



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE: **TURISMO Y HOTELERÍA**

MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

Informe Final del Trabajo de Graduación o Titulación Previa a la
Obtención del Título de Licenciada en: **Turismo y Hotelería**

TEMA:

“DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA
EN LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD PONDOA DE
LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

AUTORA: Ortiz Cujilema Gabriela Cristina

TUTOR: Lcdo. Mg. Abril Flores Oscar

Ambato – Ecuador

2012

**APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE
GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

CERTIFICA:

Yo, Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores CC. 180329262-0 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “Desarrollo Turístico Comunitario y su incidencia en la Demanda Turística en la Comunidad Pondoá de la Provincia de Tungurahua” desarrollado por la egresada Gabriela Cristina Ortiz Cujilema considero que dicho Informe Investigativo, reúne los requerimientos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Lcdo. Mg. Oscar Abril Flores

**TUTOR
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN**

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia de que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la Investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especializados en este informe, son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Ambato, 13 de abril de 2012

Ortiz Cujilema Gabriela Ortiz
C.C.: 180360760-3
AUTORA

SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente trabajo Final de Grado o Titulación sobre el tema: “Desarrollo Turístico Comunitario y su Incidencia en la Demanda Turística en la Comunidad Pondoá de la Provincia de Tungurahua, autorizo su reproducción total o parte de ella, siempre que esté dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no se utilice con fines de lucro.

Ambato, 13 de abril de 2012

Ortiz Cujilema Gabriela Cristina

C.C.: 180360760-3

AUTORA

Al Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

La Comisión de estudio y calificación del informe del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “Desarrollo Turístico Comunitario y su incidencia en la Demanda Turística en la Comunidad Pondoá de la Provincia de Tungurahua” presenta por la Srta. Gabriela Cristina Ortiz Cujilema egresada de la Carrera de Turismo y Hotelería de la promoción marzo – agosto 2007 una vez revisada y calificada la investigación, se **APRUEBA** en razón de que cumple con los principios básicos técnicos y científicos de investigación y reglamentarios.

Por la tanto se autoriza la presentación ante los organismos pertinentes.

LA COMISIÓN

Ing. María Verónica Rodríguez
Miembro

Ing. Mg. Diego Melo
Miembro

DEDICATORIA

A mis Padres quienes han hecho posible
mi existencia.

A Mario, Margoth y Grace quienes
impulsan mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por todo lo generoso que ha sido y lo que es, por lo cual hemos podido concluir esta tesis.

Un agradecimiento sincero a la Universidad Técnica de Ambato y de manera especial a los maestros y compañeros por compartir sus conocimientos.

INDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

I.	PORTADA	i
II.	PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
III.	PÁGINA DE AUTORÍA DEL TRABAJO	iii
IV.	PAGINA DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	iv
V.	PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	v
VI.	PÁGINA DE DEDICATORIA	vi
VII.	PÁGINA DE AGRADECIMIENTO	vii
VIII.	ÍNDICE GENERAL DEL CONTENIDOS	viii
IX.	ÍNDICE DE BIOGRAFÍAS E ANEXO	xi
X.	ÍNDICE DE CUADRO E ILUSTRACIONES	xii
XI.	RESUMEN EJECUTIVO	xv

INTRODUCCIÓN	1
---------------------	----------

CAPÍTULO I.

1.1	La problemática	3
1.2	Planteamiento del Problema	3
1.2.1	Contextualización	3
1.2.2	Análisis Crítico	7
1.2.3	Prognosis	8
1.2.4	Formulación del Problema	9
1.2.5	Preguntas Directrices	9

1.2.6 Delimitación del Problema	9
1.3 Justificación	10
1.4 Objetivos	11
CAPÍTULO II.	
2.1 Antecedentes Investigativos	12
2.2 Fundamentación Filosófica	13
2.3 Fundamentación Legal	14
2.4 Categorías Fundamentales	16
2.4.1 Fundamentación Teórica Variable Independiente	18
2.4.2 Fundamentación Teórica Variable Dependiente	24
2.5 Hipótesis	39
2.6 Señalamiento de la Variable de la Hipótesis	39
CAPÍTULO III.	
3. Marco Metodológico	40
3.1 Modalidad Básica de la Investigación	40
3.2 Nivel o Tipo de Investigación	40
3.3 Población y Muestra	41
3.3.1 Población	41
3.3.2 Muestra	41
3.4 Operacionalización de Variables	42

3.5	Plan de Recolección de Información	44
3.6	Plan de Procesamiento y Análisis	45
CAPÍTULO IV.		
4.1	Análisis de Resultados	46
4.2	Verificación de la Hipótesis	56
4.2.1	Planteamiento de la Hipótesis	56
4.2.2	Selección de Nivel de Significación	56
4.2.3	Descripción de Confiabilidad	56
4.2.4	Especificación de las Estadísticas	57
4.2.5	Especificación de las Regiones de Aceptación y Rechazo	58
4.2.6	Recolección de Datos y Cálculos de la Estadística	59
CAPÍTULO V.		
5.	Conclusiones y Recomendaciones	60
5.1	Conclusiones	60
5.2	Recomendaciones	60
CAPÍTULO VI.		
6.1	Propuesta	61
6.2	Datos Informativos	61
6.3	Antecedentes de la Propuesta	61
6.4	Justificación	62

6.5	Objetivo de la Propuesta	63
6.5.1	Objetivo General	63
6.5.2	Objetivo Especifico	63
6.6	Análisis de la Factibilidad	63
6.7	Fundamentación Teórica	64
6.8	Metodología	77
6.8.1	Árbol de Problemas	78
6.8.2	Árbol de Objetivos	79
6.7.3	Matriz de Marco Lógico	80
6.8	Administración y Previsión de la Evaluación	88
ANEXO 1		89
	Historia de la Comunidad	
ANEXO 2		90
	Encuesta	
ANEXO 3		92
	Paraiso Volcanico Pondoá	
ANEXO 4		93
	Antiguas Casas de Pondoá	
	Fotografía No. 2 Familia Vargas	
	Fotografía No. 3 Familia Vargas	
	Fotografía No. 4 Familia Vargas	

ANEXO 5	94
Información Turística de la Comunidad Pondoá	
Fotografía No. 5 Restaurante Familia Escobar	
Fotografía No. 6 Oficina de Información Turística	
Álvaro Pérez	
ANEXO 6	95
Naturaleza de la Comunidad Pondoá	
Fotografía No. 7 Varios Tipos de Plantas	
Ornamentales Nativas.	
Fotografía No. 8 Plantas Nativas	
Fotografía No. 9 Plantas Ornamentales	
ANEXO 7	96
Paraíso Volcánico Pondoá	
Fotografía No. 10 Entrada a la Comunidad Pondoá	
Fotografía No. 11 Bienvenidos a Pondoá	
Fotografía No. 12 Rocas Volcánicas	
CUADROS	
Cuadro No. 1 Árbol de Problemas	7
Cuadro No. 4 Población	41
Cuadro No. 17 Población	57
Cuadro No. 18 Categorías	57
Cuadro No. 19 Frecuencias Esperadas	58
Cuadros No. 20 Grado de Libertad	58

Cuadro No. 21 Che 2 Calculado	59
Cuadro No. 22 Factibilidad Económica	64
Cuadro No. 23 Árbol de Problemas	78
Cuadro No. 24 Árbol de Objetivos	79
Cuadro No. 24 Matriz de Marco Lógico	80
Cuadro No. 25 Administración y Previsión de la Evaluación	88

DIAGRAMA

Diagrama No. 2 Súper ordenación Conceptual	16
Diagrama No. 3 Subordinación Conceptual	17

TABLAS

Tabla N° 05 Operacionalización de la Variable Independiente	42
Tabla N° 06 Operacionalización de la Variable Dependiente	43
Tabla N°07 Plan de recolección de información	44
Tabla N° 08 Tabulación Afluencia Turística	46
Tabla N° 09 Análisis de Interpretación de Resultados	48
Tabla N° 10 Análisis de Interpretación de Resultados	49
Tabla N° 11 Análisis de Interpretación de Resultados	50
Tabla N° 12 Análisis de Interpretación de Resultados	51
Tabla N° 13 Análisis de Interpretación de Resultados	52

Tabla N° 14	Análisis de Interpretación de Resultados	53
Tabla N° 15	Análisis de Interpretación de Resultados	54
Tabla N° 16	Análisis de Interpretación de Resultados	55

BIOGRAFÍA

- **Gobierno Provincial Ing. Oscar Rojas**
- **Planificación del Gobierno Provincial Ing. Sánchez**
- **“Instituto Latinoamericano de Ciencias Turísticas”
FLORES, Rony (2009)**
- **<http://www.turismocomunitarioenecuador>**
- **<http://www.leydeturismo>**
- **<http://www.turismoruraldeecuador>**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE: TURISMO Y HOTELERÍA
EN LA MODALIDAD DE ESTUDIOS: PRESENCIAL

RESUMEN EJECUTIVO

TEMA: “DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD PONDOA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.”

AUTORA: Ortiz Cujilema Gabriela Ortiz

TUTOR: Lcdo. Mg. Abril Flores Oscar

RESUMEN:

Esta investigación, da a conocer la forma como el turismo comunitario, ayudaría a ciertas comunidades en el desarrollo sostenible y sustentable, inmiscuidas dentro del trabajo social colaborativo, en los estudios de los diferentes sectores urbanos y rurales que se encuentran inmersos en la provincia de Tungurahua, donde se ha detectado situaciones atractivas en cuanto a lo paisajístico y ecológico a si como su forma de vida.

Lo enunciado se realizó en un solo sector que es la Comunidad Pondo, gracias a la aplicación de la encuesta dentro de toda la población o universo de estudio de los pobladores del sector así como la observación hacia los mismos, conformados dentro de una edad mayor o igual a dieciocho años con equidad de género, hombres y

mujeres sin dejar de lado la clase o estrato social, en una muestra de ciento diez personas donde se detecto un gran interés por el desarrollo del turismo comunitario en beneficio del sector o comunidad. Cabe manifestar que los miembros de la directiva desconocen acerca del desarrollo turístico comunitario y su modo de trabajo en beneficio de la comunidad, ya que el turismo comunitario es importante porque ha influido en el crecimiento para el sector económico del turismo como una actividad fundamental y social de los pueblos para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer la demanda turística, está a su vez es considerada como uno de los aspectos económicos de crecimiento y motivación activando los atractivos turísticos necesarios gracias a la biodiversidad, dentro del hecho de ser una provincia netamente Amazónica, cautivando con ello a sus visitantes nacionales y extranjeros, debido a que existen varios miradores que indican un paisaje exuberante y rico en especies vegetales y animales inmiscuidos dentro del entorno natural llevando al turismo al conocimiento y la aventura.

Palabras claves

Turismo	Comunitario
Excursión	Demanda Turística
Paisaje	Visión Turística
Flora	Ecosistema
Fauna	Señalética

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador el turismo comunitario se ha venido desarrollando con el afán de inmiscuir a las comunidades, para que se involucren y que sean ellos los emprendedores de sus propias empresas, como puede ser: prestadores de servicios de alojamiento, operadores turísticos, guías turísticos enfocados directamente a las aéreas turísticas, para con ello engrandecer la economía, el conocimiento, el servicio social, entre otros, tomando como primer campo las comunidades indígenas por sus paisajes y su entorno natural y las investigaciones que se han venido desarrollando con las entidades públicas y el apoyo del gobierno, además con esto se pretende satisfacer la necesidad de crear fuentes de trabajo y el interés de las personas de la comunidad Pondoá poniendo de manifiesto que es un lugar donde se puede explotar el turismo de forma comunitaria por su entorno paisajístico que brinda gracias a los miradores, senderos y espacios de reserva natural considerando ciertas medidas de protección al ambiente, de esta forma se mantiene la seguridad y el bienestar de los turistas nacionales y extranjeros gracias a los atractivos propios de la comunidad pudiendo gozar con ello de la aventura que significa ascender hacia el volcán Tungurahua, en sus diferentes senderos.

Por lo que la información referente al análisis de los recursos turísticos de la comunidad Pondoá perteneciente al Cantón Baños tiene una organización estructurada en los espacios y viviendas propias del sector manteniendo con ello sus propios terrenos y entorno natural para conseguir el bienestar propio y de la comunidad en general y con esto puedan ellos crear sus propias empresas como productores, artesanos, agrícolas, entre otros. Y con esto la comunidad podrá brindar información turística pertinente, difundiendo el patrimonio cultural y natural del lugar, así como los eventos turísticos de la zona.

CAPITULO I.

En este capítulo dentro de la investigación salió a relucir el tema de la propuesta, enfocándolo en una contextualización a nivel de país, luego se planteo el problema que se encontró dentro del tema propuesto a si como también se definió los objetivos.

CAPITULO II

Se define para este capítulo todo lo que corresponde a la parte teórica del proyecto así como también la realización de una investigación previa, dentro del tema planteado, y su fundamento, así como se también la elaboración de variables que se encuentran dentro del tema.

CAPITULO III

En este punto aemos un análisis a la metodología, y al enfoque que se pretende dar dentro del tema planteado, a si como los niveles de investigación dentro del contexto, tomando en cuenta además la población y la muestra existente para esta investigación.

CAPITULO IV

Se realiza un análisis e interpretación de todos los resultados obtenidos dentro de esta investigación.

CAPITULO V

En este capítulo se procede a sacar las conclusiones y recomendaciones obtenidas dentro de la investigación realizada.

CAPITULO VI

Este capítulo es el más importante ya que aquí se enfoca la propuesta que se pretende dar para la realización del proyecto previo estudio dentro de la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO Y SU INCIDENCIA EN LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD PONDOA DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA, CANTON BAÑOS.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

En el Ecuador el turismo comunitario es uno de los cuatro aspectos económicos que ha influido dentro de las comunidades rurales, según estadísticas e índices financieros se determinó el crecimiento del turismo para el sector económico dentro de las organizaciones como el Ministerio de Finanzas, el Ministerio del Medio Ambiente y el Ministerio de Turismo, en el crecimiento del turismo que se lo visualizó como actividad fundamental, y social de los pueblos para que se dedique exclusivamente a impulsar y fortalecer esta actividad, hay que tomar en cuenta además que el Ecuador es un país con una riqueza natural que se muestra evidente en cada sector, es así que la demanda turística de la biodiversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies tanto de flora como de fauna, clases de pájaros, las especies de mariposas, los reptiles, los anfibios y los mamíferos, entre otras.

No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, por su amplia gama de flora y fauna así como también una diversidad cultural.



Esta forma de turismo permite tener contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida de culturas centenarias desde adentro. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad.

La idea del turismo comunitario es que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena o afro ecuatoriana. Que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias o que aprenda costumbres de ellos.

Esta forma de turismo permite que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad; que conozca y que comparta las costumbres de culturas centenarias desde adentro, por supuesto, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, el patrimonio y los derechos naturales y territoriales de las nacionalidades y los pueblos.

Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado con este turismo se reinvierte en proyectos para la comunidad.

En Ambato, Provincia de Tungurahua el turismo comunitario es considerado como el sexto aspecto económico el mismo que ha influido para las comunidades rurales las mismas que en la actualidad están en pleno crecimiento dentro del sector económico especialmente con el Ministerio de Turismo y el Ministerio de Finanzas.

Pero no se ha visualizado por el motivo de que Tungurahua ha sido considerada fundamentalmente dentro del aspecto empresarial y comercial de los siguientes cantones Ambato, Pelileo, Tisaleo, Mocha, Cevallos, Pillaro y Quero. En el cantón Baños y Patate se tiene la demanda turística por lo que ofrecen el recurso natural y los atractivos turísticos necesarios gracias a la biodiversidad que se muestra.

Pero así mismo los cantones tiene la influencia de la demanda turística para difundir videos productivos, comerciales y turísticos de la provincia de Tungurahua los

mismos que son conocidos a nivel nacional e internacional, mostrándose evidente el desarrollo económico turístico y social cumpliendo con ello el hecho de ser una provincia netamente Amazónica.

En la Comunidad Pondoá el turismo comunitario es el tercer aspecto económico que ha influido para la comunidad y para el crecimiento económico especialmente con el Ministerio del MIES – IEPS, Turismo, Medio Ambiente, MIDUVI y la misma comunidad, que ellos han aportado en proyectos para beneficios de viviendas, producción y así mismo en el turismo para poder exportar y ser conocidos a nivel nacional e internacional, este lecho se encuentra ubicado en las faldas del volcán Tungurahua y este a su vez cuenta con un entorno Natural muy atractivo, el cual cautiva a sus visitantes nacionales y extranjeros, debido a que existen varios miradores provistos de un paisaje exuberante y rico en cuanto a especies vegetales y animales inmiscuidas dentro del entorno natural llevando al turista al conocimiento y la aventura.

La gran afluencia de turistas para admirar el paisaje, deleitarse con los atractivos propios de la comunidad y gozar de la aventura que significa ascender hacia la parte alta del volcán, ha sido promocionada y aprovechada por otras personas como guías de turistas nacionales y extranjeros, que los propios habitantes de la Comunidad mismos que se han convertido en espectadores del flujo turístico que a diario circula por sus vías, caminos y senderos de gran variedad de plantas debido a que su topografía es muy variada y sus tierras son muy ricas para la agricultura y la ganadería.

Además de ello existe una hidrografía que permite admirar el verdor de su naturaleza, es así que el cantón Baños y el sector Pondoá al mirar esto de la gran afluencia turística hacia el volcán Tungurahua, hoy por hoy todos los pobladores quieren inmiscuirse en el turismo de forma comunitaria.

Su belleza y tesoros naturales son un testimonio vivo para la salud, pero también para su fragilidad, donde cada especie es una parte esencial de un complejo enorme,

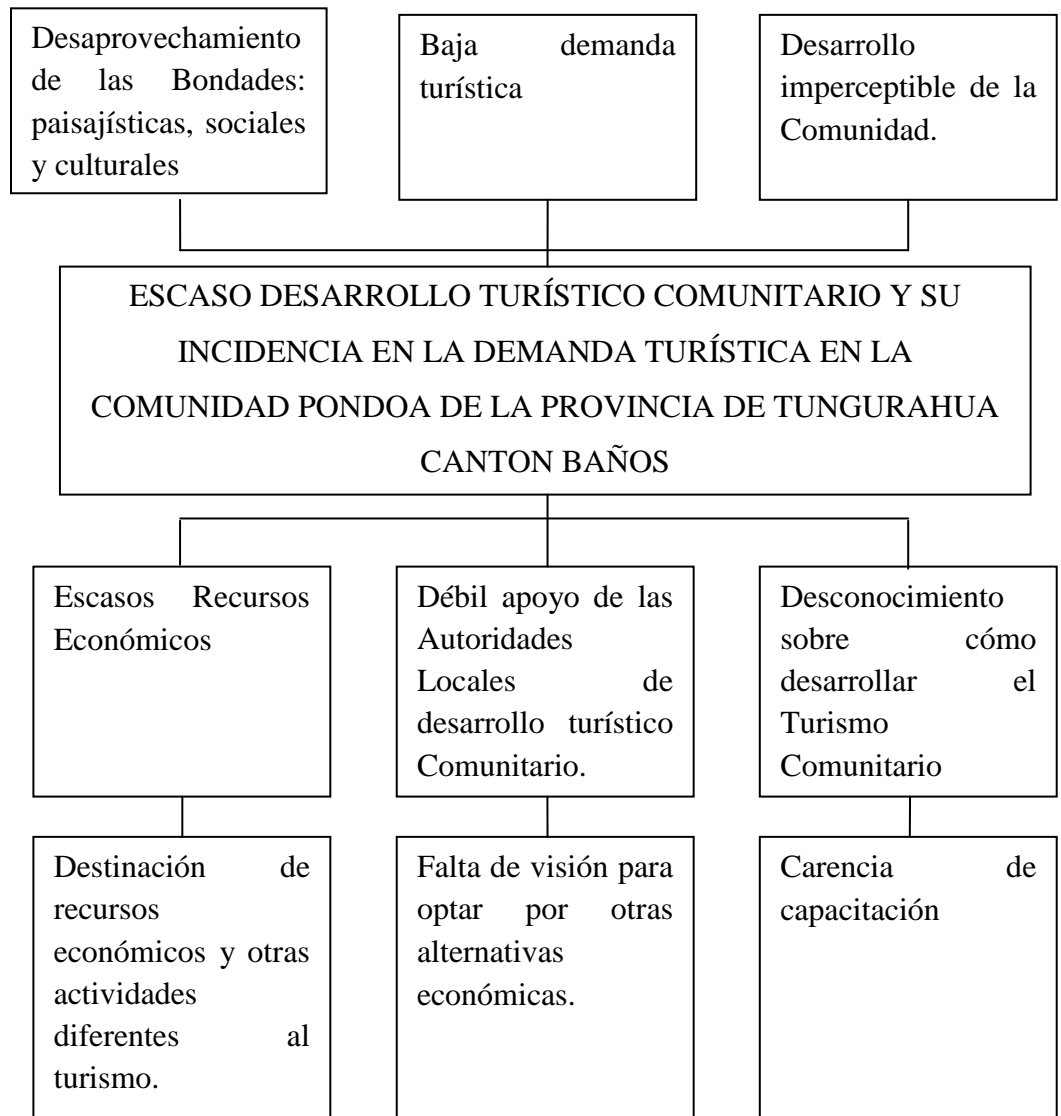
interdependiente los unos de los otros y cada pérdida causa cambios irreversibles de todo el eco-sistema.

Ofrece una magnífica oportunidad de aprendizaje mutuo, privilegiando la autenticidad, al tiempo que le garantiza servicios turísticos de calidad, La idea del turismo comunitario es que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena. Que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias o que aprenda costumbres de ellos, los miembros de las comunidades por su parte también deben aprender a abrir sus puertas a los turistas y a generar atractivos para ellos.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Cuadro No. 1 Árbol de Problemas



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

Esta investigación por no tener métodos y técnicas de apoyo de locales de desarrollo Turístico Comunitario y su falta de visión para optar por otras alternativas que involucran el manejo de la demanda turística para promover y hacerse conocer a nivel mundial, pero esta a su vez no ha sido tomada en cuenta ya que en la comunidad Pondoá se encuentra inmerso el recurso natural el mismo que es desaprovechado dentro de las bondades paisajísticas que se pueden observar y se manifiestan en su entorno, en la parte social y cultural es considerada como comunidad, pero no tiene un apoyo a sus antepasados y tradiciones de festejos que se van perdiendo día a día, y que fluctúa en el creciente desarrollo económico que se generaría si existiera un proyecto turístico que se encontrara inmiscuido dentro de la comunidad Pondoá, es por ello que el desarrollo imperceptible de la comunidad está relacionado con la baja demanda turística.

El desarrollo imperceptible de la Comunidad da a conocer la importancia del turismo, tanto de forma individual y colectiva que se lo demuestra para acaparar las necesidades del turismo pero no se tiene un plan o un buen liderazgo, por ese motivo se tiene una baja demanda turística y eso afecta al escaso desarrollo turístico comunitario y se incide en la demanda turística en la comunidad Pondoá de la provincia de Tungurahua cantón Baños.

1.2.3 PROGNOSIS

Esta investigación ha pretendido generar el desarrollo turístico comunitario el mismo que se ha visto comprometido por lo siguiente, la falta de destinación de recursos económicos a otras actividades que no comprometan al turismo así como también la falta de visión para optar por otras alternativas económicas y su carencia de capacitación por parte de la comunidad especialmente de los jefes de familia que tiene un desconocimiento sobre cómo desarrollar el Turismo Comunitario, para poder transmitir y demostrar en prácticas, llegando con ello a un futuro empresarial el mismo que hará que la comunidad no aproveche el turismo comunitario, tomando en cuenta que el gobierno y las autoridades, toman decisiones por un líder incorporado dentro

de la comunidad mismo que pondrá de manifiesto el hecho que se promueve dentro de esta investigación, que está enmarcada en el engrandecimiento de la parte rural.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cómo Influye el Desarrollo Turístico Comunitario en la Demanda Turística en la Comunidad Pondoá de la Provincia de Tungurahua Cantón Baños?

1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES

- ¿Se ha venido desarrollando el turismo comunitario en la Comunidad Pondoá?
- ¿Cuál es la demanda turística actual en la Comunidad Pondoá?
- ¿Qué alternativa de solución se presenta para resolver la problemática planteada?

1.2.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CONTENIDO

Área: Turismo
Campo: Turismo Comunitario
Aspectos: Turístico Comunitario y Demanda Turística.

DELIMITACIÓN ESPACIAL

País: Ecuador
Provincia: Tungurahua
Cantón: Baños
Caserío: Pondoá

DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación se realizará durante el segundo semestre del año 2011

1.3 JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación se elaboró con la finalidad de dar a conocer acerca del desarrollo turístico comunitario que se muestra dentro de la Comunidad Pondoá con sus atractivos así como también lugares naturales donde se manejan diferentes tipos de especies, dentro de las plantas maderables, frutales, hortalizas, ornamentales y medicinales, con énfasis en la recuperación de los cultivos andinos.

Alojarse en la Comunidad de Pondoá es una oportunidad única para conocer personalmente y compartir la vida tradicional de sus anfitriones y conocer acerca del entorno natural de sus plantas y cultivos que ellos manejan, sus técnicas tradicionales de producción para el emprendimiento de la micro empresa Comunitaria en la satisfacción personal y en el bien social especialmente con la demanda Turística que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros sus productos artesanales, agrícolas, ganaderos, sociales, y naturales, cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción caracterizándose por la participación de los turistas en los condominios rurales así como también el contacto con las familias de los agricultores. Es por eso que las culturas ancestrales de Pondoá, son la clave milenaria, que transportan al ser humano a la antigüedad histórica especialmente por los senderos donde se pueda respirar el aire puro y sentir la brisa que nos da la madre tierra.

Este proyecto es factible de realizarlo ya que el gobierno nacional propicia de ayuda hacia el turismo como un eje fundamental del cuidado medio ambiental y la recepción de divisas nacionales y extranjeras, propiciando con ello el trabajo, además la comunidad se encuentra motivada con el trabajo comunitario haciendo hincapié que mientras existe ayuda grupal o comunal el trabajo es mas valedero.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

- Investigar la incidencia del desarrollo turístico comunitario en la demanda turística en la comunidad Pondoá de la Provincia de Tungurahua cantón Baños.

1.4.2 OBJETIVO ESPECÍFICO

- Diagnosticar el desarrollo del Turismo Comunitario en la Comunidad Pondoá.
- Establecer los índices de demanda Turística en la Comunidad Pondoá.
- Indagar las motivaciones del turismo comunitario para iniciar un proyecto emprendedor.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

1.3 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para la presente investigación se tomo como referencia investigativa el trabajo realizado por FLORES, Rony (2009) “Instituto Latinoamericano de Ciencias Turísticas” sobre el turismo comunitario.

TURISMO COMUNITARIO

CONCLUSIONES

- Podríamos decir que las experiencias de conocer otros lugares, es buena, pero sin embargo se da para mejorar ya sea comunitariamente así como individualmente.
- Se cree que el turismo comunitario solo está latente en ofrecer los recursos turísticos, pero se sabe que el solo hecho de tener recursos, no garantiza el éxito.
- El turismo rural comunitario precisa íntimamente en su concepto, que puede desarrollarse en campos más cerrados y delimitados, lo que en realidad hace la Cooperación Alemana al Desarrollo es trabajar en un campo que abarca el turismo comunitario que es el ecoturismo.

RECOMENDACIONES

- Se debe crear un convenio con los gobiernos locales para integrar un trabajo conjunto y no se pierda en el camino el turismo comunitario.
- Es importante tener un componente de comercialización, para acercar a las poblaciones a ofrecer sus productos turísticos.
- Es necesario impartir una consulta acerca de emprendimientos empresariales.

DEMANDA TURISTICA

CONCLUSIONES

- En base a lo sostenido respecto al conflicto que puede existir entre la comunidad y el turismo por compartir la cultura, se encontró en este estudio que no existe tal problema, debido a que la comunidad en la ciudad siente que al compartir su cultura está contribuyendo al crecimiento del turismo y por lo tanto aumenta los beneficios económicos del estado.

RECOMENDACIONES

- Con respecto a lo relacionado con patrimonios el consumidor de este tiene la necesidad de conocer el bien patrimonial mediante una explicación del mismo requerimiento dentro de folletos explicativos y guías del lugar o del bien visitado para reconocer su verdadero valor y crearles la necesidad de mantenerlo y conservarlo.

COMENTARIO PERSONAL

Para el turismo comunitario se enfoco en estudios especialmente con la Comunidad Pondoá y el MIES que es un centro de investigación turística importante a nivel de país, para mejorar en el sector económico y también en sus viviendas, y ser conocidos a nivel mundial y con ello poder realizar videos, folletos, trípticos para impulsar la demanda turística que se puede ofertar con una buena atención al cliente obteniendo además guías nativos profesionales garantizando un buen servicio, de calidad, ellos son conocedores de su cultura y tradición.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La presente investigación se basa en el paradigma crítico – propositivo por que analiza una realidad social que es el escaso desarrollo turístico por la falta de recursos económicos que desaprovechan de las bondades paisajísticas, sociales y culturales, y propone una alternativa para aumentar la demanda turística y con ello satisfacer las

determinadas necesidades de la comunidad Pondoá de la provincia de Tungurahua cantón Baños.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY DE TURISMO

Capítulo I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

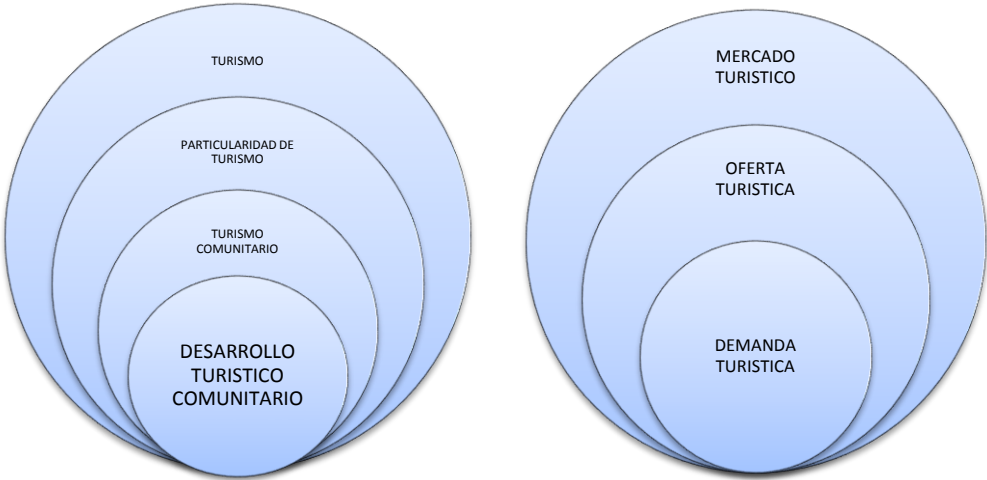
Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación,

promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

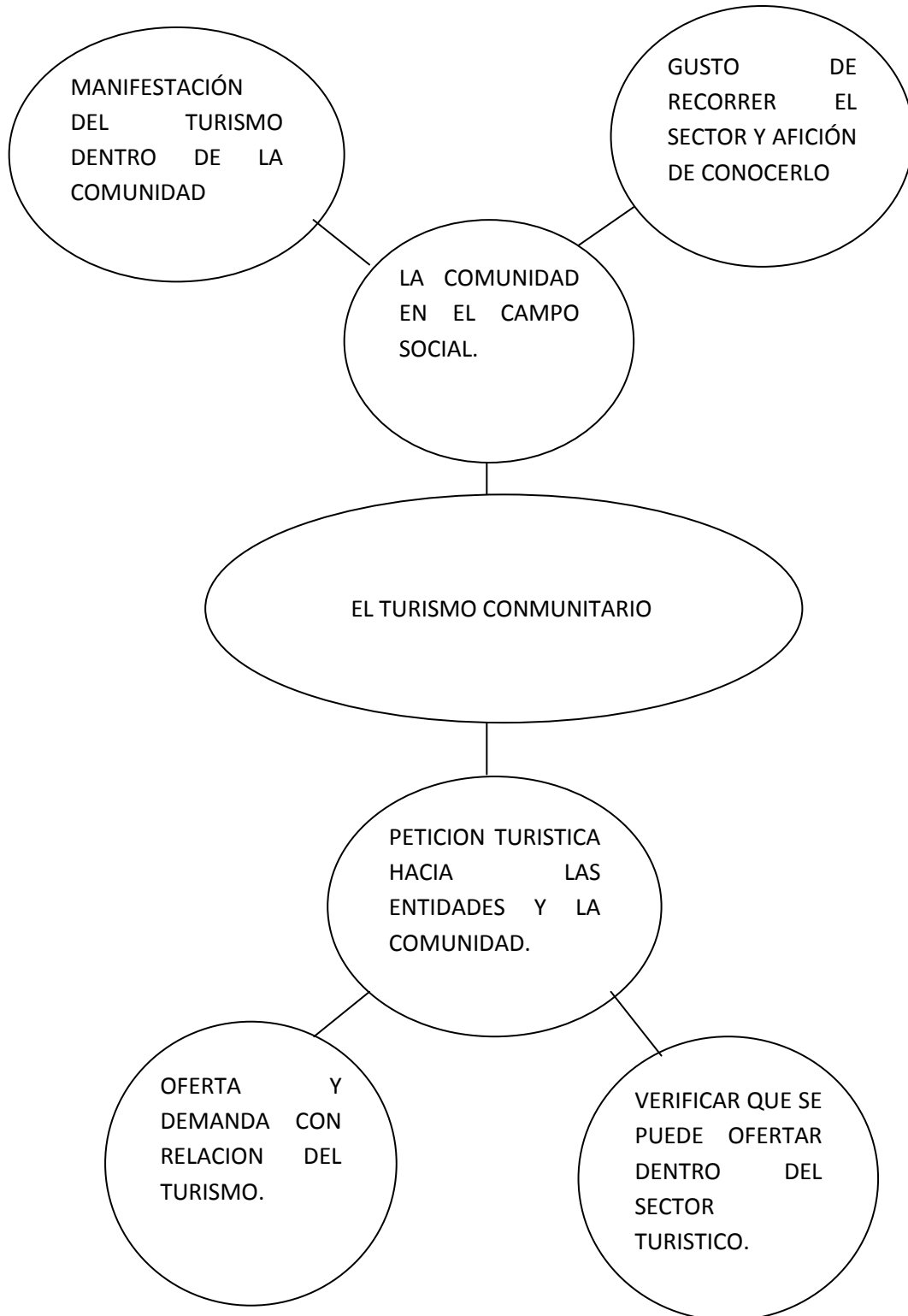
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

Diagrama 2. Súper ordenación Conceptual



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

Diagrama 3 Subordinación Conceptual



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

2.4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

VARIABLE INDEPENDIENTE (DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO)

Turismo

En la actualidad el concepto de turismo planteado desde los sectores económicos, por el capital, ha perdido el romanticismo inicial, y este fenómeno socioeconómico ha sido estudiado, legislado y explotado, por lo que en la actualidad se establecen distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, a su poder económico a sus gustos, a sus preferencias, y sus inquietudes. Son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.

Formas y Categorías básicas del Turismo - Turismo interno: Es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes de ese país. - Turismo receptor: Para un país determinado, el turismo realizado por los extranjeros que lo visitan. - Turismo emisor: Es el realizado por los residentes en un país fuera del mismo. Categorías básicas de turismo - Turismo interior: es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales, ya sea por los propios residentes o por visitantes ajenos al país. - Turismo nacional - Turismo internacional.

ESPACIO TURÍSTICO REGIÓN TURÍSTICA: Porción de territorio determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, producción, topografía, administración, gobierno, etc. La planificación del espacio físico está en dos posibilidades de aplicación: Espacio Rural Espacio Urbano

ESPACIO TURÍSTICO ZONA TURÍSTICA: Territorio donde se oferta diversos productos turísticos, en diferentes destinos, que agrupan a 3 tipos de organizaciones

turísticas: empresariales, territoriales, institucionales. Debe abarcar al menos 10 atractivos que se encuentren relativamente próximos, sin importar su tipo y categoría.

Particularidad de turismo

Con estos comentarios damos término así, a la serie de artículos donde hemos tratado de explicar cómo surgieron los distintos conceptos y particularidades de turismo que se han ido dando en las últimas décadas. Si con ellos alcanzamos los propósitos que inspiraron la serie de cambios, nos sentiríamos sumamente satisfechos. Y más satisfechos aún, si esos tipos de turismo y sus modalidades son objeto de definición de políticas que estimulen y orienten su desarrollo, respetando a sus objetivos y los principios en los cuales se sustentan. El desarrollo sustentable aparece como una alternativa desde hace ya varias décadas y al igual que otros modelos (algunos antropocéntricos otros ecocéntricos) surge a partir de las enormes crisis ambientales causadas por una racionalidad meramente económica y la progresiva pérdida de confianza en la viabilidad del modelo de crecimiento económico y modernización, como única estrategia. La evolución de estos paradigmas refleja los cambios en la percepción ambiental desde una preocupación inicial acerca de las externalidades del crecimiento económico, hasta el interés por cuestiones de diversidad e integridad cultural y natural, sustentabilidad y derechos intergeneracionales. Finalmente la revalorización del patrimonio en el marco de un desarrollo sustentable del turismo requiere una gestión participativa que involucre a la comunidad en la búsqueda de la imagen representativa de la sociedad y la transformación del patrimonio como producto turístico. Esto será la base para que un turismo planificado contribuya a un desarrollo local y sustentable. Es clara la importancia del turismo para algunos espacios y de sus impactos sociales, económicos y territoriales en la estructura previa de los lugares sobre los que se desarrolló y a los que influye directa o indirectamente. Entre estas acciones el turismo se perfila como una actividad que puede contribuir con estas formas de desarrollo si logramos limar las asperezas que este ha tenido en propuestas anteriores.

Turismo comunitario

En este sentido el Turismo Comunitario se entendería mejor desde la economía social y las economías populares (formas organizativas) que desde el sector turístico han satisfecho el objeto de la actividad dentro de este estudio, ya que su elemento definitorio es su organización comunitaria.

No obstante, el turismo comunitario presenta una cierta ventaja en cuanto a la venta de sus productos. Si bien sus productos son tan variados como el propio mercado turístico (naturaleza, arqueología, la propia comunidad –vivencias–, la cultura de forma general) para algunos sectores del mercado el acceso a esos productos adquiere un plus, si son ofertados desde sus depositarios. Es más, la fuerza de lo comunitario, para el caso del Ecuador y otros países andinos, reside en factores extra-turísticos, que no son otros que la vitalidad de culturas ancestrales, asentadas en espacios de enorme diversidad natural, con lenguas, visiones, sociedades y conocimientos diferentes que colocan parte de todo ello en la llamada “industria de las experiencias”: el turismo. Así Ecoturismo y Etnoturismo adquieren una dimensión muy especial si se consumen desde el turismo comunitario, lo que coloca a este subsector turístico en una situación potencialmente privilegiada dentro del propio mercado. De ahí la aparición de ciertos recelos por parte de los operadores turísticos y la resistencia a que se conforme un ámbito de exclusividad dentro de la actividad amparada, en criterios que van más allá del mercado: derechos de los pueblos indígenas, políticas de discriminación positiva, exenciones fiscales. Es aquí donde el papel regulador del Estado y la reivindicación de las organizaciones del turismo comunitario adquieren razón de ser. Se asocia a los programas de lucha contra la pobreza. Desde el turismo comunitario se procura un efecto positivo sobre el conjunto de la comunidad; así los beneficios deben repercutir sobre el conjunto de sus miembros, aunque al mismo tiempo considere recompensas desiguales en virtud del distinto grado de participación de los mismos en el negocio turístico. En este mismo sentido, también se entiende que el turismo comunitario es una forma de frenar la emigración desde las comunidades. Se trata, por tanto, de una estrategia socio-

económica de desarrollo comunitario que elevando el nivel de vida general frene las tendencias migratorias.

Desarrollo turístico

Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

Se conoce con el término de turismo a todas aquellas actividades que los seres humanos realizan cuando viajan y permanecen de corrido por el término de menos de un año fuera de su entorno habitual con un fin preeminentemente vacacional y de ocio, para afianzar ciertos parámetros de investigación, así como también tener la capacidad de discernir las políticas, culturas y normas, que sobrepasan nuestro propio conocimiento y entorno.

Prácticamente, desde que el hombre comenzó a experimentar la necesidad de generar un sano esparcimiento, para salir de la rutina y la cotidianidad diaria, así como también una cura sofisticada para el estrés (enfermedad del siglo XXI) debido al esquema de tareas y trabajos que cada vez se han retraído por la necesidad económica, social, familiar entre otras, hoy se supone o impone el turismo, por supuesto, que con los años y las innovaciones tecnológicas que culminaron en una sofisticación de los medios de transporte que permiten el traslado aunque se trate de distancias considerables en un tiempo cortísimo, el turismo sirve de gran ayuda a la creatividad del individuo en un entorno donde el cerebro acoge toda las bondades que ciertamente se han ido perdiendo en el transcurso de nuestra vida laboral, y esta a su vez en la actualidad se ha ido incrementando, constituyéndose en uno de los principales medios de recreación a si como también de ingresos económicos de la

mayoría de los países del mundo, sin embargo, ya desde tiempos muy remotos podemos encontrar antecedentes sobre el turismo.

Con desplazamientos de los individuos a diferentes lugares del planeta mismos que tienen como objetivo principal el uso del tiempo libre, el descanso, la cultura, la salud, los negocios o las relaciones familiares; recreando un nuevo estilo de vida actual apoyado por la energía natural que presenta el turismo campestre, sin embargo en la Edad Antigua ya se realizaba el turismo, durante la Edad Media la religión fue uno de los principales motivos de desplazamiento turístico, debido a sus predicaciones y las ganas de evangelizar a otras personas, aquí también es importante destacar que en este período aumentó la distancia de los viajes por lo que hoy se conoce como viajes a diferentes países. En la Época Moderna surgen los primeros “servicios sociales” de alojamiento los cuales fueron creados para recibir a grandes personalidades y mejorar la presencia del sector para generar más turistas conformes con los servicios que se presta, (atención al cliente), pudiendo viajar con grandes comitivas, también durante esta época se realizaron las expediciones, pero es en el período contemporáneo donde el turismo se posiciona como una industria en potencia gracias a las diversas revoluciones que trajeron consigo el aumento del tiempo libre, la expansión económica, nuevos medios de transporte, rutas mejoradas a los diferentes sectores, entre otros avances tanto técnicos como tecnológicos incorporados dentro del turismo, los que han sido reinventados una y otra vez para mejorar la calidad de la experiencia del turismo, así como la relación persona-tour.

El turismo es un fenómeno social que tiene un impacto económico favorable gracias a la atención al cliente, o clientes dentro o para las comunidades receptoras, y que consiste en el desplazamiento de personas por diversos motivos, desde su punto de residencia fija a otros lugares en donde se constituye en la población flotante de ese lugar.

Cuando una persona viaja va haciendo sus propias fronteras, cambiando su forma de ver al mundo y a las gentes. Una nueva forma de vida, ajena y diferente a la suya

propia, hace más grande su visión y su personalidad se enriquece al conocerlas, a si como también engrandece su conocimiento socio cultural.

A nivel mundial es necesario considerar la enorme cantidad de dinero que se destina a la promoción turística, ya que es ella la que reembolsara la opción económica invertida con grandes ganancias, su impacto social y cultural propicia la paz entre los pueblos, así como la amistad y buenas relaciones internacionales.

También es un factor importante en las balanzas comerciales y en la bolsa de valores el ingreso económico del turismo. Las naciones y las comunidades en el mundo actual deben importar. El turismo puede aportar sustanciosas cantidades de dinero que compensen el gasto de las importaciones del país.

La mensurabilidad dentro de la capacidad de medir o sistematizar lo que se pretende conocer es algo que va dejando grandes niveles económicos, dentro de la demanda turística, pero para ello debe existir la suficiente capacidad de discernir y ver lo que se desea conseguir dentro del componente turístico como un factor que llame la atención y que genere aportes comunitarios y aportes nacionales, gracias a la validez y factibilidad de la comprensión, con el cumplimiento de lo que se desea hacer a futuro con respecto a los objetivos planteados, estos alcances se proporcionarán dentro del esquema teórico o de contenido así como también dentro de la parte técnica que sería el sector.

Características por el contenido que proporcionan dentro de:

- El funcionamiento, las condiciones y productos deseados del sistema turístico dentro del estudio.
- Los problemas actuales y potenciales del sistema que toque afrontar dentro del proyecto o estudio.
- Lo políticamente relevante dentro de la comunidad o sector a si como también dentro de las políticas estatales.

Para la planeación de un sector turístico es necesario que se proporcione contenido del sistema o el tipo de información que se tiene dentro de los tres parámetros mencionados anteriormente.

Características técnicas.

Estas características hacen referencia lo que se puede construir dentro de lo posible tomando como base un programa o proyecto basándose en:

- No ser parte exclusiva de lo localista o regionalista para hacer comparaciones con diversas áreas geográficas.
- Lo estructurable debe ser medible y perdurable en el tiempo esto debe medirse en plazos de tiempo sin responder solamente a las contingencias ni a las coyunturas del momento, esto permite hacer comparaciones de la realidad de determinados periodos establecidos para evaluar una estructura.
- La construcción debe ser comprendida por la mayoría de la ciudadanía.
- La construcción debe ser factible en cuanto al tiempo, a los costes y a la situación del medio donde se la ubique.

La estructura debe ser confiable y valida como una extracción de medida para seguir en el desarrollo.

VARIABLE DEPENDIENTE (DEMANDA TURÍSTICA)

Mercado turístico

El Mercado es considerado como cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

El mercado turístico surge desde el momento en que se unen grupos de guías a promocionar el sector o lugar turístico, permitiendo que se articule el mecanismo de la oferta y demanda. Los primeros mercados turísticos de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales de turismo existentes a nivel de países. A medida que la producción turística aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados de esta nominación. Entre las

distintas clases de mercados podemos distinguir los mercados turísticos al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o mayoristas, El término mercado turístico también designa el lugar donde se enfoca la visita o turismo con la apreciación del guía turístico, el mismo que incentivara a comprar y vender bienes, y para referirse a la demanda de consumo potencial o estimada. Un mercado turístico está formado por todos los clientes potenciales o a quienes les llame la atención sectores geográficos, animales, culturas, gastronomía entre otros y que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Estos mercados de turismo deben cuantificarse con el fin de medir la demanda.

Es común encontrar que cada persona define el concepto de mercado como mejor le parece o le conviene, pero jamás genera un grado jerárquico con respecto al mismo pero sabe manifestar que el mercado turístico y otros mas, determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda, o la visita a ciertos sectores turísticos.

Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

En Mercadeo se habla del mercado total, potencial, disponible, meta y por el que se penetra. Estos mercados deben cuantificarse con el fin de medir la demanda.

Es común encontrar que cada persona define el concepto de mercado como mejor le parece o le conviene: cuando un accionista habla de mercado se refiere al mercado de valores o de capital; para un ama de casa, mercado es un lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista económico, un mercado es un lugar donde se reúnen oferentes y demandantes. Según ellos, es en el mercado donde se

determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. Para efectos de la mercadotecnia son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio para completar esta definición deben existir tres aspectos:

- a) La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos.
- b) La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- c) La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades a cambio de una remuneración.

Oferta turística

Por el contrario, la oferta turística está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrollan.

Distinguimos aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

Estos podrán ser y serán de carácter económico, puesto que la actividad turística da empleo a muchos trabajadores, con lo que se dinamizan las zonas de destino, aunque como aspecto negativo presente una alta inflación en los precios culturales, por lo que significa de relaciones entre culturas y pueblos diferentes, y producirá un intercambio cultural enriquecedor tanto para los habitantes del lugar de destino, como para los

turistas; y como aspectos negativos, la difusión de hábitos urbanos poco saludables, por las zonas turísticas (drogas, prostitución); y ambientales, ya que la construcción de edificios, carreteras, y otras infraestructuras turísticas destruyen parcialmente el recurso turístico paisajístico, por ejemplo en las zonas litorales, o a su vez la presencia masiva de turistas acaba degradando los ecosistemas naturales, aunque la visita de estos espacios genera una concientización social que ayuda a protegerlos legalmente.

La cantidad de un servicio o producto que un productor individual está dispuesto a vender en un período determinado de tiempo, o sea la oferta, es una función que depende del precio de ese servicio, de los precios del mismo servicio o de servicios similares de los competidores y de los costos de producción del productor.

En cambio un producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas del público-cliente de turistas.

La oferta turística es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el Mercado.

Demanda turística

La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; a si como también las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, entre otros; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos.

Cuando aumenta el ingreso monetario de las personas, generalmente aumenta su demanda de una serie de productos y servicios y cuando ese incremento de sus ingresos se hace estable y duradero en el tiempo, el individuo tiende a destinar crecientes sumas de esos ingresos al tiempo libre o entretenimiento.

FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA TURISTICA

La demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:

- a) Factores económicos: que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas;
- b) Factores relativos a las unidades demandantes: los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos;
- c) Factores aleatorios, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes.
- d) Factores relativos a los sistemas de comercialización: calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos;
- e) Factores relativos a la producción de servicios turísticos:

CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA TURISTICA

La demanda turística se caracteriza por ser:

- a) Culturalmente determinada.
- b) Cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos.
- c) Estar asociada a lugares o puntos de interés individuales.

Puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística.

Características de la Demanda Turística:

a. La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.

b. Sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes.

La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.

c. La demanda está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, etc.

Subordinación Conceptual

Turismo Comunitario

Se define al turismo comunitario como “una actividad económica solidaria que interrelaciona a la comunidad con los visitantes, con participación consensuada de sus

miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios” Por su naturaleza y temporalidad, el turismo comunitario debe ser considerado en las zonas rurales donde habitan sectores vulnerables de la población, como una actividad complementaria a las actividades productivas tradicionales como la agrícola, pecuaria y artesanal, para generar bienestar y fuentes de trabajo.

Aplicado a las áreas o zonas Rural, trata de destacar la importancia económica que tiene la actividad turística para las poblaciones receptoras o que conviven junto al destino que se promueve, por los beneficios que el hecho social puede producir a la vez que advierte los peligros que una actividad descontrolada presenta, por los aspectos negativos que pueden afectar a las comunidades, no sólo por el fenómeno de la aculturación sino particularmente por los daños al entorno. Se establece un método para determinar la capacidad de carga o acogida en una determinada región y los factores a considerar para controlar la afluencia de visitantes.

Se analizan los sistemas de gestión ambiental como una medida de control. Una vez determinado el concepto de turismo rural se establecen sus posibles variantes, particularmente el ecoturismo, como la modalidad más importante de un turismo orientado a las áreas naturales y alejadas de las poblaciones urbanas. Se definen algunas otras variantes de turismo rural como el agroturismo, el turismo de aventura, el turismo de salud, el turismo religioso, algunos de ellos ya considerados, en ciertos círculos, como ecoturismo.

Es una actividad económica así como formativa, facilitada y gestionada por las comunidades organizadas como mecanismo para el mejoramiento de sus condiciones y calidad de vida, trae consigo consecuencias individuales y colectivas, en correspondencia con las directrices del turismo sostenible siendo estas: socialmente solidario, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedor y económicamente viable.

La comunidad en el campo social

Es interesante reseñar que las comunidades en el campo en general no se perciben como pobres, al contrario, muchas tienen la autodefinición de comunidades dotadas de riqueza natural y cultural. Parámetros como el vivir, de la cercanía con la naturaleza les permite satisfacer en buena medida sus necesidades básicas de alimentación, por ejemplo, en una economía no monetarizada. Precisamente a partir de ello, la idea de pobreza está quizás mucho más ligada a la de inequidad y limitación del campo social. Oportunidades que han sido históricamente restringidas, como ya hemos analizado, al limitar su grado de acceso y control del territorio y los recursos naturales, y al afectar sus sistemas de vida y sus culturas, en las áreas rurales son hogares indígenas y afroecuatorianos.

Los procesos antes descritos de explotación estatal o privada de los recursos naturales han significado evidentes impactos de empobrecimiento y debilitamiento de las oportunidades para las comunidades.

Las experiencias de proyectos de turismo comunitario se han consolidado precisamente por las ventajas que ofrecen:

- La comunidad en el campo social es una actividad más variada, que integra artesanía, agricultura, transporte.
- Requiere mucha mano de obra y emplea a mujeres y jóvenes.
- Aporta al orgullo de la cultura, los recursos naturales y el territorio.
- Fomenta cierta infraestructura (vialidad, obras básicas de saneamiento, agua, energía eléctrica) que beneficia a las comunidades locales y sus condiciones de vida.

Como estructura de relaciones objetivas, el campo orienta las estrategias mediante las cuales los ocupantes de dichas posiciones intentan, ya sea individual o colectivamente mantener o mejorar su posición e imponer una jerarquización favorable a sus productos. Las estrategias de los agentes dependen de su posición en el campo, es decir, de la distribución del capital específico y de su visión acerca de su propio

campo. También, el campo es una relación de poder, en la cual la estructura guía la acción estratégica de los individuos y las diferentes posiciones en el campo estarán condicionadas por los niveles de capital que posean definen el concepto como aquel espacio constituido por instituciones y leyes de funcionamiento propios que sólo logran ser comprendidos en relación a nociones de capital, interés, habitus, entre otros, aportando el marco en el cual el sujeto lleva a cabo sus prácticas sociales. Además, el campo, en cuanto campo de lucha, tiene un cierto número de intereses fundamentales, que permiten el funcionamiento del mismo.

Las entidades en la comunidad.

Entidades Locales cuyo ámbito territorial es inferior al municipio, con determinadas competencias sobre su patrimonio y la posibilidad de que le delegue otras el ayuntamiento en el que se integra, Administración y conservación de su patrimonio, incluido el forestal, y la regulación del aprovechamiento de sus bienes comunales; vigilancia, conservación y limpieza de vías urbanas, caminos rurales, fuentes y también ejecutar las obras y prestar los servicios que les delegue expresamente.

Los núcleos de población que, en el término municipal, estén separados de aquél donde radique la capitalidad y cuenten con características específicas dentro del municipio podrán constituirse en entidades locales menores cuando se suprima el municipio a que pertenezcan, se produzca la alteración de los términos municipales, de modo que dichos núcleos pasen a formar parte de otros municipios y también cuando se solicite.

La resolución contendrá pronunciamiento expreso sobre denominación, capitalidad y límites territoriales de la entidad local menor, así como sobre la separación patrimonial que corresponda. Comenzará a funcionar a partir de la celebración de las primeras elecciones locales. Además no podrá constituirse en entidad local menor el núcleo donde radique la capitalidad del municipio ni tampoco las urbanizaciones de iniciativa particular.

El análisis de unidades como la vecindad o el barrio, que son habitualmente objeto de la intervención de los operadores sociales, descontextuados de las tramas reales de interacción social, en la cual están involucrados los barrios entre sí, entre el barrio y el núcleo central, y entre el núcleo y el área extendida a su alrededor, puede llevar a implementar acciones que afirmen una mayor marginación; una participación acotada o consoliden la cultura y la acción social.

La lógica del barrio como espacio local, no interrelacionado con su núcleo central y con los demás barrios integrantes del área local y con su entorno rural, puede llegar a ser en consecuencia tan nociva como la lógica centra-lista. Esta lógica es la que implementan habitualmente los asistentes sociales y otros operadores sociales, que desde el ámbito de los municipios o desde los ministerios realizan consciente o inconscientemente tareas de control social.

Los criterios simplistas de carácter administrativo-político, tampoco son suficientes a la hora de estudiar e implementar políticas sociales para estructuras sociales comunitarias. Pero en este trabajo el concepto se extiende a la conformación de unidades autónomas de pueblos y regiones con identidad común.

Manifestación del turismo dentro de la comunidad

El concepto de patrimonio cultural incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial, documentos y obras de arte) sino también lo que se llama patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura. Los elementos que constituyen el patrimonio cultural son testigos de la forma en que una sociedad o cultura se relaciona con su ambiente. Las manifestaciones y elementos que conforman el patrimonio cultural del hombre son un reflejo de la respuesta del hombre a los problemas concretos de su existencia sobre la tierra.

Desde el punto de vista de la antropología la cultura es el resultado de la interacción de la sociedad con el ambiente. Asimismo se debe entender que la cultura está constituida por los conocimientos, aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. La cultura y el medio están estrechamente relacionados: la primera es una forma de adaptación al medio, si este se transforma o modifica, la cultura también experimenta transformaciones, cambios o readaptaciones, a su estudio, conservación y difusiones se relacionan con cuatro elementos que son dinámicos y variables

1. En cada época las sociedades rescatan el pasado de manera diferente y seleccionan de ese pasado ciertos bienes y testimonios que en esa época se identifican con el concepto que se tiene del patrimonio cultural del presente con el pasado.
2. La mayoría de las veces esta selección de bienes y manifestaciones culturales es realizada por las clases sociales dominantes, de acuerdo con sus intereses. Asimismo cuando en el proceso histórico se manifiesta la presencia de un Estado nacional con un proyecto histórico nacionalista, la selección de los componentes del patrimonio cultural es determinado por los "intereses" nacionales del Estado, los que no siempre coinciden con los del resto de la nación.
3. En un Estado nacional la formación de categorías de patrimonio cultural se define a partir de una oposición entre lo que se considera como patrimonio cultural universal y lo que se reconoce como patrimonio cultural propio, característico de la nación. Se ha comprobado históricamente que el surgimiento de estados nacionales con un proyecto político, social y cultural nacionalista fue la condición necesaria para reconocer la existencia de un patrimonio cultural propio de la nación.
4. Como el patrimonio cultural es producto de un proceso histórico, dinámico, una categoría que se va conformando a partir de la conformación e interacción de las distintas clases sociales que constituyen un país, el uso que se hace del

patrimonio cultural está determinado por las diferencias de clases que concurren al seno de la sociedad nacional.

Gusto de recorrer el sector

El turismo, frecuentemente confundido con los deportes de riesgo, consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios.

El hombre hallará aquí un motivo para reflexionar acerca del valor de sus abundantes recursos, y la necesidad de contar con una política responsable en la materia. Según la Organización Mundial del Turismo, los ingresos generados en los países en desarrollo por la actividad turística alcanzan un crecimiento explosivo para los próximos años, especialmente el turismo en áreas de riquezas naturales o culturales. Nuestro país posee evidentes ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en términos de diversidad de paisajes y áreas de interés natural o cultural. Para que esa situación se transforme en una herramienta clave para el desarrollo sostenible, deberá invertirse mucho esfuerzo en capacitación, planificación y conservación de nuestro patrimonio con el objetivo fundamental de preservar su verdadera esencia, su autenticidad.

Un recurso natural, en la medida en que se localice, conozca y evalúe se podrá aprovechar sabiamente, rodeándolo de servicios turísticos que brinden la oportunidad de realizar múltiples actividades recreativas, teniendo presente que el uso del recurso natural exige, al mismo tiempo, su conservación.

Sin embargo lograr una evaluación justa de los recursos naturales turísticos resulta complicado, pues la subjetividad destaca en cualquier intento como un factor limitante en cualquier valoración.

Normar un criterio común bajo ciertos parámetros establecidos es uno de los caminos para lograr una confiable evaluación "Un recurso natural para ser considerado como parte del desarrollo de un país, requiere por pasar por un proceso de evaluación, para que posteriormente se incorpore a otro proceso económico social.

Relación entre la oferta y la demanda

Oferta y demanda el sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. Vamos ahora a centrarnos en el estudio de la oferta y la demanda en un mercado para un bien determinado. Supongamos que los planes de cada comprador y cada vendedor son totalmente independientes de los de cualquier comprador o vendedor. De esta forma nos aseguramos que cada uno de los planes de los compradores o vendedores dependa de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos. De los demás. Con estas características tendremos un mercado perfecto, en el sentido de que hay un número muy grande de compradores y vendedores, de forma que cada uno realiza transacciones que son pequeñas en relación con el volumen total de las transacciones.

Competencia perfecta: Un mercado es perfectamente competitivo cuando hay muchos vendedores pequeños en relación con el mercado, el producto es homogéneo, los compradores están bien informados, existe libre entrada y salida de empresas y decisiones independientes, tanto de los oferentes como de los demandantes.

Competencia imperfecta: Una empresa es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes influyen individualmente en el precio del producto de la industria. Las empresas concurrentes no actúan como precio-aceptantes, sino como precio-oferentes, puesto que, de alguna forma, imponen los precios que rigen en el mercado. Recuérdese que la característica fundamental de la competencia perfecta es que, debido a la diversidad de empresas participantes, ninguna tiene capacidad para incidir sobre los precios, de forma que actúan como precio-aceptantes.

Determinación del precio: El precio de un bien es su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan obtener a cambio una unidad del bien.

Economía de mercado: El sistema de economía de mercado o sistema capitalista se caracteriza porque los medios de producción son propiedad privada. Las decisiones sobre que producir como producir y para quien producir las toma el mercado.

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. Vamos ahora a centrarnos en el estudio de la oferta y la demanda en un mercado para un bien determinado. Supongamos que los planes de cada comprador y cada vendedor son totalmente independientes de los de cualquier comprador o vendedor. De esta forma nos aseguramos que cada uno de los planes de los compradores o vendedores dependa de las propiedades objetivas del mercado y no de conjeturas sobre posibles comportamientos. De los demás. Con estas características tendremos un mercado perfecto, en el sentido de que hay un número muy grande de compradores y vendedores, de forma que cada uno realiza transacciones que son pequeñas en relación con el volumen total de las transacciones, señalaremos un conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer.

Oferta dentro del sector turístico

El turismo no es un producto que se consume de una vez. Por el contrario, está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan, a su vez, con los recursos turísticos del destino. Por ello se habla del carácter mixto del producto turístico, puesto que está formado por un conjunto heterogéneo de bienes y servicios. Los turistas no consumen solamente productos característicos del turismo, sino que su gasto puede abarcar prácticamente a la totalidad de las actividades económicas que venden bienes y servicios a los consumidores.

Este carácter multiproducto incorpora complejidad en el análisis del sector, puesto que existen interdependencias entre los oferentes, la calidad de la oferta de ocio tiene efectos sobre las empresas de restauración, etc. Es decir, en el sector turístico opera un conjunto amplio de empresas formalmente independientes pero que dependen de forma crucial entre sí, con fuertes relaciones de complementariedad.

El consumidor trata de obtener la máxima satisfacción global en su consumo, mientras que cada empresa tiene intereses relativamente particulares en relación al turista, aunque en realidad la satisfacción de su cliente depende del comportamiento de otras empresas.

La oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión.

En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones. Pero la oferta turística en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad. Los bosques, las plazas de las ciudades, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto son con frecuencia de tanta importancia para los turistas extranjeros, como para los chilenos. Sin embargo, resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística. Ellas son las siguientes:

- a. La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.
- b. Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.
- c. Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

2.5 HIPOTESIS

El desarrollo turístico comunitario incide en la demanda turística en la Comunidad Pondo de la Provincia de Tungurahua Cantón Baños.

2.6 SEÑALAMIENTO DE LA VARIABLES DE LA HIPOTESIS

Variable Independiente

Desarrollo turístico comunitario

Variable Dependiente

Demanda turística

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Bibliográfica

Se pretende utilizar la lista de libros para preparar esta investigación científica, por que se consulta en libros, folletos, abstract, entre otros, que se demuestra la historia sus raíces y la tradición como apareció y surgió la Comunidad Pondoá así como también la base conceptual en la que se va desarrollando toda investigación, a si como también información extraída de la gran biblioteca mundial que es el internet

De campo

Este es el recurso fundamental de la investigación descriptiva, ya que la investigación se dará en el lugar donde se realiza su respectivo donde se dan los hechos y fenómenos esperados, este estudio mediante la tentativa de una encuesta estructurada, o cuestionario estructurado.

3.2 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Exploratoria

Este a su vez permite averiguar las particularidades del problema y analizar el contexto global del mismo, en su totalidad.

Descriptiva

Ya que permite extraer los detalles del problema y análisis del tema que abarca el contexto para desarrollarlos con los elementos de cuestionarios estructurados de forma mesurada y lógica.

Asociación de variables

Nos permitirá establecer dependencia entre las variables dependientes e independientes según sea la necesidad del proyecto.

De tipo descriptiva, exploratoria

Ya que se procura expresar los argumentos necesarios de las familias y personas mayores a dieciocho años de edad, que tiene cierto interés por implementar el turismo en la comunidad, obteniendo esta información de la esencia del estudio, la población y la muestra por una sola vez.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 POBLACIÓN

Cuadro No 4: Población

POBLACIÓN	HABITANTES	PORCENTAJE
Personas mayores o iguales a 18 años de edad	110	100

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

3.3.2 MUESTRA

La investigación de campo se la realiza a todo el universo de estudio conformado por familias y personas mayores o iguales a 18 años de edad que al ser un número pequeño (110), no será necesario establecer una muestra.

3.4 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

TABLA N° 05 Operacionalización de la Variable Independiente

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA
<p>V.I.</p> <p>Desarrollo Turístico Comunitario</p> <p>Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje investigado por FLORES, Rony</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cultural - Social - Valores 	<p>El respeto amor y orgullo sobre sus raíces ancestrales de la Comunidad Pondoá</p> <p>Mejor comunicación por parte de las autoridades con la Comunidad.</p> <p>Mejorar servicio y trato a los clientes (turísticas), nacionales y extranjeras.</p>	<p>1. ¿Existe afluencia turística hacia el sector?</p> <p>Mucho Poco Nada</p> <p>2. ¿Trabaja usted con alguna empresa turística?</p> <p>Si No</p> <p>3. ¿Ha recibido capacitación o tiene usted conocimiento sobre el desarrollo turístico comunitario?</p> <p>Si No Rara ves</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observación - Entrevista - Encuesta

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

TABLA N° 06 Operacionalización de la Variable Dependiente

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA
<p>V.D.</p> <p>Demanda turística de la comunidad Pondoá</p> <p>La demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, investigado por FLORES, Rony</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Excursionistas - Motivaciones a Viajar - Operadores turísticos 	<p>Redimensionaremos en tres parámetros fundamentales inmiscuyendo la afluencia de turistas externos e internos hacia la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informar los atractivos lugares turística actuales en la Comunidad Pondoá - La necesidad de conocer otros lugares turísticos, naturales, etc. - Capacidad de emprendimiento del turismo comunitario para atraer al turismo interno y externo. 	<p>1. ¿Le gustaría a usted trabajar en una empresa turística con la comunidad?</p> <p>Si No</p> <p>2. ¿Le gustaría recibir capacitación para emprender una empresa comunitaria de turismo?</p> <p>Si No</p> <p>3. ¿En su comunidad cual cree usted que sería el ingreso económico más importante?</p> <p>Ganadero Agrícola Turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observación - Entrevista - Encuesta

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

TABLA N° 07 Plan de recolección de información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Por qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación.
2. ¿De qué personas u objetos?	Jefes de familia y personas mayores o iguales a dieciocho años de edad de la Comunidad Pondoá.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Desarrollo turístico comunitario. Demanda turística.
4. ¿Quién?	Investigadora.
5. ¿Cuándo?	Segundo semestre del año 2011.
6. ¿Dónde?	Comunidad Pondoá del Cantón Baños.
7. ¿Cuántas veces?	Una.
8. ¿Qué técnica?	Encuesta, entrevista y observación de campo.
9. ¿Con qué herramienta?	Cuestionario estructurado de forma lógica, con preguntas abiertas y cerradas.
10. ¿En qué situación?	Viviendas particulares.

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

- Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, entre otras.
- Repitiendo la recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de ejecución de la encuesta.
- Tabulando la información recogida.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

- Analizando los resultados estadísticos y destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretando los resultados.
- Comprobando la hipótesis o pregunta directriz.
- Estableciendo las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADO

La encuesta estuvo dirigida a los Jefes de Familia a si como también a las personas mayores o iguales a dieciocho años de edad, que forman parte de la Comunidad Pondoá (comuneros).

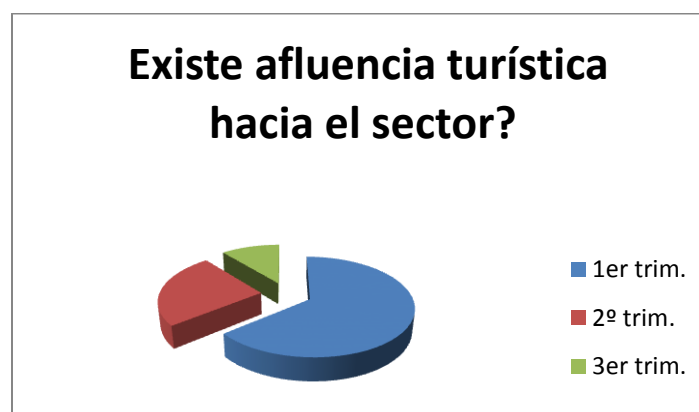
A continuación detallaremos cada una de las preguntas realizadas en la encuesta.

PREGUNTA 1

¿Existe afluencia turística hacia el sector?

Tabla N° 08 Tabulación Afluencia Turística

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUCHO	63	57
POCO	39	35
NADA	8	7
TOTAL	110	100%



Fuente: Jefes de familia y personas mayores o iguales a 18 años de edad de la Comunidad Pondoá

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada 57% de los encuestados dentro de la Comunidad Pondoá respondieron que existe afluencia turística hacia el sector, mientras el 35% tiene una poca demanda al turismo y el 7% que es la minoría afirman que no se tiene demanda turística.

INTERPRETACIÓN

Pese a que el turismo en la Comunidad Pondoá tiene un alto índice de afluencia, se debe realizar las capacitaciones para los guías de la comunidad para poder tener ingresos económicos y mantener las vías de acceso en perfecto estado y brindar buen servicio a los turistas.

PREGUNTA 2

¿Trabaja usted con alguna empresa turística?

Tabla N° 09 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	69	63
NO	41	37
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada 63% de los encuestados de la Comunidad Pondoá trabaja con alguna empresa turística, mientras el 37% tiene una poca o casi nada de aceptación para trabajar en una empresa turística.

INTERPRETACIÓN

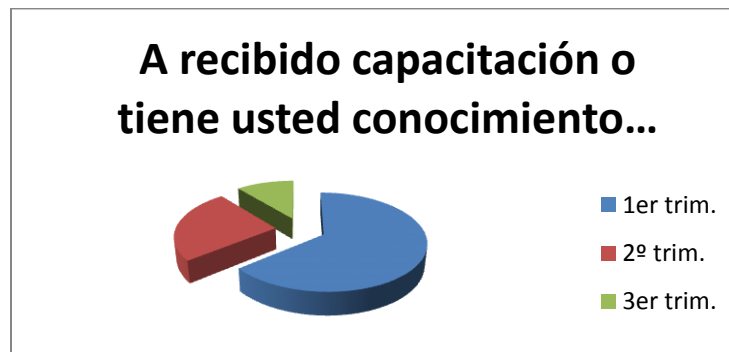
Entonces visto de forma práctica es necesario crear el turismo comunitario dentro de la comunidad para generar mayor provecho y beneficio para la comunidad y mas no para personas de afuera, y por consiguiente dar un mayor realce y ser conocidos a nivel nacional y luego internacional.

PREGUNTA 3

¿Ha recibido capacitación o tiene usted conocimiento sobre el desarrollo turístico comunitario?

Tabla N° 10 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	55	50
NO	43	39
RARA VEZ	12	11
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada 50% de los miembros de la Comunidad Pondoa respondieron que han recibido capacitación o tiene algún conocimiento sobre el desarrollo turístico comunitario, mientras el 39% no han recibido capacitación, y un el 11% que es la minoría manifiesta que rara vez les andado una capacitación con relación al turismo comunitario.

INTERPRETACIÓN

Pese a ser la mayoría que ha recibido capacitación sobre turismo es necesario inmiscuir otra capacitación donde se dé a conocer las ventajas de trabajar en equipo, como lo hace el turismo comunitario, para generar en ellos la apertura de capacitadores y con ello poder tener sus mismas empresas turísticas para su vida en el campo ocupacional.

PREGUNTA 4

¿Le gustaría a usted trabajar en una empresa turística con la comunidad?

Tabla N° 11 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	81	74
NO	29	26
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada el 74% de los miembros de la Comunidad Pondoá manifiestan que les gustaría trabajar en una empresa turística con la comunidad, mientras que el 26% no quiere trabajar en una empresa turística con la comunidad.

INTERPRETACIÓN

Sería necesario el trabajo colaborativo del turismo dentro de la comunidad ya que la mayoría se desenvuelve en el campo turístico y por ende ya existe un conocimiento en relación con lo que se desea conseguir dentro de la comunidad para con ello tener ofertas y demandas internas para mejorar la calidad de vida y dar una buena educación a sus hijos.

PREGUNTA 5

¿Le gustaría recibir capacitación para emprender una empresa comunitaria de turismo?

Tabla N° 12 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	89	81
NO	21	19
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada el 81% de los Jefes de Familia y la comunidad encuestada si le gustaría capacitarse para emprender una empresa comunitaria en plena relación con el turismo comunitario, mientras que el 19% respondieron que no les gustaría recibir capacitación para emprender una empresa en la comunidad.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas muestran cierto interés por recibir conocimientos y salir de la ignorancia dentro de un país globalizado y que se muestra en vías de desarrollo, es importante rescatar ese porcentaje para mejorar el entorno comunal y por ende el saber humano y con ello ser emprendedores y fortalecer su bienestar para tener sus propios recursos y generar más fuentes de trabajo.

PREGUNTA 6

¿En su comunidad cual cree usted que sería el ingreso económico más importante?

Tabla N° 13 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
GANADERO	33	30
AGRÍCOLA	33	30
TURÍSTICO	44	40
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

Dentro de la Comunidad Pondo el 40% manifiesta que el ingreso más importante sería el Turismo mientras que en parte igualitaria de un 30% manifiesta que el ingreso más importante sería de agricultura y ganadería con ello hay que manifestar que la mayoría está poniendo de manifiesto el turismo y que realmente el deseo y anhelo de la comunidad es ser conocidos a nivel nacional e internacional por su gran biodiversidad.

INTERPRETACIÓN

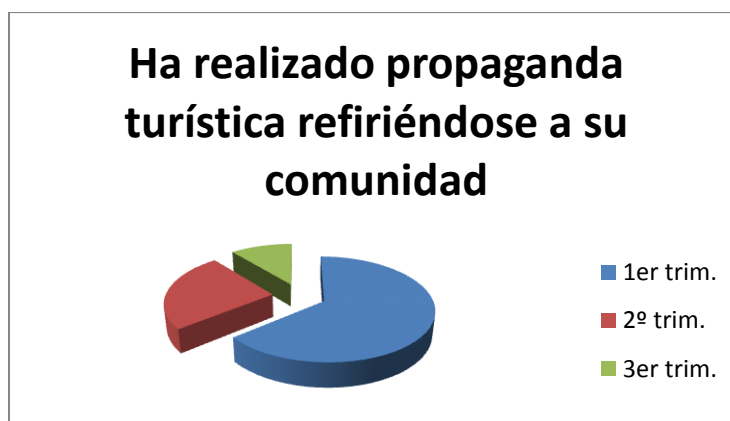
El turismo sería la base fundamental dentro de la población de estudio como un modo de subsistencia y desarrollo comunitario teniendo conocimientos o bases para poder trabajar de manera social e inmiscuir con ello el trabajo social en toda la comunidad y con ello tener un ingreso económico importante en el desarrollo sostenible y sustentable gracias al turismo comunitario.

PREGUNTA 7

¿Ha realizado propaganda turística refiriéndose a su comunidad?

Tabla N° 14 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	45	41
NO	38	35
ALGUNA VEZ	27	25
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada 41% que equivale a la mayoría dentro de la Comunidad Pondoá ha realizado propaganda turística refiriéndose a su comunidad respondieron, mientras el 35% no se han interesado para poder promocionar sectores turísticos dentro de la comunidad porque no han tenido interés, y el 25% que es la minoría no requiere que la comunidad sea conocida por el miedo de que sean desterrados de sus tierras.

INTERPRETACIÓN

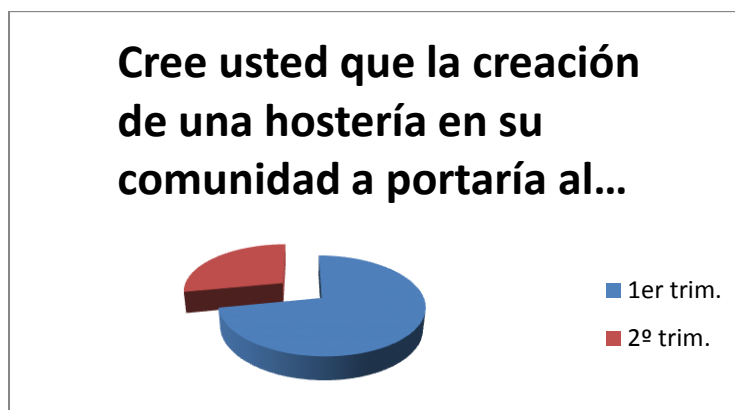
Es importante tomar en cuenta la importancia que se da al lugar que nos vio nacer y crecer e inmiscuirnos en el desarrollo de la misma ya sea por el turismo, para finalmente volverle a nuestro pueblo, caserío o comunidad en un sector de emprendedores, con publicidad en bien y beneficio de promocionar lo que existe con trípticos, dípticos, videos, folletos para su trabajo de mejor manera.

PREGUNTA 8

¿Cree usted que la creación de una hostería en su comunidad aportaría al turismo?

Tabla N° 15 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	81	74
NO	29	26
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada 74% de los comuneros de Pondoá manifiestan que si les gustaría crear una hostería en su comunidad, para con ello aportar al turismo y obtener ciertos beneficios y por consiguiente aportar al turismo, mientras que el 26% no requieren o no ven la necesidad de crear una hostería dentro de su comunidad, pensando en que es solo un gasto y mas no una inversión a futuro.

INTERPRETACIÓN

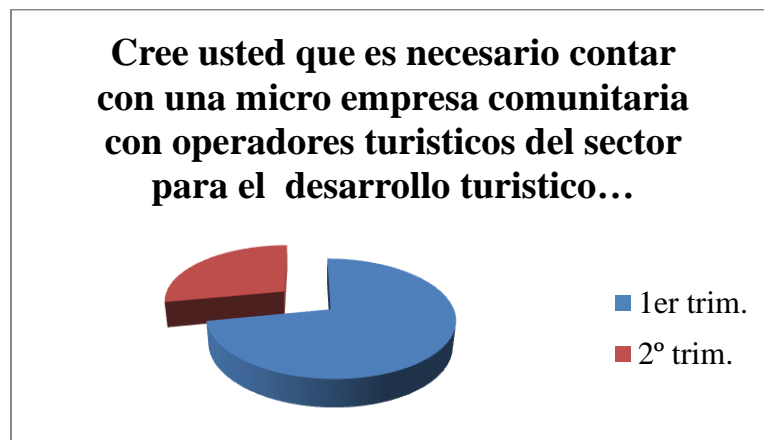
Es necesario invertir a futuro para mirar el costo beneficio que esto presenta y es necesario mirar proyectos que ayuden al desarrollo turístico comunitario fundamentado en una capacitación asiendo referencia a donde se quiere llegar motivando en ellos el beneficio de tener más afluencia de trabajo y conocimiento para llegar a ser emprendedores y ser ejemplo de un trabajo comunitario para los jóvenes, mejorando día a día.

PREGUNTA 9

¿Cree usted que es necesario contar con un micro empresa comunitaria con operadores turísticos del sector para el desarrollo del turismo comunitario de manera efectiva?

Tabla N° 16 Análisis de Interpretación de Resultados

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	88	80
NO	22	20
TOTAL	110	100%



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANÁLISIS

En base a la encuesta realizada hacia la comunidad Pondoá el 80% manifiestan que si creen necesario contar con una micro empresa comunitaria con operadores turísticos del sector para el desarrollo del turismo comunitario de manera efectiva, mientras que la minoría que es un 20% manifiestan que no requieren de una micro empresa comunitaria por lo que no se tendrá un trabajo en conjunto y habrá rivalidades entre familias.

INTERPRETACIÓN

Se ve necesario contar con un micro empresa comunitaria que ayude al desarrollo de la comunidad de estudio, con operadores turísticos del sector para que sean ellos quienes realicen un trabajo más competitivo y comparativo con los otros pueblos o comunidades inmiscuidos dentro del desarrollo turístico comunitario de manera efectiva, y con ello poder tener un apoyo de las entidades públicas y privadas, logrando con ello además el engrandecimiento individual y colectivo siendo unos empresarios de calidad y eficaces en sus labores.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.2.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

El bajo desarrollo turístico comunitario incide en la demanda turística de la comunidad Pondoá, de la Provincia de Tungurahua.

Hay que manifestar que el desarrollo turístico comunitario se presenta de forma favorable hacia la demanda turística en la comunidad Pondoá de la provincia de Tungurahua cantón Baños, pero se ha visto desmejorada por el ingreso económico recibido o percibido en dicha comunidad.

4.2.2 SELECCIÓN DE NIVEL DE SIGNIFICACIÓN

Para la verificación de la hipótesis se utilizara el nivel de $\alpha = 0.01$.

4.2.3 DESCRIPCIÓN DE CONFIABILIDAD

Se ha tomado como consideración para la investigación de campo de todo el universo de los jefes de familia y personas mayores a dieciocho años de edad, nativos de la comunidad.

Cuadro No 17: Población

POBLACIÓN	HABITANTES	PORCENTAJE
Personas mayores o iguales a 18 años de edad	110	100

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

La investigación de campo se la realiza a todo el universo de estudio conformado por familias y personas mayores o iguales a 18 años de edad, ya que al ser un número pequeño (110), no será necesario establecer una muestra.

4.2.4 ESPECIFICACIÓN DE LAS ESTADÍSTICAS

Es necesario mencionar que para la verificación de la hipótesis se expresará un cuadro de contingencia de 5 filas por 2 columnas con el cual se determina las frecuencias esperadas.

Cuadro No 18: Categorías

	ALTERNATIVA	OPCION 1	OPCION 2	SUB TOTAL
	2	69	41	110
	4	81	29	110
	5	89	21	110
	8	81	29	110
	9	88	22	110
TOTALES	28	408	142	550

Cuadro No 19: Frecuencias Esperadas

$(408 \times 110) / 550$	81,60
$(142 \times 110) / 550$	28,40

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

4.2.5 ESPECIFICACIÓN DE LAS REGIONES DE ACEPTACIÓN Y RECHAZO

Se procede a determinar los grados de libertad hasta qué punto puede cambiar el nivel de significación con un grado de error considerando por el cuadro de 5 filas y 2 columnas.

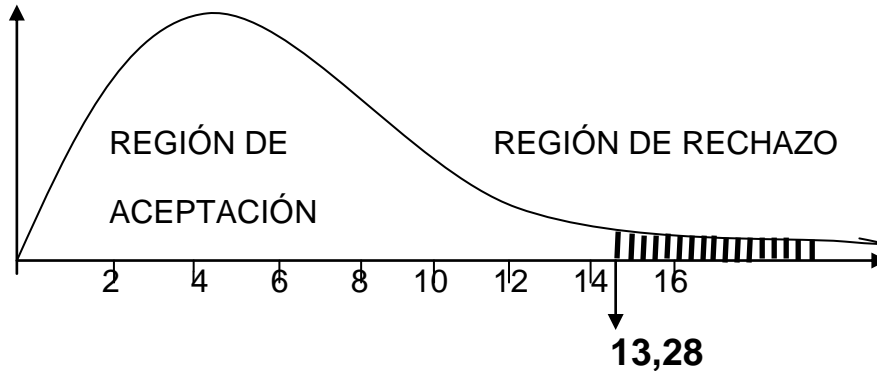
Cuadros No 20: Grado de Libertad

GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl.	(5-1)	(2-1)
gl.	4	1
gl.	4x1	
gl.	4	
		X ² T 13,28

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ESPECIFICACIÓN DE LAS REGIONES Y RECHAZOS

La representación gráfica sería:



Regla de Decisión

Por lo tanto con 4 grados de libertad y a nivel 0,01 de significación la tabla de $X^2_T = 13,28$ por tanto si $X^2_C = X^2_T$ se aceptará la H_0 , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

4.2.6 RECOLECCIÓN DE DATOS Y CÁLCULOS DE LO ESTADÍSTICO

Cuadro No 21: Che 2 Calculado

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² /E
69	81,60	-12,60	158,76	1,9456
41	28,40	12,60	158,76	5,5902
81	81,60	-0,60	0,36	0,0044
29	28,40	0,60	0,36	0,0127
89	81,60	7,40	54,76	0,6711
21	28,40	-7,40	54,76	1,9282
81	81,60	-0,60	0,36	0,0044
29	28,40	0,60	0,36	0,0127
88	81,60	6,40	40,96	0,5010
22	28,40	-6,40	40,96	1,4423
				14,1126

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

Ay que manifestar que dentro del cuadro representativo de la parte superior el X^2_C es mayor que X^2_T y por ende se acepta la hipótesis alternativa, es decir que si incide la una variable de la otra.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Se debe priorizar el turismo comunitario en la Comunidad Pondoá para ser conocidos a nivel nacional e internacional, en el campo turístico.
- Con un mejor ingreso económico, tomará más importancia la Comunidad Pondoá para poder producir y mejorar su ámbito turístico.
- Podríamos decir que la Comunidad Pondoá en el cantón Baños es necesario tener una micro empresa comunitaria con empresas turísticas e identidades públicas del gobierno
- Para indagar los índices dentro de la demanda Turística es necesario generar productos de mejor calidad para establecer un logro de superación dentro de la misma Comunidad.
- Fijar el desarrollo del Turismo Comunitario en la Comunidad para fortalecer el crecimiento y desarrollo turístico.
- Motivar a los operadores turísticos y guías de la Comunidad Pondoá para que ellos sean emprendedores del proyecto y para mejorar su estilo de vida.

5.2 RECOMENDACIONES

- Investigar que dentro de la Comunidad Pondoá en el cantón Baños debe generar micro empresas comunitarias con los operadores turísticos.
- Analizar los índices productivos con respecto a la demanda Turística para generar productos de mejor calidad y establecer un logro de superación dentro de la misma comunidad.
- Identificar el ingreso económico más importante de la Comunidad Pondoá para poder producir y mejorar su ámbito turístico.
- Incrementar la capacitación del turismo comunitario en la Comunidad Pondoá para ser conocidos a nivel nacional e internacional.
- Establecer el desarrollo del Turismo Comunitario en la comunidad para dar fuerza al crecimiento turístico.
- Motivar a los operadores turísticos y guías de la Comunidad Pondoá para que ellos sean emprendedores del proyecto y con ello mejorar su estilo de vida.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 PROPUESTA

TITULO: La capacitación a los comuneros y autoridades de Pondo de la Provincia de Tungurahua Cantón Baños sobre cómo desarrollar el turismo comunitario.

6.2 DATOS INFORMATIVOS

Nombre de la Comunidad	Pondo
Provincia	Tungurahua
Cantón	Baños
Parroquia	Matríz

6.3 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Para la presente investigación se tomo como referencia investigativa el trabajo realizado por FLORES, Rony (2009) “Instituto Latinoamericano de Ciencias Turísticas” quien menciona lo siguiente sobre el TURISMO COMUNITARIO, en las conclusiones podríamos decir que las experiencias de conocer otros lugares, es buena, pero sin embargo se toma algunos ejemplos para mejorar ya sea comunitariamente así como individualmente, Se cree que el turismo comunitario solo está latente en ofrecer los recursos turísticos, pero se sabe que el solo hecho de tener recursos, no garantiza el éxito. El turismo rural comunitario precisa íntimamente en su concepto, que puede desarrollarse en campos más cerrados y delimitados, lo que en realidad hace la Cooperación Alemana al

Desarrollo es trabajar en un campo que abarca el turismo comunitario que es el ecoturismo.

Especialmente en las recomendaciones se debe crear un convenio con los gobiernos locales para integrar un trabajo conjunto y no se pierda en el camino el turismo comunitario, es importante tener un componente de comercialización, para acercar a las poblaciones a ofrecer sus productos turísticos. Mi comentario personal hacia el turismo comunitario se enfoca en estudios especialmente dentro de la Comunidad Pondoá y el MIES para mejorar en el sector económico y social así como también su entorno entendiéndose dentro de ello sus viviendas, la agricultura y la ganadería entre otras, para ser conocidas a nivel mundial y poder realizar videos, folletos, trípticos para impulsar la demanda turística que se puede ofrecer con una buena atención a nuestros clientes y a la comunidad en general teniendo guías nativos profesionales que garanticen un servicio de calidad, mostrando a su vez su cultura y tradición, mejorando con ello su estatus social y su calidad de vida tanto familiar como personal.

6.4 JUSTIFICACIÓN

El turismo comunitario contribuirá al desarrollo de la comunidad de forma social el mismo que se enmarcara en actividades comunitarias dentro de la promoción del mantenimiento de la vida tomando en cuenta productos renovables y no renovables donde se verá en primera instancia el suelo, las plantas, los animales, el agua, el aire y la protección de estos para su desarrollo, trabajando a demás en actividades conjuntas con asociaciones y organismos que tratan de mejorar el desarrollo comunitario, y principalmente de forma económica ya que los ingresos serán repartidos de forma equitativa contribuyendo con esto el bienestar familiar y personal de quienes intervienen en el desarrollo del mismo.

6.5 OBJETIVO DE LA PROPUESTA

6.5.1 OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un plan de capacitación dirigido a comuneros y autoridades de la comunidad Pondo de la Provincia de Tungurahua cantón Baños sobre cómo desarrollar el turismo comunitario.

6.5.2 OBJETIVO ESPECIFICO

- Diseñar una estructura o modelo de capacitación.
- Establecer líneas de trabajo en equipo orientada al trabajo comunitario
- Trabajar sobre la prestación de servicios con los comuneros (servicio al cliente).
- Trabajar en forma social con equidad de género.

6.6 ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD

Factibilidad Operativa

El presente proyecto se va a desarrollar de manera funcional y de fácil comprensión, ya que contiene los temas que involucran el análisis del turismo comunitario para que se pueda ejecutar por la misma comunidad, por lo tanto se considera que el desarrollo y aplicación de la presente propuesta es operativamente factible.

Cuadro No 22 Factibilidad Económica

INDICADOR	ESCALA				
	1	2	3	4	5
1.- Aporte de organizaciones		X			
2.- Aporte de otros al proyecto (ONGs)					X
3.- Suficiencia del conjunto de recursos (organizados y otros) para finalizar las actividades de la propuesta.					X
4.- Sostenibilidad del proyecto durante la etapa de ejecución					X
5.- Tendencia actual de apoyo económico a este tipo de emprendimiento.					X

Resultado:

El presente proyecto tendrá altas posibilidades de respaldo financiero de diversas fuentes debido a su naturaleza comunitaria de la Comunidad Pondoá.

6.7 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es necesario dentro de este proyecto presentar hacia la comunidad una información conceptual sobre ciertos temas que son de desconocimiento por parte de los comuneros, con la finalidad de dar a entender a los mismos sobre la importancia de saber trabajar en sociedad y no de forma individual afianzando con ello un mejor desarrollo a nivel grupal y social.

Con lo dicho anteriormente es necesario hacer notar lo siguiente:

Concepto de capacitación

Se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal, dirigidos a prolongar y a complementar un conocimiento sobre una determinada temática mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión estipulada por el gremio, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público basada en los principios que rigen la función administrativa.

Para poder tener un concepto claro sobre la capacitación, es necesario diferenciarlo del entrenamiento y el adiestramiento. El entrenamiento es la preparación que se sigue para desempeñar una función limitada.

Mientras que el adiestramiento es el proceso mediante el cual se estimula al trabajador a incrementar sus conocimientos, destreza y habilidad.

Tomando en cuenta además que la capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del o los individuos en el desempeño de una actividad se puede señalar, entonces, que el concepto capacitación es mucho más abarcador.

La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.

Situación actual

La Provincia cuenta con el Comité de Coordinación de Turismo de Tungurahua, articulado al Eje del Trabajo del Gobierno Provincial. Este Comité viene implementando su Plan Estratégico de Turismo en seis líneas estratégicas: consolidación del Comité, capacitación

turística, marketing turístico provincial, participación en ferias nacionales e internacionales, señalética y turismo comunitario.

En esta última línea, se cuenta con un perfil de proyecto, resultado de los talleres provinciales de turismo comunitario realizados durante el año 2006; contempla lograr cuatro resultados, en: Fortalecimiento socio empresarial e incidencia política, Capacitación y asistencia técnica turística y empresarial, Potenciación de atractivos turísticos e infraestructura, Mercadeo turístico comunitario. Hasta el momento se cuenta con el diagnóstico de turismo comunitario de 11 comunidades de la provincia y con el diseño del programa de capacitación básica en turismo comunitario de la provincia listo para su implementación.

En la provincia existen experiencias de turismo comunitario que están en marcha:

- Illagua Chico, Parroquia Quisapincha; Cantón Ambato.
- Patuloma, Parroquia Salasaca; Cantón Pelileo.
- Quillán, Parroquia San Miguelito, Cantón Píllaro.
- 10 de Agosto, Parroquia Picaihua; Cantón Ambato.
- Río Negro, Cantón Baños.
- Chibuleo - San Francisco, Parroquia Juan B. Vela; Cantón Ambato.
- Cunugyacu, Parroquia Pilahuín; Cantón Ambato.
- Nueva Tondolique, Parroquia Quisapincha; Cantón Ambato.
- Río Verde Chico, Parroquia Ulba; Cantón Baños.
- Parroquia Emilio M. Terán; Cantón Píllaro.

A estas experiencias se podrán incorporar otras iniciativas de los demás cantones de la provincia.

El Consejo Provincial de Tungurahua y las Municipalidades de Ambato, Píllaro, Pelileo, Baños, Cevallos y Patate prevén en su planificación el impulso del turismo comunitario articulado a lo agropecuario. Esta es una prioridad, como se observa en seis de los nueve cantones de la provincia.

Problemática

El problema central son los escasos productos de turismo comunitario fortalecidos, organizados y vinculados al desarrollo local y que además no están articulados en una red provincial.

Las principales causas, son:

- Escasa y aislada oferta turística comunitaria a nivel provincial debido, a: la ausencia de políticas cantonales y provincial que apoyen el turismo comunitario.
- Carencia de proyectos de turismo comunitario articulados al desarrollo integral agropecuario de la comunidad, debido: al poco aprovechamiento de los potenciales turísticos, naturales y culturales; desconocimiento y desvalorización de la gente sobre los potenciales turísticos existentes en sus localidades; y, escasa capacitación sobre turismo comunitario.
- Escasa organización comunitaria y provincial para impulsar iniciativas de turismo comunitario, debido a: limitado número de líderes comunitarios que impulsen iniciativas de turismo local; poco interés de líderes comunitarios.
- Mínimos canales de comercialización de las iniciativas de turismo comunitario existente, debido: al mínimo conocimiento sobre posibilidades de venta de turismo comunitario; escasa promoción de la oferta existente.

Los principales efectos del problema central, son:

- No existe diversificación turística y escasez de turistas en la provincia.
- Desmotivación comunitaria para emprender nuevas alternativas de desarrollo y pérdida de credibilidad y valores culturales.
- El turismo comunitario no es competitivo en relación al turismo convencional, poco interés de las Operadoras de viaje.
- Carencia de canales de comercialización de productos y falta de articulación a nivel regional y nacional.

- Este conjunto de efectos directos produce un efecto superior, que es: escasa generación de empleo e ingresos económicos alternativos lo cual contribuye al incremento de la pobreza de las comunidades.

Objetivos de la propuesta

Finalidad:

- Contribuir a la generación de fuentes de trabajo y mejoramiento de los ingresos económicos alternativos provenientes del turismo comunitario articulado a lo agropecuario y recursos naturales.

Propósito:

Se cuenta con productos de turismo comunitario sustentable estructurado y articulado en una red provincial y regional.

Para lograr este propósito, se trabajará en cuatro componentes:

- Fortalecimiento organizativo e incidencia política en agroturismo.
- Capacitación y asistencia técnica turística y empresarial.
- Potenciación de atractivos turísticos e infraestructura.
- Mercadeo turístico comunitario articulado a lo agropecuario.

Resultados esperados y actividades

Resultado 1:

Se cuenta con organizaciones comunitarias y asociaciones agropecuarias fortalecidas y articuladas en una red de turismo comunitario provincial que impulsan las iniciativas turísticas e inciden en la generación de políticas.

Actividades:

1. Implementar un programa de formación de líderes emprendedores de turismo comunitario.
2. Implementar un programa de revitalización de valores e identidad cultural.
3. Desarrollar e implementar un modelo asociativo en turismo comunitario ligado a lo agropecuario.
4. Reglamentar el turismo comunitario y el agroturismo local.
5. Estructurar una red de turismo comunitario provincial con roles administrativos y de sensibilización.
6. Formular y gestionar la aprobación de ordenanzas que impulsen el turismo comunitario local y provincial como una alternativa de desarrollo productivo.

Resultado 2:

Sector del turismo comunitario de Tungurahua capacitado para un buen manejo técnico y empresarial de los proyectos turísticos articulados al desarrollo agropecuario de sus comunidades.

Actividades:

1. Realizar un inventario de necesidades de Capacitación y Asistencia Técnica.
2. Implementar un programa de capacitación en nociones básicas de turismo, por ejemplo: introducción al turismo, motivación turística, técnicas de comunicación y expresión, servicio al cliente, turismo agropecuario, impactos ambientales, primeros auxilios.
3. Implementar el programa de capacitación para actividades específicas de la oferta turística de cada localidad con enfoque empresarial, por ejemplo: técnicas de guiar, manipulación de alimentos, administración, etc.
4. Impulsar la coordinación de proyectos integrales en la comunidad articulados a la actividad turística, por ejemplo: proyectos piscícolas, huertos familiares, queserías, etc.

Resultado 3:

Se cuenta con una oferta turística comunitaria articulada y con estándares de calidad (infraestructura turística, señalética, parcelas agrícolas, granjas agroecológicas integrales, senderos, equipamiento turístico básico, vías y servicios de calidad en hospedaje, alimentación, guianza, seguridad al turista).

Actividades:

1. Realizar un diagnóstico de las potencialidades agropecuarias con fines turísticos en la comunidad.
2. Apoyar en la gestión para la dotación y/o mejoramiento de la infraestructura turística y agropecuaria.
3. Implementar un programa de señalización turística agropecuaria en las comunidades.
4. Realizar el mejoramiento y adecuación de parcelas, granjas integrales, senderos y recorridos turísticos.
5. Apoyar en la dotación y/o mejoramiento del equipamiento de los Centros Turísticos.
6. Impulsar la creación de una Operadora de Turismo Provincial Comunitario que incorpore lo agropecuario.

Resultado 4:

Se cuenta con adecuados canales de comercialización de productos turísticos comunitarios de la provincia.

Actividades:

1. Desarrollar productos agropecuarios con fines turísticos y marca de turismo comunitario de Tungurahua.
2. Analizar los costos y precios de la oferta turística.
3. Establecer canales de distribución y comercialización de los productos turísticos a nivel local, regional y nacional.

4. Estructurar e implementar un Plan de Mercadeo (Comunicación-Publicidad-Promoción Relaciones Públicas).

Grupos meta

La propuesta de Turismo Comunitario para las comunidades de la Provincia del Tungurahua y su área de influencia, se establece como parte de los proyectos de promoción de las bondades naturales y agropecuarias existentes en la zona, considerando que existe un entorno lleno de atractivos agropecuarios, manufacturas y artesanías en el área, así como el apoyo coordinado del Comité de Turismo de la Provincia de Tungurahua.

Roles de los actores claves

<u>ACTORES</u>	<u>ROLES</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Consejo Provincial 	<p>Coordinación e impulso para el proceso de turismo comunitario de la provincia.</p> <p>Diseño de programa de capacitación básica en turismo. Elaboración de material promocional.</p> <p>Señalización turística en comunidades. Cofinanciamiento en proyectos turísticos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Turismo 	<p>Ejecución del programa de capacitación básica en Turismo.</p> <p>Elaboración de material promocional.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • M. Ambato 	<p>Impulso a las iniciativas de turismo comunitario en su jurisdicción, capacitación a comunidades, elaboración de material promocional.</p> <p>Convenios Interinstitucionales para financiamiento de infraestructura.</p> <p>Apoyo de financiamiento en los diagnósticos de la potencialidad turística.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • M. Baños 	<p>Impulso a las iniciativas de turismo comunitario en su jurisdicción, señalización en comunidades.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • M. Píllaro 	Impulso a las iniciativas de turismo comunitario en su jurisdicción, señalización de comunidades.
<ul style="list-style-type: none"> • M. Pelileo 	Impulso a las iniciativas de turismo comunitario en su jurisdicción, señalización de comunidades.
<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto Poder 	<p>Apoyo al proceso de turismo comunitario provincial, cofinanciamiento en los diagnósticos de potencialidad turística provincial.</p> <p>Programas de capacitación básica en turismo.</p> <p>Pasantías en otras experiencias de Turismo comunitario, apoyo en la promoción de de las experiencias de turismo comunitario en la provincia.</p>

ONGS

Una ONG puede tener diversas formas jurídicas: asociación, fundación, cooperativa, entre otros, lo importante es que nunca buscan las ganancias económicas, sino que son entidades de la sociedad civil que se basan en el voluntariado y que intentan mejorar algún aspecto de la sociedad.

Las ONG suelen financiarse a través de la colaboración de los ciudadanos, de los aportes estatales y de la generación propia de ingresos (mediante la venta de remeras o la organización de eventos, por ejemplo). Parte de sus recursos pueden destinarse a la contratación de empleados de tiempo completo (es decir, que no trabajan de manera voluntaria sino que se dedican exclusivamente a las tareas de la organización).

El campo de acción de una ONG puede ser local, nacional o internacional. La asistencia sanitaria, la protección del medio ambiente, el fomento del desarrollo económico, la promoción de mejorar el conocimiento y la transferencia de tecnológica son sólo algunos de los asuntos que incumben a este tipo de organizaciones.

La Carta de las Naciones Unidas (**ONU**) ya reconocía, en **1945**, la importancia de las ONG en diversas temáticas. Es importante tener en cuenta, de todas formas, que las ONG no buscan reemplazar al Estado o a los organismos internacionales, sino que intentan complementar sus funciones.

Comunidad

La palabra comunidad ha adquirido determinadas connotaciones románticas y nostálgicas unas, despectivas y otras reaccionarias. Pero habida cuenta que intentamos referirnos a los conceptos básicos, limitaremos nuestra exposición a los significados más primordiales de la palabra comunidad, la misma que tiene su origen en el término latino *communitas*. Este concepto hace referencia a la cualidad de común, por lo que permite definir a distintos tipos de conjuntos: de las personas que forman parte de un pueblo, región o nación; de las naciones que se encuentran unidas por acuerdos políticos y económicos (como la Comunidad Europea o el Mercosur); o de personas vinculadas por intereses comunes (como la comunidad católica).

Puede decirse que una comunidad es un grupo de seres humanos que comparten elementos en comunes, como el idioma, sus costumbres, la ubicación geográfica, la visión del mundo o los valores. Dentro de una comunidad se suele crear una identidad común mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades.

Desde el punto de vista de la sociología, ciertos lugares como las cárceles o los cuarteles también son comunidades que pueden ser descritas y analizadas. Por otro lado, en el mundo del trabajo, una empresa también es una comunidad, ya que sus integrantes comparten objetivos comunes y se rige detrás de una filosofía corporativa.

Trabajo Social

El Trabajo Social promueve el cambio social, la resolución de problemas en las relaciones humanas y el fortalecimiento y la liberación del pueblo para incrementar el bienestar. Mediante la utilización de teorías sobre comportamiento humano y los sistemas sociales, el trabajo social interviene en los puntos en los que las personas interactúan con su

entorno. Los principios de los Derechos Humanos y la Justicia Social son fundamentales para el trabajo social, este se basa en su metodología y en un cuerpo sistemático de conocimientos sustentados en la experiencia y derivados tanto de la investigación y evaluación de la práctica incluido los contextos locales e indígnos, además, reconoce la complejidad de las interacciones entre los seres humanos.

Trabajo social es una disciplina que se ocupa de promover el cambio social, de resolver problemas que se suscitan de las relaciones humanas y de fortalecer más liberar al pueblo con el objetivo de incrementar el bienestar de las comunidades, basándose y utilizando teorías acerca del comportamiento humano, de los sistemas sociales, los principios de los Derechos Humanos y de la Justicia Social, el Trabajo Social interviene y dirige su labor hacia las complejísimas relaciones que se suceden en los individuos y los ambientes a los cuales pertenecen.

Básicamente, la misión del Trabajo Social consiste en facilitar que todos los individuos logren desarrollar a pleno sus potencialidades, a la vez que enriquezcan sus vidas y prevengan las disfunciones que pueden resultar en ese camino.

Sostenibilidad

El concepto de sostenibilidad no es explícito pero sí es fruto de un sistema de razonamientos aplicados para acercarnos a él. Según Naredo, la sostenibilidad exige identificar los verdaderos objetivos de la sostenibilidad teniendo en cuenta la noción usual del sistema económico, cuales son las recomendaciones razonables para atenderlo y cuáles son las limitaciones de este planteamiento.

La definición de desarrollo sostenible del Informe de Brundtland es muy genérica e imprecisa, pues primeramente las generaciones futuras, como el propio nombre sugiere, son futuras y no están presentes para definir sus necesidades y qué recursos necesitarán. El término sostenibilidad necesitaba ser aclarado y especificado para dejar de ser una simple teoría y pasar a la práctica.

El desarrollo sostenible expresa dos ideas muy claras: el uso racional de los recursos naturales y la protección del ecosistema mundial en las figuras de los ciudadanos (respeto al medio, cambio de hábitos), ciencia (conocimientos y soluciones) y poderes públicos (legislación y cooperación con otros países).

El concepto tiene un gran atractivo para los medios de comunicación y en el conjunto de la sociedad, ya que es una idea muy generalizada en todos los grupos de opinión, y el hecho de tener tintes solidarios ("no destruir el planeta para las generaciones futuras") ha sobredimensionado este concepto que se ha añadido a la máquina del marketing (aspecto muy estudiado por Miren Etxezarreta).

Sustentabilidad

Sustentabilidad refiere al equilibrio existente entre una especie con los recursos del entorno al cual pertenece. Básicamente, lo que propone es satisfacer las necesidades de la actual generación pero sin que se vean sacrificadas las capacidades futuras de las siguientes generaciones de satisfacer sus propias necesidades, es decir, algo así como la búsqueda del equilibrio justo entre estas dos cuestiones.

Como es sabido si se tala demasiado un bosque se corre el riesgo que este desaparezca, pero si ese uso o aprovechamiento de la materia prima se realiza a conciencia y debajo de un cierto límite en el cual jamás se comprometa la extinción de este recurso entonces se podrá equilibrar la cuestión, es decir, seguirán habiendo bosques y además se podrá seguir utilizando la madera para construir lindas mesas que luego alegren y adoren nuestros entornos.

Pero además del caso de la madera que expusimos, hay otros recursos como el agua, el suelo fértil y la pesca que pueden ser sustentables o dejar de serlo si es que no se cumple con ese justo equilibrio del cual hablábamos más arriba, porque cuando se traspasa ese límite será muy difícil poder retomar y volver a las condiciones anteriores.

Senderos Turísticos

Un sendero es un itinerario que ha sido diseñado por caminos, pistas, senderos, vías verdes, entre otras, buscando los pasos más adecuados, por valles, collados, cordales, se puedan visitar lugares considerados de interés paisajístico, cultural, turístico, histórico, social.

Las comunas mencionadas son sitios privilegiados con flora y fauna exuberante y belleza paisajística, cuyos senderos necesitan ser señalizados y adecuados para poder brindar a los turistas productos de calidad en la zona.

Ecología

Entendemos por ecología el conjunto de conocimientos referentes a la economía de la naturaleza, la investigación de todas las relaciones del animal tanto con su medio inorgánico como orgánico, incluyendo sobre todo su relación amistosa y hostil con aquellos animales y plantas con los que se relaciona directa o indirectamente. En una palabra, la ecología es el estudio de todas las interrelaciones complejas a las que Darwin se refería como las condiciones de la lucha por la existencia. La ciencia de la ecología, a menudo se la considerada equivocadamente como «biología» en un sentido restringido, constituye desde hace tiempo la esencia de lo que generalmente se denomina «historia natural». Como se ve claramente por las numerosas historias naturales populares, tanto antiguas como modernas, este tema ha evolucionado en íntima relación con la zoología sistemática. En la historia natural se ha tratado la ecología de los animales con bastante inexactitud; de todos modos, la historia natural ha tenido el mérito de mantener vivo un amplio interés por la zoología.

La ecología se encarga de estudiar la relación entre los seres vivos y su ambiente, entendido como la suma de los factores abióticos (como el clima y la geología) y los factores bióticos (organismos que comparten el hábitat). La ecología analiza también la distribución y la abundancia de los seres vivos como resultado de la mencionada relación.

Agropecuaria

Se designa con el término de agropecuaria a aquella actividad humana que se encuentra orientada tanto al cultivo del campo como a la crianza de animales. La denominación ha sido acuñada de la combinación de otros dos términos: agricultura (cultivo de la tierra para sembrar alimentos) y pecuaria, que de alguna manera resultan ser las actividades principales que quienes llevan a cabo esta actividad despliegan.

Entonces, quien lleva a cabo una actividad agropecuaria es porque se dedica a la agricultura o la ganadería. La agricultura es la labranza o cultivo de la tierra e incluye todos aquellos trabajos relacionados con el tratamiento del suelo y la plantación de vegetales. En buena medida las tareas de tipo agrícolas están destinadas a la producción de alimentos y la obtención de verduras, frutas, cereales, hortalizas, entre otros.

Y por su lado, la ganadería, así como la agricultura, es una actividad de tipo económico muy antigua que consiste en la crianza de animales para su posterior aprovechamiento. De acuerdo a la especie ganadera que se trabaje se obtendrán diferentes productos derivados: carne, leche, huevos, cuero, lana, miel, entre otros.

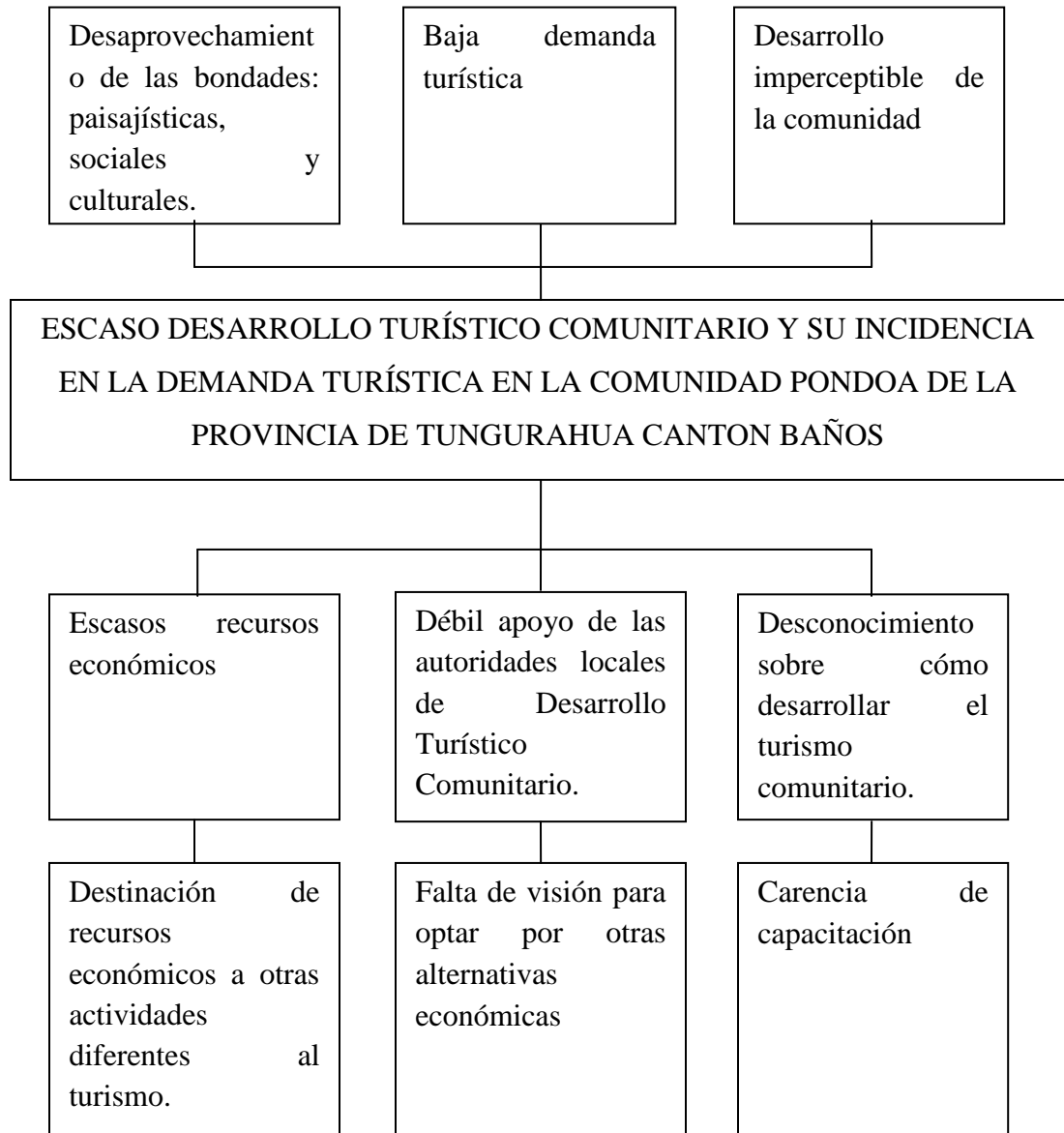
6.8 METODOLOGIA

Para la presente propuesta se utilizara el marco lógico para poder analizar el proyecto y de ser factible mejorar dentro de la comunidad el turismo comunitario mostrando el problema que involucra el desarrollo y la necesidad económica y de interrelación, por este motivo se desarrolla el árbol de problemas, y con ello se trabaja el árbol de objetivos para dar solución y mejorar con ello la propuesta interactuando con la matriz del marco lógico y con sus respectivos detalles e indicadores.

6.8.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

Cuadro No. Árbol de Problemas

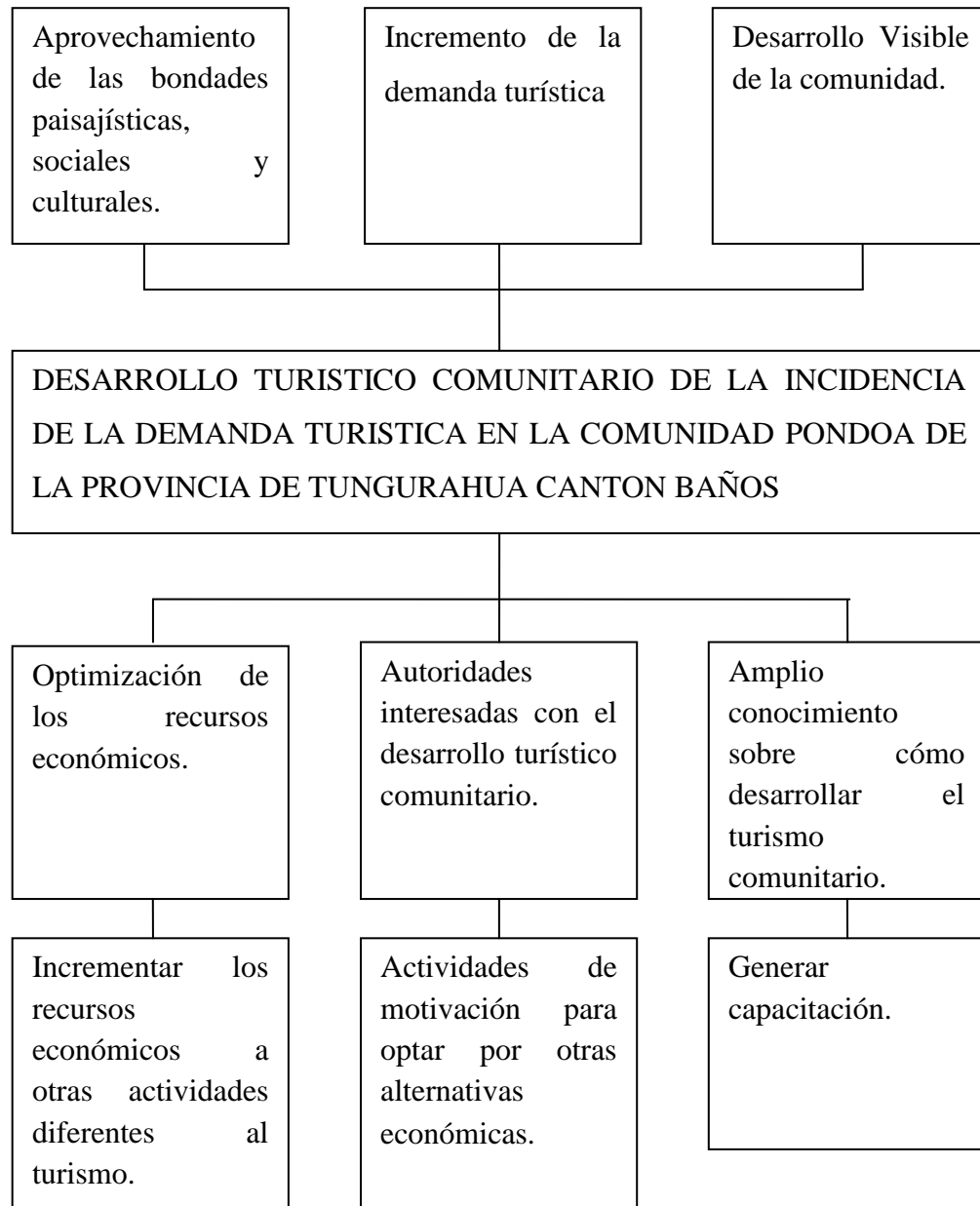
Cuadro No. 23 Árbol de Problemas



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

6.8.2 ÁRBOL DE OBJETIVOS

Cuadro No. 24 Árbol de Objetivos



Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

6.7.3 MATRIZ DE MARCO LOGICO

Cuadro No 24 Matriz de Marco Lógico

	NIVEL DE OBJETIVO	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FIN	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de las bondades: paisajísticas, sociales y culturales. 	Para el segundo semestre del año 2012 el 80% de la comunidad y sus autoridades incrementarán el aprovechamiento de los recursos naturales, sociales y culturales.	Documento de inventario de aprovechamiento de recursos Económicos que se brindará en la comunidad especialmente en lo cultural y social.	Apoyo del municipio de Baños para en mantenimiento de acceso de las vías en buen estado.
	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la demanda turística. 	Afines del año 2012 el 90% tendrán la demanda turística en la comunidad.	Documento de difusión como puede ser trípticos, videos, programas por medio de medios de comunicación entre otros, que sean conocidos a nivel nacional e internacional.	Apoyo del Gobierno Provincial e instituciones públicas y privadas en materiales, capacitaciones para los habitantes del entorno que serán operadores turísticos.
	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo visible de la comunidad. 	En el siguiente año 2013 se podrá observar un desarrollo visible en lo referente al turismo en la Comunidad Pondoá.	Con el incremento del turismo se obtendrá mapas viales, geográficos y turísticos lo que permitirá un mejor desarrollo de la comunidad.	Con la colaboración del Ministerio MIES – IEPS se podrá realizar las mejoras en el ámbito de los recursos naturales de la comunidad.

<p>PROPÓSITO</p>	<p>Desarrollo del turismo comunitario de la incidencia de la demanda turística en la comunidad Pondo de la provincia de Tungurahua Cantón Baños</p>	<p>Turismo pretende para el 2012 crear mejoras turísticas importantes de desarrollo comunitario.</p>	<p>Con los trípticos, mapas viales, folletos y propaganda se tendrá una masiva población turística para el año 2012.</p>	<p>Se logrará una mejor demanda del turismo en la comunidad y sus alrededores.</p>
<p>COMPONENTES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención de los recursos económicos. • Autoridades interesadas con el desarrollo turístico comunitario. • Amplio conocimiento sobre cómo desarrollar el turismo comunitario. 	<p>Para el segundo semestre del año 2012 se relacionará con agencias de viajes que brindarán una apertura más amplia y segura para el turismo.</p> <p>En el segundo semestre del año 2012 se podrá verificar los avances y la importancia desarrollada por parte de las autoridades involucradas en el proyecto.</p> <p>Para el primer semestre del año 2012 se brindará conocimientos con el Ministerio de Turismo.</p>	<p>Tendremos reuniones con los representantes de las agencias para hablar sobre el desenvolvimiento económico turístico que se desarrolla en la comunidad.</p> <p>Con la tecnología encargados de la ejecución de este proyecto que a través de ellos dan su informe sobre el desarrollo y funcionamiento del mismo.</p> <p>En la comunidad se realizará la sociabilización de los parámetros para el desarrollo turístico comunitario.</p>	<p>Colaboración de la comunidad para la obtención de recursos económicos.</p> <p>Los técnicos serán los responsables de dar a conocer el interés presentado por las autoridades para el mejor desarrollo turístico de la localidad.</p> <p>Se tratará de ampliar los negocios como artesanía, agricultura, turismo para una mejor calidad de vida.</p>

ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar los recursos económicos a otras actividades diferentes al turismo. 	En el 2013 el 90% conocerán otras actividades de agronomía, hospedaje, salud entre otros.	Para poder realizar las diversas actividades se debe investigar, analizar los recursos económicos y naturales.	El funcionamiento del micro empresas comunitarias para producir y mejorar su ámbito turístico.
	<ul style="list-style-type: none"> Actividades de motivación para optar por otras alternativas económicas. 	Para el año 2013 se podrá observar ciertas mejoras comunitarias turísticas para mejorar se demanda.	Generar productos de mejor calidad para establecer un logro de superación.	Mediante la elaboración de artesanías se prevé un incremento económico en sus habitantes.
	<ul style="list-style-type: none"> Generar capacitación. 	Capacitar y motivar a la comunidad para atraer el turismo interno y externo.	Delegar a gente desempeñada en este ámbito para promocionar el turismo y fortalecer el turismo comunitario.	Mejoramiento del desarrollo turístico comunitario con la comunidad para fortalecer el crecimiento turístico.

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Tenemos los elementos del plan de capacitación para aportar con información fundamental para el turismo comunitario el mismo que parte por lo siguiente:

1. Competencia general del turismo comunitario
2. Unidad de competencia del turismo comunitario
3. Elementos de competencia del desarrollo turístico y criterios de desempeño.

FORMATO DEL PLAN DE TRABAJO DETALLADO POR UNIDADES

Con respecto a la capacitación se interpreta como primer punto la Competencia general, la misma que dictaminara a donde se quiere llegar dentro del turismo comunitario.

Modalidad:	Actividades demostrativas de la competencia general del turismo comunitario.
Módulo:	1
Objetivo:	Objetivo general.
Unidad de trabajo:	Comunidad Pondoá.
Formador:	Técnico del Gobierno Provincial.
Número de horas del módulo	6 horas.

Unidad de competencia del turismo comunitario

Modalidad:	Actividad de integración del turismo comunitario.
Módulo:	2
Objetivo:	Objetivos específicos. Módulo formativo comunitario.
Unidad de trabajo:	Comunidad Pondoá.
Formador:	Técnico MIES – IEPS.
Número de horas del módulo:	6 horas.

Elementos de competencia del desarrollo turístico y crítico dentro del desempeño a seguir.

Modalidad:	Actividades de aplicación y evaluación del desarrollo turístico.
Módulo	3
Objetivo:	Componentes: Procedimientos. Conocimiento. Actitudes y valores.
Unidad de trabajo:	Comunidad Pondoá.
Formador:	Técnico Ministerio de Turismo.
Número de horas de módulo	6 horas.

DISEÑO DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

Cada diseño es una unidad formativa, cuyos elementos están relacionados entre sí con el fin de conseguir un objetivo coherente para el turismo comunitario.

1. Diseño asociados a una unidad de competencia del turismo comunitario.
2. Diseño sobre los ejes transversales en los que se incluyen aspectos relacionados con desarrollos personales, grupales.

Diseño asociado a una unidad de competencia del turismo comunitario

La programación del diseño en la unidad de trabajo del turismo comunitario debe ser considerada por el quipo de facilitadores como una necesidad dentro de la organización de las labores comunitarias para conseguir una mayor calidad y eficiencia de los participantes (jóvenes, adultos o mujeres), los recursos disponibles (espacios, equipos), y el entorno socio económico y productivo del centro de formación de la comunidad.

Diseño transversal en los que se incluye aspectos relacionados con el desarrollo personal y grupal dentro de la comunidad.

La unidad de diseño del trabajo incluye un conjunto de actividades de enseñanza y aprendizaje colaborativo, cuyo objetivo es generar aprendizajes específicos dentro del turismo para logra que los y las participantes sean entes que adquieran las capacidades y objetivos programados. Por lo general, existe una relación organizativa del diseño dentro de la unidad de trabajo con una secuencia lógica del proceso de aprendizaje.

UNIDAD DE COMPETENCIA COMUNITARIA

1. Organizar y mantener los espacios turísticos comunitarios (granjas, viviendas, jardines, miradores, senderos, riveras de ríos, cascada y espacios de reservas naturales), considerando medios de producción dentro del medio ambiente.
2. Organizar, ejecutar y asistir las visitas como guía local.
3. Planificar el menú y realizar el aprovechamiento y almacenamiento de alimentos y bebidas.
4. Elaborar artículos artesanales con materiales del medio.
5. Administrar una pequeña empresa y comercializar sus productos.

Organizar y mantener los espacios turísticos comunitarios (granjas, viviendas, jardines, miradores, senderos, riveras de ríos, cascada y espacios de reservas naturales), considerando medios de producción al ambiente.

Conocer, Identificar y familiarizarse con los espacios y recursos con que cuenta la actividad turística de su comunidad, para conocer las condiciones del medio ambiente, implementando actividades para protegerlos y manejarlos mediante un registro de condiciones en que se encuentra cada uno de los espacios turísticos para lo cual se elaborara con la comunidad un plan de mantenimiento que contenga fechas, horarios, tiempos y financiamiento de forma conveniente para su ejecución, estableciendo con ello

los procedimientos específicos que hay que desarrollar para el mantenimiento de los espacios destinados a la actividad turística comunitaria, teniendo en cuenta:

- La protección del ambiente.
- Las técnicas propias del área.
- El tipo de cliente que espera atender.

Organizar, ejecutar y asistir a las visitas como guía local.

Se obtiene la información sobre los tipos de grupos así como las rutas y los itinerarios propuestos, los transportes a utilizar, los alojamientos, las visitas, las actividades y proveedores previstos, para ayudar a elaborar los guiones a utilizar en el recorrido el mismo que es necesario seleccionarlo en lo que respecta al tipo de información necesaria para la presentación del servicio y definir con ello sus características, considerando lo siguiente:

- La información relativa a la programación de visitas.
- La información que se prevé utilizar en el recorrido.
- Los medios de difusión previstos.

Planificar el menú y realizar el aprovechamiento y almacenamiento de alimentos y bebidas.

Las necesidades y condiciones de los clientes para el suministro local de las materias primas, las herramientas y equipos de aprovisionamiento de un buen equilibrio, tanto en la variedad como en el orden y los costos.

El valor nutritivo de los alimentos para aplicar las normas básicas de dietas y nutrición que se desarrollen con ayuda de los métodos de costo para determinar de precios de alimentos y bebidas que se prevé a si como la oferta de productos y demandas de clientes de acuerdo a la temporada.

Elaborar artículos artesanales con materiales del medio.

Identificar los artículos artesanales en función de modelos existentes, materiales utilizados y demanda del mercado por lo cual determina las características y especificaciones del modelo a fabricar (forma, medidas, color entre otros).

Determinar los equipos, herramientas y materiales necesarios, interpretar el diseño y considerar las características del artículo artesanal, de esta manera se podrá realizar la fabricación del prototipo a seguir con respecto a ciertos artículos propios de la zona, considerando los atributos específicos de medida y calidad requerida.

Administrar una empresa y comercializar sus productos.

Gracias al turismo comunitario las personas Descubren sus habilidades, destrezas y conocimientos, que identifica las necesidades de la zona, familias y comunidades esto sin duda generara ideas de negocios que se identifiquen y creen características de una buena oportunidad de negocio.

Analiza y evalúa el riesgo empresarial que se identificar y describir dentro de los diferentes roles que desempeñan las personas en las empresas con sus características y valores importantes para tener éxito como dueño y operador de una empresa.

6.8 ADMINISTRACIÓN Y PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

ETAPA DEL PROYECTO	OBJETIVOS	RESPONSABLES	TIEMPO	OBSERVACIONES
Reconocimiento en la área de Turismo	Investigar a fondo las variables mencionadas en la página 18 de la tesis.	Instituciones del proyecto	Enero 10 de 2012	
Auto diagnóstico comunitario	Reconocer los bienes del turismo	Comunidad y instituciones	Enero 15 de 2012	
Recolección de datos e investigación de sus necesidades	Levantar informes pertinentes	Población y comunidad	Enero 25 de 2012	
Síntesis y análisis	Limpiar y elegir la información necesaria de la comunidad	Comunidad	Febrero 4 de 2012	
Intervención	Establecer las actividades de la capacitación ejecutada.	Pobladores, autoridades y instituciones	Febrero 6 de 2012	La población aparta la ejecución de la propuesta.
	Realizar monitoreos, seguimientos y evaluación final de los resultados obtenidos.	Pobladores y comunidad	Febrero 10 de 2012	Posterior a la ejecución.
Evaluación				

Elaborado por: ORTIZ, Gabriela (2011)

ANEXOS

Anexo 1

La historia de la Comunidad Pondoá

Su historia se basa en la conquista de los españoles por lo que se cree que fueron saqueados de sus tierras, por lo cual así mismo fueron esclavos, pero como pasa los años y van cambiando su forma de ser y sus culturas de lo cual se revelaron para ser libres y de esa forma se fundó la Comunidad Pondoá aproximadamente 1948, hasta ahora en la actualidad son guerreros y luchadores para fortalecer el tejido social de la comunidad como única garantía del desarrollo del Cantón Baños.

Por lo que promueven el Turismo Comunitario, optimizando los recursos y acciones para el bienestar de la población y el manejo sustentable.

ANEXO 2

La encuesta



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

ENCUESTA REALIZADA A LA COMUNIDAD PONDOA DEL CANTON BAÑOS (LUGAR)

OBJETIVO: Recabar información pertinente relacionada a las variables

INTRODUCCION: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una (X) según corresponda.

CUESTIONARIO

1. Existe afluencia turística hacia el sector

Mucho

Poco

Nada

2. Trabaja usted con alguna empresa turística

Si

No

3. A recibido capacitación o tiene usted conocimiento sobre el desarrollo turístico comunitario

Si

No

Rara ves

4. Le gustaría a usted trabajar en una empresa turística con la comunidad

Si

No

- 5. Le gustaría recibir capacitación para emprender una empresa comunitaria de turismo**
- Si
- No
- 6. En su comunidad cual cree usted que sería el ingreso económico más importante**
- Ganadero
- Agrícola
- Turístico
- 7. A realizado propaganda turística refiriéndose a su comunidad**
- Si
- No
- Alguna vez
- 8. Cree usted que la creación de una hostería en su comunidad a portaría al turismo**
- Si
- No
- 9. Cree usted que es necesario contar con un micro empresa comunitaria con operadores turísticos del sector para el desarrollo del turismo comunitario de manera efectiva.**
- Si
- No

Muchas gracias

ANEXO 3
PARAÍSO VOLCÁNICO PONDOA

Fotografía No. 1 La naturaleza que tiene en las faldas del volcán Tungurahua



ANEXO 4
ANTIGUAS CASAS DE PONDOA

Fotografía No 2 Familia Vargas



Fotografía No 3 Familia Vargas



Fotografía No 4. Familia Vargas



ANEXO 5

INFORMACIÓN DE LA COMUNIDAD PONDOA

Fotografía No 5. Restaurante Familia Escobar



Fotografía No 6. Oficina de Información Turística Álvaro Pérez



ANEXO 6

NATURALEZA DE LA COMUNIDAD PONDOA

Fotografía No.7 Varios tipos de plantas ornamentales nativas



Fotografía No. 8



Fotografía No. 9



ANEXO 7

PARAISO VOLCÁNICO PONDOA

Fotografía No. 10 Entrada a la Comunidad Pondoá



Fotografía No. 11 Bienvenidos a Pondoá



Fotografía No 12 De Rocas Volcánicas

