turística y hotelera, Latacunga posee potencialidades como destino turístico (GADPC, 2015).

Servicios Básicos

Agua de Consumo

En los sectores urbanos de los cantones de Latacunga, La Maná y Saquisilí más del 70% de los hogares disfrutan del acceso al servicio de agua de consumo, mientras que a nivel rural, los cantones de Saquisilí y La Mana muestran porcentajes inferiores al 25% de viviendas con acceso a este servicio (GADPC, 2015, p. 135).

Alcantarillado

Los 7 cantones de la provincia de Cotopaxi en sus áreas urbanas superan el 50% de acceso al servicio de alcantarillado, mientras que en los sectores rurales, menos del 51% tienen acceso a este servicio (GADPC, 2015, p. 136).

Electricidad

Sigchos y Pangua son los cantones con menor cobertura al servicio de electricidad en las zonas urbanas, mientras que el sector rural del cantón La Maná tienen baja cobertura con el 37.95% de hogares con acceso a este servicio (GADPC, 2015, p. 136).

Telefonía

El servicio de telefonía fija es distribuida por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) ofreciendo el servicio a todos los cantones de la provincia de Cotopaxi, mientras que la telefonía móvil Movistar y Claro proporcionan a las zonas que no tienen conectividad, siendo la operadora Claro la de mayor potencia en la provincia.

Caracterización Político - institucional

Además de los recursos con los que cuenta una determinada región y las actividades productivas, es importante determinar los actores e instituciones presentes en el territorio, las cuales impulsan una articulación productiva de manera integral, armónica e incremental (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, pp. 31-32-33).

Instituciones Públicas: deben promover el desarrollo local de forma local, principalmente en la parte productiva.

- ✓ Consejos Provinciales
- ✓ Municipios Cantonales
- ✓ Juntas Parroquiales

Instituciones Provinciales: se encuentran también dentro de la provincia las representaciones de las instituciones del gobierno central que impulsan el desarrollo productivo.

- ✓ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP
- ✓ Ministerio de Turismo – MINTUR

Juntamente con el gobierno central están demás organismos de apoyo en diferentes niveles (financiamiento, tecnología, información, control de calidad entre otras) que canalizan recursos y facilitan el desarrollo productivo:

- ✓ Corporación Financiera Nacional – CFN
- ✓ Banco Nacional de Fomento – BNF
- ✓ Banco del Estado – BEDE
- ✓ Servicio de rentas Internas – SRI
- ✓ Secretaria Nacional de Ciencia y Tecnología – SENACYT
- ✓ Instituto de Agrocalidad (Antiguo SESA)
- ✓ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Normalización – INEN

Conclusión General del Capítulo

El Diagnóstico Situacional del Territorio nos permite tener un conocimiento general de las características ambientales, económico productivas, culturales, institucionales, entre otras de la provincia de Cotopaxi, lugar donde se va a llevar a cabo la investigación, además que, nos ayuda a tener una imagen mental lo más clara posible de la realidad que presenta la provincia.

CAPÍTULO IV.- DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA TURÍSTICO DEL TERRITORIO

Análisis de la oferta actual

Actualmente el turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi, está en proceso de conformación y desarrollo, tal como lo expresa Luis Choloquina (2016), Analista Senior de Gestión y Promoción Turística Zonal 3 de la oficina de Cotopaxi: “los únicos centros de turismo comunitario reconocidos por el Ministerio de Turismo (...) es Lago Verde Quilotoa (...) y Shalalá (L. Choloquina, comunicación personal. 2016, abril 19); a decir de Manuel Latacunga (2016), Gerente General del Centro de Turismo Comunitario Lago Verde de Quilotoa: los dos atractivos turísticos más importantes de la provincia son: el Cotopaxi y el “Quilotoa, que es una laguna que tiene un atractivo natural, (...) que se vende por sí solo (M. Latacunga, comunicación personal. 2016, marzo 23).

También dentro de la provincia existen otros centros que, aunque no están reconocidos como centros de turismo comunitario por parte del MINTUR, prestan servicios turísticos, tal como lo menciona Galindo Parra (2016), Presidente de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE): “emprendimientos comunitarios como Tigua, Chugchilán, Saquisilí, Pastocalle pero estos centros son un poco más privatizados o emprendimientos familiares como se los conoce” (G. Parra, comunicación personal. 2016, marzo 18); cuyos ingresos generados, no son repartidos a nivel comunitario, característica fundamental del turismo comunitario.

Sin embargo, es importante saber que los emprendimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en las actividades de turismo comunitario, aquellos tendrán que respetar y acogerse a las políticas comunitarias en cuanto a la utilización y gestión de los atractivos turísticos, y se inscribirán en el Ministerio de Turismo en forma privada (Sión de Josse, 2010).

En los centros de turismo comunitario, la calidad debe ser importante puesto que cada día que pasa la demanda se vuelve más exigente, Según Parra (2016), “No existe una ficha actual de las comunidades para saber cómo están

en base a los estándares y los servicios que están ofreciendo, pero al menos Quilotoa está con unos estándares más o menos bien (...), Tigua, Shalalá, Saquisilí, Chugchilán tienen unos estándares buenos pero no todos lógicamente, pero eso a nivel como provincia (G. Parra, comunicación personal. 2016, marzo 18); puesto que cuando hablamos de calidad nos referimos a satisfacer las necesidades de los turistas y las expectativas de estos.

En conclusión se puede decir que la provincia de Cotopaxi no ha desarrollado una propuesta turística muy grande, ya que los atractivos turísticos más importantes de la provincia y que reciben la mayor afluencia de turistas son el volcán Cotopaxi y el Quilotoa por el hecho de que son atractivos naturales que se venden por sí solos. Por otra parte el turismo comunitario en la provincia se encuentra en proceso de conformación y desarrollo puesto que, los únicos centros de turismo comunitario legalmente inscritos en el Ministerio de Turismo de Cotopaxi son “Lago Verde Quilotoa” y “Shalalá”.

Sin embargo existen otros emprendimientos comunitarios que no se encuentran registrados como CTC en el MINTUR ya que son emprendimientos privados y por ende los ingresos generados, no son repartidos a nivel comunitario. Es por esta razón que, para ser un CTC la característica fundamental es que todos los ingresos generados deben ser en beneficio y para la comunidad.

A continuación en la siguiente Tabla 7 se detallan los emprendimientos turísticos existentes en la provincia.
Tabla 7. Listado de los Centros de Turismo Comunitario de la Provincia de Cotopaxi

N°	NOMBRE	CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD	OBSERVACIONES	TIPO
1	La Envidia	La Maná y Pangua	Matriz	Recinto La Envidia	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
2	Pastocalle	Latacunga	Pastocalle	Pastocalle	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
3	Romerillo	Latacunga	Pastocalle	Romerillo	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
4	La Vaquería	Latacunga	Poaló	Maca Grande	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
5	Señor de Maca	Latacunga	Poaló	Maca Chico	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
6	Padre Huasi	Pangua	El Corazón	Padre Huasi	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
7	Lago Verde Quilotoa	Pujilí	Zumbahua	Org. Comunitaria Lago Verde Quilotoa	Registrado como CTC en el MINTUR	CTC
8	Shalalá Macapungo	Pujilí	Zumbahua	Org. Indígena Comunitaria	Registrado como CTC en el MINTUR	CTC

				Shalalá Macapungo.		
9	Red de Turismo Jatun Juiwa Mirador	Pujilí	Pujilí	Yanahurco	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
10	Palmar	Pujilí	Tingo	Palmar	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
11	Cocha Uma	Pujilí	Zumbahua	Comité Cocha Uma de Arteza	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Emprendimiento comunitario asociado.
12	Verde Cocha Saltana	Pujilí	Zumbahua	Comité de Desarrollo Cushca	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
13	Tingo - Pucará	Pujilí	Guangaje	Curingue	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
14	Casa Quemada	Pujilí	Guangaje	Organización de Artesanos Casa Quemada	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
15	Pucaugsha	Pujilí	Zumbahua	La Cocha	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
16	La Victoria	Pujilí	La Victoria	La Victoria	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa

17	Tagualó	Pujilí	Tingo la Esperanza	Tagualó	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
18	Angamarca	Pujilí	Angamarca	Angamarca	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
19	Guantopolo	Pujilí	Zumbahua	Guantopolo	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
20	Chami	Pujilí	Zumbahua	Chami 1	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
21	Zumbahua	Pujilí	Zumbahua	Asociación de Mujeres Núcleo de Zumbahua	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
22	Quilapungo	Pujilí	Zumbahua	Asociación de Mujeres Mama Jatava.	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
23	Nuevo Progreso	Pujilí	Zumbahua	Tigua Chami (Asociación Nuevo Progreso)	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
24	Jatun Chami	Pujilí	Zumbahua	Asociación Jatun Chami ASOJATUN.	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
25	Guantubamba	Pujilí	La Matriz	San Antonio de Guantubamba	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa

26	Atocha	Pujilí	La Matriz	Atocha	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
27	Sacha Cumbijín	Salcedo	San Miguel	Cumbijín y Sacha	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
28	Zona El Canal	Salcedo	San Miguel	UORCIZCA	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
29	Nuevo Amanecer Valle de los Olivos	Saquisilí	Cochapamba	Cochapamba (Corporación de mujeres)	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
30	Jatun Era	Saquisilí	Cochapamba	Comuna Jatun Era	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
31	Malqui - Machay	Sigchos	Chugchilán	Malqui	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
32	San Ruíz de Wikunto	Sigchos	Chugchilán	Guayama San Pedro	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
33	Chinaló Alto	Sigchos	Chugchilán	Chinaló Alto	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
34	Lancillí	Sigchos	Sigchos	Yaló	En proceso de constitución	Iniciativa

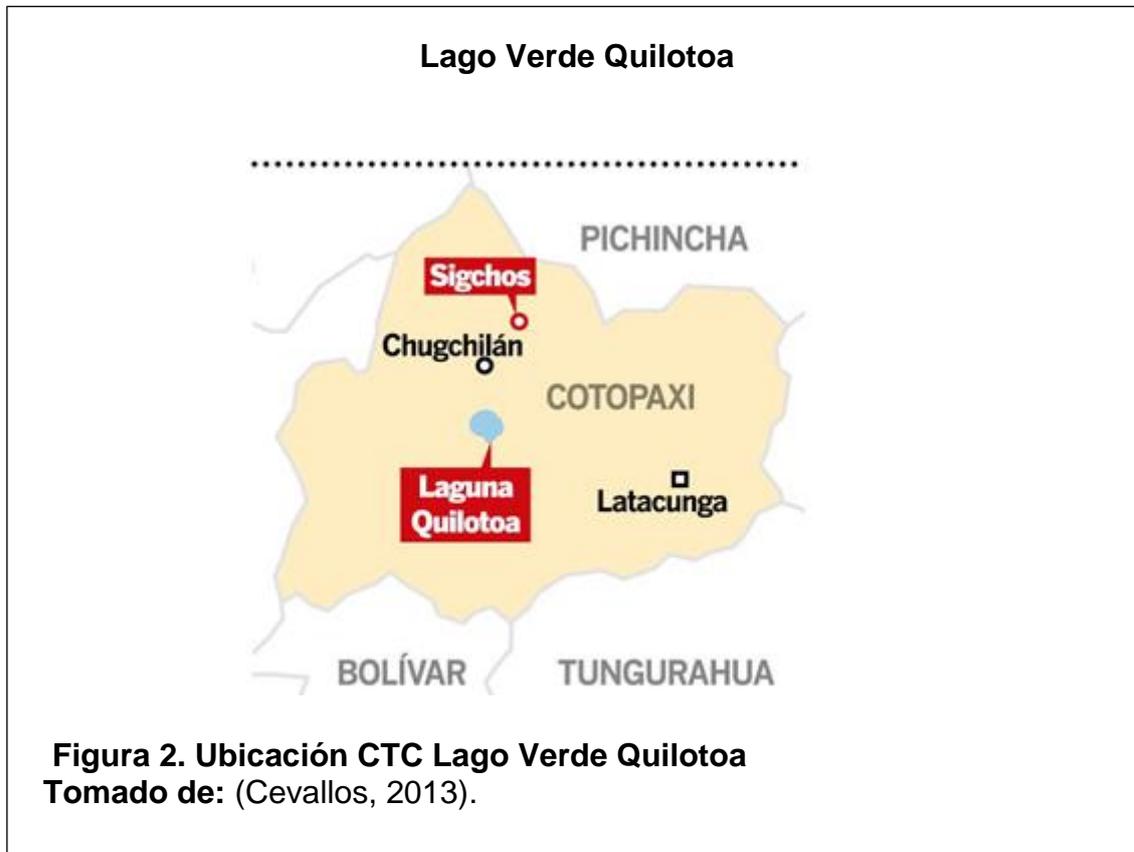
					organizativa	
35	La Golondrina	Sigchos	Chugchilán	Comunidad Guayama San Grande	En proceso de apoyo para el fortalecimiento organizativo y asesoría.	Iniciativa
36	Yanayaku Zarahuasi	Sigchos	Chugchilán	Yanayaku	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
37	Guarumal	Sigchos	Chugchilán	San Miguel de Guarumal	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa
38	La Cantera	Sigchos	Matriz	La Cantera	En proceso de constitución organizativa	Iniciativa

Adaptado de: Ministerio de Turismo de Cotopaxi.

En dicha tabla podemos observar que en la provincia de Cotopaxi existen 38 emprendimientos turísticos, de las cuales 2 emprendimientos (“Lago Verde Quilotoa” y “Shalalá”) son los únicos emprendimientos turísticos registrados como centros de turismo comunitario (CTC) en el Ministerio de Turismo de Cotopaxi.

Mientras que los demás emprendimientos turísticos son iniciativas puesto que se encuentran en funcionamiento pero les falta aumentar servicios y actividades de turismo comunitario para ser calificados propiamente como CTC por parte del Ministerio de Turismo de Cotopaxi.

Centros de Turismo Comunitario



El Centro de Turismo Comunitario Lago Verde Quilotoa, se encuentra ubicado en la parroquia de Zumbahua del cantón Pujilí, en la provincia de Cotopaxi a 177.8 km desde la ciudad de Quito. Este sitio conecta diversos lugares de interés turístico: Latacunga, Saquisilí, Sigchos, Pujilí, Tigua y Quilotoa (Ministerio de Turismo, 2014).

Atractivos Naturales

- Laguna de Quilotoa
- El Cañón de Toachi
- Las aguas termales de Yanayacu en Chugchilán (Comunidad de Yanayaku).
- Así como cerros, vertientes, bosques y cascadas.

Actividades de Recreación

- Trecking

- Hiking
- Cabalgata
- Camping
- Rodeo de altura

Servicios

Ofrecen variedad de alojamiento: hoteles, hostales, cabañas y posadas en diferentes sectores como: Quilotoa, Tigua, Zumbahua, Shalalá, Chugchilán, Itupungo y Guayama San Pedro (Ministerio de Turismo, 2014).

También poseen gran variedad de artesanías, (tamaño y tipo) con identidad local, artesanías hechas a base de tejidos como: gorros de lana, bufandas, chales, ponchos, guantes (Ministerio de Turismo, 2014).

Centro de Turismo Comunitario Shalalá

Shalalá es una comunidad que se encuentra ubicada a pocos kilómetros de la parroquia de Zumbahua, en la comunidad de Macapungo, en la vía Zumbahua – Chugchilán, del cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi (El Telégrafo, 2013).

Servicios

El CTC Shalalá posee un restaurante con capacidad para 40 personas, una cabaña familiar, una marital y otra para personas con capacidades especiales. Además cuentan con senderos, y su principal mirador con dirección a la laguna del Quilotoa (El Telégrafo, 2013).

Centro de turismo comunitario Cocha Uma

Hace dos años atrás el MINTUR promovió la zona de escalada Cocha Uma, la cual se encuentra a una hora del cantón Pujilí, en la parroquia de Zumbahua sitio moderado de la reserva ecológica Iliniza. Según Jorge Albán, ex director provincial del Ministerio de Turismo de ese entonces mencionó que: “la intención es promocionar la ruta de escalada como nueva alternativa dentro del recorrido turístico de Cotopaxi” (La Hora, 2014).

También acotó que los comuneros de la comunidad Cocha Uma deberán implementar varias actividades como: caminatas, cabalgatas, alojamiento,

alimentación, entre otros con el fin de potenciar a la ruta, esto como parte del concepto del turismo comunitario (La Hora, 2014).

Sin embargo, en la actualidad la comunidad Cocha Uma no cumple con los requisitos fundamentales y peor aún con las actividades de implementación anteriormente mencionadas, para que sea propiamente llamada centro de turismo comunitario, debido a la falta de organización por parte de los comuneros de la zona.

A continuación en la Tabla 8 se describen los atractivos turísticos de cada uno de los cantones que conforman la provincia de Cotopaxi y a su vez los emprendimientos de turismo comunitario que se encuentran legalmente inscritos en el Ministerio de Turismo de Cotopaxi como CTC.

Tabla 8. Atractivos Turísticos y CTC de la Provincia de Cotopaxi

Atractivos Turísticos de los cantones de la provincia	Centros de Turismo Comunitario inscritos por el MINTUR
<p>Latacunga</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volcán Cotopaxi • Parque Nacional Cotopaxi • Laguna de Limpiopungo • El cerro de Callo • El Tambo Mulaló • El Área Nacional de recreación El Boliche 	<p>Centro de Turismo Comunitario “Lago Verde Quilotoa”</p>
<p>Pujilí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Santuario del Niño de Isinche • Danzantes de Pujilí • Iglesia de Pujilí • Laguna de Quilotoa • Alfarería la Victoria • Pintura de Tigua 	<p>Centro de Turismo Comunitario “Shalalá”</p>
<p>La Maná</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las 7 cascadas del Zapanal 	

<ul style="list-style-type: none"> • Cueva de los murciélagos • Minas de oro • Minas de mármol • Cascada del oso 	
<p>Saquisilí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feria de Saquisilí • Laguna de Chantilín • Mirador Natural Wingopana • Laguna de Tiloncocha 	
<p>Salcedo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lagunas de anteojos • Laguna de Yambo • Parroquia de Cusubamba • Iglesia de Salcedo • Actividades Artesanales 	
<p>Sigchos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Columnas de Tangan • Churo de Amanta • Licamancha • Ilinizas • Bosque protector Sarapullo 	
<p>Pangua</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angamarca la Vieja • Piedra de la Cruz • Complejo Eco Turístico "Rancho Escondido" 	

Análisis de la demanda actual

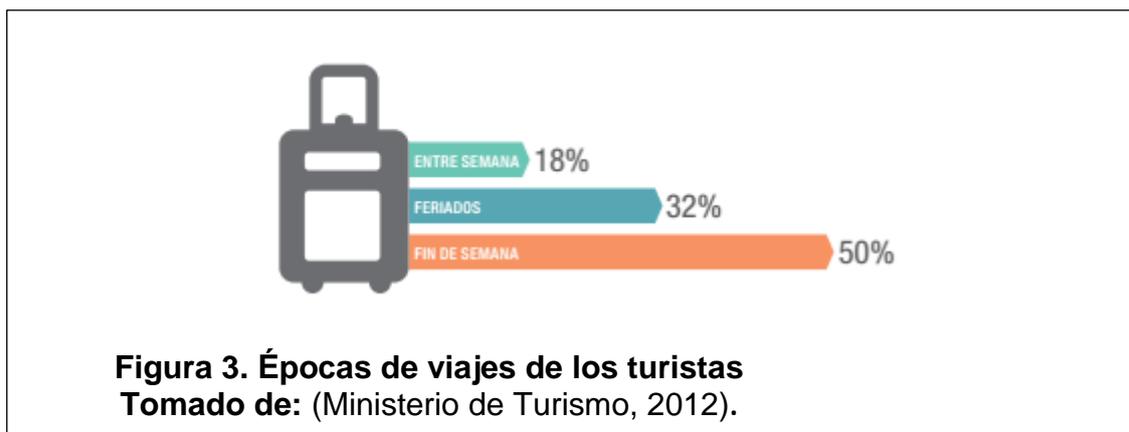
Perfil del turista que llega a Ecuador

Los turistas que arriban a Ecuador por lo general suelen ser personas con estudios superiores, (posgrado o universitarios) que recorren sus viajes solos, y siendo los motivos principales la recreación o el esparcimiento, el encuentro con amigos y familiares, negocios o motivos profesionales (PLANDETUR 2020, s.f.).

Entre las actividades más apreciadas se encuentran las visitas a comunidades indígenas, práctica de deportes, ocio y observación de flora y fauna.

Perfil turista nacional

Las épocas de viajes de los turistas hacia los diferentes lugares del Ecuador suele ser entre semana 18%, feriados 32% y fines de semana 59% (Ministerio de Turismo, 2012).



Los principales medios de movilización que utilizan los turistas a nivel nacional son: el bus con un porcentaje del 48,34%, el auto propio con un 43,49%, otros medios de transporte el 7.50% y por último el medio menos utilizado es el avión con un 0.66%.

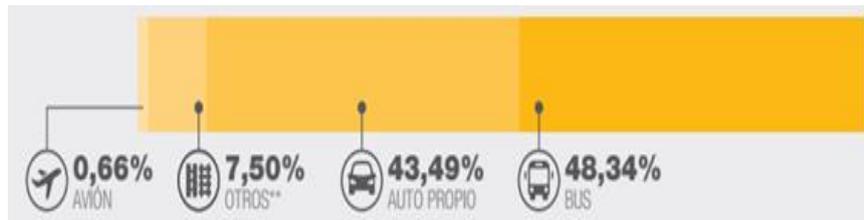


Figura 4. Medios de transporte utilizados por los turistas.
Tomado de: (Ministerio de Turismo, 2012).

De igual manera el alojamiento más utilizado por los viajeros suele ser las viviendas de familiares o amigos con un 71%, hoteles 19% y otro tipo de alojamiento un 11%.

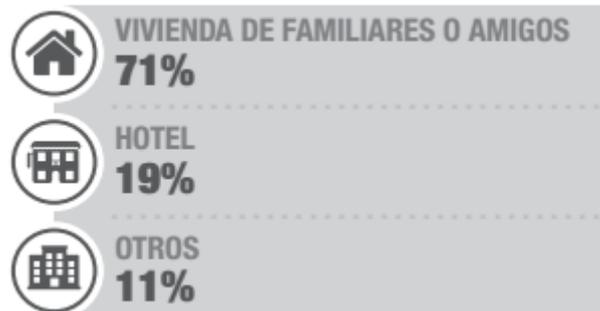


Figura 5. Tipo de Alojamiento
Tomado de: (Ministerio de Turismo, 2012).

Motivos del viaje

Los principales motivos de los turistas al momento de viajar son visita a familiares y amigos 47%, seguido de la recreación y ocio 32%, otros motivos de viaje 16% y viajes por religión 5%.



Figura 6. Motivos del viaje
Tomado de: (Ministerio de Turismo, 2012).

Perfil del turista, turismo rural comunitario de Ecuador

Para describir el perfil del turista que realiza actividades de turismo comunitario, se realizó un sondeo de opinión a los turistas que realizan turismo comunitario en los CTC Lago Verde Quilotoa y Shalalá ya que no existe información por parte del Ministerio de Turismo para identificar los rasgos distintivos del turista rural comunitario.

Perfil del turista rural comunitario

En el sondeo de opinión realizado a los turistas que efectúan turismo comunitario en los CTC Lago Verde Quilotoa y Shalalá se determinó que la mayor parte de los turistas que realizan turismo de este tipo son: Colombia 45% y Estados Unidos 30%, turistas de Perú con un 15% y en menor cantidad España 10%.

La mayoría de las personas son de la tercera edad y jubilados, y en menor porcentaje se encuentran los jóvenes. El 55% de los turistas encuestados menciona que suele viajar con su pareja, y un 30% viaja en familia, y el 20% restante lo realiza con amigos.

En lo referente al gasto promedio que realiza un turista, por lo general es de 100 a 150 dólares que son exclusivamente para el turismo comunitario.

Tipo de alojamiento utilizado por el turista

El 100% de los turistas encuestados mencionaron que optan por hospedarse en casas de comunidades puesto que esto les permite experimentar nuevos

estilos de vida e interactuar con la comunidad. También cabe recalcar que el 80% de los turistas prefiere pernoctar al menos un día dentro del CTC y un 20% optan por quedarse dos días.

Actividades de turismo rural comunitario

- ✓ El turista rural comunitario se encuentra en la búsqueda de nuevas experiencias para conocer algo nuevo de la comunidad como cultura, vestimenta, gastronomía, fiestas, religión, costumbres.
- ✓ Además el turista comunitario no deja de lado las actividades de recreación y ocio.

Medios de información utilizados por los turistas antes de planificar un viaje

En el sondeo de opinión se ha determinado que el turista que realiza actividades de turismo comunitario el 60% utiliza como herramienta principal de información el internet, el 15% utiliza revistas especializadas en turismo o agencias de viajes, y el 10% mencionó que fue por recomendación de amigos.

A continuación se presenta la tabulación de cada una de las preguntas que constan en la encuesta realizada a los turistas que realizan turismo comunitario en los CTC Lago Verde Quilotoa y Shalalá, puesto que con dichos datos se determinaron los rasgos distintivos del turista rural comunitario que visita nuestro país.

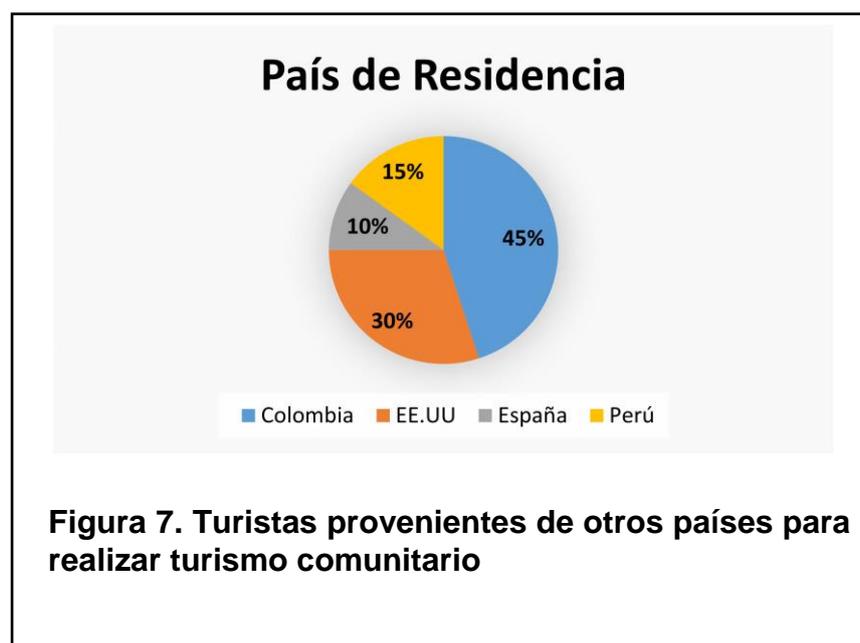
Tabulación de las Preguntas (Encuesta)

1) País de Residencia

Tabla 9. Porcentaje y cantidad de turistas provenientes de otros países.

País	Cantidad	%
Colombia	9	45
EE.UU	6	30
España	2	10
Perú	3	15
Total:	20	100

En la figura 7 se puede observar que los turistas que realizan turismo comunitario son procedentes de Colombia y Estados Unidos en su mayoría, seguido de Perú y España.

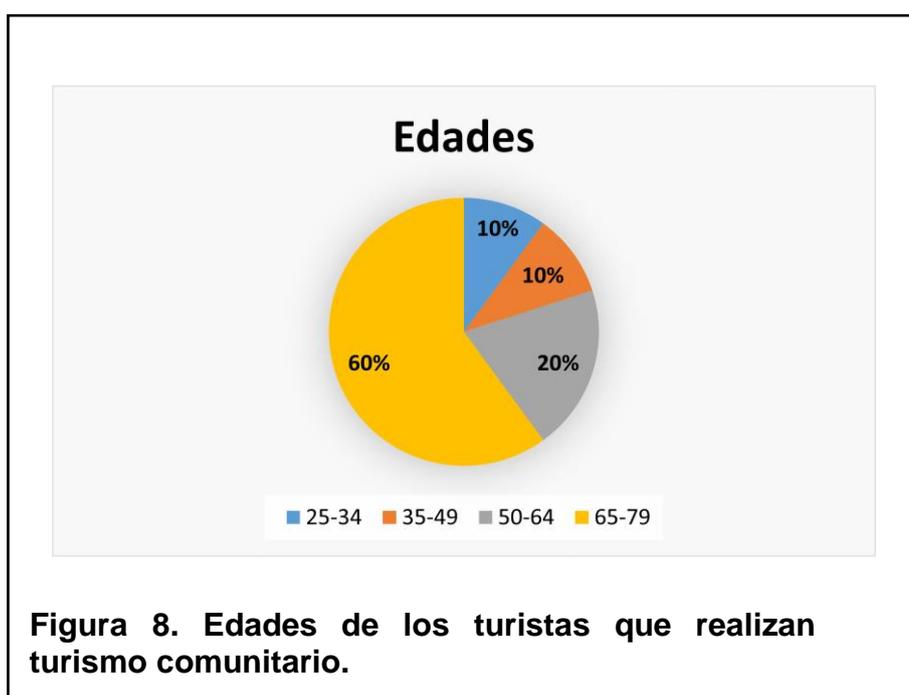


2) Edad

Tabla 10. Cantidad y porcentajes de las edades de los turistas.

Edad	Cantidad	%
25-34	2	10
35-49	2	10
50-64	4	20
65-79	12	60
Total:	20	100

Los turistas que realizan turismo comunitario en gran parte son las personas cuyas edades fluctúan entre 65-79 años, seguido de la edad comprendida entre 50-64 años y en menor porcentaje los turistas con edad inferior a los 49 años, como se lo puede observar en la figura 8.

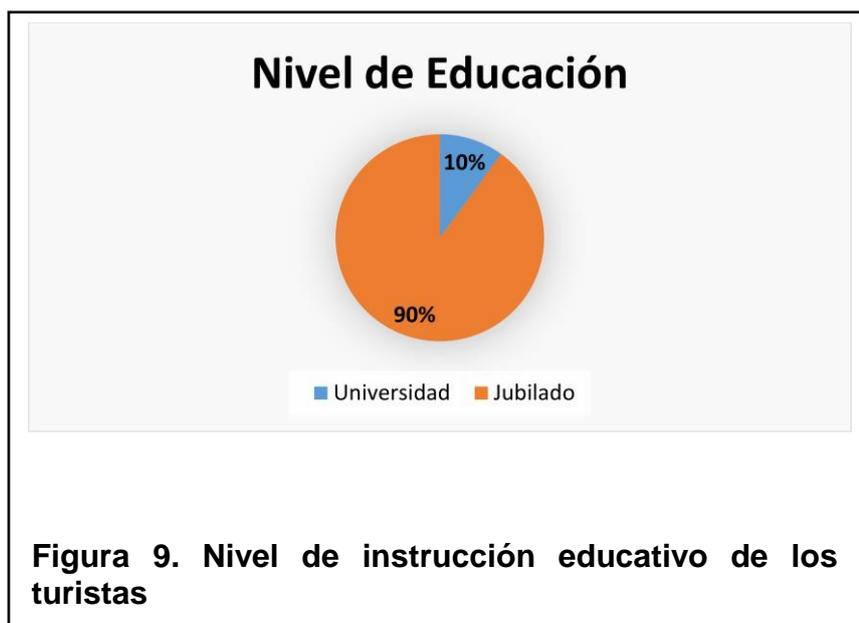


3) Nivel de Instrucción

Tabla 11. Porcentajes y cantidades sobre el nivel de instrucción educativo de los turistas.

Educación	Cantidad	%
Universidad	2	10
Jubilado	18	90
Total:	20	100

Tal como se indica en la figura 9 el nivel de educación del turista que realiza turismo comunitario en mayor cantidad son las personas jubiladas y en menor porcentaje jóvenes universitarios.

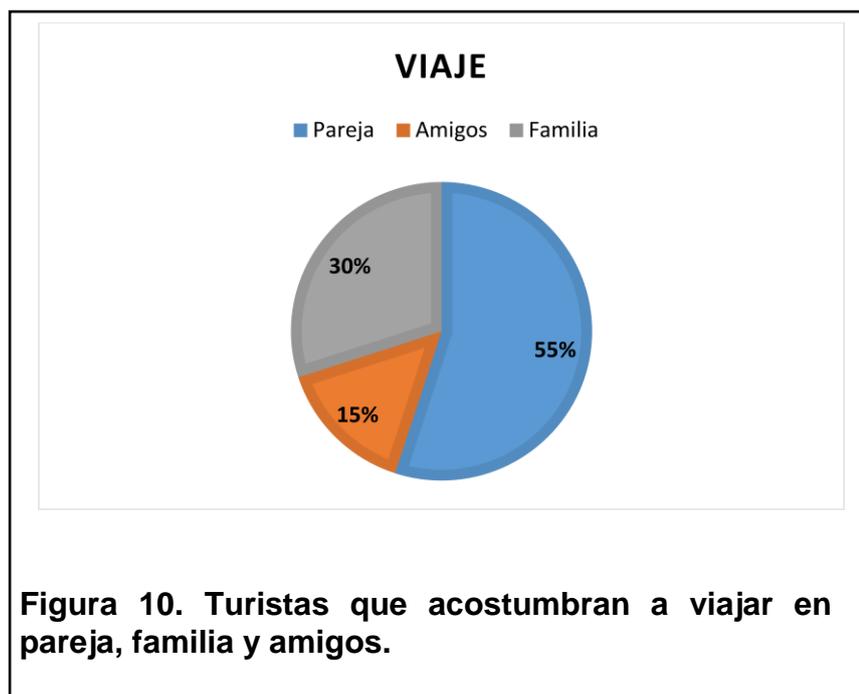


4) Usted acostumbra a viajar en:

Tabla 12. Cantidades y porcentajes de turistas que viajan solos o acompañados.

Viaje	Cantidad	%
Pareja	11	55
Amigos	3	15
Familia	6	30
Total:	20	100

De igual manera en la figura 10 se puede observar que el 55% de los turistas encuestados acostumbra a viajar con su pareja, un 30% lo realiza con su familia y un 15% con amigos.

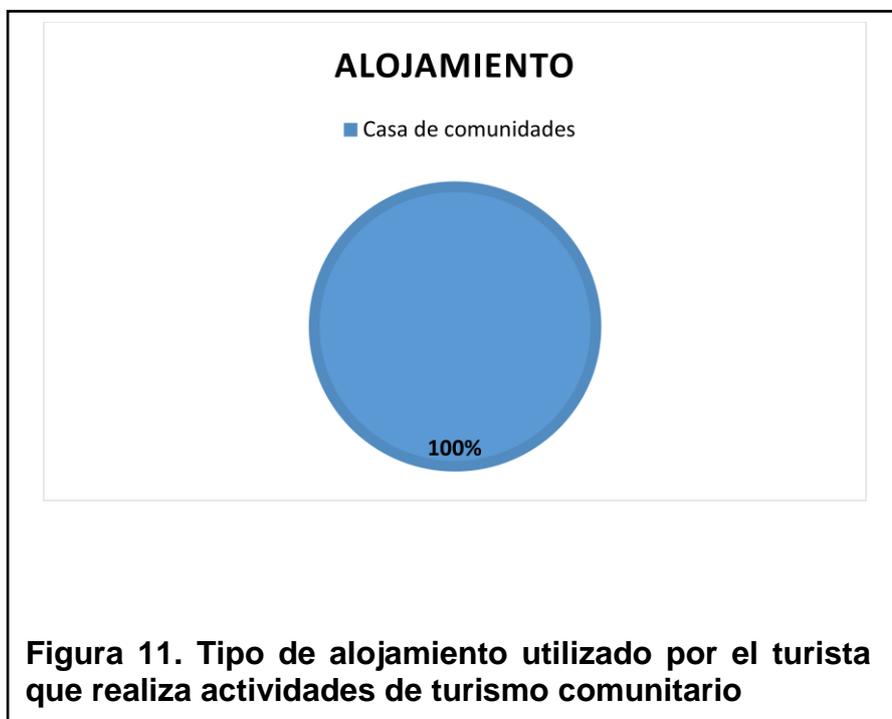


5) ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?

Tabla 13. Porcentajes de los turistas que utilizan alojamiento.

Alojamiento	Cantidad	%
Casa de comunidades	20	100
Total:	20	100

La figura 11 muestra que los turistas que efectúan turismo comunitario prefieren hospedarse principalmente en casas de nativos, para de esta manera tener contacto directo con la comunidad.



6) ¿Qué actividades realiza durante su visita?

Tabla 14. . Porcentajes y cantidades de las actividades que realizan los turistas en los CTC.

Actividades	Cantidad	%
Tradiciones Comunitarias - Ocio y Recreación	20	100
Total:	20	100

También es importante mencionar que el turista rural comunitario que visita los CTC de Cotopaxi se interesa por conocer los rasgos identitarios que conforman la cultura viva de la comunidad pero sin dejar de lado la recreación y el ocio, tal como se lo puede observar en la figura 12.

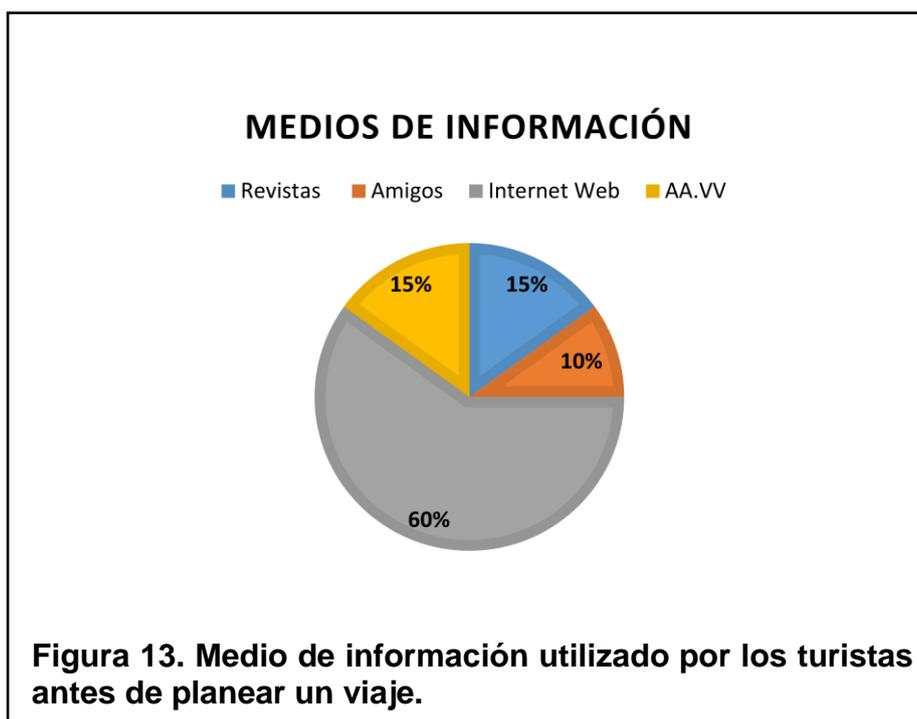


7) ¿Qué medio de información utiliza al momento de planear un viaje?

Tabla 15. Cantidades y porcentajes de los turistas que utilizan algún medio de información antes planear un viaje.

Medios	Cantidad	%
Revistas	3	15
Amigos	2	10
Internet Web	12	60
AA.VV	3	15
Total:	20	100

La figura 13 muestra que el medio más utilizado por los turistas al momento de planear un viaje es el internet con un 60%, otro medio utilizado por los viajeros son las agencias de viajes y revistas especializadas en turismo y en menor porcentaje la información del boca a boca (amigos).

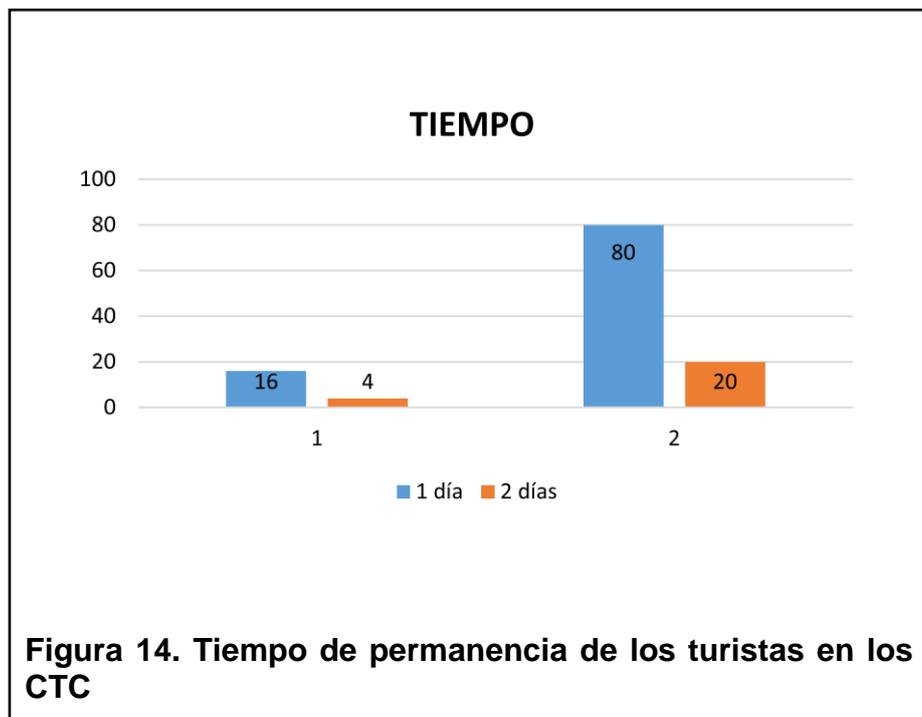


8) ¿Cuánto tiempo ha previsto quedarse en este CTC

Tabla 16. Cantidades y porcentajes de los turistas que prefieren pernoctar uno o dos días en un CTC.

Tiempo	Cantidad	%
un día	16	80
dos días	4	20
Total:	20	100

El 80% de los turistas que se encuentran en los CTC pernoctan por lo menos un día dentro, mientras que el 20% lo hace por dos días, así como se puede observar en la figura 14.

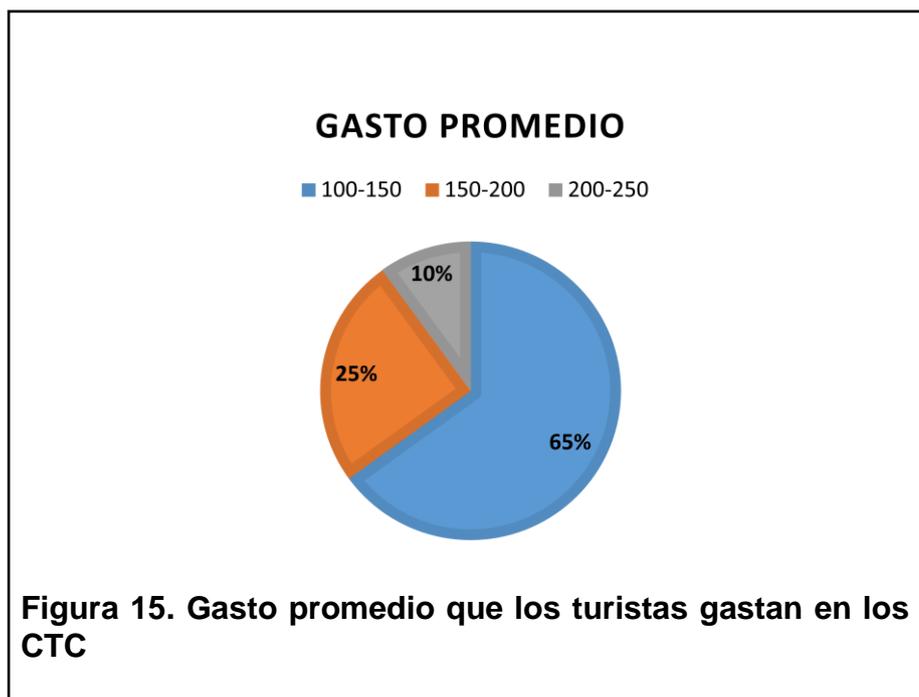


9) ¿Cuánto gasta en promedio?

Tabla 17. Cantidades y porcentajes del gasto promedio de un turista.

Gasto	Cantidad	%
100-150	13	65
150-200	5	25
200-250	2	10
Total:	20	100

También es importante mencionar que el gasto promedio que el turista gasta específicamente para turismo comunitario es de 100 a 150 dólares con un porcentaje del 65%, mientras que un 25% gasta 150 a 200 dólares y un 10% gasta 200 a 250 dólares.

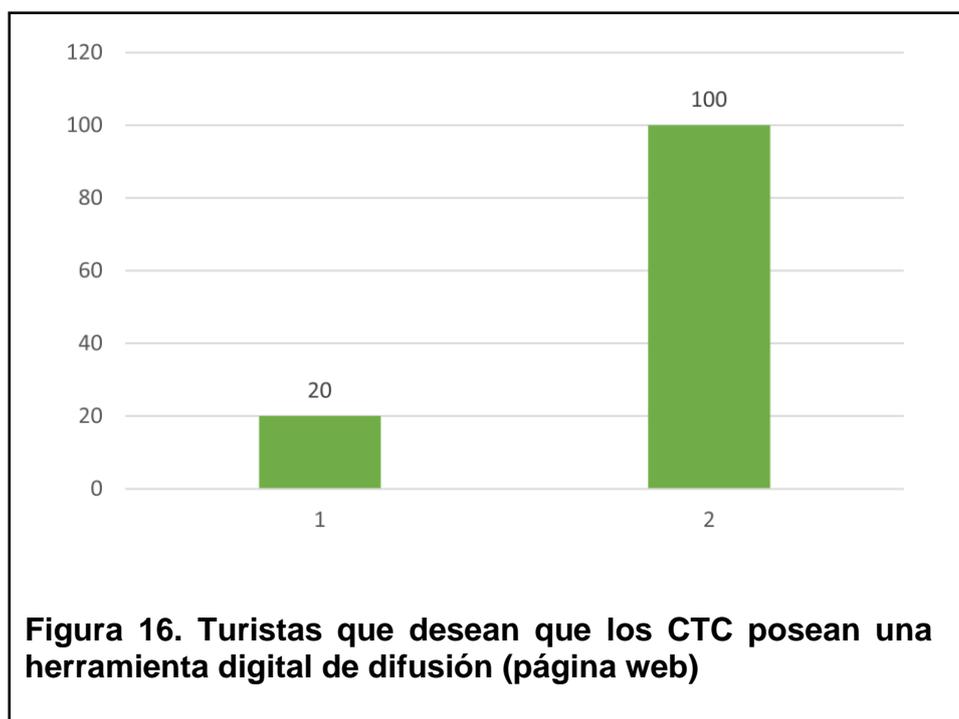


10) Le gustaría que este centro comunitario tenga su propia página web con información oportuna y actualizada de todas las actividades y servicios que ofrece?

Tabla 18. Cantidades y porcentajes de los turistas que prefieren que un CTC cuente con una página web propia.

Página Web	Cantidad	%
SI	20	100
Total:	20	100

Finalmente en la figura 16 se puede observar que la mayoría de los turistas que visitan los emprendimientos comunitarios en Cotopaxi desean que los CTC posean un medio de difusión digital para informarse de las actividades y servicios que ofrecen dichos centros mediante el diseño de una página web.



Relevancia del turismo en el territorio

Según menciona Parra (2016), “La provincia de Cotopaxi no ha desarrollado una propuesta turística muy grande, y no cuenta con muchos centros de turismo comunitario (CTC), no tiene muchos destinos de turismo comunitario (TC)” (G. Parra, comunicación personal. 2016, marzo 18).

Mientras que William Villanueva (2016), Gerente General de Maquita Turismo tiene una visión distinta, puesto que considera “que el turismo en Cotopaxi es uno de los que más desarrollados se encuentra, especialmente en la zona del Quilotoa puesto que ahí se han desarrollado más proyectos y donde se ve una organización bastante madura tanto en el centro de turismo “Lago Verde” y “Shalalá” (W. Villanueva, comunicación personal. 2016, abril 1).

Al igual Latacunga (2016), menciona: “que a partir del 2006 hay un poco más de trabajo por parte del Gobierno en la difusión de estos atractivos turísticos. Por ejemplo Quilotoa en el mismo año recibía alrededor de 15.000 turistas anuales y al año siguiente recibió 20.000 turistas y poco a poco la cantidad de visitantes fue aumentado hasta que en la actualidad Quilotoa recibe más de 120.000 turistas anuales”. Sin embargo, actualmente el turismo en la provincia se encuentra afectado por la reactivación del volcán Cotopaxi, “por ende no hay generación de empleos, no hay utilización de hospedaje, alimentación y transporte” (Latacunga, comunicación personal. 2016, marzo 23).

A continuación se exponen los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas.

Entrevista N° 1: Galindo Parra

Presidente de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).

Tabla 19. Entrevista realizada al presidente de la FEPTCE.

PREGUNTA	RESPUESTA DEL EXPERTO
1. ¿Cuál es el estado actual del turismo en la provincia de Cotopaxi?	Cotopaxi lamentablemente no ha desarrollado una propuesta turística muy grande, es decir hasta donde conozco no tiene muchos CTC, tiene unos pocos sí, pero unos destinos que por ejemplo son bastantes fuertes como por ejemplo en Latacunga está Quilotoa.
2. ¿Cómo definen ustedes al “turismo comunitario”?	El turismo comunitario es la convivencia del turista con la comunidad, que el turista viva y sienta una experiencia de vida diferente.
3. ¿Cuáles considera usted, son los principales destinos de turismo comunitario, que captan el mayor interés de turistas en visitarlas?	Yo creo que hay muchos destinos a nivel de Ecuador hay muchos, y en cada lugar es diferente, pero uno sin duda una de las que capta en realidad la mayor parte de cultura son: recursos naturales y cultura.
4. La oferta actual de turismo comunitario en la provincia, ¿cumple con estándares de calidad, que satisfagan las necesidades de los turistas?	No existe una ficha actual de las comunidades para saber cómo están en base a los estándares y los servicios que están ofreciendo ya que en este año se pretende visitar a todas las comunidades y actualizar dicha ficha. Pero al menos Quilotoa y Shalalá están con unos estándares más o menos bien digamos. Tigua, Saquisilí, Chugchilán si tienen unos estándares buenos pero no todos lógicamente, pero eso a nivel como provincia de Cotopaxi al menos de los que yo conozco.
5. ¿Cuáles son los medios por los cuales, los turistas conocen o se enteran de las localidades de turismo comunitario? (Televisión, radio, folletos, internet, etc).	Poco a poco se van dando a conocer y poco a poco van ganando un espacio en el Sector Turístico. Lógicamente utilizan también el tema de comunicación algunos tienen páginas web, correos electrónicos, ahora que hay facebook esto que otro, la cuestión de los trípticos todas esas cuestiones entonces si es de mucha importancia.
6. ¿Cuál considera usted, es el mejor medio por el cual se puede llegar con información a turistas o potenciales visitantes?	Justamente lo que te digo por recomendación, yo creo que esa es la mejor forma, así por recomendación pero como logras esta recomendación vendiendo una experiencia de calidad, así donde la gente te recomiende a más gente esa es la mejor manera.

<p>7. ¿En qué aspectos se debe mejorar los centros de turismo comunitario en Cotopaxi, para atender de mejor manera a los turistas?</p>	<p>Las comunidades una cosa que les falta es ser emprendedores más allá de lo que son y sobre todo aprender a manejar cada uno de sus CTC, como empresas de turismo comunitario, eso es una de las cosas que falta y una de las cosas que la gente tiene que tener claro es que el turismo comunitario es un turismo de calidad y que tiene que tener los mismos estándares quizás que los privados, que los hoteles, que los resorts, que los ecolodges tienen que tener lo mismo, la calidad es la base fundamental del funcionamiento del T.C. que de seguro te va a traer más gente.</p>
<p>8. ¿Qué aspectos de la vida de las comunidades, se deben destacar o mostrar a los turistas, que permitan la valorización del patrimonio natural y cultural?</p>	<p>Hay algunos dentro del territorio como flora, fauna creo que son los principales dentro de la naturaleza. Ahora mismo sabemos que hay algunos segmentos de turismo de aventura que están sintiendo interés, hay turismo de aviturismo por ejemplo observación de fauna, flora que están siendo atraídos y el otro componente principal es el tema de la cultura, entonces la cultura en las comunidades uno de los potenciales más grandes como se puede vender la cultura quizás es la gastronomía, la gastronomía es unos de los potenciales muy fuertes.</p>
<p>9. ¿De qué forma el turismo comunitario, ayuda a la diversificación de sistemas productivos locales, generación de empleo y mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector?</p>	<p>El turismo en general es una de las pocas formas en donde la economía se dinamiza totalmente porque cuando un turista llega no es que solo gasta en una cosa, sino dinamiza la economía, necesita agua va a la tienda, necesita transporte paga un taxi, necesita un bus paga un bus, necesita comida va acá, en una comunidad es lo mismo, pero en una comunidad sobre todo beneficia porque mediante esta actividad genera trabajo, genera economía para la comunidad y genera también oportunidades para la gente involucrarse a esta actividad.</p>
<p>10. ¿Qué acciones puntuales conoce, en las que el turismo comunitario permite a la comunidad lograr un desarrollo sostenible?</p>	<p>Yo creo para generar sostenibilidad en una comunidad depende de algunos factores, una como te decía la organización, dependen mucho de eso, la organización y el involucramiento y empoderamiento de la gente, dos tener un manejo realmente comunitario, como decía con un sistema empresarial cuando tu captas estos fondos a un lugar, sabes en que tienes que invertir y en que no tienes que invertir puedes generar sostenibilidad.</p>
<p>11. ¿De qué forma se relaciona: brindarle información adecuada a los turistas, con el crecimiento y desarrollo del turismo en los</p>	<p>Yo creo que esto primero es de mucha importancia, primero brindarle información adecuada es de mucha importancia y sobre todo en base al desarrollo del turismo que se da en las comunidades esto hace de que los turistas sientan más interés y sobre todo</p>

centros de turismo comunitario?	sepan cómo está avanzando tu proceso.
12. ¿Cuáles son los elementos que debe conocer un turista, antes de visitar una localidad de turismo comunitario?	Los turistas cuando viajan ellos viajan con esa chispa de aventura, de aventurarse y no saben a dónde van, pero si es muy importante saber por ejemplo: a que región vas a llegar la cultura de la gente, al menos una base mínima de idioma para poder comunicarte, una base mínima también de geografía para saber ubicarte también a dónde vas a llegar, y una cosa importante es dar en las comunidades una charla de ubicación por un lado y por otro lado de introducción sobre los que son los procesos ósea como se formo, que trabajo hubo tras de este proceso para llegar al nivel donde estamos.
13. Los centros de turismo comunitario, deben contar con un sistema de información turístico, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada. ¿Cómo debería funcionar este sistema de información?	Si totalmente de acuerdo, que todas las comunidades tienen que manejar este sistema de información, entonces para este sistema de información hay en dos momentos muy importantes, la una es el antes y la otra es el después. La información antes es de mucha importancia, que los turistas tienen que informarse y para esto es muy recomendable manejar los sistemas de páginas web y toda esta cosa que es de mucha importancia.

Tomado de: Entrevista 001, Galindo Parra, 2016

Entrevista N° 2: William Villanueva

Gerente General de Maquita Turismo

Tabla 20. Entrevista realizada al Gerente General de Maquita Turismo.

PREGUNTA	RESPUESTA DEL EXPERTO
1. ¿Cuál es el estado actual del turismo en la provincia de Cotopaxi?	Yo creo que Cotopaxi es una de las provincias que se encuentra más desarrollado turísticamente, especialmente en la zona de laguna del Quilotoa, es donde quizá se ha dado más proyectos y donde que se ve una organización bastante madura, tanto en Lago Verde como en Shalalá.
2. ¿Cómo definen ustedes al “turismo comunitario”?	Yo le definiría como un turismo empresarial donde la comunidad en este caso es la principal beneficiaria. La diferencia entre el turismo comunitario con el turismo privado es a donde van esos recursos que se genera y como es distribuida en este caso ese tipo de recursos.

<p>3. ¿Cuáles considera usted, son los principales destinos de turismo comunitario, que captan el mayor interés de turistas en visitarlas?</p>	<p>Tenemos muchos proyectos, unos tienen más posicionamiento otros que están en este caso teniendo o tratando de posicionarse en el mercado. Los proyectos de turismo en este caso más posicionados desde mi punto de vista están más en la región Amazónica, todos aquellos que han tenido esa concepción de hacer ese tipo de turismo empresarial con altos estándares de calidad como lo es YACHANA, esos proyectos que generalmente son proyectos que cumplen ciertos requerimientos que hoy en día el turista busca.</p>
<p>4. La oferta actual de turismo comunitario en la provincia, ¿cumple con estándares de calidad, que satisfagan las necesidades de los turistas?</p>	<p>Yo diría que en Cotopaxi son los emprendimientos comunitarios que mayor posicionamiento tienen, lo otros si bien se está comercializando pero es como algo complementario, la zona de Guayama, Chugchilán, Isinlivi, que tienen algunas operaciones pero son de baja categoría por lo tanto no pueden ser comercializados como facilidad.</p>
<p>5. ¿Cuáles son los medios por los cuales, los turistas conocen o se enteran de las localidades de turismo comunitario? (Televisión, radio, folletos, internet, etc).</p>	<p>Los principales medios por ejemplo que se promocionan va a ser el internet, es un medio muy bueno para promocionarse y de una vez para comercializar, tú ves spots publicitarios especialmente en televisión, tú ves en este caso todo lo que es un material publicitario impreso, con un buen mensaje, con una buena calidad de material fotográfico, que se relaciona muy bien con lo que busca ahora el turista, esos son los principales medios, nosotros especialmente manejamos</p>
<p>6. ¿Cuál considera usted, es el mejor medio por el cual se puede llegar con información a turistas o potenciales visitantes?</p>	<p>el principal medio o el mejor medio es el medio ahorita del internet, también las redes sociales que te permiten un posicionamiento primeramente en la red y te permiten captar, captar ese tipo de clientes, yo considero que eso y es fundamental.</p>
<p>7. ¿En qué aspectos se debe mejorar los centros de turismo comunitario en Cotopaxi, para atender de mejor manera a los turistas?</p>	<p>El principal aspecto va a ser primeramente el tema de la organización como tal, lo segundo es tener un buen conocimiento acerca de la actividad, tener muy buena capacitación en temas de, administrativos, en temas operativos y sobre todo el tema de la calidad que es muy importante.</p>
<p>8. ¿Qué aspectos de la vida de las comunidades, se deben destacar o mostrar a los turistas, que permitan la valorización del patrimonio natural y cultural?</p>	<p>El turista que va a esos destinos, primeramente quiere tener un contacto directo con la naturaleza, por otro lado quiere conocer todos los aspectos en relación a la comunidad local, entonces la cultura, la gastronomía, el tema de las costumbres, las tradiciones, la artesanía, todo lo que tiene</p>

	que ver en este caso con cosas intrínsecas de la gente es lo que busca el turista que va a esas clases de destinos.
9. ¿De qué forma el turismo comunitario, ayuda a la diversificación de sistemas productivos locales, generación de empleo y mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector?	Mucha gente cree que cuando inicia un proyecto de turismo comunitario en la comunidad esta actividad va a reemplazar a las actividades tradicionalmente que tienen, entonces eso es mentira, por más grande que sea el proyecto no vas a poder dar empleo a 100 o 200 personas de la comunidad, por lo tanto la actividad turística en la comunidad debe ser concebido como una actividad complementaria.
10. ¿Qué acciones puntuales conoce, en las que el turismo comunitario permite a la comunidad lograr un desarrollo sostenible?	Cuando tú hablas de sostenibilidad, tú tienes una relación de tres cosas fundamentales, la parte económica, la parte social y la parte ambiental, si tú combinas bien esas tres cosas y dentro de tú proyecto comunitario lo logras afianzar muy bien con la gente tú realmente puedes hacer que tu turismo sea sostenible.
11. ¿De qué forma se relaciona: brindar información adecuada a los turistas, con el crecimiento y desarrollo del turismo en los centros de turismo comunitario?	En la parte turística vas a tener que dar mucha información, antes de que el turista venga, durante su viaje y después del viaje, eso es muy importante y dar en este caso la información correcta, porque cuando tú vendes turismo estas vendiendo un intangible, entonces depende mucho de eso que realmente el turista tome la decisión de venir a tu comunidad o a tu destino.
12. ¿Cuáles son los elementos que debe conocer un turista, antes de visitar una localidad de turismo comunitario?	Tú tienes que darle a conocer primeramente que servicios te ofertas, si ofertas el tema de alojamiento, de alimentación, guianza, como esto, y hoy en día el turista especialmente cuando habla de turismo comunitario habla mucho del beneficio que con su aporte de dinero va a desarrollar a la gente, entonces si tu informas que con su visita a mi comunidad, con su visita a mi emprendimiento, tú vas a generar recursos para la gente, esto va a desarrollar más fuentes de empleo por lo tanto un desarrollo local más amplio
13. Los centros de turismo comunitario, deben contar con un sistema de información turístico, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada. ¿Cómo debería funcionar este sistema de información?	De hecho uno de los principales problemas que tienen los centros de turismo comunitario es que no manejan muy bien el tema de todo lo que llamemos TICs (las Tecnologías de Información y Comunicación) entonces esto es clave contar con un sistema ósea un sistema informativo pero también un sistema que les permita también tener una mayor funcionalidad empresarial.

Tomado de: Entrevista 002, William Villanueva, 2016

Entrevista N° 3: Luis Choloquinga

Analista Senior de Gestión y Promoción Turística Zonal 3 de la oficina de Cotopaxi.

Tabla 21. Entrevista realizada al Analista Senior de Gestión y Promoción Turística Zonal 3 de la oficina de Cotopaxi.

PREGUNTA	RESPUESTA DEL EXPERTO
1. ¿Cuál es el estado actual del turismo en la provincia de Cotopaxi?	El parque nacional Cotopaxi, cuando todavía no surgía este evento del volcán es el segundo parque nacional más visitado del Ecuador, entonces por lo tanto existía también una dinámica bastante fuerte en la provincia y se podía desplazar a otros destinos que se tienen dentro de la provincia, y a partir de estos se ha detenido considerablemente y a pesar de eso poco a poco se está volviendo a recuperar y la confianza de los visitantes y también del sector turístico, como hoteleros y todo el servicio que involucra aquí en la provincia.
2. ¿Cómo definen ustedes al “turismo comunitario”?	El turismo comunitario principalmente deben estar vinculado las comunidades que principalmente son pueblo indígena quienes pueden ejercer dentro de su marco jurídico territorial, no pueden desarrollar un turismo comunitario fuera de un territorio que no sea de ellos, por lo tanto es indispensable que tengan un territorio para poder ofrecer este tipo de actividades que se vinculen al tema comunitario, el beneficio sean relacionados a reinversión comunitaria.
3. ¿Cuáles considera usted, son los principales destinos de turismo comunitario, que captan el mayor interés de turistas en visitarlas?	Bueno aquí en la provincia principalmente como turismo comunitario son trabajados en la zona del Quilotoa, como es Lago Verde Quilotoa y Shalalá son los centros de turismo comunitario reconocidos por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi.
4. La oferta actual de turismo comunitario en la provincia, ¿cumple con estándares de calidad, que satisfagan las necesidades de los turistas?	Bueno en estándares, como Ministerio de Turismo tiene un instructivo para el turismo comunitario, establece de que deben cumplir, estándares mínimos de calidad por lo cual, de cierta manera las comunidades, principalmente los dos CTC que están reconocidos aquí en la provincia es Quilotoa y Shalalá.
5. ¿Cuáles son los medios por los cuales, los turistas conocen o se enteran de las localidades de	Bueno las comunidades en sí como Ministerio de Turismo se han realizado de alguna manera se han propuesto realizar la promoción por medios digitales, como:

<p>turismo comunitario? (Televisión, radio, folletos, internet, etc).</p>	<p>revistas, como guías de viajes, y para ello hay una página donde el Ministerio promociona que es Viaja primero a Ecuador.</p>
<p>6. ¿Cuál considera usted, es el mejor medio por el cual se puede llegar con información a turistas o potenciales visitantes?</p>	<p>A nivel mundial se maneja lo que es Booking, que son una herramienta que le permite reservar hoteles en cualquier país del mundo y se pueden canalizar a través de esos medios o también manejar el otro mecanismo que es el TripAdvisor, que también se pueden promocionar y publicitar destinos porque son manejados directamente a través de usuarios que se van registrando.</p>
<p>7. ¿En qué aspectos se debe mejorar los centros de turismo comunitario en Cotopaxi, para atender de mejor manera a los turistas?</p>	<p>Principalmente en diversificar la oferta turística en cuanto a formar paquetes turísticos programados por varios días, por ejemplo en la zona del Quilotoa únicamente son de paso llegan un día y regresan, entonces eso es por falta de organizar y programar un paquete que implique quedarse dos o tres días en un destino</p>
<p>8. ¿Qué aspectos de la vida de las comunidades, se deben destacar o mostrar a los turistas, que permitan la valorización del patrimonio natural y cultural?</p>	<p>Bueno principalmente toca trabajar es con la parte cultural, bueno no es que no conozcan o no tengan o desconozcan la raíz o la cultura de ellos sino que implica es realizar lo que es la programación o la organización de los dentro de cada comunidad lo que es necesario es capacitar y formar gestores culturales para que, en cada comunidad vayan formando y fortaleciendo y rescatando las culturas que en sus comunidades a veces como fiestas tradicionales o como eventos programados que ellos tiene lo realizan.</p>
<p>9. ¿De qué forma el turismo comunitario, ayuda a la diversificación de sistemas productivos locales, generación de empleo y mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector?</p>	<p>Bueno en este punto creo que lo importante es que las comunidades deben tener estructurado su parte organizativa en trabajar como una cadena dentro de una comunidad para que los beneficios económicos sean se circulen dentro del territorio.</p>
<p>10. ¿Qué acciones puntuales conoce, en las que el turismo comunitario permite a la comunidad lograr un desarrollo sostenible?</p>	<p>Principalmente es la gestión comunitaria que por ejemplo la organización, también lo que es la asignación de responsabilidades y otro de los objetivos que pueden sostener o justificar en una comunidad es a través de sus reglamentos y estatutos.</p>

11. ¿De qué forma se relaciona: brindar información adecuada a los turistas, con el crecimiento y desarrollo del turismo en los centros de turismo comunitario?	La parte de información y promoción es crucial para que una comunidad o un destino se vaya desarrollando, sin embargo como le digo hay una estructura que debe ser fortalecida, ósea no puede salir a promocionar de algo que no está bien definido o bien estructurado.
12. ¿Cuáles son los elementos que debe conocer un turista, antes de visitar una localidad de turismo comunitario?	Tipo de servicios, tipo de alimentación, seguridad, idiomas, información, transportes, comunicación ósea internet, telefonía, todo eso lo que deberían conocer antes de viajar a un destino, planificar de alguna manera.
13. Los centros de turismo comunitario, deben contar con un sistema de información turístico, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada. ¿Cómo debería funcionar este sistema de información?	Ahora la tecnología hay que también estar aplicando en las comunidades que a veces ellos por falta de recursos o falta de conocimiento no pueden ingresar y para ello obviamente debe haber una transferencia de conocimientos que son necesarios.

Tomado de: Entrevista 003, Luis Choloquina, 2016

Entrevista N° 4: Manuel Latacunga

Gerente General del Centro de Turismo Comunitario "Lago Verde Quilotoa"

Tabla 22. Entrevista realizada al Gerente General del CTC Lago Verde Quilotoa.

PREGUNTA	RESPUESTA DEL EXPERTO
1. ¿Cuál es el estado actual del turismo en la provincia de Cotopaxi?	Cotopaxi es conocido principalmente por el volcán y la laguna del Quilotoa, pero desde el 2006 hay un poco más de trabajo por parte del gobierno en la difusión de estos atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi. Quilotoa que antes se registraba en 2007 unos 15.000 a 20.000 turistas al año, y actualmente en este año 2015 encontramos que ya ingresan como 120.000 turistas y cada año van sumando más. Sin embargo, actualmente el turismo en la provincia se encuentra afectado por la reactivación del volcán Cotopaxi, por ende no hay generación de empleos, no hay utilización de hospedaje, alimentación y

	transporte.
2. ¿Cómo definen ustedes al “turismo comunitario”?	Es cuando hay participación de bastantes grupos o familias en una actividad, en esta parte sería la actividad del turismo, es una actividad, un trabajo, un comercio, la comunidad Quilotoa está involucrado casi todos en varias actividades
3. ¿Cuáles considera usted, son los principales destinos de turismo comunitario, que captan el mayor interés de turistas en visitarlas?	A nivel nacional y a nivel de provincia es Cotopaxi ya por su naturaleza es atractivo, llamativo, se vende por sí solo, y después de Cotopaxi está Quilotoa que es una laguna, un atractivo natural, una maravilloso laguna que tenemos entonces se vende por sí solo, es un destino bien atractivo.
4. La oferta actual de turismo comunitario en la provincia, ¿cumple con estándares de calidad, que satisfagan las necesidades de los turistas?	No cumple con los estándares de calidad porque si así hubiese estado, dígame usted, Quilotoa, debería estar por lo menos ahorita como un destino potencial, no solo en Cotopaxi sino a nivel nacional, pero desafortunadamente no lo es así, ósea no cumple realmente y creo que no es solo mi opinión personal.
5. ¿Cuáles son los medios por los cuales, los turistas conocen o se enteran de las localidades de turismo comunitario? (Televisión, radio, folletos, internet, etc).	Yo creo que todos los medios son importantes, pero creo el que más se destaca y que no hay que descartar es la propaganda de boca en boca que se da.
6. ¿Cuál considera usted, es el mejor medio por el cual se puede llegar con información a turistas o potenciales visitantes?	Si hablamos de turismo comunitario pero el segmento es de gente adulta, usted sabe el medio no sería en este caso las redes sociales, porque en las redes sociales estamos más los jóvenes, yo vuelvo y repito va a depender del segmento que usted quiera captar, si usted quiere captar el segmento adulto mayor habrá que analizar el medio radial o televisivo, si quiere captar el segmento de jóvenes son las redes sociales, y todo va a depender del segmento o el perfil del visitante que usted quiere captar.
7. ¿En qué aspectos se debe mejorar los centros de turismo comunitario en Cotopaxi, para atender de mejor manera a los turistas?	En todo aspecto, mire parte desde la misma forma de recibir, desde la atención al cliente o desde la hospitalidad como la llamamos, igual también la cuestión de la infraestructura, hablando de este caso en lo que es la vialidad, los senderos, de la Planta Turística del hotel, de los espacios, yo creo que en todo sentido.
8. ¿Qué aspectos de la vida de las comunidades, se deben destacar o mostrar a los turistas, que permitan la valorización del	Yo creo que se debe valorar todas las costumbres, tradiciones, creencias y los conocimientos ancestrales. También es importante rescatar la defensa del territorio que ellos hacen.

patrimonio natural y cultural?	
9. ¿De qué forma el turismo comunitario, ayuda a la diversificación de sistemas productivos locales, generación de empleo y mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector?	En el turismo comunitario, necesitamos dar servicios, y por ende voy a necesitar un guía y ahí estoy generando una fuente de empleo, y por ejemplo un turista viene a pasar una semana, tengo que dar el servicio de alimentación, así generamos otra fuente de trabajo, así todo las fuentes de trabajo, la dinamización de la economía va a depender mucho de las actividades y servicios que preste la comunidad.
10. ¿Qué acciones puntuales conoce, en las que el turismo comunitario permite a la comunidad lograr un desarrollo sostenible?	Depende mucho de la actividad por decir un ejemplo, usted se va a Yunguilla, y dice de Yunguilla me han hablado mucho pero que hacen aquí, y a uno le despierta el interés sobre las actividades que hacen allí.
11. ¿De qué forma se relaciona: brindarle información adecuada a los turistas, con el crecimiento y desarrollo del turismo en los centros de turismo comunitario?	Tiene que ver muchísimo, para que haya afluencia de visitantes primero tiene que haber un buen servicio, un buen recibimiento para que esa propaganda sea buena y puedan seguir viniendo turistas.
12. ¿Cuáles son los elementos que debe conocer un turista, antes de visitar una localidad de turismo comunitario?	Los valores y creencias se deberían respetar y también tener mucho cuidado con el vocabulario porque a veces para los ciudadanos decir tal o cual cosa es un chiste pero para las comunidades son mal vistas. Eso también se debería tener cuidado y conocer el espacio y el vocabulario antes de visitar.
13. Los centros de turismo comunitario, deben contar con un sistema de información turístico, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada. ¿Cómo debería funcionar este sistema de información?	En la actualidad debería haber eso, nosotros tenemos un centro de información en Quilotoa, es lo básico lo más sencillito, con una información verbal, tal vez ocupamos un mapita pero no tenemos algo digital, página web, pero estamos en ese proceso y algún día tendremos. Con respecto a la comunidad de Zumbahua es bajo y el principal motivo por las cuales la juventud no tiene un nivel educativo superior es porque los recursos económicos familiares no son suficientes para continuar con los estudios.

Tomado de: Entrevista 004, Manuel Latacunga, 2016

Situación del Turismo en Cotopaxi

Según el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad menciona que, “no existen estudios sobre el impacto del sector turístico en la economía de la provincia de Cotopaxi”, y peor aún de lo que esto significa para los varios cantones que conforman la provincia. Asimismo no se poseen estadísticas de la cantidad de turistas que ingresan a la provincia y de los recursos generados (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 11).

Dada la variedad de oferta que muestra, principalmente a lo que es turismo de naturaleza y de cultura, se puede testificar que el turismo es una parte importante dentro de la economía provincial (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 12).

Desde la visión de las agencias de viajes, la provincia solamente presenta más que tres atractivos turísticos:

- 1) El Parque Nacional Cotopaxi
- 2) Plazas y mercados de Saquisilí y Pujilí
- 3) Laguna de Quilotoa

Estos lugares reciben a la mayor parte de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 12).

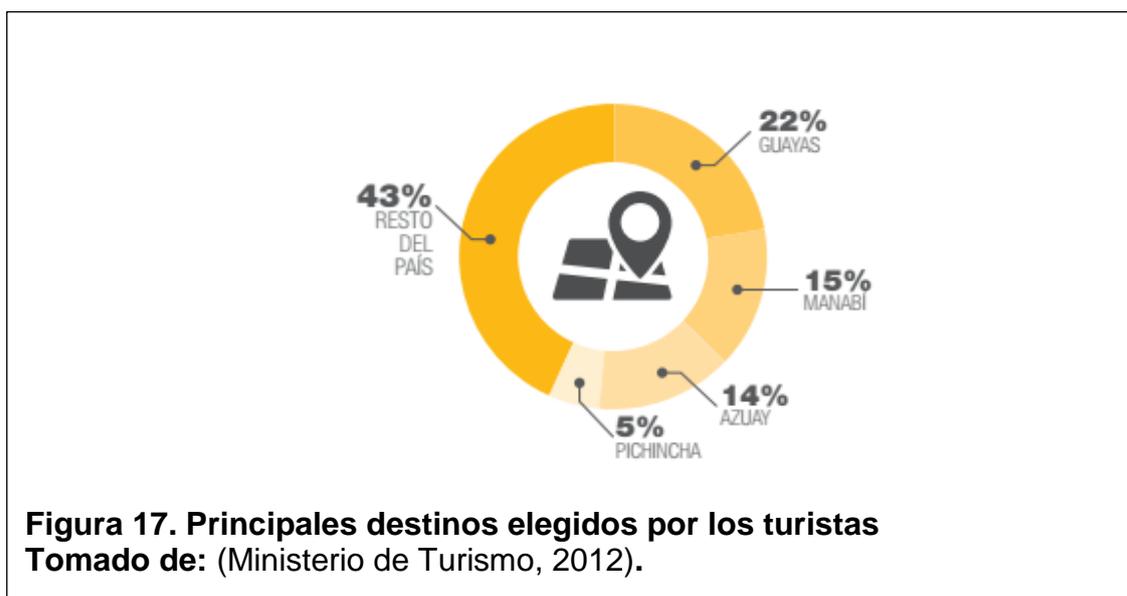
De todas formas Cotopaxi ofrece importantes posibilidades de turismo comunitario, donde las comunidades indígenas brindan un servicio, (como lo es el centro de turismo comunitario lago verde Quilotoa) junto con la participación de una operadora o agencia de viajes. Sin embargo, el realizar este tipo de turismo conlleva a una serie de dificultades en el tema de prestación de servicios como: falta de capacitación de guías, bajos estándares de calidad, costos bajos, entre otros (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 12).

Mientras que en el actual marco legal presentado por el Estado, dan espacio a la configuración de un escenario, en la que el turismo se puede convertir en

una base fundamental para el desarrollo económico de las distintas localidades y gobiernos seccionales.

Agencias de viajes señalan a la provincia como un lugar de paso y no como un destino turístico, en el que los turistas puedan quedarse más de dos días, por ende, lo que se hacen es concurrir a los destinos anteriormente mencionados y retornar al sitio de origen o continuar para las provincias del centro del país. Por ello, Cotopaxi al ser una localidad de paso, la gran mayoría de los recursos generados no se quedan en la provincia. Solamente los turistas denominados como “mochileros” (turismo de aventura) frecuentan la provincia por más tiempo, pero es una cantidad limitada de turistas (Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, 2011, p. 12).

Los principales destinos que los turistas eligen al momento de viajar son Guayas 22%, Manabí 15% seguido de Azuay 14%, Pichincha 5% y demás provincias del Ecuador 43% (Ministerio de Turismo, 2012).



Identificación de la problemática

Todos los CTC deben contar con una herramienta que les permita darse a conocer en el mercado, brindar información adecuada es de mucha importancia, sobre todo dar a conocer los beneficios vinculados al desarrollo de la comunidad a propósito del turismo, “esto hace de que los turistas sientan

más interés y sobre todo sepan cómo está avanzando tu proceso” (G. Parra, comunicación personal. 2016, marzo 18).

De igual forma Villanueva (2016), Gerente General de Maquita Turismo manifiesta: los principales problemas que tienen los centros de turismo comunitario es que no manejan muy bien el tema de todo lo que llamemos TICs (Las Tecnologías de Información y Comunicación) entonces esto es clave contar con un sistema, ósea un sistema informativo (W. Villanueva, comunicación personal. 2016, abril 1).

Es por esto que la parte de información y promoción es crucial para que una comunidad o un destino se vaya desarrollando, sin embargo debe haber una estructura que debe ser fortalecida, la cual es el tema de organización puesto que un CTC no se lo puede salir a promocionar sino se encuentra bien definido o bien estructurado.

De igual manera expresa Latacunga (2016), “Claro en la actualidad debería haber eso, nosotros tenemos un centro de información en Quilotoa, es lo básico lo más sencillito, con una información verbal, tal vez ocupamos un mapita pero no tenemos algo digital, página web, pero estamos en ese proceso y algún día tendremos” (M. Latacunga, comunicación personal. 2016, marzo 23).

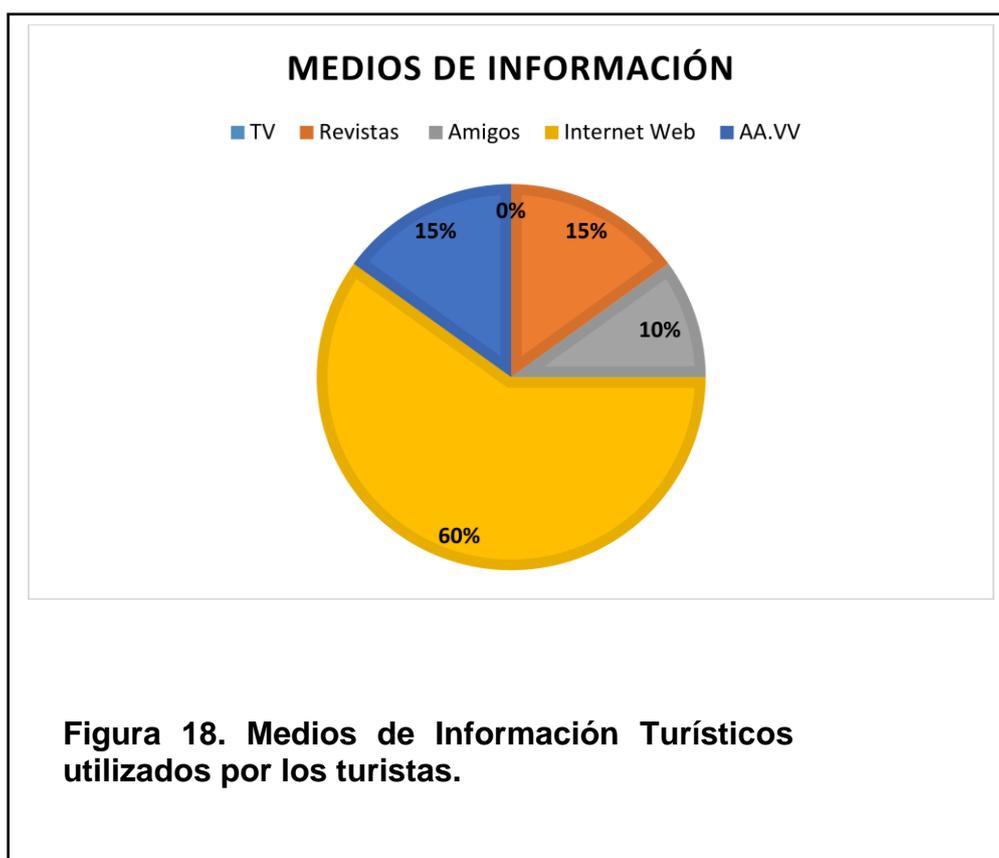
Con respecto a la comunidad de Zumbahua en donde se encuentran los 2 centros de turismo comunitario, cabe mencionar que el nivel de educación en la comunidad es relativamente bajo, tal como lo expresa Latacunga (2016), “el principal motivo por las cuales la juventud no tiene un nivel educativo superior (Universidad), es porque los recursos económicos familiares no son suficientes para continuar con los estudios” (M. Latacunga, comunicación personal. 2016, octubre 05).

Según el GADP de Zumbahua el porcentaje de analfabetismo en dicha parroquia de acuerdo con los datos del Censo del año 2010, alcanza un 40.6%. Por lo tanto, Zumbahua se sitúa entre las parroquias con los índices más altos

de analfabetismo superando incluso la media provincial que es de 12.57% (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Zumbahua, 2015).

Por dicha razón, las personas de los CTC “Lago Verde Quilotoa” y “Shalalá” no poseen un buen nivel de educación y por ende desconocen del uso de las TICs, y esto a su vez limita la implementación de herramientas digitales para promocionar a los centros de turismo comunitario existentes en la zona.

También se llevó a cabo un sondeo de opinión ejecutado principalmente a los turistas que realizan turismo comunitario en los CTC Lago Verde Quilotoa y Shalalá, y se determinó que los viajeros se informan de los atractivos turísticos a través de los siguientes medios: Tv, revistas, amigos, Agencias de Viajes (AA.VV) e Internet siendo este último el medio más utilizado por los turistas al momento de viajar.



En conclusión es importante que los centros de turismo comunitario cuenten con un sistema de información turística, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada para que de esta manera el turista conozca con mayor facilidad cuáles son nuestras fortalezas como destino, puesto que el principal medio de comunicación va a ser el internet, va a ser todo lo que esté en la web y si no poseemos una herramienta de difusión digital que nos promocióne se está dando muchas ventajas a la competencia.

CAPÍTULO V.- PROPUESTA

Formulación de la Problemática

Los principales problemas que tienen los centros de turismo comunitario en la actualidad son:

En el tema de la organización, los CTC de la provincia de Cotopaxi no tienen una buena organización al momento de realizar sus actividades, puesto que, se puede tener un buen emprendimiento pero si la organización de la comunidad o la persona quién dirige el emprendimiento no es buena, ningún proyecto va a funcionar.

Otro problema que atraviesan es la falta de conocimientos sobre la actividad turística, esto implica tener muy buena capacitación en temas administrativos, operativos y sobre todo el tema de la calidad que es muy importante.

Finalmente el problema principal que tienen los centros de turismo comunitario es por un lado el acceso a las nuevas TICs (las Tecnologías de Información y Comunicación) y por otra parte su adecuado aprovechamiento dentro del turismo. Contar con un sistema de información digital resulta clave, puesto que la difusión de servicios y actividades turísticas que ofrecen dichos centros, permite brindar información adecuada y oportuna a turistas interesados en visitar determinada comunidad.

Al ser actualmente el turismo comunitario uno de los pilares claves para el desarrollo sostenible, se vuelve una herramienta social que permite a las comunidades progresar en su desarrollo, creando lazos de convivencia, y a la vez generando ingresos principalmente en las zonas rurales.

Por lo tanto si no se cuenta con una herramienta de difusión digital es difícil posicionarse en el mercado y por ende el emprendimiento no se va a comercializar con éxito.

Solución a la Problemática

Hoy en día es común a nivel mundial, recurrir al internet como una fuente de consulta; esto se replica también al momento de planificar la realización de actividades turísticas, revisar páginas web que brinden información de los potenciales destinos a ser visitados.

También es importante señalar que en las entrevistas realizadas a expertos sobre turismo comunitario coinciden en señalar que en la actualidad los medios digitales ya sean páginas web, catálogos digitales, spots publicitarios, redes sociales, entre otros, son los principales medios que las empresas utilizan para llamar la atención del turista o del visitante, por esto es importante que si un CTC quiere captar un mercado internacional tiene que estar inmiscuido en la onda del internet.

Tomando en cuenta a todo lo mencionado anteriormente, surge la idea de diseñar una página web, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada de los servicios y actividades que se ofrecen en los centros de turismo comunitario que se encuentran registrados legalmente por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi.

Objetivos e indicadores (de la propuesta)

Tabla 23. Objetivos e indicadores

Objetivos	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseñar una herramienta digital de difusión de los emprendimientos y servicios de turismo comunitario en Cotopaxi, Ecuador. 	<p>Elaborar un medio digital de difusión, para difundir los servicios de turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi.</p> <p>Visita a los emprendimientos de turismo comunitario registrados propiamente como CTC y revisión de inventario de los atractivos y servicios turísticos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brindar una fuente de información para turistas, de forma rápida, oportuna y actualizada. 	<p>Página web elaborada con información pertinente para turistas tanto nacionales como extranjeros.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recopilar y analizar información de los emprendimientos y servicios de turismo comunitario en Cotopaxi. 	<p>Clasificación de la información de los 2 CTC registrados por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Recursos financieros. ❖ Diseño de la página. 	<p>Diseño de la página web y elaboración de la tabla de costos de la misma.</p>

Matriz de Marco Lógico

Tabla 24. Matriz de Marco Lógico

OBJETIVOS	INDICADORES	VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN: Diseño de una herramienta digital de difusión de los emprendimientos de turismo comunitario en Cotopaxi.	Diseño de un medio digital de difusión, para difundir en el mercado los servicios de turismo comunitario de Cotopaxi, al finalizar el proyecto.	Página web, con información de los servicios de turismo comunitario en Cotopaxi, elaborada.	Turistas actualizados con las TICs. Comunidades interesadas en difusión y promoción de sus servicios turísticos.
PROPÓSITO: Diseñar una herramienta digital de difusión de los servicios de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi, Ecuador.	Para el último trimestre del año 2016, los centros de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi tendrán una herramienta digital de difusión de los servicios turísticos que prestan.	Página Web elaborada. Número de visitas a la página web.	Interés por parte de los Centros de Turismo Comunitario. Los turistas 2.0, recurren a herramientas web, para buscar información y decidir sobre viajes y actividades.
RESULTADOS: 1. Levantamiento y análisis de la información base 2. Desarrollo y construcción de la página web.	Listado de todos los CTC de la provincia de Cotopaxi, en el primer trimestre. Listado de los atractivos turísticos y servicios complementarios de los 2 CTC de la provincia de Cotopaxi identificados, en el primer trimestre.	Página web, la información contenida en la página web es verificada, contextualizada y actualizada.	Los turistas 2.0, recurren a herramientas web, para buscar información y decidir sobre viajes y actividades.
ACTIVIDADES: 1.1. Recopilación de información. 1.2. Análisis de la Información. 1.3. Recopilación de fotografías 1.4. Construcción de la base de datos 2.1. Servicios digitales 2.2. Diseño de la página 2.3. Montaje y seguimiento de la información en la web.	Compilación de la información de los 2 centros de turismo comunitario registrados en el MINTUR, en el segundo trimestre. Elaboración de tabla de costo de inversión inicial, respecto al diseño de la página web, en el tercer trimestre. Costo Total del Proyecto: 3270.14	Fichas de atractivos turísticos comunitarios, de los 2 CTC. Tabla de inversión inicial.	Los CTC están interesados en invertir en una herramienta digital, para la difusión de servicios turísticos comunitarios en Cotopaxi.

Estructura de la página web

La página web que se propone va dirigida a personas que se encuentran en la búsqueda de nuevas experiencias para descubrir costumbres propias y ancestrales de una comunidad, además el interactuar y compartir vivencias con las personas nativas de dicha comunidad.

La estructura propuesta para la página web de los servicios de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi, será la siguiente:

- **Inicio**
 - **Nuestro Objetivo:** Se escribirá un pequeño detalle sobre los propósitos que tiene el proyecto.
 - **Ecuador**
 - **Regiones:** Se especifican las particularidades de las cuatro regiones que tiene nuestro país.
 - **Turismo Consciente:** Se dará el significado presentado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.
 - **Turismo Comunitario:** Se especifica el concepto elaborado por la FEPTCE.
 - **Destinos**

Se da una pequeña descripción de los 7 cantones que conforman la provincia de Cotopaxi, sus principales atractivos turísticos, fiestas, cultura, etc.

 - Latacunga
 - Salcedo
 - La Maná
 - Saquisilí
 - Pujilí
 - Sigchos
 - Pangua
 - **Centros Comunitarios**

Se dan a conocer los 2 emprendimientos comunitarios que se encuentran legalmente registrados como CTC por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi, se describe los

servicios y las actividades que brinda cada uno como: dirección, contactos, horarios, costos, etc.

- **Lista de los Centros de Turismo Comunitario de Cotopaxi**

Es una lista en la cual constan todos los CTC que existen en la provincia, ya que en su gran mayoría los emprendimientos turísticos solo fueron inscritos como iniciativas.

- **Accesorios de Viaje**

Se da a conocer una pequeña lista de todos los artículos que los visitantes deben traer y llevar consigo al momento de viajar a dicho destino.

- **Contactos**

Se detallan los nombres, números de contacto, de las personas que se encuentran encargadas de los 2 CTC y también de la persona quien administra la página web en caso que los usuarios necesiten ayuda adicional.

Página web de servicios de turismo comunitario

Portada e información de la página web

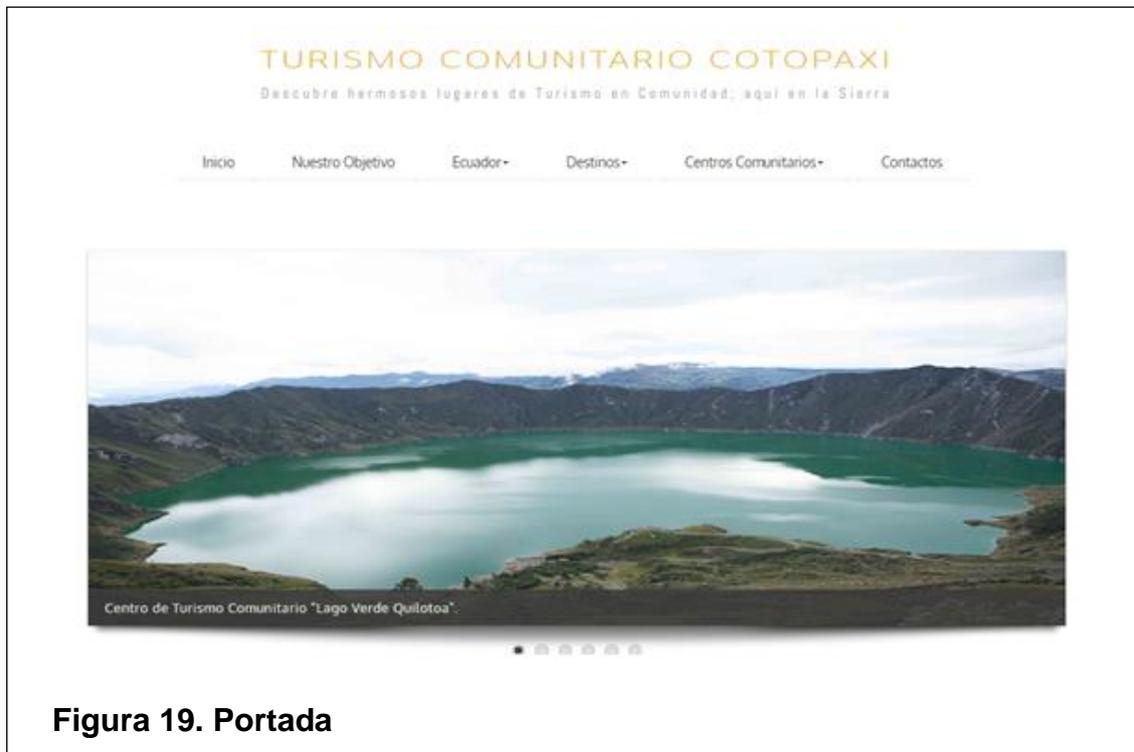


Figura 19. Portada



Figura 20. Información para el Turista Información sobre las regiones del Ecuador

TURISMO COMUNITARIO COTOPAXI
Descubre hermosos lugares de Turismo en Comunidad; aquí en la Sierra

Inicio Nuestro Objetivo Ecuador- Destinos- Centros Comunitarios- Contactos

Inicio / Ecuador

Regiones del Ecuador

Ecuador se encuentra ubicado en la parte noroccidental de Sudamérica. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. El océano Pacífico baña la costa occidental y lo separa de las Islas Galápagos, ubicadas mil kilómetros al oeste. La línea Ecuatorial atraviesa al territorio del país, específicamente a 22 kilómetros hacia el norte de la ciudad de Quito que es su capital. El Ecuador tiene 14.483.499 habitantes, de los cuales el 71.9% es Mestizo, el 7.4% Montubio, 7.2% Afro-ecuatoriano, 7% Indígena, 6.1% Blanco y 0.4 pertenece a otros.

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas tales como:

Amazonia Costa Sierra Galápagos

Esta ubicada en el Océano Pacífico, a 1000 Km. de las costas ecuatorianas continentales siguiendo la línea Ecuatorial y a 1600 Km. al suroeste del Canal de Panamá. Las principales islas son: Isabela, San Cristóbal, Fernandina, Floreana, Baltra, Santa Cruz, Santa Fe y Genovesa.

Galápagos goza de flora y fauna única, muchas de sus especies no se las puede encontrar en otra parte del planeta, por lo que logra ser de gran interés para la ciencia, turismo y fotografía. Dentro de las especies que componen la vida silvestre de las islas están los mamíferos, aves y reptiles.

Región Galápagos



Figura 21. Regiones del Ecuador

Información sobre los 7 cantones que conforman la provincia de Cotopaxi

TURISMO COMUNITARIO COTOPAXI
Descubre hermosos lugares de Turismo en Comunidad; aquí en la Sierra

Inicio Nuestro Objetivo Ecuador- Destinos- Centros Comunitarios- Contactos

Inicio / Ecuador

Regiones del Ecuador

Ecuador se encuentra ubicado en la parte noroccidental de Sudamérica. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. El océano Pacífico baña la costa occidental y lo separa de las Islas Galápagos, ubicadas mil kilómetros al oeste. La línea Ecuatorial atraviesa al territorio del país, específicamente a 22 kilómetros hacia el norte de la ciudad de Quito que es su capital. El Ecuador tiene 14.483.499 habitantes, de los cuales el 71.9% es Mestizo, el 7.4% Montubio, 7.2% Afro-ecuatoriano, 7% Indígena, 6.1% Blanco y 0.4 pertenece a otros.

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas tales como:

Amazonia Costa Sierra Galápagos

Esta ubicada en el Océano Pacífico, a 1000 Km. de las costas ecuatorianas continentales siguiendo la línea Ecuatorial y a 1600 Km. al suroeste del Canal de Panamá. Las principales islas son: Isabela, San Cristóbal, Fernandina, Floreana, Baltra, Santa Cruz, Santa Fe y Genovesa.

Figura 22. Cantones de la provincia

Diseño e información general de los centros de turismo comunitario registrados legalmente por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi



Figura 23. Emprendimientos Comunitarios

Contactos para los turistas que requieren información personalizada o sugerencias



Figura 24. Contactos e información

Cronograma y presupuesto de inversión

Inversión

A continuación se presenta los gastos para la ejecución del proyecto de investigación como: tiempo invertido por el investigador, alojamiento en el destino, transporte, y servicios contratados para la elaboración de la página web.

Tabla 25. Presupuesto de inversión

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN				
GASTOS				
DESTALLES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TALENTO HUMANO				
Investigador	Meses	4	\$200	\$800
EQUIPOS TÉCNICOS				
Cámara fotográfica	Equipo	1	\$155	\$155
Grabadora de voz digital	Equipo	1	\$150	\$150
Memoria para cámara	Equipo	1	\$45	\$45
Memory flash 16GB	Equipo	1	\$15	\$15
Laptop hp	Equipo	1	\$450	\$450
Impresora	Equipo	1	\$255	\$255
Cartuchos de tinta	Equipo	2	\$28	\$56
LOGÍSTICA				
Alojamiento	Días	10	\$12	\$120
Transporte	Días	10	\$10	\$100
Alimentación	Días	10	\$10	\$100
Internet	Meses	6	\$49,99	\$299.94
ÚTILES DE ESCRITORIO				
Cuaderno 100H	Materiales	1	\$2	\$2
Resmas de papel bond (500 hojas A4)	Materiales	1	\$4	\$4
Carpetas	Materiales	3	\$1	\$3
SERVICIOS DIGITALES				
Diseño de página web	Servicios	1	\$379.62	\$379.62
Diseño de logo	Servicios	1	\$	\$
Dominio web (.com.ec)	Año	1	\$95.76	\$
Hosting o Servidor	Año	1	\$	\$
IMPRESION/COPIA				
Impresiones	Hojas	800	\$0.03	\$24
Empastado	Edición	1	\$50	\$50
Anillados	Edición	4	\$8	\$32
CD con logo	Edición	1	\$10	\$10
VALOR TOTAL DE LA INVERSIÓN				3050.56

Tabla 26. Proyección del precio

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN PARA EL PRIMER SEMESTRE				
GASTOS				
DESTALLES	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TALENTO HUMANO				
Administrador de la página	Año	1	\$379.62	\$379.62
EQUIPOS TÉCNICOS				
Cartuchos de tinta	Equipo	2	\$28	\$56
LOGÍSTICA				
Visita CTC	Semestre	6	\$25	\$150
ÚTILES DE ESCRITORIO				
Cuaderno 100H	Materiales	1	\$2	\$2
Resmas de papel bond (500 hojas A4)	Materiales	1	\$4	\$4
Carpetas	Materiales	3	\$1	\$3
VALOR TOTAL DE LA INVERSIÓN				\$594.62

Cronograma

La tabla que se presenta a continuación ilustra las actividades y duración de cada una de ellas para la ejecución del proyecto de investigación.

Tabla 27. Cronograma de Actividades

Duración (en meses) Inicio: Enero 2016		Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Meses		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Semanas		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDAD																									
Identificación de Requerimientos																									
Servicios Digitales																									
Dominio Web																									
Hosting o servidor																									
Recopilación de Información																									
Recopilar y organizar toda la información																									
Fotografías de las actividades y servicios que prestan los 3 CTC visitados																									
Centros de Turismo Comunitario Lago Verde Quilotoa, Shalalá y Cocha Uma																									
Diseño de la Base de Datos																									
Diseño de la Base de datos, sistema de notas.																									
Verificar cambios																									
Diseño general del Portal Web																									
Diseño del Menú opciones generales para el sitio Web.																									
Diseño de animaciones, plugines.																									
Diseño e información general de los CTC																									
Diseño del Sitio Web																									
Noticias y Sugerencias para los visitantes de la Página web																									
Página web finalizada																									

CAPÍTULO VI.- ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

Estrategia de Ejecución

Actores

Los actores son aquellos individuos que forman parte de una entidad u organización, ya sean privadas o públicas, y que tienen relación directa o indirecta con la investigación que se va a realizar, puesto que tienen atribuciones de forma clara con las metas del plan, poseen infraestructura, y también cuentan con mecanismos para el financiamiento del mismo (Domenéch y Sanz, 2010).

Finalizado el proyecto se han identificado cuatro tipos de actores claves:

Tabla 28. Actores claves

Actores	Responsabilidad	Producto Final (Lo que se espera obtener)
Ministerio de Turismo de Cotopaxi	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsable de la promoción turística en la provincia de Cotopaxi. ✓ Encargado de la promoción del Turismo Comunitario. ✓ Rectoría ✓ Gestión ✓ Planificación ✓ Control 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a la promoción y difusión de la página web
Gobierno Provincial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoya los emprendimientos comunitarios ✓ Planificación ✓ Gestión ✓ Regulación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a la promoción y difusión de la página web
Gobierno Parroquial	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Encargado del desarrollo de los emprendimientos comunitarios. ✓ Planificación ✓ Gestión ✓ Regulación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ayuda a la promoción y difusión de la página web
Centros de Turismo Comunitarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proveer información ✓ Difusión de actividades y servicios. ✓ Venta de servicios 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción ✓ Financiamiento ✓ Actualización de datos
Investigador (UDLA)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recopilación y procesamiento de la información ✓ Desarrollo del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Página web ✓ Administrar la página web

Tomado de: Trabajo de Campo.

Ministerio de Turismo de Cotopaxi

El Ministerio de Turismo de Cotopaxi (MINTUR), tiene la responsabilidad y el compromiso de incrementar la promoción y demanda de la provincia como destino turístico y de inversión.

Gobierno provincial

Planear, organizar, coordinar, controlar los recursos humanos, financieros y físicos del Municipio, para cumplir con los objetivos determinados.

Gobiernos parroquiales

Los gobiernos parroquiales ayudan en el proyecto con información relacionada al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de cada una, documento del cual se tomó datos verídicos acerca de los siguientes sistemas:

- ❖ Sistema Ambiental
- ❖ Sistema Económico – Productiva
- ❖ Sistema Socio – Cultural
- ❖ Sistema de Asentamientos humanos
- ❖ Sistema de movilidad, energía y conectividad
- ❖ Sistema de gestión del territorio

Sistema Ambiental: el estudio de este factor establece la base para los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, puesto que se refiere al recurso natural sobre la cual se asienta la población y sus actividades.

Sistema Económico – Productiva: regulariza las diversas actividades económicas provenientes de la compra y venta de productos generados por las personas y obtenidos de la naturaleza, también se incluyen conceptos sociales, políticos y culturales.

Sistema Socio – Cultural: hace referencia a los procesos o fenómenos vinculados con los aspectos sociales y culturales de un pueblo o sociedad.

Sistema de Asentamientos humanos: muestra el tipo de progreso que dicho territorio ha consolidado a lo largo de su historia.

Sistema de movilidad, energía y conectividad: permite analizar la infraestructura de aeropuertos, puertos marítimos, redes eléctricas y de telecomunicaciones.

Centros de Turismo Comunitario

Los centros de turismo comunitario colaboraron en la investigación con información de los servicios y actividades que ofrecen cada uno de estos centros a los visitantes.

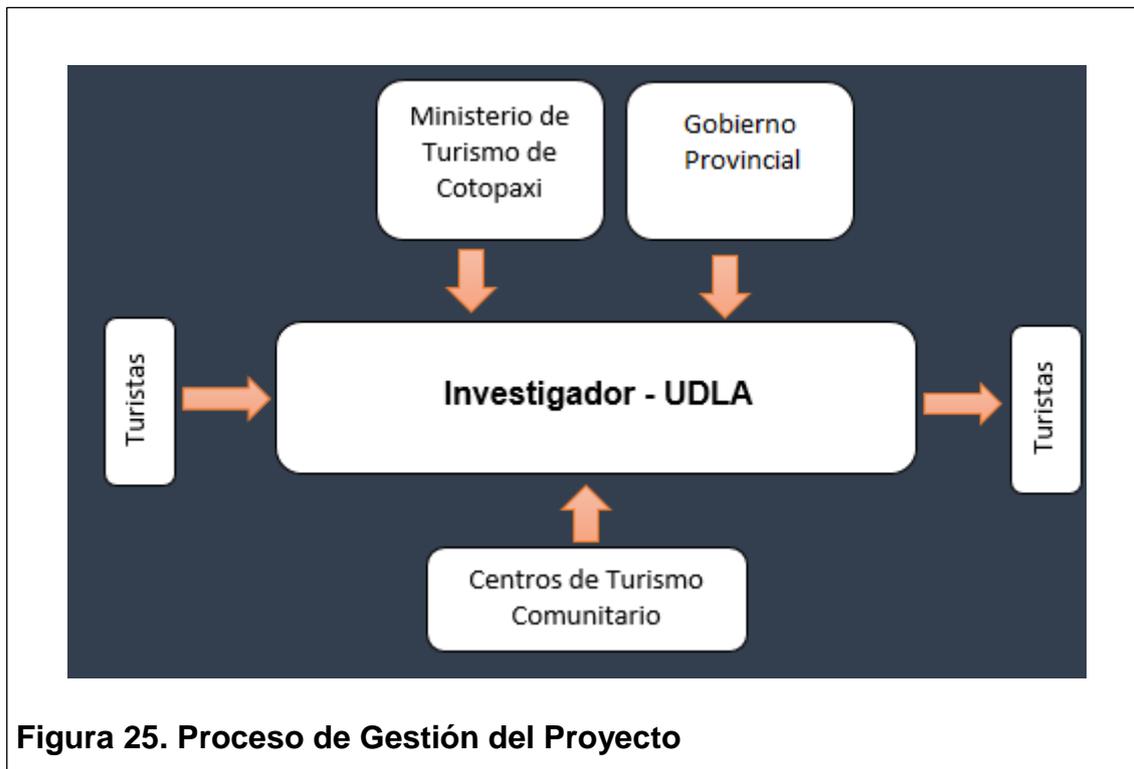
Investigador – Universidad de las Américas

El autor del proyecto presentó una propuesta concreta sobre el diseño de una herramienta digital de difusión de los servicios de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi, ejecutó un proceso de recopilación de información, obteniendo como resultado final la creación de una página web, en el cual se dan a conocer los servicios y actividades que brindan cada uno de los centros de turismo comunitario registrados propiamente como CTC por el Ministerio de Turismo de Cotopaxi.

Viabilidad del Proyecto / Modelo de Gestión

A partir de lo anteriormente mencionado, se ha creado un modelo de gestión en la que se especifican las responsabilidades que asumirán cada una de las entidades y establecimientos, para así poder alcanzar las metas planteadas del proyecto de investigación la cual es la difusión de los servicios de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi.

Modelo de Gestión



Investigador – UDLA

Su función está enfocada a la investigación, vinculación, formación y puesta en valor de la información mediante una página web, también es la persona quien opera todo el proyecto junto al administrador del sitio web (Ingeniero en Sistemas).

Centros de Turismo Comunitario

Asumen el oficio de generar y actualizar la información y a la vez pagar por el servicio de difusión y promoción.

Gobierno Provincial

Son los encargados de proporcionar información actualizada de las actividades, promociones o eventos que realiza cada parroquia y de igual manera se encarga de difundir y promocionar la página.

Ministerio de Turismo de Cotopaxi

Es el encargado de la promoción y difusión de la página web.

Turista

Siente la necesidad de conseguir información de los lugares que ofrecen servicios y actividades de turismo comunitario.

Percibe toda la información de forma oportuna y actualizada de los lugares que brindan servicios y actividades de turismo comunitario, la misma que satisface sus necesidades.

Definición de la estrategia de seguimiento y evaluación

Tabla 29. Estrategia de seguimiento y evaluación

INDICADORES	VERIFICACIÓN	FRECUENCIA DE SEGUIMIENTO
Diseño de un medio digital de difusión, para difundir en el mercado los servicios de turismo comunitario de Cotopaxi.	Página web, con información de los servicios de turismo comunitario en Cotopaxi, elaborada.	Actualización de la información constantemente.
Para el último trimestre del año 2016, los centros de turismo comunitario de la provincia de Cotopaxi tendrán una herramienta digital de difusión de los servicios turísticos que prestan.	Página Web elaborada. Número de visitas a la página web.	Informe de la cantidad total de visitas realizadas a la página.
Listado de todos los CTC de la provincia de Cotopaxi. Listado de los atractivos turísticos y servicios complementarios de los 2 CTC de la provincia de Cotopaxi identificados.	Página web, la información contenida en la página web es verificada, contextualizada y actualizada.	Los CTC deben realizar un informe, especificando las actividades y servicios agregados para actualizar la información en la página web.
Compilación de la información de los 2 centros de turismo comunitario registrados en el MINTUR. Elaboración de tabla de costo de inversión inicial, respecto al diseño de la página web.	Fichas de atractivos turísticos comunitarios, de los 2 CTC. Tabla de inversión inicial.	Actualización y mejoras de los atractivos turísticos de los CTC.

CONCLUSIONES

- Ecuador al ser considerado un país multiétnico debido a la existencia de nacionalidades y pueblos indígenas que conservan sus rasgos culturales, tiende a ser un destino clave e interesante para aquellos turistas que desean realizar viajes encaminados al turismo comunitario; gracias a que la provincia de Cotopaxi cuenta con centros de turismo comunitario en las que se puede disfrutar de actividades y servicios al momento de realizar turismo de este tipo.
- La provincia de Cotopaxi es un lugar que posee varios atractivos naturales y culturales, los mismos que son importantes para la economía provincial, gracias a los emprendimientos comunitarios que las comunidades indígenas han realizado con el pasar del tiempo.
- En las entrevistas realizadas a expertos en turismo comunitario, se pudo determinar que los turistas tanto nacionales como extranjeros, tienden a enterarse del destino gracias a las herramientas de difusión digital como lo es: páginas web, catálogos digitales, revistas de turismo, promociones realizadas por el Ministerio de Turismo, entre otros.
- A través de la investigación, compilación y análisis se adquirió información real, la cual permite sustentar los datos correspondientes de cada uno de los centros de turismo comunitario que constan en la página web.
- En lo referente a los emprendimientos turísticos de propiedad privada que no se involucren en las actividades de turismo comunitario, deben respetar y acogerse a las políticas comunitarias en cuanto a la utilización y gestión de los atractivos turísticos.
- Es importante mencionar que la gran mayoría de los emprendimientos analizados, no se encuentran registrados de manera oficial como centros de turismo comunitario dentro del MINTUR de Cotopaxi, puesto que existen otros emprendimientos que solo fueron registrados como iniciativas y esto a la vez limita las acciones de promoción y regulación por parte de las autoridades competentes.

- Según el sondeo de opinión que se realizó, se determinó que el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi para realizar actividades de turismo comunitario es variada, puesto que en su mayoría está comprendido por personas de la tercera edad y jubilados, y en menor cantidad los jóvenes, los cuales se encuentran en la búsqueda de nuevas experiencias para descubrir costumbres propias y ancestrales de una comunidad, además el interactuar y compartir vivencias con las personas nativas de dicha comunidad.
- El no contar con una herramienta digital de difusión que promocioe a los centros de turismo comunitario, es una desventaja para darse a conocer en el mercado y esto a su vez imposibilita el captar turistas ya que si no se tiene un medio digital que nos promocioe estamos dando muchas ventajas a nuestra competencia.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar de la mejor manera las herramientas de difusión digital para darse a conocer en el mercado y captar el mayor número de turistas o potenciales visitantes, y de esta manera ir de la mano con la tecnología e innovación en el ámbito turístico.
- Se recomienda ejecutar constantemente capacitaciones a todo el personal que labora en los centros de turismo comunitario de cómo atender de mejor manera a los turistas, para que el personal de dichos centros estén altamente capacitados para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Para realizar emprendimientos de turismo comunitario se requiere de una cuantiosa inversión, por esta razón se propone realizar líneas de financiamiento con instituciones u organizaciones, para así fomentar el turismo comunitario.
- Es importante establecer medidas y reglamentos que ayuden a disminuir el impacto ambiental que deja en su paso el turista, para de esta forma cuidar la naturaleza y respetar el medio ambiente.
- Se recomienda tanto a las entidades públicas como a las privadas brindar la ayuda necesaria y a la vez apoyar a los estudiantes en la recopilación de información al momento de realizar investigaciones en la que se encuentre involucrado el sector turístico.

REFERENCIAS

- Acerenza, M. A. (2005). *Promoción turística. Un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- Alatorre, E. A. G., y Pérez, E. M. C. (2011). Procedimiento Para Medir La Demanda Turística En Un Destino. *Turismo y Desarrollo Local*, (11). Recuperado a partir de <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.pdf>
- Albuquerque, D. y. (23 de marzo de 2008). *Guía de aprendizaje sobre integración productiva y desarrollo económico territorial*. Obtenido de Guía de aprendizaje sobre integración productiva y desarrollo económico territorial.FORMIN: <http://idbdocs.iadb.org/WSDocs/getDocument.aspx?DOCNUM=1563511>.
- Aramberri, J. (2011). *Turismo de masas y modernidad: un enfoque sociológico*. CIS.
- Arocena, J. (1997). Globalización, integración y desarrollo local. Apuntes para la elaboración de un marco conceptual. *Persona y Sociedad*, 54-62.
- Ascanio, A. (2012). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.
- Barquero, A. V. (2007, pp. 183-210). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Investigaciones regionales*, 183-210.
- Bengts, M. (2004). *Usability as a constituent of end-user satisfaction. Master's thesis in Information Systems*. Jyväskylä Finlandia: University of Jyväskylä, Department of Computer Science and Information.
- Blasco, R. (2013). Diseño de páginas webs y diseño gráfico. *Innovación y desarrollo*, 25-31.
- Bosier, S. (2004). Desarrollo endógeno. Para que, para quien? *Desarrollo humano*, 25-32. Obtenido de www.cedet.edu.ar/Archivos/Bibliotecas/ponencia_boisier.pdf
- Calle, M. D. L. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Editorial Ariel.
- Castro, R. Q., y Editorial, U. E. a D. (Costa R. (2007). *Elementos Del Turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Centeno Hender et al, D. G. (2011, pp.42-56). Sistemas de Información Turísticos. *Temas*.

- Cerna, M. (28 de Noviembre de 2010). *Flora representativa de las estribaciones occidentales de la cordillera en la provincia del Cotopaxi: La Granja*. Obtenido de sitio web. La Granja: <http://lagranja.ups.edu.ec/documents/1317427/1371462/03FloraRepresentativaEstribaciones+Occidentales.pdf>
- Cevallos, V. (1 de Octubre de 2013). *Mirador en Quilotoa consta en nuevo complejo turístico*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/01/nota/1524021/mirador-quilotoa-consta-nuevo-complejo-turistico>
- Colectivo de autores. (2000). *Manual Basico de Creacion de Paginas Web*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Consejo Provincial Cotopaxi. (2010). *Atlas socioambiental de Cotopaxi*. (C. Martínez, Ed.) Cotopaxi.
- Couto, S. (2006). *Que es el desarrollo local?* Brasilia: Inedito.
- Cumbajín, D. (2013). *Creación de un manual de turismo sostenible, que regule la actividad turística en la zona de amortiguamiento del sector norte del Parque Nacional Cotopaxi, en el barrio Santa Ana del pedregal parroquia Machachi, cantón Mejía, provincia Pichincha*. Latacunga.
- Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de Perú. (2006). *Manual para la formulacion del inventario de recursos turisticos a nivel nacional*. Lima: Inedito.
- Di Bella, M. G. (1990). *Introduccion al turimos*. Mexico: Trillas.
- Dominguez, A. E. (2011). *Destinos Turísticos en América Latina*. México: Universidad Central de México.
- Dorman, C. (2002, pp. 56-63). Designing Electronic Shops, Persuading Consumers. *Euromicro Proceedings*, 56-63.
- ecosTravel. (s.f.). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de ecosTravel: <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020.html>
- El Telégrafo. (14 de Octubre de 2013). *Familias emprenden en el turismo comunitario*. Obtenido de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-centro/1/familias-emprenden-en-el-turismo-comunitario>

- Esteban Ruiz et al, M. H. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendido el Community-based tourism desde la comunidad. *Pasos*, 322.
- Falcon, M. C. (2010). *Las TIC en el proceso de informacion turistica*. La Habana: Ciencia y Educacion.
- Folmer, E. B. (2004, pp.61-78). Architecting for usability. *Journal of Systems and Software*, 61-78.
- GADPC. (22 de Julio de 2015). *Actualizacion del plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cotopaxi*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000110001_FINAL-PDYOT-COTOPAXI-2015_17-08-2015_18-17-17.pdf
- García, J. R., y Díaz, M. M. (2014). *Estructura, economía y política turística*. Septem Ediciones.
- Gil, I. (2006). *Sistemas y Tecnologías de la informacion para la gestion*. Valencia: Universidad politecnica de valencia.
- Gisolf, M. (1 de Octubre de 2012). *Turismo en Teoría*. Obtenido de Información y los Turistas: <http://www.tourismtheories.org/?p=809&lang=es>
- Gobernación de Cotopaxi. (s.f.). *Lugares Turísticos de la Provincia*. Obtenido de Lugares Turísticos de la Provincia : <http://gobnacioncotopaxi.gob.ec/lugares-turisticos-de-la-provincia/>
- Gobierno Autonomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi. (22 de Julio de 2015, pp.6-157). *Actualizacion del plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cotopaxi*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560000110001_FINAL-PDYOT-COTOPAXI-2015_17-08-2015_18-17-17.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán. (2014). *Actualización de Atractivos turísticos del cantón Tulcán*. Obtenido de Actualización de Atractivos turísticos del cantón Tulcán: http://turismo.gmtulcan.gob.ec/descargas/uno_.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Zumbahua. (Septiembre de 2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Zumbahua -2015*. Obtenido de Sistema Nacional de Información :

- http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560018240001_Zumbahua%20Final_30-10-2015_12-01-52.pdf
- Gordon, B. M. (2012). El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia Contemporánea*, 0(25). Recuperado a partir de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/HC/article/view/5928>
- Grané, A. B. (2008). *Herramientas digitales en una Web ampliada*. Obtenido de sitio web de Herramientas digitales en una Web ampliada: <http://www.lmi.ub.es>
- Guereña, A. (2004, p. 36). Fortalecimiento Institucional de las Organizaciones Socias del. *Indeco*, 36.
- Guillemi, A. (2010). Implementacion del turismo comunitario. *Temas*, 24-29.
- Gurría, M. (1994). *Introducción al Turismo*. México D.F.
- Hartson, H. (1998, pp. 23-28). Human-computer interaction: Interdisciplinary roots and trends. *Journal of Systems and Software*, 23-28.
- Hassan y Martin Fernandez, F. J. (2004). Propuesta de adaptación de la metodología de Diseño Centrado en el Usuario para el desarrollo de sitios web accesible. *Revista Española de Documentación Científica*, 27.
- Hassan, M. y. (2006, p. 240). Factores del diseño web orientado a la satisfaccion y no-frustracion de uso. *REVISTA ESPAÑOLA DE DOCUMENTACIÓN CIENTÍFICA*, 240.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de Resultados provinciales Cotopaxi: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>
- Jiménez, J. A. M., y Borja, M. Á. G. (2009). *Turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad*. Universidad de Castilla La Mancha.
- Kate, Centro de Ecología y Desarrollo. (2008, pp. 62-73). Empresas turísticas y su responsabilidad social. *Responsabilidad social corporativa.*, 62-73.
- Kotler et al, J. T. (18 de diciembre de 2015). *Marketing turístico*. Madrid: Pearson. Obtenido de sitio web de wordPres.com:

<https://uvgcancun.files.wordpress.com/2015/07/marketing-turistico-kotler.pdf>

La Hora. (1 de Abril de 2014). *Cocha Uma nuevo destino turístico*. Obtenido de La Hora: https://issuu.com/la_hora/docs/cotopaxi010414

López, J. J., Martín, S., Agius, H., Romero, R., Medina, S., Navarro, A. M., & Nájera, J. J. (2006, p. 29). *Dirección y Gestión de los Sistemas de Información de la Empresa. Una visión integradora*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

Mangano. (2005). *El turismo en los espacios naturales protegidos*. Barcelona: Universitat de Girona.

Mariño, R. (2005, p. 2). *Diseño de páginas web y diseño gráfico: metodología y técnicas para la Implementación de Sitios Web y para el Diseño Gráfico*. Madrid: Editorial Ideas Propias.

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad. (Mayo de 2011). *AGENDAS PARA LA TRANSFORMACION PRODUCTIVA TERRITORIAL: PROVINCIA DE COTOPAXI*. Obtenido de Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-COTOPAXI.pdf>

Ministerio de Turismo. (2012). *Boletín Turismo Interno*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-turismo-interno>

Ministerio de Turismo. (13 de Enero de 2014). *El Quilotoa considerada una de las lagunas más bellas del Mundo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/el-quilotoa-considerada-una-de-las-lagunas-mas-bellas-del-mundo/>

Ministerio del Turismo del Ecuador. Proyecto PLANDETUR. (2 de Febrero de 2016). *Metodología para los inventarios de atractivos turísticos: Ministerio de Turismo. Proyecto PLANDETUR*. Obtenido de sitio web. Ministerio de Turismo. Proyecto PLANDETUR : <http://www.turismo.gob.ec/wp->

content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf

- Miranda, M. (2013). *El diseño de rutas turísticas. La ruta cosntruida*. La Habana: Gente Nueva.
- Morales, R. (2010). Las comunidades desde una perspectiva intercultural. *Ciencias y Educación*, 25-41.
- Morales, R. L. (2010, pp. 25-41). Las comunidades desde una perspectiva intercultural. *Ciencias y Educación*, 25-41.
- OMT. (1999). *Promoción de destinos turísticos en el ciberespacio. Retos del marketing electrónico*. Madrid: Consejo empresarial.
- Organización Mundial de Turismo. (1991). "Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes", Ottawa, Canadá.
- Organización Mundial del Turismo. (2002). *Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad*. Jaen: Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid.
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Panorama OMT del turismo internacional* (p. 16). Recuperado a partir de http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp.pdf
- Organizacion Mundial del Turismo. (2002). *Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad* . Jaen: Madrid.
- OMT. (29 de Septiembre de 2014). *El desarrollo comunitario, protagonista del Día Mundial del Turismo de 2014*. Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de Organización Mundial del Turismo OMT: <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-09-30/el-desarrollo-comunitario-protagonista-del-dia-mundial-del-turismo-de-2014>
- Panosso Netto, A. (2010). *O que é turismo*. Sao Paulo: Editora: Brasiliense.
- Pérez et al, F. J. (2009, pp. 40-51). Evaluacion de la sostenibilidad del turismo rural mediante indicadores sinteticos. *Investigacion Operacional*, 40-51.
- PLANDETUR 2020. (s.f.). *PLANDETUR 2020*. Obtenido de ecosTravel: <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020.html>

- Pinilla, H. R. (2009). *Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la organizacion de las nacioenes unidas contribuiran al desarrollo rural territorial?* Bogota: Universidad Javeriana.
- PNUD Senado de la Nacion. (1997). Informe sobre desarrollo humano. *Sustentabilidad y profeso humano*, 45-60.
- Ruiz, D. F., y Barroso, M. (2012). La demanda turística internacional: Medio siglo de evolución. *Revista de economía mundial*, (32), 127-149.
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.ª ed.). México D.F: McGraw-Hill. Recuperado a partir de https://books.google.com.ec/books?id=oLbjoQEACAAJ&dq=metodologi+de+investigaci%C3%B3n,+sampieri&hl=es&sa=X&ei=W7FzVam6l4bHsQTYn6u4Ag&redir_esc=y
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo.
- Seminario, M. (Marzo de 2008). Perfil del Turista Rural Comunitario. Lima, Perú.
- Silveira, A. (2013). Los sistemas de informacion, una impronta del siglo XIX. *Temas*, 36-42.
- Sión de Josse, V. (19 de Marzo de 2010). Reglamento para los centros de Turísticos Comunitarios. Ecuador.
- Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Torres et al, G. R. (2004). *El desarrollo local en el Ecuador. Historia Actores y Metodos*. Quito: Abya-Yala.
- Torres, H., & Galo, R. (2004). *El desarrollo local en el Ecuador. Historia Actores y Metodos*. Quito: Abya-Yala.
- Tudela, J. B. y P. de. (2009). *Investigación cualitativa*. ESIC Editorial.
- Vega, A. (1999). *Promoción de destinos turísticos. Retos del comercio electrónico*. La Habana: Centro de Estudios Turisticos. UH.
- ViajandoX. (s.f.). *Fiestas de la Mama Negra*. Obtenido de ViajandoX: <http://www.ec.viajandox.com/latacunga/fiestas-de-la-mama-negra-A357>

- Veceministerio de Turismo - Perú. (2006). *Manual para la Formulación del Inventario de Recursos Turísticos a Nivel Nacional*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf
- Viera, Y. (18 de diciembre de 2012). Las nuevas tecnologías en el sector turístico. *Turismo y sociedad*, 22-25. Obtenido de general_colaboracion2.pdf: https://www.mhe.es/universidad/economia/8448148878/archivos/general_colaboracion2.pdf
- Villa, A. M. (2014). *Turismo 2.0: Iniciando el Despegue*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Zapata, A. (2013). *Plan de desarrollo turístico para la parroquia San Miguel de Chugchilán perteneciente al cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi*. Latacunga.
- Zapata, O. A. (2005). *Herramientas para elaborar Tesis e investigaciones socioeducativas*. Editorial Pax México.

ANEXOS

ANEXO A. Entrevistas

CUESTIONARIO ENTREVISTAS

Objetivo: **Determinar la relevancia del turismo en el territorio** en su **relación con el grado de información existente acerca del turismo comunitario** y los **indicadores de desarrollo sostenible en la provincia de Cotopaxi.**

1. ¿Cuál es el estado actual del turismo en la provincia de Cotopaxi?
2. ¿Cómo definen ustedes al "turismo comunitario"?
3. ¿Cuáles considera usted, son los principales destinos de turismo comunitario, que captan el mayor interés de turistas en visitarlas?
4. La oferta actual de turismo comunitario en la provincia, ¿cumple con estándares de calidad, que satisfagan las necesidades de los turistas?
5. ¿Cuáles son los medios por los cuales, los turistas conocen o se enteran de las localidades de turismo comunitario? (Televisión, radio, folletos, internet, etc).
6. ¿Cuál considera usted, es el mejor medio por el cual se puede llegar con información a turistas o potenciales visitantes?
7. ¿En qué aspectos se debe mejorar los centros de turismo comunitario en Cotopaxi, para atender de mejor manera a los turistas?
8. ¿Qué aspectos de la vida de las comunidades, se deben destacar o mostrar a los turistas, que permitan la valorización del patrimonio natural y cultural?
9. ¿De qué forma el turismo comunitario, ayuda a la diversificación de sistemas productivos locales, generación de empleo y mejora de la calidad de vida de los habitantes del sector?
10. ¿Qué acciones puntuales conoce, en las que el turismo comunitario permite a la comunidad lograr un desarrollo sostenible?
11. ¿De qué forma se relaciona: brindarle información adecuada a los turistas, con el crecimiento y desarrollo del turismo en los centros de turismo comunitario?
12. ¿Cuáles son los elementos que debe conocer un turista, antes de visitar una localidad de turismo comunitario?
13. Los centros de turismo comunitario, deben contar con un sistema de información turístico, que le brinde al turista la información que requiere, de forma rápida, oportuna y actualizada. ¿Cómo debería funcionar este sistema de información?

ANEXO B. Encuesta

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS (UDLA)

Estimado visitante: El objetivo de la presente encuesta es para determinar las características del visitante/turística extranjero que realiza turismo comunitario / The objective of this poll is to determine the characteristics of the visitors and foreigner tourists who performs community tourism.

1) País/Country of residence: _____

2) Edad/Age:

18-24() 35-49() 65-79()

25-34() 50-64() >80()

3) Nivel de Instrucción Educativa/Education level:

Primaria/Primary() Universitaria/University()

Secundaria/High School() Postgrado/Post graduate()

Jubilado/Pensionary()

4) Usted acostumbra viajar con/You travel:

Solo/alone() Grupo Familiar/ Family()

Pareja/ husband-wife() OTRO/OTHER _____

grupo de amigos/Friends()

grupo organizado-tour/organized tour()

5) Qué tipo de alojamiento utiliza?/ What type of accommodation used?:

Hotels y similares/hotel, hostel, refuge()

Casas de familiares o amigos/home Friends, family()

Alojamiento en casa de comunidades/rental house()

6) Qué actividades realiza durante su visita?/ What activities would you like to participate during your visit?

Conocer tradiciones comunitarias: vida, vestimenta, gastronomía, fiestas, religión, costumbres/ meet community traditions: life, clothing, food, holidays, religion, customs()

Observación de flora y fauna/ Observation of flora and fauna()

Visita naturaleza o áreas protegidas/ Visit nature - protected areas()

Recreación y Ocio/Recreation()

7) ¿A través de que medio usted conoció la existencia de este emprendimiento comunitario (CTC)?/ How you knew the existence of this community enterprise?

TV()

Amigos/Friends()

Agencias de Viajes/ travel agency()

Revistas/Journals()

Internet/Web()

Otros/ Others _____

8) ¿Cuánto tiempo ha previsto quedarse en este Centro? / How many days are you planning to stay?

Un día / one day() Dos días / two days() Más días / More days _____

9) ¿Cuánto gasta en promedio?/ How much you spend?

100-150 usd() 150-200 usd()

200-250 usd() 250-300 usd()

300-350 usd() 350-400 usd()

400-450 usd() 450-500 usd()

>500 usd()

10) Le gustaría que este centro comunitario tenga su propia página web con información oportuna y actualizada de todos las actividades y servicios que ofrece?

SI/YES()

NO()

Gracias/Thank you!

ANEXO B. Cotizaciones página web y útiles de escritorio

UN SOLO PAGO POR TU WEB

Pagas por tu página web una sola vez, no hay pagos ocultos o adicionales, disfruta de tu web con todo incluido, incluso recibes GRATIS los servicios de HOSTING + DOMINIO + CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO para que arranques tu negocio con todo lo que necesitas desde el primer día.



ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS

Administramos y actualizamos los contenidos sin complicaciones, sin difíciles plataformas para aprender, sin problemas de seguridad, sin desconfiguraciones, solo nos adjunta la información y la actualizamos inmediatamente GRATIS.

HOSTING + DOMINIO + CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO

Recibes GRATIS por el primer año los servicios de HOSTING para almacenar tu página web, adicional el DOMINIO que es el nombre de tu empresa en el internet y CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO con tu dominio para que puedas manejarte profesionalmente con el correo de tu empresa.

* A partir del segundo año el valor es \$79 + IVA para renovar los servicios de HOSTING + DOMINIO + CORREO + ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS por un año adicional.



DISEÑO PERSONALIZADO

Todos los clientes son diferentes y las necesidades de tu producto y/o servicios son especiales, por eso incluimos el diseño de tu página web además de la programación para que se vea espectacular.



DESARROLLO WEB EN 10 DÍAS

Desarrollamos tu página web a medida de tus necesidades y requerimientos en un plazo inmediato de tiempo desde la aprobación del boceto gráfico y la entrega de información nos demoramos máximo 10 días en programar tu página web para subirla al internet.



DISEÑO ADAPTATIVO PARA DISPOSITIVOS MÓVILES

Tu página web se verá espectacular en SMARTPHONES, en TABLETS, en LAPTOPS, y computadores de escritorio ya que la web se adapta al tamaño de la pantalla cambiando su configuración para optimizar la visualización de tu web indistintamente en el dispositivo que se visualice.



Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cuaderno 100H	1	\$2	\$2
Resmas de papel BOND 500H A4	1	\$4	\$4
Carpetas	3	\$1	\$3
		Total:	\$9

PAPETERIA DEL ESTUDIANTE

ANEXO C. Fotos centros de turismo comunitario (CTC).

