

# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

## **Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas**

Análisis de los criterios mandatorios de la empresa Tourcert para la actualización de su modelo de Gestión.

### **PROYECTO INTEGRADOR**

Previo la obtención del Título de:

### **LICENCIADO EN TURISMO**

Presentado por:

Federico Max Vera Dueñas

Jhuliana Priscila Moreno Araujo

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2021

## DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mis padres, a mis hermanos, al apoyo incondicional de Jordana Wilches y por sobre todo a Dios por darme la oportunidad de cumplir mis metas, a Él todo el honor.

Federico Vera Dueñas

A Silvia mi madre. Ruperto mi señor padre, a Lizbeth y Daniela por su amor, cariño, y apoyo incondicional.

Jhuliana Moreno Araujo

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi más sincero agradecimiento a mis compañeros y amistades que han estado presente desde el inicio hasta la culminación de esta carrera. Agradezco de forma especial a mi Madre por siempre confiar en mí y por ser el motor de todos mis sueños.

Federico Vera Dueñas

Un agradecimiento especial a cada uno de mis docentes, compañeros y amigos que han brindado el apoyo para la culminación de este sueño. A mis padres y hermanas por sus consejos, esfuerzo, paciencia y sobre todo por creer en mí.

Jhuliana Moreno Araujo

## DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Jhuliana Moreno Araujo y Federico Vera Dueñas* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”



---

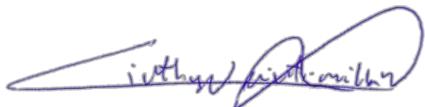
Jhuliana Moreno Araujo



---

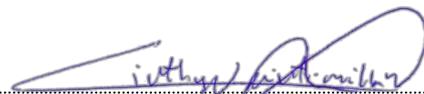
Federico Vera Dueñas

## EVALUADORES



**Cinthy Veintimilla**

PROFESOR DE LA MATERIA



**Cinthy Veintimilla**

PROFESOR TUTOR

## RESUMEN

La presente investigación tiene la finalidad de realizar un análisis de los criterios mandatorios de la empresa Tourcert que aporte en la creación de herramientas que sirvan para la actualización del modelo de gestión y certificación comunitaria. Tiene como objetivo identificar los elementos que deban ser modificados de los actuales criterios mandatorios y sugerir la implementación de nuevas herramientas. La empresa Tourcert cuenta con un modelo de certificación que permite a las comunidades trabajar de manera organizada y sistematizada, por otro lado, siempre busca la forma de ser mejorado y que prevalezca en el tiempo, es por eso, que cuenta con la necesidad de ser analizado y actualizado para que se ajuste a los cambios emergentes del mercado. Para ello se realizó, un diagnóstico de la situación actual del turismo comunitario, entrevistas a expertos sobre actividades turísticas comunitarias y un cuestionario sobre el catálogo de criterios que maneja la empresa Tourcert, las cuales aportaron como elemento fundamental en nuestro proyecto. Como resultados se realizaron prototipos de un inventario gastronómico para el rescate de sabores culturales en destinos y comunidades, criterios de accesibilidad para un turismo comunitario más inclusivo. También, se realizó la mejora de un plan de contingencia donde se unificó las herramientas ya existentes en el criterio. Se puede concluir que la implementación de las nuevas herramientas al modelo de gestión aporta significativamente en su actualización, brindando elementos diferenciadores entre los demás modelos y sostenible en el tiempo.

**Palabras Clave:** certificación, criterios mandatorios, modelo de gestión, turismo comunitario.

## ABSTRACT

*The present research aims to carry out an analysis of the mandatory criteria of the Tourcert company that contributes to the creation of tools that serve to update the community management and certification model. Its objective is to identify the elements that must be modified from the current mandatory criteria and to suggest the*

*implementation of new tools. The Tourcert company has a certification model that allows communities to work in an organized and systematized way, on the other hand, it always looks for a way to be improved and that prevails over time, that is why it has the need to be analyzed and updated to adjust to emerging market changes. For this, a diagnosis of the current situation of community tourism, interviews with experts on community tourism activities and a questionnaire on the catalog of criteria used by the Tourcert company was carried out, which contributed as a fundamental element in our project. As a result, prototypes of a gastronomic inventory were made to rescue cultural flavors in destinations and communities, accessibility criteria for a more inclusive community tourism. Also, an improvement of a contingency plan was carried out where the tools already existing in the criterion were unified. It can be concluded that the implementation of the new tools to the management model contributes significantly to its updating, providing differentiating elements between the other models and sustainable over time.*

*Keywords:*

# ÍNDICE GENERAL

|   |     |
|---|-----|
| RESUMEN.....                                    | I   |
| ABSTRACT.....                                   | I   |
| ÍNDICE GENERAL.....                             | III |
| ABREVIATURAS .....                              | VI  |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....                          | VI  |
| ÍNDICE DE TABLAS.....                           | VI  |
| CAPÍTULO 1.....                                 | 8   |
| 1. Introducción .....                           | 8   |
| 1.1 Descripción del problema.....               | 8   |
| 1.2 Justificación del problema.....             | 9   |
| 1.3 Objetivos.....                              | 10  |
| 1.3.1 Objetivo General .....                    | 10  |
| 1.3.2 Objetivos Específicos .....               | 10  |
| 1.4 Marco teórico .....                         | 10  |
| 1.4.1 Turismo sostenible .....                  | 10  |
| 1.4.2 Turismo comunitario .....                 | 11  |
| 1.4.3 Criterios de turismo comunitario .....    | 12  |
| 1.4.4 Calidad para el turismo comunitario. .... | 13  |
| 1.4.5 Certificaciones para Turismo .....        | 13  |
| CAPÍTULO 2.....                                 | 14  |
| 2. Metodología .....                            | 14  |
| 2.1 Etapas de la investigación. ....            | 14  |

|                 |  |                                      |
|-----------------|--|--------------------------------------|
| 2.1.1           | Primera Etapa - Objetivo 1 .....   | 14                                   |
| 2.1.2           | Segunda Etapa - objetivo 2 .....   | 15                                   |
| 2.1.3           | Tercera Etapa - objetivo 3 .....   | 16                                   |
| 2.2             | Criterios de rigor y ética .....   | 17                                   |
| CAPÍTULO 3..... |  | 18                                   |
| 3.              | Resultados Y ANÁLISIS.....   | 18                                   |
| 3.1             | Resultados.....  | 18                                   |
| 3.2             | Diagnóstico de turismo comunitario. ....   | 19                                   |
| 3.2.1           | El desarrollo del turismo comunitario y su importancia para Ecuador ...  | 19                                   |
| 3.2.2           | Normativa ecuatoriana .....  | 21                                   |
| 3.2.3           | Promoción, inversión y creación de alianzas .....  | 24                                   |
| 3.3             | Criterios Mandatorios .....  | 26                                   |
| 3.3.1           | Criterios mandatorios de la empresa Tourcert de mayor relevancia para la operación eficiente del turismo comunitario. .... | 30                                   |
| 3.3.2           | Criterios mandatorios de la empresa Tourcert que se deberían incluir al modelo de gestión. ....                            | 31                                   |
| 3.4             | Resultados Design Thiking. ....  | 32                                   |
| 3.4.1           | Definir.....   | 32                                   |
| 3.4.2           | Idear.....   | 33                                   |
| 3.4.3           | Prototipos de herramientas para los criterios seleccionados. ....  | 34                                   |
| CAPÍTULO 4..... |  | 36                                   |
| 4.              | Conclusiones y recomendaciones.....  | 36                                   |
| 4.1             | Conclusiones. ....   | 36                                   |
| 4.1.1           | Recomendaciones.....   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| 5.              | BIBLIOGRAFÍA .....   | 38                                   |
| 6.              | ANEXO .....  | 41                                   |

|     |               |     |
|-----|---------------|-----|
| 6.1 | ANEXO 1 ..... | 41  |
| 6.2 | Anexo 2 ..... | 42  |
| 6.3 | Anexo 3 ..... | 45  |
| 6.4 | Anexo 4 ..... | 46  |
| 6.5 | Anexo 5 ..... | 111 |

## **ABREVIATURAS**

|        |   |
|--------|---|
| ESPOL  | Escuela Superior Politécnica del Litoral                    |
| CTC    | Centro de Turismo Comunitario                               |
| Feptce | Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador |
| Mintur | Ministerio de Turismo                                       |
| ODS    | Objetivos de Desarrollo Sostenible                          |
| OMT    | Organización Mundial del Turismo                            |
| GSTC   | Global Sustainable Tourism Council                          |

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 3.1 Mecanismos para facilitar la promoción de productos y destinos comunitarios (Elaboración propia)..... | 25 |
| Ilustración 3. 2. Criterios mandatorios de mayor relevancia .....   | 31 |
| Ilustración 3. 3 . Criterios a incluir por parte de los expertos de turismo comunitario (elaboración propia) .....    | 32 |
| Ilustración 3.4 Diagrama de Ishikawa- Carencias en las herramientas de criterios de Tourcert .....                    | 33 |

## **ÍNDICE DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1.1 Certificaciones para Turismo comunitario (CERTIFICATES WORLDWIDE Tourism 2030 Destinet Services, 2020) ..... | 13 |
| Tabla 2.3 Instructivo para registro de Centros Comunitarios (MINTUR, 2010).....  | 21 |
| Tabla 3.3 Criterios mandatorios generales.....   | 26 |
| Tabla 3. 4 Criterios generales sin mandatorios .....   | 28 |
| Tabla 1.1. Ejemplo de Tabla .....  | 10 |



# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las amplias necesidades de gestionar procesos adecuados para los emprendimientos y comunidades en temas de sostenibilidad y cumplimiento de objetivos de desarrollo en países como Ecuador, ha terminado encaminando a organismos nacionales e internacionales gubernamentales y no gubernamentales a trabajar en el acompañamiento y gestión de certificación de sostenibilidad y buenas prácticas.

En el caso de, la empresa certificadora Tourcert, cuenta con un modelo de gestión que contempla seis aspectos: gobernanza, gestión de la calidad y fortalecimiento del negocio, gestión del talento humano, economía solidaria y beneficios para la comunidad, defensa del territorio y ambiente y gestión socio cultural. Distribuidos en un total de 35 criterios de los cuales 13 son mandatorios y 22 corresponden a criterios generales no mandatorios. Cada una de estas secciones y criterios forman parte de su proceso de certificación que permite a las comunidades trabajar de una manera ordenada y sistematizada para lograr cumplir sus objetivos.

Se debe considerar que el turismo comunitario ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años (Torre, 2010), esto justifica a la necesidad de innovación y actualización constantes en los modelos de gestión para diferenciarse de otras empresas certificadoras, a su vez para atender a las nuevas demandas que surgen con los cambios de tiempos y necesidades del mercado.

### 1.1 Descripción del problema

Nuestro cliente, la empresa Tourcert, Stuttgart, asesora y certificadora de empresas y destinos turísticos basados en el manejo sostenible, ubicada en Blumenstraße 1970182 Stuttgart, Alemania, ha trabajado en diferentes proyectos en la región, ha visibilizado la falta de acompañamiento y continuidad que tienen varias comunidades, en aspectos de suma importancia; desde el manejo y control de sus insumos, recursos

tanto humanos como tecnológicos hasta el cumplimiento de metas y objetivos dentro de una agenda sostenible y duradera en el tiempo. Según un análisis del 2017 las empresas, tienen a evitar actuar y alinearse a respectivos indicadores de sostenibilidad o en el otro caso seleccionar con mucha conveniencia, que criterios e indicadores selecciones y “alinearse”; el éxito de indicadores efectivos es la relevancia, disponibilidad y viabilidad de evaluación a largo plazo deben ser acompañados a objetivos claros y realistas para su buena implementación (Agyeiwaah, McKercher, & Suntikul, 2017).

Además, la falta de un modelo aplicado en un emprendimiento y/o proyecto de tipo comunitario favorece a las pérdidas económicas y la interrupción o posible finalización de este. Por tanto, es necesario que el modelo de gestión sea analizado para que se ajuste a las necesidades y cambios del mercado.

## **1.2 Justificación del problema**

La presente investigación está enfocada en fortalecer y ajustar los criterios mandatorios de la empresa Tourcert, a través de un análisis y actualización de su modelo de gestión mediante buenas prácticas alineadas a los Objetivos 1,5,8,12,17 de Desarrollo Sostenible (ODS).

Tiene como visión diagnosticar la situación actual del turismo comunitario en el Ecuador y analizar los criterios mandatorios de la empresa Tourcert para el levantamiento y actualización de datos que aporten a la investigación. De esta manera, se espera fortalecer los aspectos del modelo de gestión para su actualización, hacer de este modelo sostenible en el tiempo asegurando la continuidad de los proyectos independientemente de quien se encuentre a cargo de las comunidades.

## 1.3 Objetivos

### 1.3.1 Objetivo General

Analizar los criterios mandatorios de la empresa Tourcert para la actualización de su modelo de gestión.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar el turismo comunitario en el Ecuador para la actualización de datos.
- Establecer que elementos se deben modificar, aumentar o disminuir de los criterios actuales.
- Sugerir herramientas adicionales que aporten a la certificación del modelo.

## 1.4 Marco teórico

### 1.4.1 Turismo sostenible

Una de las primeras definiciones de desarrollo sostenible que se obtuvo, fue la establecida por la Comisión del Medio Ambiente y del Desarrollo en su informe titulado *Nuestro futuro común*, donde menciona que *“El desarrollo sostenible es aquel que busca satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer las propias”* (CMMAD, 1987).

Por otro lado, la Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo sostenible como aquel que reconoce las consecuencias medioambientales, sociales, económicas actuales y futuras que influyen en la satisfacción de las necesidades de las comunidades, de los visitantes, el entorno y la industria. El turismo sostenible busca cumplir los principios de sostenibilidad interesados en el manejo de los recursos naturales, la viabilidad económica y el respeto sociocultural hacia las comunidades, manteniendo entre ellas un equilibrio. (OMT, 2001).

Actualmente, el constante desarrollo del turismo sostenible genera un gran impacto en el mundo, desde el crecimiento económico hasta en temas ambientales, pilares

fundamentales a la hora de hablar de sostenibilidad, por lo tanto, este concepto describe la vital importancia de saberlo ejecutar. A esto se suma la expansión que está teniendo el desarrollo sostenible en lo tecnológico y social, contribuyendo en grandes avances, mejoras significativas en el funcionamiento de las empresas bajo las actuales tendencias que le abren paso a nuevas oportunidades en el turismo. (Dalia Streimikiene, 2020) , otro caso similar sucede con el turismo comunitario que surge como una alternativa de desarrollo económico para las comunidades y emprendimientos en diferentes países que se ha fortalecido con los años.

#### 1.4.2 Turismo comunitario

El término, turismo comunitario fue acuñado y defendido por primera vez por Peter Murphy en 1985 con su libro “Tourism: A community approach” con esta obra aborda cinco temáticas, turismo y su significado, la accesibilidad y el ambiente, los negocios y la economía, la sociedad y la cultura, finalmente planificación y gestión (Murphy, 1985).

Desde entonces distintos autores han defendido y aportado en la definición, la OMT en la Declaración de Manila (OMT,1980) destaca elementos importantes como reconocer que varios territorios se sentían desplazados del modelo de planificación turística de aquel entonces, otros aspectos son el numeral 21 que destaca los elementos fundamentales para la práctica del turismo como: la realización plena del ser humano, apoyar a la contribución de la educación, igualdad entre pueblos, y la afirmación de la ancestralidad de las culturas y el respeto al patrimonio inmaterial (conocimientos, creencias, saberes) de los pueblos (OMT, 1980). Para la década de los 90'S el concepto de Turismo de Base Comunitaria CBT, que se conjuga con el ecoturismo, creando el denominado “ecoturismo comunitario” (ULEAM, 2020).

Para Stone y Nyaupane (2017) *el turismo debe entender en comparación con otros medios de vida rurales tradicionales (agricultura, silvicultura,etc)* (Mbithe Matiku, Zuwarimwe , & Ndivhuwo Tshipala, 2020) tanto para el Departamento de Desarrollo (1999), Alisona y Horemans (2006), Serrat (2017) (Blackstock, 2005; Tosun, 2006; Stone & Nyaupane (2017) el turismo comunitario y el desarrollo rural debe ejecutarse

en comunidades que participen en el proceso completo, desde su planificación, operación, gestión del proyecto y la toma de decisiones en base de 5 características clave: activos de medios de vida (económicos, sociales, humanos, físico y natural), transformación de estructuras y procesos (leyes, políticas, cultura e instituciones en términos de sistema turístico denominado gobernanza), contexto de vulnerabilidad (shocks, tendencias y estacionalidad), estrategias (determinadas por las actividades empleadas para generar medios de ingresos familiares) y finalmente resultados (determinación y medición de objetivos logrados) (Mbithe Matiku, Zuwarimwe , & Ndivhuwo Tshipala, 2020).

En tal sentido, el turismo comunitario implementa el uso diverso de los recursos y su territorio, basado en los actores principales del lugar, siendo estos los usuarios o aquellos que brindan un servicio. Donde se implementa la valorización del patrimonio cultural, ambiental y su relación entre ellos, donde también se busca obtener beneficios económicos en la localidad (Bertha Palomino Villavicencio, 2019).

### 1.4.3 Criterios de turismo comunitario

Una vez teniendo en cuenta la definición de turismo comunitario, se procede a presentar los principales criterios dados por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2020), estos son:

- Reforzar la estructura organizacional, la cual permitirá actuar de manera eficiente en la toma de decisiones y resolución de conflictos internos.
- La revitalización cultural, donde se busca revivir los valores, principios expresiones y técnicas ancestrales y mejorar la relación con la madre tierra.
- El manejo y protección del territorio, para mantener los lugares sagrados y sus usos.
- Se promueve la reactivación y redistribución de la economía, para incorporar trabajos en sectores vulnerables.

#### 1.4.4 Calidad para el turismo comunitario.

Al mismo tiempo, la FEPTCE presenta en el “Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador” los medios necesarios para establecer un estándar de calidad a la hora de referirse a la prestación de servicios turísticos comunitarios de manera altamente efectiva y con herramientas que faciliten el manejo de la gestión administrativa y operacional de los Centros de Turismo Comunitario (FEPTCE, 2020).

El manual de calidad considera las siguientes áreas:

- El interés en la calidad de vida
- Modelos de calidad para la prestación de servicios turísticos
- Espacios para la gestión de los centros de turismo comunitario.
- Ordenamientos para la prestación de servicios turísticos.
- Herramientas para gestionar la administración y operatividad.

#### 1.4.5 Certificaciones para Turismo

**Tabla 1.1 Certificaciones para Turismo comunitario (CERTIFICATES WORLDWIDE Tourism 2030 Destinet Services, 2020)**

| Certificaciones  | Tour Operadores | Agencias de viaje e intermediarios | Servicios de alojamiento | Transporte y servicios de movilidad | Restaurantes y servicios de catering | Atractivos turísticos | Centros de conferencia | Destinos | Playas y destinos costeros | Eventos |
|------------------|-----------------|------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------|----------------------------|---------|
| Green Globe      | x               | X                                  | x                        | X                                   | X                                    | X                     |                        |          |                            |         |
| Green Key Global |                 |                                    | x                        | X                                   | X                                    | X                     |                        |          |                            | X       |

|                                 |   |   |   |   |   |   |  |   |   |  |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|---|--|---|---|--|
| Green Pearls                    |   |   | x |   | x | X |  | X |   |  |
| Green Destinations              |   |   |   |   |   |   |  | X |   |  |
| Blue Flag                       |   |   |   |   |   |   |  |   | x |  |
| Green Tourism Active GTA (GSTC) | X | X | x |   | x | X |  | X |   |  |
| QualityCoast                    |   |   |   |   |   |   |  | X |   |  |
| Biosphere Resposable Tourism    | X | X | x | X | x | X |  | X |   |  |
| Travelife for Accommodations    |   |   | x |   |   |   |  |   |   |  |
| Travelife Tour Operators        | X | X |   |   |   |   |  |   |   |  |
| EarthCheck                      | X | X | x |   | x | X |  | X |   |  |
| TourCert                        | X | X | x |   |   |   |  | X |   |  |

## CAPÍTULO 2

### 2. METODOLOGÍA

Tomando en consideración este apartado se estableció las etapas necesarias para el levantamiento de la información primaria y las técnicas requeridas para la selección de la información secundaria con el propósito de analizar los criterios mandatorios de la empresa Tourcert para la actualización de su modelo de gestión que tuvo como principales involucrados a los expertos de turismo comunitario, puesto que están directamente relacionados con la problemática a resolver.

#### 2.1 Etapas de la investigación.

Se estableció 3 etapas:

##### 2.1.1 Primera Etapa - Objetivo 1

Mediante métodos cualitativos se pudo recopilar la información primaria que tuvo como finalidad obtener un diagnóstico de partida de la situación actual del turismo

comunitario. La herramienta que se utilizó en esta etapa fue la del método Delphi y entrevistas semiestructuradas realizada a expertos de turismo comunitario.

#### **2.1.1.1 Método Delphi**

El siguiente método permite recopilar de manera organizada a un grupo o panel de expertos que contribuyan y direccionen sus conocimientos con relación a un problema de carácter investigativo garantizando la integridad de los participantes (López, 2018). Para empezar con el proceso, se seleccionó a varios colaboradores con amplio conocimiento en temas relacionados al turismo comunitario y emprendimientos, programando entrevistas semiestructuradas en fechas específicas con el fin de asegurar la participación de cada uno de ellos.

#### **2.1.1.2 Entrevistas semiestructuradas.**

Se entiende como una entrevista semiestructurada cuando el informante y el entrevistador manejan de manera informal y amistosa el curso de la conversación, controlando las limitaciones del tiempo y la importancia de las preguntas previamente estructuradas con el propósito de levantar datos importantes sobre el proyecto o necesidades requeridas. (Bravo, 2013).

Es así como se logró validar la primera etapa de la investigación, se llevó a cabo 4 entrevistas de manera virtual sobre guardando la salud de los participantes debido al contexto actual de la pandemia, la información recopilada a través de los expertos de turismo comunitario se consideró de gran importancia para el diagnóstico establecido, además aportó con datos relevantes para el análisis y modificación de los criterios mandatorios del actual modelo de gestión.

### **2.1.2 Segunda Etapa - objetivo 2**

Bajo un punto de vista cuali-cuantitativo se relacionó la fase de búsqueda de información secundaria con el levantamiento de la información primaria. Con lo que respecta a la información secundaria se examinó mediante una revisión documental de los criterios mandatorios de la empresa Tourcert que conforman su modelo de gestión, información que la propia empresa otorgó para su respectivo análisis y revisión.

### **2.1.2.1 Análisis documental**

La revisión documental o análisis de documentos en ocasiones *“constituye al punto de partida de una investigación, también es considerado como el origen de problema o tema a investigar. Estos documentos suelen ser de carácter institucional, formales, informales, personales o grupales”* (Peña, 2006).

Se realizó una revisión a profundidad de cada uno de los documentos otorgados por la empresa Tourcert para determinar la importancia y viabilidad del modelo de gestión, enfocándose en cada criterio mandatorio seleccionado y en aquellos que no son considerados como mandatorios pero que constan en los documentos, este proceso contribuyó con la información necesaria para identificar los componentes más representativos de los criterios mandatorios que maneja la empresa en la actualidad y los que se incluyeron al modelo de turismo comunitario.

### **2.1.2.2 Cuestionario**

De acuerdo con (Cayssials, 2006) *“Los cuestionarios más estructurados comienzan con una breve descripción y luego presentan dos o más respuestas alternativas, solicitando al sujeto que valore la descripción según una escala”*.

Para cumplir con las necesidades de la investigación el levantamiento de información primaria se realizó un breve cuestionario a expertos de turismo comunitarios sobre la importancia de los criterios mandatorios del actual modelo de gestión, estos datos recopilados ayudaron satisfactoriamente en la identificación de los criterios mandatorios más relevantes y que otros criterios deberían ser incluidos para el buen manejo y operación del modelo de gestión.

### **2.1.3 Tercera Etapa - objetivo 3**

Finalmente, para cumplir con el tercer objetivo planteado se utilizó el proceso metodológico Design thinking que cuenta con herramientas que facilitan el desarrollo y diseño de propuestas para la actualización del modelo de gestión de la empresa Tourcert en base a toda la información recaudada en la primera y segunda etapa de investigación.

### **2.1.3.1 *Design Thinking***

Es una herramienta metodológica que involucra actividades que favorecen el proceso creativo a la hora crear o innovar, en el design thinking se aplican varias etapas que pueden ser utilizadas de manera parcial o total en el desarrollo de la metodología. (Vergara, 2014).

Las etapas efectuadas fueron:

- Definir
- Idear
- Prototipar

En este proceso se utilizó la información previamente recopilada a través de las entrevistas y del cuestionario realizado a los expertos de turismo comunitario , lo cual permitió definir e identificar los problemas que atraviesan las comunidades y emprendimientos en esta área, por lo consiguiente, estos datos aportaron a la selección de ideas que aporten en la actualización del modelo de gestión, la metodología Design Thinking se empleó de manera parcial ajustándose a las necesidades de los objetivos planteados.

## **2.2 Criterios de rigor y ética**

En el proceso investigativo se cumplieron con tres criterios de ética necesarios para la recopilación de la información tales como: el plagio, la integridad y el bajo perfil de los participantes considerando que los datos alcanzados serán uso estrictamente académico para la materia integradora de Turismo.

.....

# CAPÍTULO 3

## 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

### 3.1 Resultados

Los resultados alcanzados en el levantamiento de información conciernen a datos cualitativos obtenidos a partir del plan de investigación, seguida de su respectiva organización, sistematización, codificación y finalmente la presentación de los resultados determinados a continuación.

Luego de obtener los resultados alcanzados mediante los medios necesarios, se realizó el análisis de la información más relevante, con lo que se obtuvo los siguientes hallazgos para aportar con la actualización del modelo de gestión de la empresa certificadora Tourcert.

Para sintetizar la información de los resultados alcanzados en las entrevistas cumplidas, se verificó la información de las respuestas obtenidas por parte de cada uno de los expertos en turismo comunitario. Desde el punto de vista de estos actores, la información recaudada presentaba ciertas similitudes a destacar, por lo que se procedió a tomar los datos de mayor relevancia, lo que permitió estructurar y seleccionar la información de mayor peso del diagnóstico de turismo comunitario realizado.

Además, se presentaron los datos obtenidos de un breve cuestionario exclusivo para los expertos de turismo comunitario que fueron entrevistados, resultados que ayudaron a seleccionar los criterios mandatorios más importantes que maneja la empresa Tourcert e incluir otros criterios que aporten al ajuste de datos para la actualización del modelo de gestión.

## **3.2 Diagnóstico de turismo comunitario.**

### **3.2.1 El desarrollo del turismo comunitario y su importancia para Ecuador**

El turismo comunitario se ha convertido en parte integral para el desarrollo de comunidades en el Ecuador, por lo que se considera que este enfoque pueda potenciar los efectos positivos que deja el turismo a través de un buen manejo de los recursos materiales y naturales. Desde el punto de vista de (Muñoz, 2021) esta clase de turismo responde a mecanismos de inclusión de grupos vulnerables como los jóvenes, ancianos y mujeres generando capacidades y evitando la migración en busca de oportunidades.

Al momento de evidenciar los beneficios provenientes del trabajo y los emprendimientos de turismo comunitario, es indispensable mencionar su importancia. El aporte que brinda en el crecimiento económico a las comunidades sería considerado como uno de los puntos más importantes, sin embargo, el mal manejo de los recursos y poca organización podrían contrarrestar su impacto positivo. De acuerdo con (Cabanilla, 2021) se busca que el turismo comunitario no se vuelva un fracaso y un desperdicio de recursos que podrían bien ser utilizados inclusive para aliviar la pobreza en estructura que tiene muchos territorios.

Como resultado, el diagnóstico de la situación del turismo comunitario en Ecuador aportó con la siguiente información que se expone en el siguiente FODA:

**Tabla 3.2 Análisis FODA**

| FORTALEZAS  | OPORTUNIDADES   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es herramienta de conservación que contribuye a la recuperación del patrimonio cultural a la preservación del patrimonio natural.</li> <li>• Recompone la armonía con el medio ambiente.</li> <li>• Recobra el dialogo con la comunidad.</li> <li>• Evita y contrarrestar la migración a las grandes urbes.</li> <li>• Aporta al desarrollo turístico nacional y al crecimiento económico en las comunidades.</li> <li>• Potencial a partir de las nuevas tendencias post covid-19.</li> <li>• Salvaguarda y conserva áreas naturales y su entorno.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reaviva la cultura, a partir de la valorización de su cultura, conocimientos, gastronomía, vestimenta, música y artesanías.</li> <li>• Crea alternativas de innovación para territorios ancestrales.</li> <li>• Oportunidad de desarrollo local y social que rompe con barreras individuales y de mercado.</li> <li>• Alternativa ideal para emprendimientos en zonas rurales.</li> </ul>                                    |
| DEBILIDADES   | AMENAZAS  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen las capacidades específicas que se requieren dentro de los emprendimientos turísticos.</li> <li>• Falta de liderazgo dentro de las comunidades.</li> <li>• La limitada capacidad que tienen las comunidades en la prestación de servicios.</li> <li>• Carencia de infraestructura.</li> <li>• Errores de la normativa ecuatoriana.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pandemia</li> <li>• Las comunidades no cumplen con los protocolos de bioseguridad establecidos.</li> <li>• La limitada disponibilidad de inversión.</li> <li>• Falta de control en establecimientos turístico por parte del ministerio de turismo (restaurantes vendiendo tours).</li> <li>• Trabas para legalizar un centro comunitario.</li> <li>• Aumento de extranjeros administrado emprendimientos locales.</li> </ul> |

### 3.2.2 Normativa ecuatoriana

Ecuador por múltiples entidades ha sido denominado un pionero de turismo comunitario desde los años 90'S tal fue su mencionado reconocimiento que en 1993 The Ecotourism Society denominó al país como *“líder mundial del ecoturismo comunitario”* (Cabanilla Vásconez & Garrido Cornejo, 2018). Sin embargo, Ecuador recién en 2002 registra una Ley de turismo donde ambiguamente reconoce la actividad de turismo comunitaria como una iniciativa de autogestión, sin embargo, el Art. 3 reconoce como principio único la actividad privada como el *“pilar fundamental del sector”*. Durante siete años los Centros Turísticos Comunitarios (CTC)) estuvieron interpretando elementos de la Ley de Turismo (2002) y el Reglamento General de Actividades Turísticas, tanto en actividades de alojamiento, restauración, guianza, y transportación. Para el año 2008 mediante acuerdo ministerial, el 6 de febrero se expide, el Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitario, un año más tarde el 7 de abril se expide el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario.

Cabanilla & Garrido en su libro El Turismo Comunitario en el Ecuador evolución, problemática y desafíos (2018, pág. 282) menciona aspectos confusos y algo vagos sobre la normativa tales casos como:

**Tabla 2.3 Instructivo para registro de Centros Comunitarios (MINTUR, 2010).**

|                             |   |  |
|-----------------------------|---|--|
| <b>Requisitos Primarios</b> | Art. 2 sección b) informe técnico que justifique la calidad de comunitario del centro expedido por la Secretaría de | Actualmente la entidad desapareció y el requisito se vuelve imposible de cumplir |
|-----------------------------|---|--|

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana   |  |
| <p style="text-align: center;">La normativa también incluye ocho acápite divididos en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones</li> <li>• Señalización</li> <li>• Áreas Comunes</li> <li>• Ambientación</li> <li>• Decoración</li> <li>• Mobiliario</li> <li>• Cultura</li> <li>• Condiciones Básicas de Instalaciones de Habitaciones</li> </ul> <p>La normativa cuenta con un total de 100 ítems, a continuación, se detallan algunos de ellos:</p> |   |  |
| <b>Instalaciones</b>   | <p>Ítem 1.4 “En las zonas frías, las instalaciones dispondrán de un sistema de aislamiento de frío, tanto en paredes, techos y suelos; o podrán contar con un sistema de calefacción (leña, electricidad, etc.)” (MINTUR, 2010).</p> <p>Ítem 1.7 “Se colocará una luz exterior en la entrada de las instalaciones que facilite al visitante la localización de las mismas. El rótulo de identificación del CTC también debe estar iluminado” (MINTUR, 2010) .</p> | <p>No se considera las realidades de las zonas rurales ecuatorianas, carentes de electricidad, agua potable y alcantarillado. El 1,7 solicita un letrero luminoso y a palabras de uno de los expertos entrevistados refleja una brecha inmensa, sumergida en el desconocimiento de las realidades rurales <i>“como les digo que se pongan un letrero luminoso en el Yasuní, que tendrán que secuestrar luciérnagas y tenerlas esclavizadas para que alumbre en las letras no sé ...”</i> (Cabanilla, 2021)</p> |
| <b>Sección alimentación</b>  | <p>Incluye mayoritariamente estándares de calidad, sobre la frecuencia de limpieza, elección de materia prima, etc. Mezcla pocos elementos normativos como el 9.1.21 de tener un extintor incendios.</p>  |  |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Sección áreas comunes, ambientación, decoración ,mobiliario</b></p> | <p>Repite los errores de varias secciones, incluye sugerencias o distribución de espacios como la colocación de revistas.</p> <p>4.1 “Los colores preferentemente estarán combinados en habitaciones, baños, restaurante, áreas comunes, etc. No menciona elementos normativos claros” (MINTUR, 2010).</p> |
|---|--|

Parte de la importancia de realizar entrevistas a expertos es, conocer una realidad técnica e interna de trabajar en comunidades a nivel de las tres regiones, desde la incongruencia de elementos como letreros iluminados, hasta pedir un permiso de una entidad inexistente, se suma otro gran problema y dificultad que atraviesa el turismo y en especial el comunitario es los aspectos políticos, a más de eso los procesos de centralización y desconcentración de poderes dificulta el manejo adecuado de un modelo de gestión de destinos fuera de estigmas y distribuciones geográficas tal como lo dice uno de los expertos:

*“Necesitamos romper ese tradicionalismo en que yo soy alcalde de esta localidad y quiero posicionar mi imagen de alcalde, y sólo voy a trabajar por los límites geográficos [...] yo siempre digo, que el tema de las mancomunidades, el tema de las alianzas es lo fundamental. Porque el turista no ve que estoy en el cantón Baños y luego paso al cantón Mera, acá en Pastaza. Ósea el turista ve la ruta Baños-Puyo me gusta y empiezo a visitar ese escenario. Si encuentro escenarios más interesantes, sigo avanzando...”* (Reyes, 2021).

Trabajar en una nueva normativa inclusiva, centrada y aterrizada a las realidades del turismo comunitario es fundamental para emprender un proceso, que genere la venta de los productos turísticos y fortalezca la tarea del técnico en turismo, la información levantada a través de diagnóstico de turismo comunitario plantea la composición de muchas decisiones dentro de los temas turísticos, pasando por decisiones políticas frente a las decisiones técnicas o informadas, propias de una estrategia de promoción nacional. Varios de nuestros expertos e investigadores

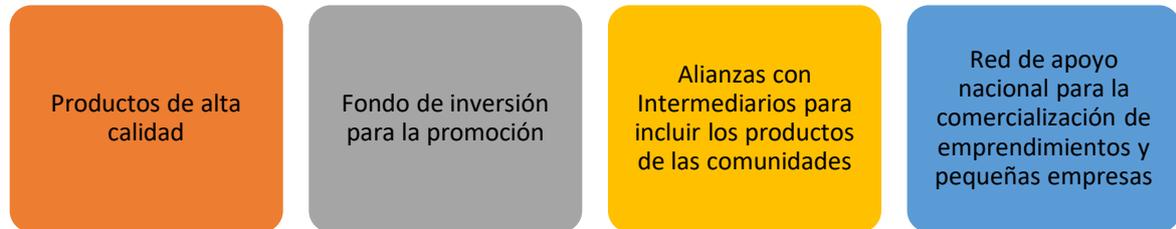
mencionaban lo siguiente *“lo técnico debe mantenerse y sobrepasar lo jurídico, eso es lo que debo fortalecer”* (Muñoz, 2021) refiriéndose a los desafíos de tener un Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios poco consciente de la realidad.

### **3.2.3 Promoción, inversión y creación de alianzas**

De acuerdo con, (Gruezo, 2018) *“una gran parte de centros de turismo comunitario en el Ecuador no cuentan con un modelo de gestión; subsecuentemente, no poseen el conocimiento de herramientas, estrategias empresariales y una ideología de socios clave, puesto que no poseen alianzas estratégicas que les permita llegar al segmento de mercado deseado.”* Concepto que se relaciona con los datos levantados en las entrevistas por parte de los expertos, donde se menciona también, la necesidad de una fuerte promoción y comercialización de los productos y servicios que ofrecen las comunidades. La investigadora María Victoria Reyes declaró *“Lastimosamente el turismo comunitario no es una forma de hacer turismo que está posicionada en el mercado ecuatoriano, La necesidad que tiene el sector privado es que se tenga lineamientos claros para poder promover el turismo”* (Reyes, 2021).

Los entrevistados coinciden en ciertas herramientas que el turismo comunitario necesita para simplificar un proceso de promoción para productos y servicios, datos que fueron representados en la siguiente ilustración.

# Promoción



**Ilustración 3.1 Mecanismos para facilitar la promoción de productos y destinos comunitarios  
(Elaboración propia)**

Para conocer más sobre las entrevistas realizadas a los expertos de turismo comunitario ver [Anexo 4](#)

### 3.3 Criterios Mandatorios

Para poder alcanzar la certificación y el reconocimiento Tourcert Check es necesario trabajar de forma conjunta y comprometida con los actores implicados que buscan fortalecer los emprendimientos de turismo. (TURICOM, 2018) Es por eso, que se requiere de establecer criterios que sean aplicables basado en la realidad y experiencias de quienes trabajan en turismo comunitario.

A continuación, se detalla el catálogo de criterios de turismo comunitario:

**Tabla 3.3 Criterios mandatorios generales**

| <b>Criterios Mandatorios actuales de la empresa Tourcet Versión marzo 2020</b>  |
|---|
| <b>Gobernanza</b>   |
| El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con la legitimidad comunitaria para desarrollar la actividad turística otorgada por la comunidad o comunidades de las que es parte.   |
| El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un modelo de gestión donde la o las comunidades que lo conforman, participan activamente de la toma de decisiones o delegan esta responsabilidad a una persona o grupo de personas de la comunidad y que forman parte del emprendimiento. |
| El emprendimiento de turismo comunitario ha firmado un compromiso de sostenibilidad, que es la base en todo su actuar turístico, así como en la prestación y desarrollo de las actividades turísticas al interior de la comunidad   |

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un manual de operaciones que incluye detalles para la prestación de servicios y desarrollo de actividades que son ofertadas por el mismo.

El emprendimiento de turismo comunitario cumple con la normativa legal para la prestación de actividades turísticas incluido los requisitos tributarios solicitados por el país.

### **Gestión de la calidad y fortalecimiento del negocio**

El emprendimiento de turismo comunitario cumple con los requisitos mínimos de seguridad y calidad de acuerdo a los servicios o actividades ofertados por el mismo.

### **Defensa del territorio y ambiente**

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un procedimiento formal para la separación de residuos y desechos sólidos, promueva el rehúso, reciclaje y disminución de residuos. Identifica alternativas para una disposición final de residuos y desechos de forma segura.

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un plan de seguridad que incluye acciones para la gestión de riesgos internos y externos del emprendimiento, así como para la operación de los servicios.

### **Gestión socio cultural**

El emprendimiento de turismo comunitario incluye en sus recorridos y actividades turísticas la puesta en valor de sus bienes culturales patrimoniales, materiales e inmateriales.

**Tabla 3. 4 Criterios generales sin mandatorios**

| <b>Criterios generales sin mandatorios pertenecientes al catálogo de Tourcert para turismo comunitario.</b>   |
|---|
| <b>Gobernanza</b>   |
| El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con herramientas para la gestión en uno o varios de los aspectos: personal, clientes, proveedores, documental, calidad de servicio, rendición de cuenta a los socios.   |
| El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con productos y servicios definidos.  |
| El emprendimiento de turismo comunitario lleva a cabo actividades de sensibilización ambiental y cultural vinculado a un turismo sostenible y responsable, actividades que están dirigidas especialmente a grupos vulnerables, niños, niñas y adolescentes de la/s comunidad/es que lo conforman. |
| El emprendimiento de turismo comunitario ha generado códigos de ética para promover sostenibilidad y un comportamiento responsable entre sus miembros, colaboradores, proveedores y sus visitantes.   |
| <b>Gestión de la calidad y fortalecimiento del negocio</b>  |
| El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un registro de los estados financieros que permita a sus directivos, gestores de la actividad turística y demás involucrados conocer su desempeño financiero, rentabilidad y tomar acciones correctivas de ser necesario.                     |
| El emprendimiento de turismo comunitario registra presencia en el mercado, e implementa diferentes acciones de comercialización que apoyen en este objetivo.  |
| El emprendimiento de turismo comunitario conoce la satisfacción de sus visitantes, y lo monitorea de forma permanente. Los resultados alcanzados sirven para la toma de decisiones de mejoras a favor del emprendimiento.   |
| El emprendimiento de turismo comunitario mide de forma periódica la satisfacción de sus colaboradores y/o miembros, proveedores y la comunidad en general.  |

### **Gestión del talento humano**

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con la documentación legal de respaldo que avala la participación laboral del colaborador y/o miembro comunitario en el mismo.

El emprendimiento de turismo comunitario promueve condiciones laborales de calidad, que incluye aspectos de seguridad y salud en el trabajo.

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un plan de capacitación basado en las necesidades del emprendimiento y las propias necesidades de los colaboradores, así como en temas vinculados a la sostenibilidad.

### **Economía solidaria y beneficios para la comunidad**

El emprendimiento de turismo comunitario incentiva la conformación de nuevos emprendimientos locales, comunitarios, solidarios o individuales, de apoyo al desarrollo socio productivo de los miembros del emprendimiento o de la comunidad.

El emprendimiento de turismo comunitario gestiona alianzas, convenios o acuerdos con actores externos e internos en beneficio del emprendimiento o comunidad para el desarrollo sostenible integral de todos los involucrados.

### **Defensa del territorio y ambiente**

El emprendimiento de turismo comunitario capta y trata de forma responsable el agua para su uso en el emprendimiento turístico, sin poner en riesgo la provisión y conservación de la fuente de agua de la comunidad y/o comunidades de las que proviene.

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta en sus instalaciones con un tratamiento primario de las aguas residuales de manera que su disposición final no contamine suelos ni fuentes de agua del territorio.

El emprendimiento de turismo comunitario promueve dentro de su operación turística, el uso de transportes más eficiente como transporte público y/o transporte con sistemas híbridos, bicicletas, a pie, etc., evitando prácticas o políticas que promuevan el uso de transporte poco amigable con el ambiente.

El emprendimiento de turismo comunitario promueve acciones para la tenencia y control poblacional de animales domésticos de compañía, incluido su manejo en espacios públicos.

### Gestión socio cultural

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con los permisos de la autoridad competente para exhibir elementos considerados como piezas arqueológicas o patrimonio histórico o cultural; y, cuenta con un procedimiento interno para evitar la pérdida, daño y/o comercialización.

El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con los permisos de la autoridad competente para exhibir elementos considerados como piezas arqueológicas o patrimonio histórico o cultural; y, cuenta con un procedimiento interno para evitar la pérdida, daño y/o comercialización.

El emprendimiento integra su identidad cultural en la gastronomía y bebidas que oferta, privilegiando el uso de recetas e ingredientes tradicionales que ponen en valor la gastronomía local.

El emprendimiento está ambientado con elementos propios de la cultura local (colores, materiales, textiles, arte, música, danza, etc.)

#### 3.3.1 Criterios mandatorios de la empresa Tourcert de mayor relevancia para la operación eficiente del turismo comunitario.

Desde el punto de vista de los expertos de turismo comunitario que participaron en el cuestionario sobre la importancia de los criterios mandatorios de la empresa eligieron los siguientes criterios mandatorios como esenciales para su operación:

- El emprendimiento de turismo comunitario cumple con los requisitos mínimos de seguridad y calidad de acuerdo a los servicios o actividades ofertados por el mismo (ficha de calidad de alojamiento, alimentos y bebidas, prestación de actividades).
- El emprendimiento de turismo comunitario incluye en sus recorridos y actividades turísticas la puesta en valor de sus bienes culturales patrimoniales, materiales e inmateriales.
- Procedimiento formal para la separación de residuos y desechos sólidos, promueva el rehusó, reciclaje y disminución de residuos.
- Plan de seguridad que incluye acciones para la gestión de riesgos internos y externos del emprendimiento, así como para la operación de los servicios.



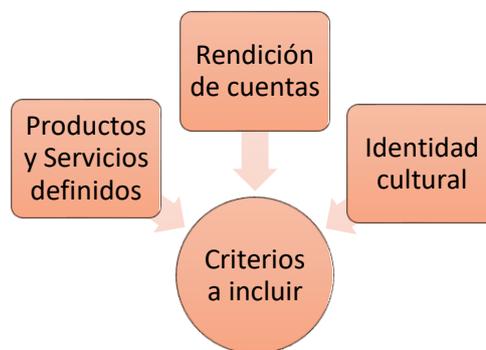
**Ilustración 3. 2. Criterios mandatorios de mayor relevancia**

### 3.3.2 Criterios mandatorios de la empresa Tourcert que se deberían incluir al modelo de gestión.

Es importante considerar que los emprendimientos comunitarios deben suplir con ciertos requisitos que apoyen a la idea de satisfacer al cliente, la calidad y hospitalidad que se le brinda a los turistas debe ser la razón por la cual deseen regresar. Según la perspectiva de (Muñoz, 2021) *“el tema de un producto bien definido, recursos excepcionales, accesibilidad y un buen manejo de los estándares de calidad es lo que todo esquema de certificación considera fundamental”* para formalizar un emprendimiento. Por esta razón, la importancia de establecer criterios que aporten a la mejora del modelo de gestión es indispensable para el beneficio de las comunidades y la operación del turismo comunitario.

La lista de criterios a incluir por parte de los expertos de turismo comunitario es la siguiente:

- El emprendimiento comunitario debe contar con productos y servicios definidos.
- El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un registro de los estados financieros que permita a sus directivos, gestores de la actividad turística y demás involucrados conocer su desempeño financiero, rentabilidad y tomar acciones correctivas de ser necesario.
- El emprendimiento integra su identidad cultural en la gastronomía y bebidas que oferta, privilegiando el uso de recetas e ingredientes tradicionales que ponen en valor la gastronomía local.



**Ilustración 3. 3 . Criterios a incluir por parte de los expertos de turismo comunitario (elaboración propia)**

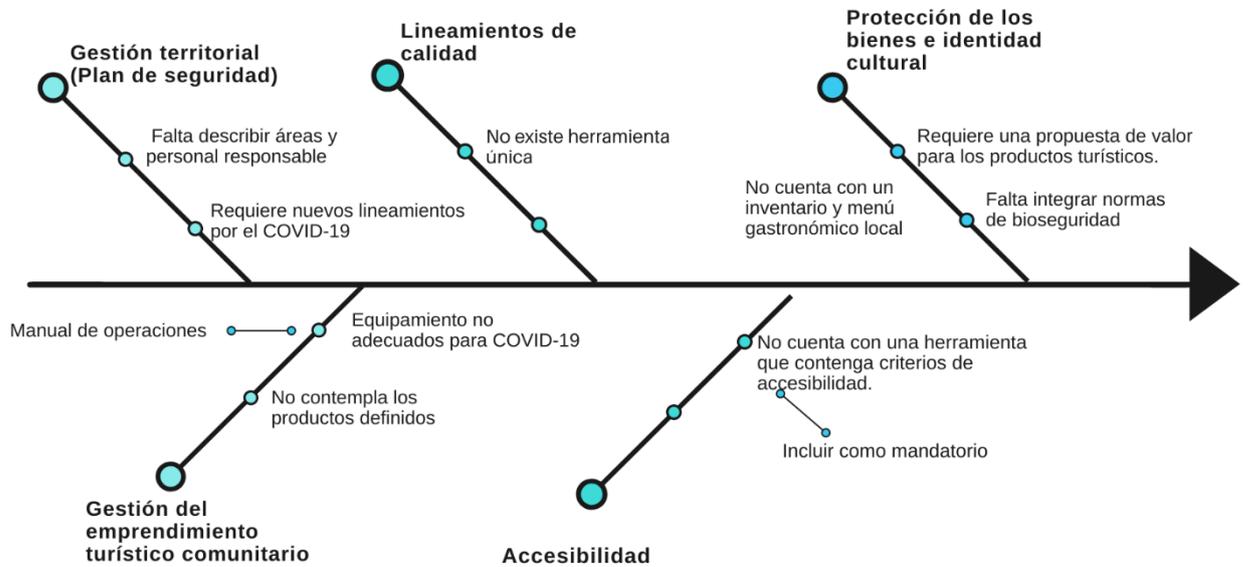
Para saber más acerca del cuestionario realizado a expertos de turismo comunitario referente a los criterios mandatorios ver [Anexo 5](#)

### 3.4 Resultados Design Thiking.

#### 3.4.1 Definir

En esta sección se logró identificar las carencias que poseen las herramientas de los criterios de Tourcert analizados en secciones anteriores, los siguientes datos fueron representados a través de un diagrama de Ishikawa mostrado a continuación:

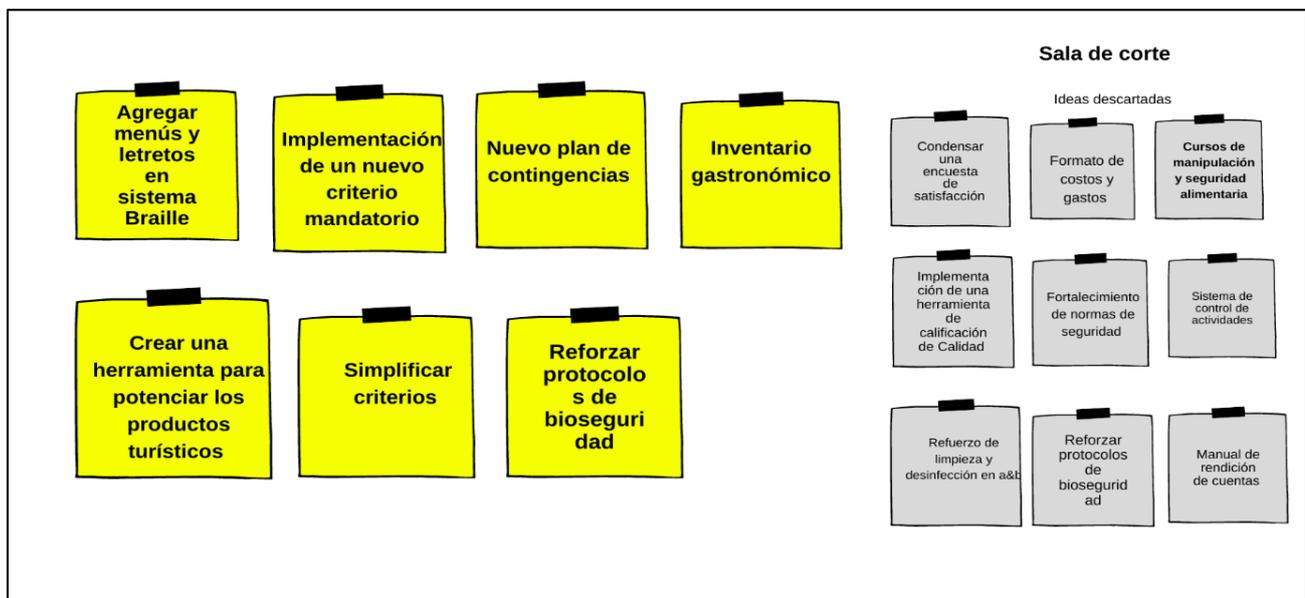
## RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE CRITERIOS DE TOURCERT



**Ilustración 3.4 Diagrama de Ishikawa- Carencias en las herramientas de criterios de Tourcert**

### 3.4.2 Idear

En el siguiente gráfico se plantea una lluvia de ideas relacionadas a las carencias y debilidades identificadas en la etapa de definir, estos resultados permiten establecer y descartar las posibles herramientas para la mejora del modelo de gestión.



### **Ilustración 3.5 Lluvia de ideas- Herramientas complementarias para criterios.**

#### **3.4.3 Prototipos de herramientas para los criterios seleccionados.**

##### **3.4.3.1 Plan de contingencia y gestión de riesgo.**

Con relación al criterio mandatorio que corresponde al plan de seguridad para la gestión de riesgo de los emprendimientos comunitarios se condensa las tres actuales herramientas que maneja la empresa, tales como: El formato de localización de riesgos, el plan de acción inmediata y el plan de contingencia. De esta manera, se logró unificar la herramienta, simplificarla y adecuarla para un fácil registro de datos.

En este plan de contingencia contiene secciones que permiten la identificación de problemas de manera sencilla y ordenada tomando en cuenta criterios como: los niveles de riesgos, la clasificación del problema, los objetivos a cumplir y los procesos de mejora continua. Presentando una estructura operacional y estratégica que aporte en caso de alguna situación de emergencia, así lo menciona (García, 2014)

El detalle de la modificación se encuentra en el [ANEXO 1](#)

##### **3.4.3.2 Inventario gastronómico**

Para integrar la identidad cultural en la gastronomía de las comunidades y emprendimientos se incluyó al modelo de gestión un criterio no mandatorio que corresponde a la revalorización de recetas e ingredientes tradicionales de las comunidades, por tanto, a este criterio se le añadió la herramienta de un inventario gastronómico con la que se puede registrar de forma ordenada todo

tipo de riqueza o valor culinario que esté explícitamente relacionado con las comunidades y atractivos turísticos. (Andrade, 2007)

Para revisar a profundidad el prototipo del inventario gastronómico dirigirse al [Anexo 2](#) “Inventario gastronómico”

### **3.4.3.3 Criterio Mandatorio de accesibilidad e inclusión.**

Para complementar a los ajustes del modelo de gestión de la empresa Tourcert se realizó la creación de un nuevo criterio con la intención de que sea parte de los mandatorios planteado de la siguiente manera:

- El emprendimiento comunitario promueve condiciones de accesibilidad para personas con discapacidades generando un turismo comunitario inclusivo.

Por lo cual, se procedió a crear un formulario basado en criterios de accesibilidad e inclusión tomando en cuenta consideraciones sobre los espacios específicos en donde se desarrollan las actividades turísticas dentro de las comunidades, estos espacios se refieren a: Alojamiento, entradas, restauración, señalización, estructuras y espacios para actividades tal como le describe el manual sobre turismo accesible. (OMT, 2015)

Cada sección que forma parte de la herramienta cuenta con los elementos o requerimientos a cumplir acorde a cada componente, desde señaléticas y menú en sistema braille, lenguaje de señas básico adecuado a cada país, hasta baños y habitaciones adaptadas. De esta forma se respeta la estructura que plantea la norma técnica ecuatoriana (INEN, 2018)

Para revisar el prototipo de la herramienta de accesibilidad puede dirigirse al [Anexo 3](#).

# CAPÍTULO 4

## 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

Con el propósito de actualizar el modelo de gestión de la empresa, se rediseñó algunas herramientas para los criterios mandatorios, después la aplicación de la metodología planteada, de los resultados y análisis expuesto, se llega a la conclusión que:

- La normativa ecuatoriana solicita a los CTCs que presenten un informe técnico de una entidad actualmente inexistente, de esa manera obstaculiza la implementación del Modelo de Certificación y la formalización de los CTCs.
- Para el plan de seguridad se exhorta la utilización de la nueva herramienta unificada para facilitar la aplicación del criterio mandatorio.
- En la etapa de identificar criterios mandatorios para ser incluidos al modelo de gestión comunitario, se resalta la importancia de agregar un inventario gastronómico como base para la certificación turística, de esta manera se pretende resaltar la identidad cultural por medio de sus tradiciones y recetas gastronómicas como un distintivo local de alto valor.
- El modelo de certificación de TourCert no distinguía elementos inclusivos o de accesibilidad, por tanto, con la incorporación del nuevo criterio mandatorio de accesibilidad crea un elemento diferenciador de los demás modelos y sensibiliza sobre la importancia de satisfacer las necesidades de un mercado desatendido.

## 4.2 Recomendaciones

| Criterios   | Recomendaciones   |
|---|---|
| Elementos que un emprendimiento comunitario debe considerar | <ul style="list-style-type: none"><li>• El conocimiento pleno de la actividad turística, su producción, su comercialización además contemplar los fines y objetivos de trabajar en un emprendimiento comunitario.</li><li>• Generar y diferenciar productos excepcionales alineados en estándares de calidad. Junto con personal capacitado con habilidades técnicas específicas para la prestación de los servicios.</li><li>• Trabajar de forma coordinada con empresas privadas y gobierno.</li><li>• La formalización de personal dentro de la comunidad con carreras técnicas que sobrepasen los conocimientos de las capacitaciones habituales.</li></ul> |
| Aspectos para la mejora del modelo de gestión.              | <ul style="list-style-type: none"><li>• Se propone Incluir un criterio mandatorio que incluya los protocolos de bioseguridad basado en el contexto actual.</li><li>• Se recomienda la elaboración de un formato de rendición de cuentas que forme parte de los criterios de Tourcert para el registro de datos financieros, evidenciar el desempeño de los actuales líderes de las comunidades e identificar posibles problemáticas.</li></ul>  |
| Futura investigación que considerar                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis económicos del impacto que genera la inclusión de mujeres en la actividad turística en áreas rurales.</li><li>• Análisis del impacto social-económico del cierre de emprendimientos de turismo en provincias pequeñas y medianas.</li><li>• Comparativa de los requisitos y elementos normativos de emprendimientos comunitarios vs. Emprendimientos en zonas urbanas.</li></ul>   |

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 26-33.
- Andrade, C. (2007). *inventario de recursos gastronómicos* . Guayaquil.
- Bertha Palomino Villavicencio, J. G. (2019). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, 3-32. Obtenido de <http://ru.iiec.unam.mx/3137/1/2465-9261-1-PB.pdf>
- Bravo, U.-D.-G.-H. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Scielo*.
- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C. (2018). *El Turismo Comunitario en el Ecuador* . Quito: UIDE.
- Cabanilla, E. (13 de Julio de 2021). Diagnostico Comunitario. (F. Vera, & J. Moreno, Entrevistadores)
- Cayssials, A. N. (2006). Subjetividad y Procesos Cognitivos. *redalyc*, 84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339630247005>
- CERTIFICATES WORLDWIDE Tourism 2030 Destinet Services*. (2020). Obtenido de Tourism 2030 Destinet Services: <https://destinet.eu/resources/tools/certification-quickfinder>
- CMMAD. (1987). *Nuestro Futuro en Común*. Madrid: Alianza. Obtenido de [http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)
- Dalia Streimikiene. ( 2020). Sustainable tourism development and competitiveness. *WILEY*, 260.
- FEPTCE. (2020). *Manejo del Turismo Comunitario-Ecuador*.

- García, M. M. (2014). Recuperado el 2020, de [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3085/Morey\\_Garcia\\_Marta.pdf?sequence=1](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3085/Morey_Garcia_Marta.pdf?sequence=1)
- Gruezo, M. L. (2018). COMMUNITY TOURISM VS. COMMUNITY ENTREPRENEURSHIP. *Revista Universidad y Sociedad*, 146.
- INEN. (2018). *MIDUVI* . Obtenido de <https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/NTE-INEN-2239-ACCESIBILIDAD-MEDIO-FISICO-SEÑALIZACION.pdf>
- López, E. (2018). EL MÉTODO DELPHI EN LA INVESTIGACIÓN ACTUAL EN EDUCACIÓN. *Educación XX1*, vol. 21,, pp. 17-40.
- Mbithe Matiku, S., Zuwarimwe , J., & Ndivhuwo Tshipala. (2020). Sustainable tourism planning and management for sustainable livelihoods. *Development Southern Africa*, 1-15.
- MINTUR. (19 de Marzo de 2010). *Biblioteca: Mintur* . Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/2.INSTRUCTIVO-PARA-REGISTRO-DE-CTC.pdf>
- Muñoz, V. (5 de Julio de 2021). Diagnostico de turismo comunitario. (F. Vera, & J. Moreno Araujo, Entrevistadores)
- Murphy, P. (1985). *Tourism A community approach*. LONDON: Routledge.
- OMT. (1980). *Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial* . Manila.
- OMT. (2001). *The World Tourism Organization (UNWTO)* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- OMT. (2015). *e-unwto*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>
- Peña, A. Q. (2006). *biblioteca.udgvirtual*. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/handle/123456789/2724>
- Reyes, M. V. (15 de julio de 2021). comunicación personal. (F. Vera, & J. Moreno Araujo, Entrevistadores)
- Torre, S. d. (2010). Turismocomunitario, ¿otro sueño inalcanzable? *Universidad San Francisco de Quito Fundación VIHOMA* , 35.
- TURICOM. (2018). *www.tourcert.org*. Obtenido de [https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2020/09/Catalogo\\_TURICOM.pdf](https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2020/09/Catalogo_TURICOM.pdf)

ULEAM. (Mayo de 2020). *Uleam*. Obtenido de Turismo y Desarrollo Rural Realidades Diversas y Propuestas Sostenibles desde America Latina : <http://www.munayi.uleam.edu.ec/wp-content/uploads/2020/05/turismo-y-desarrollo-rural-web-little-1-1.pdf#page=14>

Vergara, M. C. (2014). Design thinking: como guiar a estudiantes, emprendedores y. *Ingeniería Industrial*, 303. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362014000300006&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362014000300006&script=sci_arttext&tlng=pt)

# 6. ANEXO

## 6.1 ANEXO 1

| FORMATO DE CONTINGENCIA  |                 |  |                     |  |   |
|--|-----------------|--|---------------------|--|---|
| 1. DATOS GENERALES   | 1.1 Provincia:  |  | 1.5 Fecha:          |  |   |
|  | 1.2 Cantón:     |  |                     |  |   |
|  | 1.3 Parroquia:  |  |                     |  |   |
|  | 1.4 Sector:     |  |                     |  |   |
| 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA   |                 |  |                     |  |   |
| 2.1 Categoría del problema marque una x                                |                 |  |                     |  |   |
| 2.1.1 Interno ( )  |                 | Son aquellos problemas sucitados y controlados por la operación o prestación de la comunidad. Por ejemplo, la guianza, servicio de alojamiento, alimentos y bebidas, etc |                     |  |   |
| 2.1.2 Externo ( )  |                 | Desastres naturales, desastres industriales, pandemias y/o riesgos biológicos, crisis políticas o sociales   |                     |  |   |
| 2.2 Localización (Detalle el espacio o zona específica de lo ocurrido) |                 |  |                     |  |   |
| 2.3 Nivel de riesgo  |                 | ALTO   | MEDIO               | BAJO                                     |   |
| 2.4 Evidencia Fotográfica  |                 | 2.5 Detalle del problema   |                     | 2.6 Factor por el cual se produjo        | 2.7 Involucrados                        |
|  |                 |  |                     |  | 2.7.1 Personal de la comunidad          |
|  |                 |  |                     |  | 2.7.2 Usuarios/clientes                 |
| 3. OBJETIVOS   | 3.1 General     |  |                     |  |   |
|  | 3.2 Específicos |  |                     |  |   |
| 4. CICLO PDCA-MEJORA CONTINUA  |                 |  |                     |  |   |
| 4.1 PLANIFICAR   |                 | 4.2 ACTUAR   |                     | 4.3 VERIFICAR                            |   |
| Antes  |                 | Durante  |                     | Después                                  |   |
| 4.1.1 Directivos   |                 | 4.2.1 Responsable del trabajo  |                     | 4.3.1 Evaluación del trabajo             | 4.4.1 Analizar los resultados obtenidos |
| 4.1.2 Permisos que se necesitan  |                 | 4.2.2 Detallar los avances del trabajo   |                     | 4.3.2 Verificar los objetivos propuestos |   |
| 4.1.3 Presupuesto  |                 | 4.2.2.1 Evidencia  | 4.2.2.2 Descripción | 4.3.3 Forma de pagos                     | 4.4.2 Proponer alternativas de mejora   |
|  |                 |  |                     | 4.3.4 Detallar los resultados            |   |
| 4.1.4 Fecha de la puesta en marcha                                     |                 | 4.2.3 Llevar a cabo reuniones periódicas   |                     | 4.3.5 Resultado Final                    |   |
| 4.1.5 Talento Humano   |                 |  |                     | 4.3.5.1 Fotografía                       | 4.3.5.2 Detalle                         |
| 4.1.6 Materiales necesarios  |                 |  |                     |  |   |
| 4.1.7 Plazo de entrega   |                 |  |                     |  |   |
| Elaborado por:   |                 | Revisado por:  |                     | Aprobado por:                            |   |
|  |                 |  |                     |  |   |

## 6.2 Anexo 2

### INVENTARIO GASTRONÓMICO

| 1. Datos generales                            |                                 |  |            |                             |
|---|---------------------------------|--|------------|-----------------------------|
| 1.1 Provincia                                 |                                 | 1.2 Cantón   |            | 1.3 Parroquia               |
| 1.4 Comunidad/Comuna                          |                                 |  |            |                             |
| 2. Descripción Gastronómica                   |                                 |  |            |                             |
| 2.1 Nombre                                    |                                 |  |            | 2.1.2 Explicación del plato |
| 2.2 Tipo de plato                             | 2.2.1 Características del plato |  |            |                             |
| Entrada y/o ensalada                          | ( )                             | Festivo y/o tradicional*                                 | ( )        |                             |
| Sopas   | ( )                             | Medicinal  | ( )        |                             |
| Platos Principales o fuertes                  | ( )                             | Regular  | ( )        |                             |
| Guarniciones                                  | ( )                             | Temporal   | ( )        |                             |
| Bebidas                                       | ( )                             |  |            |                             |
| Postres y/o dulces                            | ( )                             |  |            |                             |
| 2.3 Elementos diferenciadores                 | 2.4 Origen de la receta         |  |            |                             |
| Sociales                                      |                                 | Familiar   | ( )        |                             |
| Culturales                                    |                                 | Comunitario  | ( )        |                             |
| Ancestrales                                   |                                 | Nacional   | ( )        |                             |
|   |                                 | Observaciones  | ( )        |                             |
|   |                                 |  |            |                             |
| 3. Elaboración                                |                                 |  |            |                             |
| 3.1 Requerimientos para la preparación        |                                 |  | 3.3 Receta |                             |
| 3.1.1 Equipos                                 | 3.1.2 Ingredientes              | 3.2.1 Procedencia de los ingredientes (autóctono, local, |            |                             |
| 3.1.1.1 Equipo Mayor (Estufas, refrigeración, |                                 |  |            |                             |

| 3. Elaboración   |     |                      |   |                         |  |  |
|--|-----|----------------------|---|-------------------------|--|--|
| 3.1 Requerimientos para la preparación   |     |                      | 3.3 Receta  |                         |  |  |
| 3.1.1 Equipos  |     | 3.1.2 Ingredientes   | 3.2.1 Procedencia de los ingredientes (autóctono,local,                                       |                         |  |  |
| 3.1.1.1 Equipo Mayor (Estufas, refrigeración, hornos)  |     |                      |   |                         | 3.3.1 N° de porciones de la receta                   |  |
| 3.1.1.2 Equipo Menor (Cuchillos, balanzas, electrodomesticos pequeños, batidores, ollas, sartenes,etc) |     |                      |   |                         | 3.4 Tiempo total de preparación (tiempo en minutos ) |  |
| 3.1.1.3 Equipo especial o autóctono  |     |                      |   |                         | 3.5 Nivel de dificultad                              |  |
| 3.6 Presentación del plato (Fotografía )   |     |                      |   |                         |  |  |
| 4. Conocimientos culturales, sociales (Valorización)   |     |                      |   |                         |  |  |
| 4.1 Dosificación y tratamiento (En caso de ser una bebida y/o alimento medicinal)                      |     |                      | 4.1.1 Contraindicaciones (Colocar quienes no son aptos para la bebida y/o alimento medicinal) |                         |  |  |
|  |     |                      |   |                         |  |  |
| 4.2 Festividad asociada al plato y/o bebida (En caso de ser un plato temporal y/o festivo)             |     |                      |   |                         |  |  |
| 5. Medios de difusión y Distribución   |     |                      |   |                         |  |  |
| 5.1 Difusión local   |     | 5.2 Formas de compra |   | 5.3 Formas de promoción |  |  |
| De boca en boca  | ( ) | Mercado local        | ( )   | Radio                   |  |  |
| Familiar   | ( ) | Comedor comunitario  | ( )   | Televisión              |  |  |

| 4. Conocimientos culturales, sociales (Valorización)                                       |                      |   |                         |  |
|--|----------------------|---|-------------------------|--|
| 4.1 Dosificación y tratamiento (En caso de ser una bebida y/o alimento medicinal)          |                      | 4.1.1 Contraindicaciones (Colocar quienes no son aptos para la bebida y/o alimento medicinal) |                         |  |
|  |                      |   |                         |  |
| 4.2 Festividad asociada al plato y/o bebida (En caso de ser un plato temporal y/o festivo) |                      |   |                         |  |
| 5. Medios de difusión y Distribución   |                      |   |                         |  |
| 5.1 Difusión local   | 5.2 Formas de compra |   | 5.3 Formas de promoción |  |
| De boca en boca  | ( )                  | Mercado local   | ( )                     | Radio  |
| Familiar   | ( )                  | Comedor comunitario   | ( )                     | Televisión                                     |
| Vecinal  | ( )                  | Festivales  | ( )                     | Diarios impresos y digitales                   |
|  |                      | Puestos pequeños  | ( )                     | Festividades                                   |
| Comunal  | ( )                  | Bajo pedido   | ( )                     | Festivales                                     |
| Rescate cultural   | ( )                  | Mercado regional  | ( )                     | Revistas especializadas                        |
| Por campañas   | ( )                  | Mercado internacional   | ( )                     | Redes sociales                                 |
|  |                      | Distribuidores  | ( )                     | Vallas publicitarias                           |
|  |                      |   |                         | Ferias gastronómicas                           |
|  |                      |   |                         | Ferias turísticas                              |
|  |                      |   |                         | Páginas web gubernamentales                    |
|  |                      |   |                         | Por medio de tour operadas y agencias de viaje |
| 6. Otras Observaciones   |                      |   |                         |  |
| Fecha de levantamiento   |                      | Responsable del levantamiento   |                         |  |

### 6.3 Anexo 3

| Criterios de accesibilidad |    |  |           |               |                  |           |           |               |
|----------------------------|----|--|-----------|---------------|------------------|-----------|-----------|---------------|
| Secciones                  | Nº | Criterios a evaluar  | Accesible | En desarrollo | En Planificación | No cuenta | No aplica | Observaciones |
| Alojamiento                | 1  | Cuenta con al menos una habitación con baño adaptado   |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 2  | El ancho mínimo libre de paso puertas de baños, para dormitorios, habitaciones y cuartos de baño debe ser de 90 cm y el alto mínimo debe ser de 2.05 cm; |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 3  | La altura de la cama debe estar comprendida entre 45 cm y 50 cm medida desde el nivel del piso terminado hasta el borde superior del colchón             |           |               |                  |           |           |               |
| Accesos principales        | 4  | La entrada principal tiene un ancho de 150cm y debe estar despejada en profundidad entre 100cm y 120 cm  |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 5  | Cuenta con puertas adaptadas al libre tránsito para sillas de ruedas, bastones y personas con movilidad reducida   |           |               |                  |           |           |               |
| Estructuras                | 6  | Pasamanos antideslizantes (sin desperfectos o elementos peligrosos al tacto)   |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 7  | Cambiadores y duchas de baños adaptadas para personas con discapacidad y movilidad reducida.   |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 8  | Lavamanos de altura mínimo de 75 cm y máximo de 105 cm   |           |               |                  |           |           |               |
| Comunicación e información | 9  | Capacitación del personal en lenguaje de señas básico (enfocado a cada país) para atender distintas áreas y actividades                                  |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 10 | Tener una comunicación amigable e inclusiva con los clientes   |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 11 | Formatos de comunicación accesible para promoción en redes sociales  |           |               |                  |           |           |               |
| Señalización               | 12 | Puntos de información en sistema braille y uso de pictogramas  |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 13 | Señalización de baños y espacios con pictogramas   |           |               |                  |           |           |               |
|                            | 14 | Tamaño y tipo de letra de fácil lectura  |           |               |                  |           |           |               |
| Restauración               | 15 | Menús en sistema braille   |           |               |                  |           |           |               |
| Actividades                | 16 | Guianza con actividades orientadas a la sensibilización y adaptación de distintos grupos con discapacidad y movilidad reducida                           |           |               |                  |           |           |               |

## 6.4 Anexo 4

### Entrevista dirigida a Verónica Muñoz representante de la empresa Tourcert.

**Objetivo de la entrevista:** Diagnosticar la situación del turismo comunitario en Ecuador a través de entrevistas semiestructuradas con expertos en el área. Los datos y la información recopilada serán de uso estrictamente académico para la materia integradora de Turismo.

**Federico:** bueno, lo que queremos realizar es un diagnóstico de la situación del turismo comunitario en el Ecuador. A través de las siguientes preguntas recopilar un poco de información. Para comenzar queremos saber:

¿Cuántos años ha trabajado en turismo comunitario? Y ¿cuál ha sido su experiencia en él?

**Verónica Muñoz:** llevo trabajando 19 años en turismo comunitario, y cuál ha sido mi experiencia. Ha sido completamente enriquecedora porque me ha permitido obviamente entender la lógica y la diferencia entre el tema de turismo comunitario y obviamente el otro tipo de turismo. Que puede ser una herramienta efectiva de conservación que apoya el desarrollo sostenible de los territorios locales.

**Jhuliana Moreno:** “Verónica durante estos años, 19 años que son bastantes ¿cuáles han sido las principales debilidades y/o dificultades que tienen las comunidades para emprender en turismo comunitario?”

**Verónica Muñoz:** el turismo comunitario puede ser hecho en una ciudad, en un bosque, en la playa, en realidad es la forma en la que se gestiona las actividades dentro de las comunidades. En este tiempo el tema de turismo comunitario definitivamente ha sido una oportunidad de desarrollo sostenible y obviamente, pero sin embargo también han tenido varias limitaciones a nivel de los emprendimientos, esas limitaciones se vienen dando básicamente por la falta de liderazgo. Por la falta de compartir una visión conjunta también la limitada capacidad que tienen las comunidades en la prestación de servicios y en la generación de esa vinculación al acceso al mercado, la limitada disponibilidad de inversión que las comunidades pueden tener para realizar mejoras o para adaptarse mejor a lo que el mercado requiere y obviamente todo el tema vinculado a la gobernanza, El cambio continuo en relación a la gente que se encuentra en frente al emprendimiento tanto en la parte del liderazgo como a la gente que está en la presentación de servicios , me refiero a la gente que está en cocina y siempre existe una alta rotación y eso limita. Se forma muchas veces a la gente pero luego finalmente no se termina de hacer y obviamente esto complica en sobremanera como llegar la sostenibilidad a estos emprendimientos turísticos.

**Jhuliana Moreno:** es decir durante la certificación o el proceso certificaciones, hay capacitaciones al personal digamos diferenciado al área de alojamiento, hospedaje y guianza.

**Verónica Muñoz:** exactamente esas han sido las limitaciones y obviamente muchas veces en generar esas capacidades que correspondan a la prestación de los servicios turísticos. Dificulta por completo lo que ha hecho. Que obviamente y de su nivel de desarrollo nivel de productividad muchas veces no vayan en la misma línea. Qué puede pasar con los emprendimientos a nivel privado por la toma de decisiones, porque muchas veces no existen las capacidades específicas que se requieren dentro de los emprendimientos turísticos.

**Federico Vera:** y en este caso ¿cuáles serían las fortalezas?

**Verónica Muñoz:** la fortaleza es que es una herramienta de conservación que contribuye a la recuperación del patrimonio cultural a la preservación del patrimonio natural también se puede volverse un mecanismo dinamizador e inclusión de Grupos vulnerables se refiere a los jóvenes, ancianos y a las mujeres y puede fortalecer y obviamente genera capacidades y permite generar empleos dignos y decentes. Y obviamente alternativas adicionales de ingresos dentro de la comunidad. Evitando que se dé una migración fuera de la comunidad. Eso entre los principales beneficios o ventajas de emprender en turismo comunitario.

**Jhuliana moreno:** Durante estos años ha visto qué comunidades o no sé si tenga algunos ejemplos de comunidades que si hayan logrado mantener un proceso más sostenido.

**Verónica Muñoz:** Y claro que sí, con altas y bajas Pero es interesante analizar casos como Inguida” casos como el del Napo wildlife” Center y Kapawi” que ha ido de un crecimiento fuerte Pero nuevamente la comunidad lo está retomando con lo mínimo con bajar costos pero lo mínimo y eso ha permitido mantenerse. y otros emprendimientos es Saraguro” que a pesar de lo complicado que puede ser también sean mantenidos como Saraguro ricui” y eh...podríamos hablar de la corporación de turismo comunitario de Chimborazo a través de su operadora Puarguasurco”.

Agua Blanca a pesar de pasar por temas complejos pero finalmente durante estos años ha logrado mantenerse y es uno de los emprendimientos que llevan muchos años manejándose de buena manera. Lamentablemente organizaciones donde nació el turismo como Ricansin” no ha logrado mantenerse y ahora es todo un desafío, entiendo que algunas de las comunidades que formaban parte de Ricansin” al comienzo ya no están funcionando. Pero algunas de esas comunidades están tratando de reactivarse más bien existen una serie de emprendimientos nuevos que están tratando de mantenerse y que están proyectándose con una sostenibilidad mucho más fuerte que otros emprendimientos.

**Jhuliana moreno:** nuestra siguiente pregunta va más ligada a su opinión para saber qué haríamos o Cómo desarrollaríamos el turismo comunitario si nosotros fuésemos una autoridad. En este caso Usted qué haría Verónica si fuesen autoridad para apoyar a todos los emprendimientos de turismo comunitario.

**Verónica Muñoz:** Bueno, lo primero que haría es revisar el marco legal regulatorio aplicado a la figura del centro de turismo comunitario con el único objetivo de facilitar a los emprendimientos que se puedan formalizar, por otro lado generar un programa de capacitación bastante sólido en diferentes aspectos incluidos desde el servicio al cliente, gobernanza. Un programa continuo sólido y obviamente generar modelos de gestión vinculados a la generación de incentivos gubernamentales por ejemplo: si están vinculados a temas de conservación, patrimonio cultural, buscar mecanismos donde se alivien impuestos. Donde se podrá generar ciertos tipos de políticas que inclusive promocionen la visita a estos espacios tan importantes. es decir en términos generales generar toda una estrategia amplia que vaya desde la parte legal, solución de capacidades, el tema de generación de incentivos, obviamente continuaría apoyando mucho un programa de calidad y vinculado a la certificación como la que nosotros tenemos, generar diferentes niveles esto ya debería formar parte de una estrategia a nivel nacional y por otro lado también el tema de buscar mecanismos financieros para que puedan acceder a recursos, en el caso de requerir y mejorar infraestructura generando nuevas experiencias.

**Jhuliana Moreno:** precisamente en esta línea de la normativa ecuatoriana queríamos preguntarle qué tan amigable es, que tan aterrizada es, cuales son los mayores obstáculos que le genera a las comunidades, a los emprendimientos..(Interrumpe)

**Verónica Muñoz:** básicamente, una de las complicaciones que se tiene es que ya se generó hace muchos años una figura de centro de turismo comunitario

Y existe un requisito de que sean legalmente reconocidas por una autoridad del estado que desapareció hace unos años como entidad comunitaria, es decir que tengan el aval comunitario que si ha sido un desafío a nivel de los emprendimientos comunitarios y ha sido un limitante para que muchas de ellas se puedan completar, ahora vienen obviamente otros requisitos en temas de calidad y que está bien solicitarle Sin embargo muchas veces los emprendimientos no logran alcanzar esos criterios mínimos Y eso también ha complicado que ellos puedan formalizar sus emprendimientos A pesar de que existe la disponibilidad de estos emprendimientos en legalizarse entonces muchas veces muchos emprendimientos comunitarios no sean legalizar ministerio mismo sino hacia hacia otras organizaciones como el tema de la economía popular y solidaria, algunas veces tampoco pueden legalizarse porque no tienen servicios de alojamiento alimentos y bebidas transporte turístico sino que más bien Es una experiencia vinculada a visitar un museo a visitar un bosque en ese caso el Ministerio de turismo tampoco tiene la posibilidad de registro de este tipo de emprendimiento.

**Federico vera:** ya entrado en el contexto actual, ¿cree usted que el turismo comunitario es una salida para reactivar el turismo en el país?

**Verónica Muñoz:** definitivamente, muchos de los emprendimientos en el caso del Ecuador están ubicados en la zona rural, tienen áreas bien conservadas que es lo que está buscando el mercado internacional, que existe una enorme posibilidad pero también existen desafíos como los que les mencionaba anteriormente sobre los que se tiene que trabajar para la sostenibilidad de los emprendimientos, el mantenimiento hasta que el mercado logre una recuperación que permita lograr una recuperación en la parte

económica pero definitivamente es una excelente posibilidad para los emprendimientos que tienen características de atracción ya sea por el mercado internacional o nacional.

**Jhuliana moreno:** Cree que en el sentido de un nuevo gobierno de unas nuevas alternativas de un ministro con ciertas características un poco diferenciadoras a los antecesores, cree que tiene un buen camino o marcado una línea cree que la nueva conformación de la nueva cara de una forma, aterrizará mejor todos estos criterios y desafíos que tiene el turismo comunitario y el Ecuador en general.

**Verónica Muñoz:** creo que hay mucho por hacer, al momento entiendo que el Ministerio de turismo va iniciar con la revisión de la normativa, en este caso de la ley de turismo que hay si tiene la posibilidad de incorporar aspectos como la adaptación Cómo empezar a hablar de otro tipo de modelo difícil inclusive buscar de calificar este tipo de emprendimientos que no tienen, no tienen alimentos y bebidas pero si tienen un cierto tienen prestación de servicios en términos de experiencias también sería importante. Tiene el ministerio de turismo una línea de trabajo en turismo rural y obviamente tiene un énfasis en el turismo comunitario. No conozco cual es la planificación con relación al tema pero estoy segura que existe un interés particular, ya lo han manifestado pero aun no me queda claro en que lo van aterrizar per de seguro va a beneficiar al sector comunitario.

**Jhuliana moreno:** En la parte de Tourcert como delegada, como representante se ha contactado o han tenido acercamiento o realmente no conoce mucho de cómo se está aterrizando estos temas en el programa del nuevo del nuevo ministro?

**Verónica Muñoz:** no no conozco mucho de la mano, aun no veo una mayor claridad del tema como tal, me imagino que ya pronto tendremos una línea más clara y uno sabrá hacia donde se ira con el tema de turismo. Pero no se cual serán las estrategias de trabajo.

**Federico vera:** en el contexto Covid-19: ¿cree que las comunidades están listas para regresar?

**Verónica Muñoz:**

Eh, todavía no, se necesita si bien es cierto sea hecho mucho esfuerzo, se generaron protocolos pero hace falta reforzar protocolos de bioseguridad, hace falta también fortalecer aspectos de salud y muchas veces de higiene a nivel de los emprendimientos comunitarios, algunos de estos emprendimientos tienen falencias en términos de salud. Ya viendo el contexto como un destino más bien no. Creo que hay que generar una estrategia integral que finalmente el turismo salga eh. Sea beneficiario pero el beneficiario principal para promover turismo comunitario Al momento de un escenario covid-19 es más bien tener una estrategia de intervención a nivel comunitario y luego ya que luego los emprendimientos también se beneficie de eso.

No sé si tienen alguna otra pregunta.

**Federico Vera:** ¿qué paso en la pandemia con las comunidades y los emprendimientos?

**Verónica Muñoz:** muchas estuvieron cerradas, algunas todavía no se han reactivado o están teniendo una reactivación muy paulatina y porque muchos tuvieron impactos directos porque la mayoría de los emprendimientos especialmente con los que trabajamos nosotros están o estaban dirigidas al mercado internacional, alguno de ellos si se ha podido adaptar al mercado nacional inclusive dos de ellos ha tenido éxito con el mercado internacional porque están cerca de ciudades como Quito y Ambato pero la mayoría ha tenido un golpe fuerte porque estaban dirigidos al mercado internacional y obviamente eso afecto.

Hemos tenido procesos de apertura, de cierre, de apertura, cierres obviamente el desconocimiento de la pandemia hizo que muchas de las comunidades decidan no aperturarse y dejarlos sin prestar servicios turísticos, obviamente por el desconocimiento de la enfermedad y de que tenían mucho temor de que los visitantes puedan traer en este caso el covid y eso también ha generado bastante temor como te digo algunas están abiertas y otras recién se están abriendo, tratando de adaptar sus productos, como incorporarse a esta nueva normalidad pero eso es básicamente lo que ha pasado. Alguno de ellos ha registrado migración también, migración nuevamente hacia los estados unidos, se han perdido capacidades dentro de la actividad turística, gente que estaba muy bien formada por muchos años y ha pasado en general que se ha tenido que cambiar a otros sectores que han tenido que volver al campo también como una opción de , que. Eso también me parece un aspecto positivo que habido comunidad que Vivian de la actividad turística y que habían olvidado la actividad agrícola. Están volviendo a realizar, están retomando actividades agrícolas y creo que finalmente eso va a permitir dinamizar y mantenerse hasta que exista una reactivación para la actividad turística que aún no estamos seguros de cuando sea, algunos hablan del 2024, otros del 2025 pero obviamente las comunidades deben buscar su resiliencia en este tiempo especialmente hasta que tengamos un grado paulatino. Levantarse el mercado nacional también ha sido un desafío, alguno de ellos lo han hecho y han tenido éxito y obviamente eso lo ha llevado a identificar otro tipo de actividades.

Actividades como la artesanía se han visto gravemente afectados, por temas de que si no tienes un flujo de pasajeros también el tema turístico como tal también se complica.

**Federico vera:** hablando sobre la activación ¿qué elementos deberían conjugarse para que un emprendimiento de turismo comunitario sea exitoso?

Verónica Muñoz: si obviamente el liderazgo, El tema de un producto bien definido, el tema de calidad y obviamente otros recursos excepcionales creo que son los factores de éxitos dentro de los emprendimientos de turismo comunitario, obviamente la accesibilidad y un buen manejo de los estándares de calidad todo lo que vemos en el esquema de certificación es fundamental y generar esas capacidades internas o ir fortaleciendo esas capacidades para que se pueda prestar son fundamentales.

**Jhuliana Moreno:** en cuanto al tema de organización, ¿cómo se encuentran esas organizaciones que trabajan o quieren trabajar en turismo comunitario?

Verónica Muñoz: se encuentran muy variadas Hay una que está muy fuertes pero definitivamente la pandemia en general se podría decir que ha debilitado el sistema socio organizativo alrededor de la actividad turística, como la actividad turística ya no significa oportunidad para el desarrollo comunitario un poco se ha dejado de lado y se ve inclusive que no existe tanto interés, obviamente porque existe el temor de contagiarse ,la turística dejó de ser una alternativa a pesar de que era una de las alternativas más

atractivas, entonces en la mayoría de los casos te podría decir que se encuentra debilitada Y obviamente sufrir una afectación directa sobre la calidad y la sostenibilidad.

**Jhuliana moreno:** como son precisamente variadas ¿hay organizaciones más formales que informales?

**Verónica Muñoz:** depende mucho, creo que la mayoría ha tratado de cumplir Y de cierta forma han cubierto con su formalidad, si bien es cierto no lo han hecho directamente a través del ministerio de turismo Pero si lo ha hecho a través del instituto de economía popular y solidaria, entonces es una alternativa y han logrado formalizarse, en términos generales hay varios emprendimientos que están surgiendo te hablo por ejemplo de las fundas de Palmiras que están en proceso de formalización pero ya emprendimientos que llevan muchos años ya están formalizados ante entidad que tenga de ser lo interesante es que la mayoría ya está dentro del sistema de rentas internas generando facturas y eso ya es un gran avance.

Lo último que quisiera decirles es que es importantísimo apoyar, lograr desde diferentes aristas a la sostenibilidad de los emprendimientos turísticos comunitarios, obviamente el sector turístico está pasando una situación compleja pero los emprendimientos comunitarios turísticos aún más. Entonces se debe generar políticas de incentivos y de una reactivación paulatina a través de generar puestos de capacitación, tal vez apoyo para que se puedan mantener de una u otra forma, que sea una política pública , tal vez que dejen de pagar impuestos, buscar mecanismo tanto a nivel local como internacional que permita la sostenibilidad de estos emprendimientos.

## Entrevista dirigida a Ruth Minga representante de la operadora Saraurku.

### **Federico Vera:**

Le decía que para comenzar, queríamos preguntarle ¿cuantos años ha trabajado en turismo comunitario? Y ¿cuál ha sido su experiencia en este campo?

### **Ruth Minga:**

Bueno, yo he estado vinculado desde niña en todo lo que es turismo comunitario gracias a mi mamá desde que empezó el turismo comunitario en Saraguro en el año 99 y 2000 que se consolida Desde el 2004 se legaliza. Mi mamá ha estado en todo ese proceso y se podría decir que yo también he estado todo ese tiempo vinculada al turismo comunitario, mi mama ofrece talleres artesanales, mi hermana artesanías entonces todo el tiempo he está vinculada pero más directo ya desde el 2016. Trabajando en lo que es turismo, en la operadora vinculadas un poquito con lo de turismo comunitario con lo que es Saraguro riqui que abarca las comunidades prestadoras de servicios aquí en Saraguro desde el 2016, ya en el 2018 obtuve ya la guía nacional eh la licencia de guía nacional de turismo y desde ahí mucho más vinculada en la operadora, entonces casi toda mi vida he estado vinculada al turismo comunitario.

### **Jhuliana Moreno:**

Ruth, ¿a qué operadora está vinculada o está trabajando?

Yo estoy vinculada a la operadora de turismo comunitario saraurku es una operadora de carácter dual y a la vez agencia de viajes, pero estamos más nosotros trabajando ahorita como operadores y siempre especializados más en lo que es turismo comunitario. Todas las experiencias de turismo comunitario aquí en Saraguro las operamos nosotros también asesoramos a familias para que

vayan innovando, reinventado sus servicios aquí en lo que es Saraguro ya desde el 2004 estamos trabajando legalmente se podría decir desde entonces trabajamos a nivel nacional con algunos destinos, proyectos de turismo comunitario por ejemplo con en cañar con “sisianejo” con la comunidad , como San Martín en Riobamba, ahora ya en Quito, estamos ya , tenemos paquetes, y empezando a promocionar lo que es la comunidad de inyunquilla”, en la amazonia estamos en “zinchiguarmi” y todo esos proyectos de turismo comunitario que hay a nivel nacional y aquí en Saraguro especialmente.

**Federico Vera:**

Bajo esa experiencia que ha tenido en turismo comunitario: ¿cuál cree usted que son las principales debilidades y/o dificultades que tienen las comunidades para emprender en turismo comunitario?

**Ruth minga:**

Para emprender la mayor dificultad a la que se enfrenta es al momento de empezar con la inversión que se necesita, la inversión económica que se necesita para empezar “yo que se” si hablamos de un comedor con familia se necesita dinero para invertir un poquito en infraestructura , luego en el equipamiento , entonces al mayor reto que se enfrentan o nos enfrentamos se puede decir es al factor económico , quizás antes había más apoyo por ejemplo las ONG que apoyaron mucho acá en Saraguro cuando empezó el proyecto, de hecho aca en Saraguro en turismo comunitario nace como un emprendimiento, de un proyecto de una ONG local que se llama “ fundación causa” ellos en convenio con ONG de España, este.. Hicieron lo que es el proyecto comunitario entonces en ese entonces hubo un apoyo económico para las familias, les dieron todo lo necesario, un cuarto independiente, cochones, sabanas, todo le dieron en ese entonces pero muchas de esas familias ya se han retirado ya eso es de ellos y no hay esas oportunidades para las nuevas familias que quieren emprender, entonces todo debe nacer del esfuerzo de la familia y creo que es justamente allí un poquito donde se detiene el desarrollo de nuevos servicios y de nuevos productos alcanzables.

**Federico Vera:**

Y en este caso, ¿Cuáles serían las fortalezas?

**Ruth Minga:**

La primera fortaleza que tenemos aquí en las comunidades hablándole de Saraguro es la cultura, es nuestra mayor fortaleza que tenemos entonces a partir de allí esta nuestra música nuestra gastronomía, están nuestros atractivos entonces esas son las fortalezas que tenemos y a la vez también ahora en la actualidad también el recurso humano ya con el que se cuentan, muchas personas ya hemos estudiado turismo, sabemos un poquito y eso se va aportando y va fortaleciendo el turismo comunitario aquí en Saraguro.

Eso les puedo decir que es lo que tenemos y nos ha impulsado a seguir adelante y de hecho el proyecto nace sabiendo que Saraguro tiene una cultura única y a la vez tiene atractivos que pueden ser explotados en el buen sentido de la palabra, que pueden ser vendidos y pueden interesar a un mercado nacional y por supuesto a nivel internacional actualmente trabajamos con el mercado americano, también con España, Alemania y Francia entonces se dio la oportunidad y es ahí donde nace pero viendo nuestra fortaleza que es mayoritariamente la cultura como tal aquí en Saraguro. En una convivencia con familia lo que hace un viajero es interactuar, aprender de la cultura y eso es lo que más valoran y dentro de eso están nuestra gastronomía, nuestras costumbres, nuestras tradiciones entonces esa es nuestra mayor fortaleza y la que queremos que el mundo la conozca pero aprovechar esas fortalezas que tenemos pero desde un buen sentido con un turismo responsable, con las comunidades, con las familias y con el medio ambiente esos son nuestros valores y lo que queremos alcanzar como empresa.

**Federico vera:**

Sabiendo estas dificultades y debilidades que se tienen, si usted fuese una autoridad como opinión personal, ¿qué haría para mejorar el desarrollo del turismo comunitario?

**Ruth Minga:**

Bueno, eso es un poquito difícil siempre uno está como emprendedor, digamos que uno está en algo más privado diría haría esto haría lo otro pero ya está en un sector con el poder siempre van a moverse ámbitos políticos intereses políticos de otra parte, se puede que yo trabajaría en el fortalecimiento de los emprendimientos de turismo comunitarios lo que más haría ahora lo que se puede decir es que ya se tiene los productos pero hace falta un buen programa de comercialización , horita lo que ya se necesita es promocionar y vender y ya casi mucho no se necesita decir apoyarles con un monto económico para que hagan algo , no. Horita lo que se necesita es una frute promoción y vender, vender a Ecuador, vender el turismo comunitario ya sea de Saraguro o de otras comunidades que existen también en Ecuador entonces si pudiera hacer algo haría eso ayudar en la comercialización y ventas ya de los productos y servicios pero lo que digo es que llegar a esos puestos políticos podrás tener la intención pero no siempre será posible hacerlo.

**Jhuliana Moreno:**

Ruth considerando esta parte de los mercados esta parte de la comercialización, como usted mencionaba se estaban abriendo mercados de Francia, Alemania, de Estados unidos, ¿cómo comparamos estos dos mercados el nacional y el internacional en Saraguro? Bueno, yo le cuento soy lojana entiendo la dificultad que es llegar de un alemán a Saraguro en avión es un poco complejo, se vuelve difícil porque uno debería primero llegar a Cuenca o no siempre hay los vuelos a Loja ¿cómo realizan o como controlan estas dificultades a la hora de llegar a Saraguro?

**Ruth Minga:**

Justamente en búsqueda de nuevos mercados nuevos clientes para Saraguro hemos hecho contacto con otras operadoras que están en Quito, que están en Cuenca se puede decir que hay un poco de intermediación para llegar acá pero es lo que hay , es lo que tenemos y hay que aprovechar, porque decir que un turista alemán va a venir solo por nosotros no lo que hay que hacer es

aliarnos con las otras operadoras de turismo que hay y a través de esas alianzas vender Saraguro y vender los otros emprendimientos que tenemos y claro también vendemos directamente por ejemplo: cuando tenemos grupos de estudiantes de Estados Unidos ahí lo hacemos directamente nosotros o con los españoles que hacemos lo mismo , el transfer es de Guayaquil hasta Saraguro pero ya si lo hablamos de un mercado alemán un mercado francés allí si lo hacemos un intermediador pero siempre y cuando compartan nuestra filosofía, nuestros valores y de esta forma hemos podido tener alemanes visitando Saraguro, también pasan más al sur a Bilcabamba entonces así. Así es como trabajamos nosotros con esos mercados internacionales a veces directamente o también en alianza con otras operadoras.

**Jhuliana Moreno:**

Y en cuanto al mercado nacional ¿qué tan interesado están los turistas nacionales en el turismo comunitario? Claro desde su experiencia.

**Ruth Minga:**

Lo que más tenemos nosotros el interés es de las universidades con los estudiantes hemos tenido más visitantes, ahora por la pandemia estamos trabajando más con el mercado así con diferente tipo de cliente digamos, este.. hemos tenido la visita de una familia recientemente que nos visitó desde Quito entonces así, pero siempre nuestro fuerte son estudiantes de las universidades es a lo que más le interesa siempre ellos y luego a los que más aprecian el turismo comunitario, valoran las actividades que se hacen dentro de el, las comunidades , la cultura, la artesanía es el mercado internacional.

**Jhuliana Moreno:**

Pasando un poquito al tema de la normativa, ¿cuál cree que es la parte que más dificulta o que menos colabora la parte normativa en nuestro país para emprendimientos comunitarios?

**Ruth Minga:**

La parte que más dificulta es en el tema de la legalización, digamos que como emprendimiento de turismo comunitario es un proceso larguísimo, los compañeros de allá de Ungullia nos contaban que fue un proceso larguísimo, un proceso de años para obtener ya la legalización como centro de turismo comunitario, entonces hay muchas trabas a la hora de legalizarse como centro comunitario y luego al mayor reto que se enfrenta, que nos enfrentamos ya , sea como centro de turismo comunitario, sea como operadora de turismo, se da aquí en Saraguro, y estábamos estos días justo conversado y teniendo la oportunidad de viajar con operadores de la ciudad de Loja, entonces lo que más nos afecta , hay las normativas, hay los permisos que se debe de tener pero se controla y se da lo que es la operación ilegal , restaurantes vendiendo tours , de hecho hay un caso en Loja de una previsora vendiendo tours . ¿Y las operadores m los centros de turismo comunitario los emprendimientos dónde quedan? Eso nos afecta bastante a nosotros, la falta de control del ministerio de turismo es lo que nos afecta aquí en Saraguro, restaurantes vendiendo tours cuando no su competencia cuando no es parte de su servicio eso nos afecta y afecta también a otras familias por ejemplo: familias prestadoras de servicio que tienen sus servicios, sean capacitado, han mejorado su infraestructura y todo y están disponibles para recibir pero que hacen como hay una desorganización , por parte de los restaurantes ellos no tienen conocimientos de los servicios que hay pero como quieren vender y lo que más les importa es ganar dinero ellos llevan otros emprendimientos a otras familias que no estaban preparadas que no ofrecen los servicios de calidad ahí es cuando, no solo dan una mala imagen a esa familia o ellos como restaurantes como operadores sino a todos y eso nos afecta a todos en general como Saraguro o cualquier otra localidad va a afectar un mal servicio de una familia o un mal servicio de un lugar va afectar a la imagen de todo los emprendimientos de todo lo que es Saraguro. Ya generalizando es la falta de control que existe ahorita cada cual hace lo que quiere el restaurantero, haciendo tours el restaurantero haciendo de guía, entonces es muy difícil para los que ya somos guías tenemos nuestra licencia o operadores que somos pagamos nuestros impuestos y esos nos afecta gravemente.

**Jhuliana Moreno:**

¿Con estas reuniones que ha realizado en Loja que propuesta vieron o fue una acción legal que propusieron o coméntenos un poquito que realizaron para dar a conocer estos problemas que tienen con esta informalidad?

**Ruth Minga:**

Bueno eso fue solo así como una conversación entre nosotros como operadores de las dificultades a las cuales nos enfrentamos a diario, pero más nosotros viajamos a conocer los servicios que hay en la provincia de Santa Elena siempre desde nuestro caso como saraurco buscando emprendimientos de turismo comunitario que sean responsables con la comunidad, responsables con el ambiente, eso. Estuvimos haciendo eso ahora mas no buscándole una solución a las dificultades, a las irregularidades que existe dentro del sector, no pero también estamos dentro de la asociación de guías del austro, de la cooperación de guías de aca de cuenca , entonces, ellos sí, los de cuenca si son un poquitos fuertes en esto, tanto como operadores como guías todos somos , todos estamos con nuestras licencias , todos somos legales en este caso digamos , nos hemos preparado para eso, en cuenca si hay bastante control, como asociación de guías siempre están controlando la legalidad se puede decir, hay ciertos guías que están haciendo de operadores entonces se controla bastante eso u hoteles en cuenca vender tours venden full days ahí siempre hay bastante control, siempre están viendo lo que hacen, ellos siempre están denunciando , están controlando bastante lo que es las operaciones irregulares. Porque Como les dije como operadores se pagan impuestos se cumplen con varios requisitos de ley, entonces hay que controlar yo creo que hay que unir fuerzas para controlar y es lo que están haciendo bastante en cuenca solamente con guías certificados hay bastante control para eso.

**Federico vera:**

Ya a nivel de país, ¿usted cree que el turismo comunitario es una salida para reactivar el turismo en el Ecuador?

**Ruth Minga:**

Definitivamente si, creo firmemente que el turismo comunitario, el turismo rural es una, es el que va apoyar en una reactivación turística porque ahora lo que más quiere el cliente es estar fuera, hemos estado más de un año encerrados en la ciudad, entonces que se quiere, horita lo que se quiere es salir, y salir al campo donde no hay mucha aglomeración de personas, donde se garantice su seguridad y estamos ya preparados para eso. Con los protocolos de bioseguridad adaptados a nuestra medida, también somos parte de la Feptce me imagino que ustedes conocen eh, entonces hemos trabajados en un protocolo como Feptce y uno como Saraguro adaptados a nuestra realidad, a nuestros servicios, a las actividades que se hacen en nuestras comunidades , estamos preparados para eso y le apostamos firmemente al turismo comunitario, rural , sostenible va a ser el que mayoritariamente va a aportar en la reactivación turística no solo en nuestro país, este, nosotros somos parte también de la tourcert entonces todo lo estamos apostando y nos estamos preparando estamos Perú, estamos Colombia también Bolivia preparándonos para esa reactivación, creemos firmemente que el turismo comunitario es la única forma de reactivar al turismo, nosotros lo creemos y para eso nos hemos ido preparando.

**Jhuliana Moreno:**

En cuanto estos protocolos de Bioseguridad, que tanto los ha podido aplicar, todo las comunidades los han podido aplicar? Cuéntenos un poquito sobre eso.

**Ruth Minga:**

El protocolo lo saco principalmente el ministerio de turismo, lo vimos pero no se adaptaba a nuestras realidades entonces hicimos otro de aquí de Saraguro especialmente luego también tengo entendido que se comparte el protocolo con las otras comunidades que forman parte de FEPTCE y luego ya se hace aquí al menos en Saraguro se ha socializado con las familias, entonces ya se está aplicando y está muy bien, por ejemplo un protocolo que nosotros aplicamos es : nosotros ofrecemos un servicio de rituales con un

chamán como se lo conoce entonces lo que siempre hacen es soplar directamente a la gente con los remedios que tienen digamos, bueno eso se podía hacer antes de la pandemia , luego ya simplemente un protocolo , ahora entonces ellos utilizan un flor para rosear el remedio o simplemente utilizan un roseador para ponerle en las manitos a ellos el remedio y evitar en lo más el contacto y estar sin mascarilla y eso. Y se ha dado muy bien, estamos aquí en nuestras comunidades y hasta el momento nos ha dado buenos resultados, hasta ahora no hemos tenido casos tampoco, entonces estamos muy bien en ese sentido, muy bien preparados ya para reactivación de hecho ya estamos empezando de a poquito.

**Jhuliana moreno:**

Ruth muchísimas gracias, la siguiente pregunta es: ¿qué paso durante la pandemia con los emprendimientos y las comunidades?

**Ruth Minga:**

Nos afectó muchísimo como operadora no hemos tenido ventas nosotros como operadores estamos al frente de muchas familias, se puede que somos la operadora que más movemos turistas acá, a los diferentes emprendimientos y al momento que empieza la pandemia se cierra todo nosotros no tenemos ventas y por ende no podemos tener viajeros visitando los emprendimientos visitando las familias, nosotros somos pequeñitos y no es que habido dinero para estar pagando personal y esas cosas en este tiempo de pandemia pero hemos hecho un trabajo así más de voluntades pero nuestras familias muchas cerraron por ejemplo un hospedaje cerro y no va a volverse a abrir , cerró completamente y no va a volver a dar los servicios esa familia, se dedicó a lo que es la ganadería entonces, y no paso solo con ese paso con algunos, se dedicaron a otras cosas como el turismo no daba ningún resultado

se dedicaron a otras actividades , entonces, afecto en el sentido que muchos emprendimientos tuvieron que cerrar, este, ya no hay en la actualidad, entonces ahora lo que estamos haciendo es apoyar e incentivar a otras familias que emprendan eso, porque son productos que ya conocen de acá de Saraguro por eso debemos incentivar a otras familias a que presten estos servicios , presten su hospedaje , emprendan en un hospedaje familiar, eso más a los hospedajes y a los restaurantes les ha afectado bastante y a todas las familias que han están en con comunidades a ellos si les ha afectado gravemente porque están muy lejos , la gente no les va hasta allí al menos que los conozcan o estén dentro de un programa sus emprendiendo pero también una de las ventajas en ese sentido por el cual algunas familias han seguido con sus emprendimientos ,los mantienen, es porque con el turismo comunitario no dependen al 100% de la actividad turística aquí en Saraguro, la actividad turística es una actividad complementaria en la economía de las familias , entonces se dedican a otras actividades como a la ganadería , muchos son profesionales o trabajan en el sector publico . Entonces al no ser el turismo la fuente de sus ingresos no les ha afectado tanto es como una ventaja que tiene al contar como una actividad complementaria en la economía de las familias.

**Jhuliana Moreno:**

Dentro de esta cantidad digamos en pandemia ¿cuántas familias se han quedado con sus emprendimientos o que van a continuar con sus emprendimientos?, un aproximado de 100 familias que había ahora cuantas hay Y que van a seguir este trabajo en trabajo comunitario principalmente.

**Ruth Minga:**

Digamos que de 100 familias pero de diferentes servicios, ya sea de alimentación, hospedaje ya sea de guía se puede decir que un 30% de familias cuando se reactive ya no se van a dedicar a la actividad turística, pero en su mayoría están y a veces cuando tenemos ya turistas asi un poquito le mandamos donde esas familias , muchos han aprovechado este tiempo de pandemia para

arreglar su infraestructura, tener nuevos servicios, les decía estos son tiempos de innovar lo que se tenía , mejorar lo que se tenía y estar listos para la reactivación.

Como operadora también vamos a seguir trabajando, han sido momentos duros momentos muy difíciles para nosotros para las familias este, ofertantes de servicios pero esto también ha sido una prueba que nos ha fortalecido y seguiremos aquí apostándole a esta área que va ser la más beneficiada con la reactivación turística. Hay muchos indicadores que afirman que el turismo rural, el turismo comunitario van a tener mayor demanda, entonces eso es , nos estamos preparando siempre con las familias para la reactivación.

**Federico Vera:**

Para estas familias que están buscando una alternativa en el turismo comunitario, ¿qué elementos cree usted que debería conjugarse para que estos emprendimientos sean exitosos?

**Ruth Minga:**

Bueno este, yo creo hay que hacer un trabajo en conjunto en lo que es el sector público, en lo que es el sector privado ya, con las familias también hay que hacer un trabajo, el ministerio de turismo desde su parte yo creo que debería apoyar con lo que es promoción y ya como empresas estar listas para vender y las familias en alianza también estar prepararse más ofrecer servicios de calidad, que es lo que va a querer el turismo, a futuro será muchísimo más exigente , entonces los destinos que estén más preparados son los que más van a sobresalir , entonces lo que más se debe hacer es creo que se debe hacer un trabajo en conjunto entre el sector público, el sector privado y los emprendedores y de esa forma se pueda salir adelante formando alianzas con otras empresas porque solos no se va a poder quizás muchas veces digamos que desde el sector privado hagan algo pero lo único que hace el ministerio de turismo es cobrar los impuestos pero se necesita, nos necesitamos unos a otros , necesitamos crear alianzas con el sector privado , quizás con ciertas capacitaciones y luego ya con la promoción que es lo más importante . Ecuador ya tiene

una oferta y tiene una oferta buenísima de turismo comunitario, de gastronomía. Ecuador lo tiene todo, lo único que falta es promocionarse y vender y en esa parte es donde debe apoyar el sector público, y luego ya el sector privado debe estar a la altura de los clientes que nos visitan y esos viajeros que lleguen a nuestro destino.

**Jhuliana Moreno:**

Ruth cuál cree usted que sería el punto más importante que se debería capacitar el ministerio.

**Ruth Minga:**

Lo que se está haciendo ahora más que el ministerio, en este caso puedo hablar es del GAD de acá de Saraguro, está apoyando en lo que es gastronomía, capacitaciones en gastronomía, atención al cliente que es importantísimo, capacitaciones para guías , entonces yo creo que esas capacitaciones son muy importantes porque es bueno estar siempre aprendiendo pero luego de eso creo que en lo que más deberían apoyar es en la promoción turística e cada uno de los destinos que hay en el Ecuador ya sean de turismo comunitario o de otros emprendimientos que hay.

**Jhuliana Moreno:**

¿Cree que Saraguro está listo para aperturarse un poco más al mercado internacional y al mercado nacional?

**Ruth Minga:**

Si, desde mi opinión muy personal digo que si estamos listos y quizás siempre lo hemos estado pero tampoco nos gustaría ser un destino de masas por decirlo así, a veces tener un flujo de turista al menos de los internacionales no sea mucho es una ventaja, porque así pueden ver a Saraguro tal cual es, las familias viviendo en su cotiannidad, no viviendo para el turista, sino viviendo normalmente, entonces eso les gusta que todo fluya normal que Saraguro no este moviéndose para el turista.

Estamos preparados sí, pero siempre este..creo que se debe tener bastante cuidado ya cuando se mueva mucha afluencia de turistas la gente cambia pero en cuanto a tu pregunta estamos bien preparados pero siempre hemos tenido claro en que no debemos convertirnos en un destino como Bilcabamba , hay muchos negocios que ya no mueven y no administra la gente local, sino que es de extranjeros vendiendo para extranjeros y es algo que no se quiere aquí en Saraguro , lo que se desea en que podamos compartir nuestras experiencias , nuestra cultura y gastronomía mas no personas extranjeras vendiendo algo que no les pertenece.

**Federico Vera:**

Eso creería que tiene que ver con el nivel de organización verdad, ¿cómo cree que se encuentra el nivel de organización de las comunidades que trabajan en turismo comunitario o desean trabajar en él?

**Ruth Minga:**

Están bastante organizado ya ahora, un poquito de desorganización en la Fetpce y por ende también se afectó a las estructura de las organizaciones bases que acá en Saraguro maneja las redes de turismo comunitario, se desorganizo también un poquito pero ahora este año recuperaron esa legalidad y se están fortaleciendo como redes, ahorita están muy fortalecidos como digo la pandemia fue un jaloncito de orejas para todos, para trabajar más en equipo, para estar más organizados y también como familia.

Cada comunidad tiene su CTC , ese CTC tiene su presidente, su secretario, su tesorero, sé que tienen reuniones cada fin de mes , entonces están organizados aquí en Saraguro, ahora están bastante bien , bastante fortalecidos , sé que se están gestionando proyectos que van air en beneficios de sus familias , proyectadas también en el desarrollo de las mujeres rurales, entonces si me preguntas si estamos organizados sí , pero como en toda organización hay momentos de desánimo, donde se pierde un poco la estructura pero siempre nos volvemos organizar , nos volvemos a unir como una familia para el beneficio de nuestras comunidades.

**Jhuliana Moreno:**

En el caso de la operadora, tampoco realizan su plan de marketing o de comercialización y las estrategias que se quieren definir para llegar a un mercado alemán o más bien vienen de parte de la red que son los que se encargan de esta planificación, quisiera que me hable un poquito más.

**Ruth Minga:**

Como operadores si se tiene otra planificación a parte de la red, se trabaja en búsqueda de nuevos mercados ya sea a nivel nacional o internacional por ejemplo: con las operadoras siempre hacemos los fanstrip como operadoras de Quito y a ella les mostramos los servicios que tenemos en Saraguro, y digamos así esa es nuestra forma de promoción que tenemos no tanto como una planificación como la que tienen las grandes empresas, entonces la planificación va dándose de acuerdo a las oportunidades que van presentándose entonces vamos planificando las actividades que queremos a futuros y vamos vendiendo, siempre se ha manejado así y hasta ahora nos ha dado buenos resultados.

**Jhuliana moreno:**

¿Qué puntos o que considera usted que muchas certificaciones no toman en cuenta a la hora de certificar una comunidad o un emprendimiento comunitario?

No tenemos algo negativo que decir de ellos, de hecho como operador y como empresa hacíamos muchas cosas pero no lo hacíamos en papeles, siempre lo hacíamos, lo cumplíamos ciertos criterios por ejemplo de responsabilidad social es decir nosotros lo cumplíamos pero no es que teníamos un compromiso escrito entonces lo que hizo tourcert es las pequeñas cositas que hacíamos transmitir en papel y tenerlas siempre presentes con nuestras empresas y colaboradores y también para con nuestras familias prestadores de servicios.

Entonces, de tourcert hasta ahora después de la certificación justamente son ellos que nos están ayudando con capacitaciones para la reactivación turística a través de turiscom que es una organización de ellos que se creó con las comunidades certificadas

acá en el Ecuador y creo que también esta Colombia y Perú, entonces estamos bien nos han ayudado muchísimo, nos ayudó a organizarnos un poquito más como empresas y transmitir eso a nuestras familias .

Los criterios que manejaron ellos en nuestra certificación estaban muy bien no tenemos nada que decir, lo que si un poquito es tan tardándose es en la parte de la promoción que también le corresponde a ellos.

### **Entrevista dirigida a Enrique cabañilla Director Licenciatura de Turismo en Universidad Central del Ecuador.**

**Federico vera:** ¿Cuántos años tiene en turismo comunitario y cuál ha sido su experiencia?

**Enrique Cabanilla:** yo tengo más o menos directamente sobre el turismo comunitario trabajo 21 años mantengo un proyecto de cooperación que se llama del diagnóstico al plan de negocios que es un proyecto de intervención en comunidades desde el diagnóstico del potencial turístico de I hasta el desarrollo de ideas de planes de negocios potenciales este programa implementado tanto en ecuador Bolivia, argentina y lo que pretende es que las comunidades tomen una decisión informada sobre entrar a turismo o no es una buena opción para ellos. porque básicamente yo creo que muchas de las de emprendimientos comunitarios que están dado no tienen los resultados esperados y no solamente económico no hago yo una evaluación sólo por los económicos sino también creo y usted lo han manifestado debe ser la pertinencia con los ods y ya a principios de siglo trabajan los objetivos del milenio, hoy con los objetivos sostenibles pero creemos que la obsesión turismo debía tener como esos fines entonces desde esa óptica he trabajado con cerca de 500 comunidades en este proceso muchas de las cuales luego de hacerlo han visto que no están listos para

hacer turismo y para mí eso créanlo y pese a que mi especialidades es el turismo y la geografía ,resuelta a veces más reconfortante que aquellas que ingresa hacen grandes e inversiones turísticas y luego les va mal. y a veces sólo me pongo a pensar en un hotel y un emprendimiento turístico que no debe ser menor de \$150000 a \$7000 cuántos tractores podría haber dado, podría haber fortalecido de otros medios productivos de mejor manera.

y lo segundo es que cuando hice mi doctorado y justamente es un análisis de qué pasó en el turismo del ecuador en los últimos 40 años, cuáles son los factores que tenido que pasar los procesos históricos, y más o menos cuando presente esta tesis en el 2017 así que hasta esa fecha un corte más o menos de los logros y los retos que tenía el turismo comunitario en el país que personalmente no cambiado mucho todavía regreso a ver esa literatura y me doy cuenta que algunas cosas no se han superado.

**Jhuliana Moreno:**

Enrique, durante su análisis del doctorado y demás, cómo reaccionaban o que cantidad de los emprendimientos decidieran decir no empezamos, cuánto espera ese porcentaje 10% en un 20% era muy recurrente que en las comunidades ya no estamos listas o mucha se aventuraban?

**Enrique Cabanilla:** Yo creo que justamente en el análisis qué hago yo veo que hay tres factores, hay un factor que son las ong, que creo yo llegaron mucho a los territorios y no les dieron ese tema de decisión sino que ustedes conocen que hay muchos ong que comienzan a trabajar en un territorio y ellos vienen ya con un plan elaborado por técnicos, yo no creo que sus planes están hechos con mala voluntad o algún tema, pero carece de esta consentimiento informado de las comunidades de saber en qué van. entonces

encontré que en estos 30 años varios de los proyectos de turismo comunitario vinieron más bien de las expectativas de las ong sin lograr desarrollar un capital social que les permita luego que les permita ser sostenibles.

Un segundo punto. ha sido el tema de la promesa política especialmente vemos que en ciertos territorios y especialmente de forma cíclica con las campañas políticas hay como esta promesa no, de ayudar al agro y de ayudar en mente a la zona rural con el turismo y algunas de estas experiencias también se han desarrollado nuevamente sin este previo análisis de las capacidades locales y sean y se han instaurado más bien por lo político como el caso anterior algunas medios han sobrevivido pero otras lastimosamente no han tenido la sostenibilidad necesaria. y el último que creo yo que es en el que hemos venido trabajando son aquellas comunidades que han buscado los medios de hacer turismo más bien luego de un proceso de llamemos de fortalecimiento institucional de decisión, de capacitación de conocer lo que es el turismo y de lo que implica todos estos nuevos procesos tanto para el territorio como para las comunidades, claro veo que de estás en lo que sí se nota es que luego tiene más fortaleza no luego tiene tienen mayor mayor sostenibilidad porque partieron de un acuerdo colectivo y también partieron de la construcción de una decisión informada. Ahora la otro lado de la pregunta que tú me dices, de las 500 más o menos experiencias que ha hecho tanto a nivel de ecuador como a nivel latinoamericano apenas un 10% ha dicho que sí, porque. Porque ese taller por ejemplo hace un análisis técnico del turismo, y en el análisis sistémico del turismo se observa que el turismo hotel o el poner un restaurante o el hacer un sendero, es uno de los elementos que se necesitan para hacer turismo necesitamos inicio atractivos que esté en el puesto de valor, llamémosle entre comillas, sin esa connotación negativa que estén turísticas de que tengan senderos, que tengan señalética. Que tengan guianza, que tengas normas. Número 2 y que me parece que todavía es una parte muy débil en el tema comunitario, deben tener infraestructura, deben tener acceso agua apta para consumo humano, deben tener acceso energía, comunicación en programas de desechos de basura, etcétera . y fíjese que muchas veces ha sido más bien este tema de la infraestructura el que ha limitado mucho

el tema que a veces y a mí sí me asombra que hay muchas ong y a veces la misma fuerza política que les dice a las comunidades que tienen que hacer turismo para que ellos mismo resuelvan la carencia de infraestructura, eso me parece inaudito , es cómo tener en las ciudades ciudadanos de una clase y en el campo ciudadanos de otra clase, mientras que en la ciudad abres el agua, prende la luz y tienes todo en el campo te dice encima va tiene que trabajar para tener lo que el estado no le ha dado entonces muchas comunidades han entendido que tampoco hay que crear un turismo para reemplazar (se va la señal)..

Y finalmente también creo yo que las comunidades se dieron cuenta que el proceso turístico es hermoso, puede ser exitoso y todo pero que necesita también capital humano y fíjese que yo más bien he visto que algunas porque tenido sorpresas muy lindas cuándo comenzará esto por ejemplo en el 2001 una de las primeras comunidades con las que comience me acuerdo era Pakistán en Cayambe y cuando fuimos efectivamente nos dijeron no estamos listos. 10 años más tarde mejoraron su proyecto turístico pero en esos 10 años que hicieron, ¿resolvieron las falencias del diagnóstico que hicimos? apostaron para que jóvenes de su comunidad salgan estudiar turismo y construir un capital social que estaba listo para administrar este nuevo proceso y entonces se arriesgaron a un proyecto que está buscando ahora su sostenibilidad. entonces como yo les digo al 90% que dijo no. no es que dijo uno como de rechazo todavía quiere porque todas las comunidades quieren tu vida porque la vida en el campo el mundo agrícola está débil está desgastado no es suficiente vean chicos hay estadísticas que son graves en los últimos 10 años en la parte rural ecuatoriana ha envejecido en más de 10 años es decir que más o menos en el 2000 2010 por ahí el promedio de edad en el campo era de 37 años hoy es de 47 años, ya que vamos eso, significa que cada vez más la migración de jóvenes es mayor hay una población envejecida que va a desaparecer y la pregunta es ¿el campo en manos de quién va a quedar? Por lo cual todas las comunidades y todos los territorios en los que trabajamos dicen: no, lo agrícola veces falla, entonces vamos lo turísticos también y aparte de lo turístico, lo artesanal y aparte de lo artesanal, también la mano de obra, la fuerza laboral. Entonces los territorios rurales son

multidiversos múltiplo productivos pero lo único que nosotros también buscamos está en turismo no se vuelva un fracaso y un desperdicio de recursos que podrían bien ser utilizados inclusive para aliviar la pobreza en estructura que tiene muchos territorios.

**Federico Vera** : justamente en esta parte de las debilidades y ya nos mencionó un poquito enrique, ¿qué otras debilidades ve o que no siempre son tomadas en cuenta por las comunidades o por los políticos o por esta ONG que son muchas veces como usted dice contradictorias a la realidad tal vez de nuestro país y tal vez de Latinoamérica?

**Enrique Cabanilla**: El primer punto es que debemos entender que los territorios tienen historia no cierto, lo definía burdo como el hábitos el que el territorio encima guardando un ADN histórico-cultural que se va pasando de generación en generación y ese ADN en muchísimas de las partes lugares no tienen turismo, tiene agricultura, tiene artesanía, tiene ganadería y pesca tiene formas culturales, etcétera. Entonces ante este vacío yo veo que el tema turístico debía afrontar primero el entrar a lugares donde había que comenzar de fase uno si, ante una escasez histórica. número 2 los modelos de producción que sostenían difieren mucho en el modelo de producción y de comercialización del turismo sí ,mientras que los temas agrícolas ganaderos, tienen unos procesos ,unos mecanismos y unas herramientas a veces hasta individuales el modelo de producción turística es un modelo colectivo, sí porque, porque depende de muchos y de muchos factores de la comunidad pero más allá de eso depende de un modelo de comercialización que primero no vende un elemento tangible como si es lo agrícola o lo ganadero o lo artesanal y que además no se vende de la misma forma que lo agrícola ganadero lo artesanal sí, mientras que lo agrícola o ganadero artesanal siempre o hay un intermediario que llega a estos lugares compra iba a vender en los otros mercados en el caso de lo turístico se enfrenta a vender por plataformas,

a vender en ferias, así que eres captar un turista de Europa tienes que estar en inglés entonces son realidades muy muy muy muy ausente lo que está ahí. El tercer elemento que creo yo que no se comprende y no se configura bien es el confundir la amabilidad o el calor de gente ya con el modelo de producción turística, sí. Muchas personas que van al campo en cualquier zona dicen no pues el campesino qué buena gente, te brinda una cosa de su árbol, te enseña. Si porque vas de una vez cada 5 años en el modelo de producción turística estas enfrentándote a ese territorio en grupos que pueden llegar cada semana y ahí en lo que no sabemos si es que ahí ese entrenamiento y esa capacidad operativa para atender estos retos.

Un cuarto elemento que creo yo que vaya son los contenidos de infraestructura lo que me refería y aquí lastimosamente el turismo a veces fue creando más bien unas burbujas territoriales, es decir todo lo que tenía que ver con el turismo y sus alrededores funcionaba perfecto por poner un ejemplo: no había basura pero te salías, un poco de ese circuito programado y dentro de la comunidad no había ese concepto sí, no había todavía esos conceptos de los plásticos, por poner un breve ejemplo de eso porque, porque no habían elementos de infraestructura enraizados y adoptados por la comunidad que le permitirían ver en base a ellos la implementación de estos modelos productivos sí. Entonces ese desconocimiento también les llevo a que piensen cierto como les decía que el turismo puede ser ese vehículo que llene ese vacío que han tenido

Y finalmente yo diría que el último concepto es del concepto de la formación, yo soy un gran defensor de del ejercicio profesional en lo turístico. Es más, he estado peleando en estos días ahí por redes que la academia de estar presente en la nueva ley de turismo porque yo si pienso que esa nueva ley de turismo debe tener un capítulo sobre el ejercicio profesional si es que queremos un turismo de calidad. Porque se piensa que cocinar turísticamente y no turísticamente es lo mismo pero no es lo mismo. mi mama podrá hacer el locro de papas más rico del mundo pero cuando yo le digo a mi mamá que haga ese locro de papas para 30 personas

y que tiene que levantarse todos los días a cocinar ese loco de papas para 30 personas yo no creo que va a ser lo mismo porque, porque ya tiene unas competencias de alimentación familiar no de una alimentación productiva sí, dónde son grupo tras grupo etcétera que necesitan procedimientos que la gente que estudia gastronomía los conocen .lo mismo pasa con los temas de ama de llaves, lo mismo pasa con los temas de seguridad , lo mismo pasa con los temas de guía, es muy factible que yo vaya a un lugar cerrado un día buscar una familia y uno de los jóvenes me lleve a visitar su lugar y pasé un día increíble muy , muy diferente será cuando esta persona le toque permanentemente enfrentar grupos de turistas que vienen con otras demandas y con muchas expectativas inclusive que vienen con mayor información que le van a cuestionar sus hasta su propio conocimiento, entonces otra gran debilidad es esa ausencia del proceso de formación y pensar que procesos de capacitación pueden llenarse este hueco, ese es otro gran error , entonces a veces en esta construcción de buenas prácticas y todos dicen vamos a darles un curso de contabilidad 8 horas, ¿ cuantos años les costó a ustedes un curso de contabilidad? ¿Dos años? ¿Un año? ya hay algunos que se esfuerzan y le cuesta años. y yo pienso que voy a una comunidad y en 8 horas hablan inglés, en 8 horas hacen contabilidad, ya que qué qué qué qué no no no no veo condumio en eso, entonces el otro gran debilidad es que no hay un capital humano conformación que pueda hacerse cargo de que este proyecto sea sostenible.

**Federico Vera:** Ya conociendo esas debilidades ¿si usted fuese una autoridad que haría para mejorar el desarrollo del turismo comunitario?

**Enrique Cabanilla:** qué haría, lo primero que haría yo , es derrumbar el mito que lo comunitario tiene que estar en otro mundo ,lastimosamente, lastimosamente las normativa ecuatoriana ha creado como un mundo del turismo y otro mundo del turismo

comunitario, ese me parece que es el primer error garrafal , porque esa separación no ha permitido que los dos mundos se complementen en lo que deben complementar por ejemplo: yo estoy completamente seguro que una comunidad no debe pues desarrollar en un año dos o tres plenamente los conceptos de comercialización sino que más fácil le va hacer asociarse con una parte privada que tenga ese criterio de responsabilidad social y de trabajo en conjunto con las comunidades y que use sus conocimientos sobre comercialización y le ayude para que los logros que tengas sean los mejores entonces ¿cómo se logra? primero poniéndole en la ley en qué en el territorio ecuatoriano pueden coexistir diversos modelos de gestión , el mayor error que tiene la ley actual es que sólo se reconoce el modelo de gestión privada , eso dice el artículo 5 o 6 me parece de la ley de turismo lo manifiesta dice claramente que quieres puedes hacer turismo son sólo los privados, cuando se reconozca que el modelo de gestión comunitaria social de que viene de esta economía social solidaria cooperativa, también es otro modelo de gestión que puede alterarse turismo entonces estamos estamos cerrando esa brecha.

Número dos me parece que es importante el pensar en un programa de asistencia integral, revisen las normativas de fomento de desarrollo turístico los últimos 20 años ¿a quién a privilegiado? a las grandes empresas. Eso ha desencadenado que que vivimos la peor crisis turística y que el mundo entero está buscando espacios en la ruralidad, lastimosamente nosotros no tengamos tantos como deberíamos tener. entonces si yo quiero juntar lo comunitario debo crear una ley de fomento turístico que apoye lo comunitario , fíjense en la ley del fomento anterior decía tienen que hacer proyectos de un millón no sé qué, que les van a dar el incentivo por los 10 por los 20 años pero llenar esos formatos para llenar sus formatos que necesitaba un doctorado en economía y administración de empresas , las comunidades estaban alejadas de obtener esos beneficios ,entonces si yo tuviera esa posibilidad sí, yo declaro fomento turístico a la parte rural y a la parte comunitaria como prioridad de la inversión turística nacional. porque además tenemos datos que son completamente locos en el Ecuador vivimos en una burbuja mentirosa, vean una de cada diez empresas están en

la parte rural en el Ecuador, creo que es el 8% del catastro que no es nada, tenemos un turismo urbanizado y número dos, 20 cantones de los 221 cantones tienen el 75% de las empresas turísticas, solo Quito y Guayaquil tienen casi el 45% de las empresas turísticas entonces de qué modelo turístico nacional estamos hablando, peor rural, peor comunitario, entonces hay que romper con esos estereotipos.

un tercer elemento que me parece fundamental es apostar un proyecto que financie la formación comunitaria así como el programa de becas que hemos tenido para universitarios que vayan a hacer la maestría o para los que han pasado los exámenes con puntajes excelentes, debería haber un proyecto de becas para el tema turístico para comunidades y para jóvenes de esas comunidades porque, porque él estuvo las centrales dicen vengan somos gratuitas sí y cómo vive esa persona en Guayaquil o en Quito, es una miopía increíble. pero si tenemos un plan en el cual además tal como nos cómo pasa con los becarios fueron con la Senescyt pero dice usted quiere un tiempo de devenga miento del doble del tiempo que le dimos la beca para su comunidad tendríamos un capital social increíble que llega a la parte rural el otro elemento que finalmente yo haría tratarles de la misma forma que trato a los privados, lastimosamente yo he revisado el instructivo de turismo rural de turismo comunitario perdón el reglamento y el instructivo y yo me pregunto porque los privados no les piden lo mismo porque a los privados no les piden tener un letrero luminoso y además con un desconocimiento inmenso no, yo digo a ver de estas comunidades que yo conozco en el Yasuní como les digo que se pongan un letrero luminoso en el Yasuní, que tendrán que secuestrar luciérnagas y tenerlas esclavizadas para que alumbre en las letras no sé, se me ocurre, o las otras cosas no, que para un reglamento tienen que verificar que los baños tengan papel higiénico no sé a veces siento que lo único que necesitamos es tratarles igual y las mismas condiciones deben tener lo mismo, las diferencias de las empresas turísticas comunitarias no están en esos detalles, están en los alojamientos, la decoración, están en los servicios, están en otros elementos culturales que le rodean pero a veces fíjese que han tratado de hacerle como normas exclusivas para ellos que también me parecen que a veces pueden bordar en un tema racista, en un tema incluso xenofóbico.

**Jhuliana Moreno:** Entonces esta normativa ecuatoriana debería ser reformada ¿verdad?

**Enrique Cabanilla:** Abolida, no reformada, botada a la basura. 2006 se creó la primera, 2009 la segunda me parece y yo les voy a decir una cosa ¿cuántos proyectos de turismo comunitario piensan que se auto identifican en el país? tienen algún número, en algunos censos que hemos hecho hay más de 400 todo el país, solamente la FEPTCE en su momento que funcionó bien tenía más de 110 y estoy hablando desde hace siete ocho años han ido creciendo muchísimo, saben cuánto tiene el último catastro, 39, la pregunta es ¿de quién es la culpa que una norma no funcione? de los emprendimientos o de quién hizo la norma alejado esos emprendimientos, también parece que esta norma debe cambiar radicalmente, es más yo pienso que la normativa porque porque también estamos cayendo en un tiempo en que el tema turismo comunitario está volviendo de moda como lo que paso con el eco turismo, inclusive se estaba prostituyendo y hay muchos reclamos ya de comunidades que dicen estos no son comunitarios porque son emprendimientos o familiares o de pequeñas empresas, y estoy de acuerdo no son comunitarios porque el modelo de gestión comunitaria se identifica en otras cosas que inclusive esos reglamentos no los mide entonces, yo simplificaría tal grado por ejemplo que para declarar a un proyecto como comunitario yo le pediría a uno el aval de la comunidad es decir que exista un acuerdo territorial de que van a realizar actividad estudio, dos: el compromiso escrito sobre cuáles son las metas del proyecto turístico comunitario. para que hacemos turismo, cambiemos la pregunta, la pregunta del turismo de hoy en vez de decir cuántos millones gane o cuántos miles de millones de personas vienen, deberías ser para que hago turismo, que gana la gente con que haya turismo en Guayaquil que gana la gente con qué de turismo y turismo en quito que gano yo con que venga 700.000 personas aquí a visitarme y el ganar yo no de forma individual sino de forma colectiva no cierto, entonces el turismo hay me tiene que responder como temas de gracias al turismo podemos invertir en la mejora de atractivos de lugares de recreación y en las comunidades de muchas otras cosas programas de salud, emergencias etc. y el tercer elemento que yo diría que es base para una certificación turística es rendición de cuentas porque ahí también hay un problema que se va al otro lado, existen estos emprendimientos de turismo comunitario y uno les pregunta bueno y qué ha hecho, demuestren con evidencias, ah es que dicen: nosotros le dimos trabajo a la gente y yo digo si me voy y me pongo un Decamerón y le pregunto a ustedes el Decamerón dará o no trabajo a la gente y no me vengan con las pendejadas de que dan trabajo por favor eso es un insulto para llamarse comunitario, que compramos a los agricultores y que los otros hoteles no le compran a los agricultores. la re definición de lo que ha hecho los emprendimientos de turismo comunitario tiene que estar medido en la calidad de vida de los territorios que los contiene, ahí es como por ejemplo yo propongo en mi tesis doctoral que debemos medir estos indicadores de calidad de vida, entonces en estos indicadores de calidad de vida yo le preguntaba a las personas porque hice esta encuesta en varios lugares del Ecuador yo les preguntaba por ejemplo: ¿ desde que tienen turismo

sienten que tienen mejor calidad de comida? ¿Desde que tienen turismo sus hijos tienen más facilidad de ir a la escuela? ¿Desde que tienen turismo ustedes tienen mayor accesibilidad para entrar y salir de su comunidad? ¿Desde que tienen turismo ustedes sienten que se ha frenado la migración de los jóvenes a la ciudad? estas son preguntas que se deberían medir al final para determinar si es que fue o no fue un emprendimiento comunitario exitoso.

**Jhuliana Moreno:** Enrique hace unos años compartíamos hace unos años con nuestra profesora chinty en una clase, ella también hacia este tipo de preguntas ¿será que se sienten más felices después de estar trabajando 10 años en turismo comunitario? su vida será más tranquila, tal vez ganen más o ganen menos dinero, es decir estos indicadores realmente no sé qué tanto lo aterricen las autoridades.

**Enrique Cabanilla:** mira, la parte más interesante que pude aprender cuando yo hice estas encuestas , porque tome varios casos , algunos casos de demanda un poco más fuertes y otras que no tenían mucha demanda , todas las comunidades coincidían con que el turismo le devolvió dos o tres elementos bases, el primero reavivar su cultura, volvieron a empoderarse de lo que son , vino el turismo y les dijo: su cultura, su comida, su vestimenta, sus tiendas , su gastronomía son importantes y revitalizaron ese elemento, dos compusieron su armonía con el medio ambiente también, fíjese que muchas comunidades entraban cuando hacíamos el proyecto de diagnóstico, la gente ya había olvidado para que servían las plantas , había olvidado el nombre de los pájaros pero el turismo regalar ese tema de decir de ustedes son los guardianes de este tema esta es su habitad y ahí hay una riqueza hermosa sobre eso, y el tercer elemento que creo que les devolvió es el tema de que juntos pueden hacer temas impresionantes , el tema de la ( se distorsiona).. colectiva y pese a que, como digo yo encuesta proyectos que tenían muy baja ocupación, todos defendían al turismo y una de las preguntas cruciales era ¿usted seguiría haciendo turismo? y la mayoría contesto si, y no la mayoría que hacen turismo si no de la mayoría de la gente de esa comunidad porque reconocía que gracias al turismo la comunidad había recobrado ese dialogo sobre cuál es su cultura, cuál es su música , cuál es su gastronomía y le comenzó a dar valor para esta gente que se lo habían quitado todo el turismo les devolvió valor, valor de ancestralidad , valor de su territorio, valor de una defensa no efímera

de lo que es sino de conocimiento y de una vivencia de lo que tienen. yo creo que por esa razón pasaran 15 , 20 años y si esos modelos de turismo sobreviven de una u otra forma yo digo sostenible por ejemplo que no sea un cargo para la comunidad, la ganancia que van a tener y que han tenido algunos pueblos después de esto ha sido impresionante. hubo caso práctico como “yunguilla” por ejemplo una comunidad que comenzó talando árboles a pasar hacer los mayores defensores de bosque húmedo, salinas de bolívar , una comunidad casi abandonada hacer un ejemplo de cooperativismo, de orgullo y producción comunitaria , eh, Saraguro donde además veo que este turismo comunitario ha empujado y se ha relacionado con las iniciativas privadas no se si escucharon de este chico cocinero Saraguro que trabajaba en un restaurante Michelin en Europa y se puso un restaurante de en Saraguro esos son elementos turístico que van más allá de cuanto gano o cuanto vendo, porque el no te habla en dinero él te habla en rescate, él te habla de que el turismo le abrió la puerta para decir ¿por qué sigo cultivando otas?, ¿por qué sigo cultivando melloco? , ¿Por qué es importante el chan tacuro todavía en mi cultura? , ¿Por qué en Manabí la tonga es importante? porque para uno desde una visión occidental le pregunta que es la tonga, y dicen ah es un seco de pollo envuelto en una hoja, no. para otros la tonga es el cucayo, es la mochila que llevaban al campo, es una historia montubia, eso fue lo que les devolvió el turismo , porque esa es nuestro valor de interpretación del patrimonio que sostiene.

**Federico Vera:** Enrique entonces ¿esas son las fortalezas que tienen entonces los emprendimientos y las comunidades que trabajan en turismo comunitario?

**Enrique Cabanilla:** Completamente, yo creo que esos son los únicos que tienen un nuevo modelo de turismo diferenciador, número uno. innovador porque la innovación yo no sé porque siempre hay como un sesgo de tratar razonarlo con tecnológico y para nada me parece que no, tantas historias tantas cosas que van ahí , entonces es el reconocimiento de su identidad y de su cultura que se

pone en valor como recursos turísticos para ser utilizados es su mayor potencialidad definitivamente, inigualable, porque, porque puedo estar en Perú por ejemplo cuando estaba él otra vez en el Titicaca por ejemplo y estaba en las islas flotantes de los duros y ahí es un poco similar a lo que tenemos aquí no, nuestra descendencia étnica tiene mucho por ahí también con el tema de los incas. Son completamente diferentes, en su forma de vida, en su hábitat, en su manejo. Si yo me voy a una iniciativa en el norte del país donde los Otavalos si pero si yo vivo la misma experiencia en Saraguro, en los andes es diferentes, las historias, el modelo, el territorio y de ahí me voy a la Amazonía y tengo una vivencia con los quechua a conocer es diferente y me voy a la costa agua blanca, otro rol otro tema, no tienen pues ese concepto repetido de lo que si quieren los hoteles y los restaurantes de ciudad.

**Federico Vera:** Bueno entonces el turismo comunitario es una alternativa para reactivar el turismo en general en Ecuador, pero la pregunta es ¿por dónde comenzamos como los reactivamos?

**Enrique Cabanilla:** Yo les digo la primera parte como les dije yo creo que necesita un plan de todo el turismo ecuatoriano necesita ahorita un plan de shock, a ver lastimosamente hemos visto todos como gente que se contagiado con el Covid-19 como a veces ha tenido que ir a los hospitales y las medidas que hacen hospital son medidas de shock, el que te parta la garganta para poner un tubo es una medida de shock, es lo que yo no veo en el turismo, el turismo está en cuidados intensivos hace 2 años. Lo primero que necesitamos es un plan que nos abra la garganta y nos meta un tubo. Entre esas estrategias tiene que ser lo que les había dicho combatir la urbanización, el modelo híper urbano que tienen turismo ecuatoriano. segundo el modelo concentrador, que 20 cantones del Ecuador tengan el 75% de las empresas turísticas no es bueno, tercer elemento que tenemos que ver es que debe haber una facilitación para los emprendimientos de todo tipo y aquí no quiero hacer distinciones entre lo privado y lo comunitario y todo para todo tipo me parece que el emprendimiento en lo turístico es nocivo un empresario turístico que se enfrenta a 15 permisos,

fíjate turismo es el único sector que te puede cerrar: el policía, el municipio, el ministerio de salud, el comisario, el ministerio, cualquiera cosa puede venir y te cierra. es importantísimo facilitar este tema y luego hay que mirar una estrategia territorial debemos dejar de apostar a las grandes ciudades, porque ellas ya tienen una infraestructura que les va abastecer para los próximos 10 años les voy a poner un ejemplo: si ustedes cogen el catastro nacional, fijasen en la capacidad de alojamiento que tiene la ciudad de Quito, la ciudad de Quito tiene actualmente cerca de 8 millones de plazas al año para turistas, sí según las encuestas que tenemos las últimas del 2019 ahora pues esto bajo radicalmente pero más o menos en estos años de turismo internacional 700,000 turistas llegaron a Quito. voy a suponer que todos los 700.000 turistas que llegaron a Quito y van a un hotel, a un alojamiento, lo cual no llega porque muchos de estos turistas también o iban a veces a casas de amigos familiares y utilizaban estos elementos que deben ser integrados también al sistema turístico que vienen de la economía circular como los de Airbnb, más o menos la estadía en Quito de un cliente internacional es 1.5 noches, con los cuales de los 8 millones de oferta que tenemos, el turista internacional ocuparía tal vez un millón doscientos, luego el turismo nacional, nosotros decimos un estudio no sé si se acuerdan años hubo evento de hábitat que se dio en Quito, hicimos un estudio publicamos un artículo también con unos colegas, al hábitat vinieron unas 10000 personas, muchas eran del Ecuador de Guayaquil, a donde fueron la mayoría, a casa de amigos. Pero vea, regálemelos un millón más de ocupación hotelera por el cliente nacional, son dos millones y medio de camas ocupadas del año de los 8 millones ese es el 30% de ocupación que tiene Quito, entonces, deberíamos tener una ley que siga permitiendo poner más hoteles en Quito? O deberíamos actuar territorialmente y estratégicamente y dar prioridad para desarrollar facilidades hoteleras y de otros servicios, en lugares que no tienen quizás los servicios pero si tienen atractivos y eso es cuestión de lógica, también el estado tiene esa responsabilidad entonces me parece que es otro elemento que tiene que entrar en la reactivación.

Y finalmente yo diría que hay un par de cosas más, número 1 es del tema del ejercicio profesional, toda empresa de turismo debería tener al menos del 30% de gente especializada en turismo incluidos los comunitarios. Si los comunitarios al momento de empezar no lo tienen deberían tener un período para que eso se preocupe que jóvenes de su comunidad se forme y regresen a trabajar con ellos. cualquiera no, no estoy hablando de técnicos, tecnólogos, no siempre hablo de licenciado ni de maestrías ni de nada en mente y finalmente aparte del ejercicio profesional a mí me parece que el último tema es que todos estos temas de certificaciones y todo estos temas de calidad , de aquí en adelante no pueden ser voluntarios deben ser obligatorios. Vean hemos pasado el Covid-19 y yo, yo reflexión no. bueno no pasamos todavía no estamos en este tema pero yo digo yo lo veo ahora en las cocinas que todos los chicos cocineros usan las mascarillas y yo me preguntaba y decía, cuando pase el Covid-19, yo como cliente me gustaría que sigan usando la mascarilla, creo que me daría esa sensación de bioseguridad interesante, que mejoraría la calidad. Pero hay un problema grave en el Ecuador que también las certificaciones son como el último recurso s, i las certificaciones se las ve como el que no quiere hacer nada certifica o para ganar mercado no, yo pienso que de aquí en adelante para asegurar calidad, para asegurar sostenibilidad, otra norma fundamental en el post covid-19, es que todos los principios de buenas prácticas y certificación deben ser obligatorios. En toda empresa a todo nivel, sin medidas distintas, todos tienen que presentar elementos básicos, como por ejemplo el tema de manejo de basura, separación de sólidos de todo hay muchas cosas. Ustedes que están en esta tesis se enteraran de todo lo que a mí me parece una vergüenza que sea esto voluntario uno de los cambios que haya sido mucho iría al tema de este certificaciones obligatorias, permanentes y además que sean el único tema que garantice el bienestar del consumidor y el bienestar de la empresa.

**Jhuliana Moreno:** Bueno un comentario un poquito más personal Federico trabajo en cierto hotel que no vamos a decir su nombre y analizamos en alguna clase al menos de hotelería, y yo digo ni siquiera este hotel que es de carácter internacional y es una de

las grandes cadenas internacionales no está bien hecho su organigrama que se puede esperar de los pequeños emprendimientos muchas veces,

**Enrique Cabanilla:** así es , porque las malas cosas se repiten pero cuando pones un esquema de calidad básico el cual no te puedes salir, entonces ahí vamos a hablar sin cambio un cambio profundo ya no me voy a estar preocupando de esos temas ,como tú lo dices no son temas tan difícil el tema de organigrama y funciones y todo el tema, no es un tema de inversión de equipos ni de nada , es un tema de administración, sin descalificar pero debe ser un economista, o tal vez es arquitecto y cómo tenía una cara bonita y hablar inglés le dijeron ustedes el candidato perfecto para administrar el hotel, cómo los guías de turismo cara bonita habla dos idiomas usted es guía , no saben dónde queda el parque seminario pero usted es guía de turismo. Debemos romper esos temas, créanme es la única manera para que el turismo cobre la fuerza que necesita, dejar de ser tan permisivos y que cada uno haga lo que le da la gana es terrible porque si no llegamos a estos elementos de la suma porque si no llegamos a estos elementos donde vemos lastimosamente las pérdidas son más que las ganancias.

**Jhuliana Moreno:** Por este mismo camino será que la falta de capacitación y certificación de profesionalización muchas comunidades y emprendimientos tuvieron muchas cosas muy graves que pasaron pasar durante la pandemia?

**Enrique Cabanilla:** Yo creo que se conjuga montón de cosas, primero la magnitud de la pandemia, nadie la soñó, yo creo que ya ni en los sueños más grandes no imaginamos, pero yo sí creo que lastimosamente esa falta de capacidad local social y local afecto las comunidades y a las empresas también. yo creo que son las que más se sintieron como a la a la deriva no cierto, yo también he ido auspiciando por algún tiempo y ahí diciendo, que se debe crear una red de apoyo a estos emprendimientos comunitarios y pequeñas empresas, porque quién se pone el hotel tal vez el que se pone el hotel no es el que estudia turismo sí, si no es el agricultor que llego a tener plata y dice quiero invertir en otra cosa porque la agricultura puede fallar, o el minero o a veces son transportistas que se han puesto hoteles ,en la línea de playa vemos como son las empresas constructoras de caminos como Hidalgo y otros que tienen algunos hoteles y son dueños , yo creo que hay que defender el tema de la profesionalización como un elemento hasta de salvaguarda de la empresa y de lo comunitario.

en lo comentario creo yo más bien que en el Ecuador no les fue tan mal como a los privados urbanos, el privado y yo pongo ejemplos de alumnos míos guías nacionales de turismo, tuvieron que dedicarse a vender cosas. yo me acuerdo que uno de mis alumnos quito, él tenía un bus pequeño de 12 pasajeros, sacó los asientos y comenzó a viajar al campo donde conocía porque los guiaba, a comprar productos agrícolas y los iba a vender a la ciudad y así fue la historia de muchos de las personas que se quedaron sin trabajo, aparecieron lo que los restaurantes dicen: las cocinas fantasma, acuérdesse hace un año a estas alturas nos vendían comida por whatsapp, que el ceviche ni sé qué, que todo el mundo cocinaba porque fue el que se quedó desamparado del sector turístico pero necesitaba un modelo de vivir, en el campo las comunidades dijeron cierran las puertas, no queremos que nos infecte, cerraron el hotel pero ventajosamente yo creo que en el Ecuador no han existido casos que el turismo haya reemplazado la forma de vida de las comunidades, las comunidades retomaron otras formas de vida que las tenían y dijeron vamos a sembrar, vamos a cultivar, y tal vez en esos procesos lo vivieron o lo atravesaron no sin apuros pero sí con menores apuros. Porque aquellos iconos especialmente de turismo comunitario como por ejemplo yunguilla que estamos hablando que el turismo por ejemplo en yunguilla debe ser un ingreso aproximado entre 80 y \$1000 anuales que se dedicaron a cultivar también dejaron de tener \$80000 anuales que pagaban otros temas, así que igual sí tuvieron ese tema pero yo creo que en esta diversificación especialmente en la parte rural pudieron llevarlo de mejor manera.

**Jhuliana Moreno:** ¿Entonces el reto digamos que fue menor para ellos?

**Enrique Cabanilla:** Diferente digamos, a los urbanos nos tocó adaptarnos a lo urbano, al modelo de vida de acá, aquí no podía salir y decir voy a sembrar en mi patio porque vivimos en cementados, el otro pudo tomar ese tema y pudo decir bueno, este es el momento de cuidar a las gallinas, vamos a comer huevo, este es el tema de cuidar y además como un estado que medio garantizó

el funcionamiento de lo agrícola , mientras que en lo urbano fue otras maneras mayormente a vender o en trabajos de una forma así yo digo como call center porque tenías una familia por mantener, gastarse lo ahorros que habían, creo que los dos los dos elementos son graves fíjate el tema educacional mientras que por ejemplo el tema educacional en la parte urbana, la mayoría de niños y siguió yendo a la escuela ya sea conectado con una computadora o conectado con un celular en el campo fue más difícil, las maestras les tocó pasar repartiendo folletos y regresar cada 15 días , el tema entonces no sería una escala mayor o menor creo que los dos entornos fueron diferentes

**Jhuliana Moreno:** ¿Y el nivel de interés de esta familia en realidad del turismo comunitario como se dice que está a partir de ahora?

**Enrique Cabanilla:** yo creo que ahora está bien, porque tuvieron que pasar un tiempo de miedo también ,el mismo miedo que tuvimos nosotros dentro de nuestras casas las comunidades lo tuvieron para ellos, entonces ahora que se está viendo más estos planes de vacunación también que hay estadísticas que son prometedoras ventajosamente los territorios rurales se recuperaron más rápido inclusive que las ciudades yo creo que están mirando con buenos ojos del retorno del turismo pero fíjate de lo que yo todavía ando por ahí todavía no es un tema de una apertura total con mucho cuidado con normas de bioseguridad cuidando muchísimos detalles no, no hay una apertura total pero ojo era especialmente en aquellos lugares donde ya había un proceso consolidado notablemente querrán regresar a practicar.

**Federico vera:** ¿Usted qué elementos necesarios como para quedan conjugarse para un emprendimiento de turismo comunitario sea exitoso ahora que se van a reactivar?

**Enrique Cabanilla:** sabes, yo creo que el número uno: el enterarse adónde voy a entrar, es decir decidir de manera informada en lo que significa ser turismo, en las condiciones que ellos hacen, creo que el siguiente elemento que me puede garantizar cierto éxito es el tener una asistencia técnica especializada para que me ayude a tomar las mejores decisiones sobre el diseño de los servicios y de los productos .el tercer elemento el contar con una mano de obra calificada y formada sería mejor inclusive y un cuarto elemento encerrar el antagonismo con lo privado y más bien buscar mucho y vínculos el buscar muchas encadenamientos productivos turísticos para que le puedan ayudar especialmente no más débil que le resulta las comunidades qué es el proceso de comercialización.

**Federico vera:** y en estas comunidades, ¿qué nivel de organización tiene las personas que trabajan o trabajan en turismo comunitario?

Hay diferentes, hay algunos que tienen muy avanzados por ejemplo el tema de “runatupari” tienen una institución que es la “únorcac” que es una fuerza no solamente técnica sino política y es increíble, el yunguilla también hay otros que son muy incipientes, el mayor problema creo yo es de la organización por el fortalecimiento organizativo de las comunidades. es decir .yo creo que más allá de que la comunidades y esté organizado no, es el fortalecimiento organizativo del proyecto turístico entender que el proyecto turístico tiene que superarlo político no sé si ustedes se han enterado pero por ejemplo en muchas de las comunidades cambian de directiva cada año ,eso es una trampa para el turismo por un lado puede venir uno que es amiguísimo de hacer turismo y el otro año puede venir uno enemigo del turismo, esas trampas hay que ir las resolviendo entendiendo que el turismo es un emprendimiento técnico que debe sobrevivir los gobiernos que vengan y de quién venga. lo mismo que pasa a nivel ecuador estamos a 45 días del cambio de gobierno, además de que están vacunando a los que están en turismo qué les dijo personalmente yo no veo ninguna , yo no veo nada de lo que hemos hablado ahora, nadie está hablando de cuál es las medidas para salir y argumentar el país y además que nos estén hablando ya no solamente con diálogo no sino con acciones el plan promocional ecuador 2022 con por lo menos unos 30 millones de dólares y lo mismo pasa en las comunidades y lo mismo debería entender el gobierno , lo turístico, lo técnico debe mantenerse y sobrepasar lo jurídico, eso es lo que debo fortalecer. Ese es un buen ejemplo de lo que pasa en yunguilla por ejemplo,

la corporación que maneja el turismo es uno de los elementos más comunitarios y su fortalecimiento político organizativo está aparte de eso.

Precisamente nosotros durante nuestra carrera, trabajamos con distintas comunidades principalmente de la costa que es nuestra mayor cercanía al menos y por ejemplo en Valdivia cierto año en un presidente estábamos en mitad del proceso de socialización de trabajo de ayuda de planificación y a mitad del proceso otros nuevos dirigentes en todas las ramas y es como que yo tenía un proceso quería seguir te quería dar acompañamiento pero de la noche en la mañana me cambian, entonces muchas veces creo que no es no está tan pensado o entendido el tema de que un acompañamiento por ejemplo de trabajo de marca, de filosofía, de cultura organizacional lleva un tiempo y ese tiempo confieren una direcciones estratégicas a mediano y largo plazo y yo no sé si es que usted por ejemplo nos podría hablar un poquito de Saraguro porque hace unos días tuvimos la misma entrevista con Ruth que es una de sus guías y ella es parte de la operadora de Saraguro y no sé si aunque hay ciertos procesos pero hay ciertas directrices que los mandan cierto por ejemplo la FETPCE, hay otros que los mandan la comunidad, estos elementos que ciertamente pareciera que no están muy claros y está muy delimitados otros como somos un poquito novatos en este tema queremos que nos cuente que están delimitados están las comunidades con estos temas que están aterrizados los tienen.

En algunos casos lo que pasa es que el turismo, el turismo tiene un tema que creo yo es al mismo tiempo una ventaja y una gran desventaja y es la gran rotación que existe de personas muy pocas las personas que se mantienen mucho tiempo trabajando con emprendimiento y todo eso pasa lo mismo una ciudad que en el campo, los restaurantes saben que el personal de línea es transitorio y eso, a veces especialmente en lo comunitario hacen que se olviden que el concepto hay que mantenerlo continuamente sí, entonces cuando nacen y cuando les acompaño una ONG el concepto comunitario, el concepto social, el concepto de economía solidaria, etcétera está muy como arraigado cierto, pero después llega otra gente nueva y qué tal vez no sabe eso y se comienza a desdibujar los papeles, si los anteriores pasa lo que pasa en salinas de bolívar en salinas de bolívar por ejemplo cuando tuvieron su futurístico porque había atrás una fundación que se llamaba fundación de jóvenes por turismo de salinas de bolívar pero lo que tal vez nunca pensaron es que si van a crecer y van a casar y que de pronto algunos no iban a querer estar en turismo toda la vida y se olvidaron de replantear el concepto. eso a veces me parece que pasa no solo en Saraguro sino en varios lugares, entonces se va perdiendo la mística de cómo nació y algún momento cuando pierdes esta mística de cómo nació, ya no sabes si estás hablando de mantenimiento privado o de un emprendimiento comunitario y eso es lo que pasa en Saraguro a veces es el cuestionamiento es

a ver cómo es que esto es comunitario si es que son los mismo y los dueños de este emprendimiento son dos o tres personas, no los miembros de la comunidad , porque ese concepto que había detrás con el que nació y con el que se hacen las cosas no se ha transmitido.

Otro elemento que también que convivir el tema de turismo comunitario en Saraguro es más que por ejemplo hay un concepto que no es puramente étnico porque Saraguro como Saraguro son mestizos indígenas y es más hay más mestizos que indígenas, entonces si yo hablo de un proyecto de turismo comunitario, la comunidad no se divide étnicamente, la comunidad son todos los que habitan en un territorio y yo me acuerdo que cuando hice esta pregunta sobre el bienestar que le causa el turismo en el mundo indígena había mucha resistencia ,porque creían que los únicos beneficiados deberían ser ellos y el mundo mestizo realmente ponía mucha oposición al tema del turismo porque se sentían excluidos de un proceso complicado, sin embargo y yo reconozco que ahí algunos de los compañeros que han sido de estos pioneros en ese concepto y que van buscando nuevas formas que también hemos pasado por algunos momentos inclusive de contradicción, yo me acuerdo que hubo periodo de turismo comunitario que la misma academia nos acusaban de traidores de que nos queremos robar el concepto de turismo, nos decían ellos el concepto no nacen en las universidades, nacen de la gente. Yo les decía así pues, entonces nosotros no hacemos yo como investigador interpretó lo que está pasando en un territorio nada más, no me interesa. Lo que sí sé es que lo que ustedes tienen aquí no es igual a lo que tiene los otros acá. entonces en Saraguro hay estos temas conceptuales que además creo en un momento tal vez en uno de los momentos más lindos del tema el turismo comunitario lo pudieron unificar con conceptos andinos si, estos conceptos de la filosofía andina que lo que los expresa externan que dice que el turismo comunitario de un momento de reciprocidad, de solidaridad y de respeto, entonces claro le tocó un concepto hasta metafísico a la experiencia a la experiencia comunitaria y a esos líderes que están ahí yo les siento tienen esa buena voluntad pero ya no son los mismos con los que comenzaron y el concepto hay que seguirlo, yo no diría reciclando sino reafirmando sí porque vienen nuevos a veces también a la misma gente de la comunidad se le olvida el para qué está ver turismo. Qué significaba haberlo comunitario, hay familias en Saraguro que dicen y yo para que les doy plata de esto si yo pudiera hacer esto solo con mi familia y está plata que tengo que dar a la comunidad como parte de mi trabajo me serviría para mí, porque. Porque se olvidó el principio olvida la filosofía de donde nació. entonces yo creo que en esos lugares del grandes líderes y hacen su trabajo a veces les cuesta porque no hay tiempo para todo imagínese, este es un proceso de estar formando en lo mismo y lo mismo y lo mismo todo el tiempo no , es casi como la universidad yo doy por ejemplo una clase y de geografía turística el ecuador segundo semestre , todos los semestres doy algo parecido, cambió lecturas, cambio video ,cambio montón de cosas pero los que cambia son ustedes, yo me tengo que asegurar que cada vez que tengo un nuevo grupo tengo que reafirmar el

concepto eso es lo que falta en el turismo comunitario ese proceso. y tal vez en Saraguro algo más aunque como les digo de los lugares que conozco uno de los mayores yo diría personas con un concepto muy claro sobre lo que significa lo comunitario ahí.

**Jhuliana Moreno:** Ya para ir finalizando, nos podría dar una apreciación final de la situación del turismo comunitario y como está en la actualidad.

**Enrique Cabanilla:** Yo pienso que el turismo comunitario está en un limbo, sigue en un limbo de inclusión no inclusión, cuando les interesa a los políticos y cuando les interesa el concepto lo nombra y lo dicen pero cuando se necesitan acciones prácticas no se ve esas acciones prácticas. Yo siento que es una oportunidad de desarrollo local si siento que es también una oportunidad de desarrollo social que rompe algunas barreras individuales e inclusive algunas barreras de mercado porque entre más lo cooperativo o esta economía social solidaria. siento yo que hoy por hoy es fundamental para evitar que el campo sigan esa caída que tiene ,especialmente en las partes rurales aunque también con ustedes y ahora que entrar en el mundo del turismo comunitario , el turismo comunitario también está entrando con algunos proyectos en la parte urbana, y algunos lugares periférico pero mayormente ha sentado en lo rural, yo pienso que es una oportunidad ante cualquier otro que no va a llegar, menos de que sea minería a menos de que sea petróleo, como en el caso del amazonía pero yo no le veo que alguna comunidad de estas va a llegar una fábrica o algún emprendimiento ponerte ahí para dar trabajo y generar desarrollo ahí le veo al turismo como esa capacidad con esa fortaleza de poderlo hacer.

Así que desde ese enfoque yo sí siento que la fuerza de turismo comunitario es una fuerza impresionante, es una fuerza transformadora, es una fuerza todavía nos puede mostrar ese otro turismo para no sólo pensar en cuántos millones ganamos o

perdimos o en cuántos miles de turistas entraron y salieron sino en cuanto hizo el turismo por el bienestar de las otras personas por el buen vivir , hizo turismo para que esos lugares tengan mejores mejor calidad de vida ,en mejor educación, acceso a la salud ,mejores servicios básicos, entonces sería apostando 1000 veces por este tipo de turismo.

**Jhuliana Moreno:** Enrique, yo le quiero hacer una pregunta es justamente con un programa, bueno a mí me gusta verlo donde se hablaba de turismo netamente en ecuavisa, con el ministro de turismo lineamientos, alguna apreciación se ajusta lo que queremos? Yo pienso que el ministro tiene buenas intenciones no sé si el resto le acompañe. Por ejemplo nosotros no queremos el modelo todo incluido, el ministro hablo mucho del tema del turismo rural pero yo hace un tiempo le decía y se los vuelvo a decir a ustedes. a veces no sólo es de él sino del equipo que va con él , no van en la misma sintonía , no importa lo que él diga y justo en ese programa lo vi también políticamente correcto que me interesa siempre seguiré el tema de actualidad, los otros dos contertulios iban más por el modelo tradicional, urbano, ciudades, similares productos poco o nada hablaron de lo de lo rural ,cuenca o poco hablo de lo rural, entonces también parece que hay que aterrizar a conversar sobre cuál es el modelo inclusive fíjense que ahora hay esta nueva ley, y a mí me parece que es importante que acompañando a esta nueva ley se debería se debería hablar para apoyar ( se corta el mensaje)...

o un desarrollo que se más justo más equitativo, si a lo que entra un vuelo con las justas y hay una dirección de aviación civil que a veces con vergüenza lo tengo que decir le veo entregada a las líneas aéreas, no hacen una defensa de la justicia no es más que una defensa de decirle bueno a ver usted latán usted quiere tres frecuencias para ir a galápagos perfecto, con esas frecuencias que va a ir a galápagos ganas siempre no cierto, bueno tengo una frecuencia a Loja , tengo una frecuencia la Amazonía ,también esas personas necesitan una aerolínea que les ayude, es qué ese el primer eslabón estoy completamente de acuerdo contigo, cuando yo voy y digo mira a Loja desde Quito y me dice bueno por carretera son 12 horas digo pero por aviones son 40 minutos

ahora voy a ver el avión pero sólo vuela uno al día y está generalmente a full, lo que tienes que tener casi mayor anticipación que irte a miami, esos son elementos que tiene que estar en la política. sí pero eso es luchar también contra grupos de poder, porque la inversión urbana también quiere defender su inversión, igual que los que los todo incluido yo me acuerdo que me invitaban a un congreso internacional más o menos a éste a esta altura de este año y me hacían una pregunta y me decían estamos viendo la muerte del turismo de masas, yo les decía no creo. cuánta plata está invertida en las grandes cadenas hoteleras en Cancún en República Dominicana, ustedes creen que van a morir así sin dar pelea, el turismo de masas todavía va a estar que hemos ganado algún terreno si con el turismo alternativo sí, pero va que desaparecer no lo creo.

**Jhuliana Moreno:** Enrique que le quiero pedir un favor muy grande facilitar dónde podemos encontrar su tesis doctoral..

También tenemos una pequeña encuesta sobre los criterios mandatorios de Tourcert que se la enviaremos vía whatsapp para que nos ayude.

**Enrique Cabanilla:** Encantado, yo les puedo ayudar en eso, bueno soy miembro del directorio de Tourcert por lo que estoy familiarizado con los mismos con todo gusto les ayudó.

**Jhuliana Moreno:** Entonces, le adelantamos un poquito la encuesta que es sobre criterios mandatorios para saber cuál se podría agregar uno o dos más.

**Enrique Cabanilla:** yo agregaría de los que yo me parece que me parece importante es la rendición de cuentas me parece que es importante, yo creo que debe ser un criterio mandatorio el turismo comunitario también tiene la obligación de decir que hace con las comunidades que lo alberga y el otro también como criterio mandatorio de cada año existe un plan de trabajo anual en el que estemos claros de qué va hacer el proyecto de turismo comunitario por ese territorio, creo que esos dos criterios especialmente desde mi función más más más que operativa, no porque nosotros son como muy operativos del turismo yo la veo más bien como estos otros desde el modelo de gestión me parece sumamente importantes .

Muchísimas gracias le deseo una buena noche.

## **Entrevista dirigida a María Victoria Reyes**

V: He trabajado desde Sucumbíos, Napo, Pastaza, Morona Santiago básicamente en articular esfuerzos desde el sector público con las comunidades. Hemos un poco trabajado también en tesis doctoral fue sobre un modelo de gestión que propuse para articular los esfuerzos y poder promover el turismo comunitario como un mecanismo de alternativa de desarrollo económico para estas localidades.

Hemos trabajado en diagnósticos generales para poder identificar comunidades que, si bien no tiene un reconocimiento como un centro de turismo comunitario por parte del Ministerio de Turismo, pero si trabaja desde la concepción o desde la gestión comunitaria propiamente dicho.

A nivel del catastro del ministerio, existían en aquel entonces me parece que un solo centro de turismo comunitario que era el Napo Wildlife Center en la provincia de Orellana, como una comunidad reconocida como tal, pero en el estudio nosotros logramos identificar; les estoy hablando del año 2009; que empezamos y cerramos ese proceso en el 2014. Hablábamos de casi 80 comunidades que de alguna manera cumplían con estos parámetros de gestión desde la visión comunitaria.

Lastimosamente habían varias ofertas de turismo comunitario que estaban concebidas desde el concepto de familia y eso no es parte de lo que es el turismo comunitario. Eso es mas bien un turismo rural que esta siendo administrado directamente por una familia. Entonces, hicimos un levantamiento georeferencial y esto nos permitió elaborar un modelo de gestión que, en aquel entonces, yo las puse sobre la base del cooperativismo y se planteó un análisis de caso en la provincia de Pastaza. Siendo el canto Arajuno en donde yo logré prácticamente implementar el modelo con un procedimiento que teníamos definido. Y logramos demostrar que el turismo siempre va a ser concebido como una alternativa económica. Que no podemos permitir que las comunidades dejen de lado las actividades ancestrales, agrícolas, pecuarias que se dedican y lo enfoquen solo en el turismo, sino más bien se combinen. Eso es un poquito de lo que les he podido comentar de lo que ha sido mi transitar por el turismo comunitario hasta ahora que trabajamos con algunas localidades, un poco identificando el potencial para que ellos pudiesen desarrollarse turísticamente.

E: Y bajo toda esa experiencia que ha tenido, ¿cuáles cree usted que son las principales dificultades que tienen las comunidades a la hora de emprender en turismo comunitario?

V: Una de las principales dificultades sería la concepción del paternalismo que tienen las comunidades.

Primero, cambiarles esa mentalidad, porque ellos dentro de los años que llevo trabajando; siempre se enfocan en que el Estado les debe de dar infraestructura, facilidades, capacitaciones, promoción y para mi ese es uno de los principales problemas.

Porque las comunidades estarían en el mismo nivel que el sector privado. Entonces, si el sector empresarial, el sector privado quiere emprender, pues tienen que hacer su esfuerzo económico por invertir y generar ese desarrollo turístico. Pero las comunidades necesitan, aunque hay varias localidades que si están conscientes que el desarrollo turístico se promueve sobre la base del esfuerzo de ellos. Pero gran parte de los proyectos han fracasado precisamente porque los fondos han sido públicos o han sido de organismo no gubernamentales.

Entonces el primer aspecto, o la primera dificultad a la que se enfrentan es a la estructura o la idea que ellos tienen sobre quien hace verdaderamente el turismo.

Otra de las dificultades que se podría decir sería el tema organizativo. A veces se involucran solo los líderes, solo los dirigentes y eso no permite que la comunidad este consiente de los pro y de los contra del turismo. Porque los dirigentes de alguna forma se benefician de los viajes, de las capacitaciones, de las representaciones y las comunidades en muchos de los casos no saben qué verdaderamente se está impulsando.

El tercer elemento dificultoso sería el tema de la posibilidad de acceder a un crédito. Hay muchas localidades que quieren generar inversión en turismo, pero lastimosamente ninguna entidad financiera les concede un crédito para que ellos puedan tener un capital semilla e invertir.

Para mí, serian esos tres. Porque potencial turístico tienen, en ámbito natural, en ámbito cultural. Puede haber muchas familias interesadas, pero se dificultan por estos otros aspectos que les he comentado.

E: Con respecto a esto, qué pasa con esas comunidades que en cambio si logran tener un concepto mas claro que la infraestructura no viene por parte del estado y que los fondos nacen de ellos. De su esfuerzo y de su trabajo. Porque otros entrevistados anteriores decían que cuando ven los proyectos listos las ONGs, normalmente los proyectos fracasan o las mismas salen cuando terminan el proyecto. ¿Ha visto estos casos?

V: Aquí en Pastaza tuve la posibilidad de visibilizar de forma directa a un centro de turismo comunitario que se logró constituir, el cual fue el primer centro en Pastaza. Tenía una inversión por parte de una empresa petrolera, tuvo financiamiento del Ministerio de Turismo, financiamiento de otras instituciones, del GAD del cantón Arajuno y del GAD provincial. Entonces lo financiaron, cabañas de muy buen diseño, arquitectónicamente la concepción de la vivienda quichua, eran las cabeceras del rio Purarai.

Tenían un concepto de alternativa económica sobre la base del turismo, las personas tuvieron una mala concepción. Invirtieron las ONG, el sector público también invirtió y lastimosamente la gente se capacitó y se quedó con los brazos cruzados porque los turistas

nunca llegaron. Parece que llegaron esporádicamente unos dos o tres grupos al año, y el proyecto fracasó. La gente prácticamente tuvo situaciones negativas entre ellos, que dejaron de producir especies menores, ganado porcino y vacuno, y se dedicaron totalmente al turismo. Los turistas nunca llegaron y entonces el proyecto quebró, y prácticamente la infraestructura no sirve para nada. Esto se dio porque desde la presidencia de la república de aquel entonces, se eliminó la posibilidad de que las petroleras entreguen ciertas regalías a las comunidades. Entonces ya no se tenía para salarios, no tenían para mantenimiento y como estuvieron acostumbrados a que todo el dinero llegue y les permita construir, les permita mejorar, les permita promocionar, les permita ir a ferias difundir, pero los turistas no llegaban. Precisamente porque ellos no se enfocaron en el target que correspondía a su producto. En lo personal esa ha sido una de las experiencias más duras de ver. Porque se tenía mucha ilusión al ser el primer centro de turismo comunitario reconocido en la provincia y lastimosamente fracasó y la despena.

Esa fue una mala experiencia, pero de ahí se tienen comunidades en el cantón Arajuno que en cambio ellos a esfuerzo propio lograron construir, crear ciertos tipos de senderos, señalización turística. Se capacitaron y conformaron en una red. No se puede decir que es un producto estrella, porque lastimosamente el turismo comunitario no es una forma de hacer turismo, que esta posicionada en el mercado ecuatoriano.

Siempre que escuchamos turismo comunitario, la percepción que tenemos como ecuatorianos, es que no tenemos luz, no tenemos servicios básicos. Vamos a condiciones deplorables, casi casi que tenemos que dormir en el suelo, nos van a dar solo Maito en la Amazonia. Entonces, es la concepción. Lastimosamente esa concepción es la que a el ecuatoriano no le gusta y prefiere acudir a otras zonas de confort.

Lo bueno de estas comunidades es que ellos se lograron asociar en una red que tiene reconocimiento estatal, una red de turismo comunitario y de alguna forma se puede decir que al menos a nivel de Pastaza hay ciertos ciudadanos en Arajuno con los que se pueden hacer tours de un día, o hasta dos días y conocer un poco de los juegos ancestrales, sobre las técnicas de supervivencia en selva. Un poco degustar la gastronomía propiamente de ellos, conocer parte de lo que es su cultura, el shamanismo, las artesanías. Pero si preguntan si es un servicio estrella, se diría lastimosamente que no. Pastaza no sería un referente del turismo comunitario. Hay muchas iniciativas, unas más cercanas a la ciudad, pero no han logrado todavía posicionarse. Porque también se observa un problema, es que si a una comunidad le esta yendo bien, esta yendo gente, entonces la comunidad de al lado también quiere. Brinda el alojamiento, brinda la alimentación y tenemos el caso del corredor turístico LisanWasi, ubicado en la vía Comona, muy cerca del Puyo, a unos 20 o 30 minutos. Y creo que son 18 comunidades, que todas brindan el alojamiento, la alimentación, todas te brindan artesanías; es decir; no hay diversificación del producto. Quizás esto se debe también a la falta de asesoramiento que han tenido y están manejando el turismo casi de una forma empírica.

E: Conociendo estas debilidades, dificultades y experiencias que ha tenido. Si usted fuese una autoridad, ¿Qué haría para mejorar el desarrollo del turismo comunitario?

V: Difícil la pregunta, porque se pueden tener buenas ideas, pero siempre se tiene que anclar estas ideas al marco normativo de nuestro país.

Entonces, si estuviéramos en una posición del sector público lógicamente se tendría que generar políticas públicas que favorezcan el desarrollo del turismo comunitario.

¿Qué tipo de políticas públicas?, quizás promover la asociatividad, generar alianzas público y privado para que los operadores turísticos incluyan a las comunidades dentro de la oferta turística. Pero previo a esto, preparar a las comunidades. Porque a veces pensamos que porque tenemos una cabaña y porque por ahí tomé un curso de unas 10-20 horas sobre turismo, ya tengo toda la experticia.

Me alegra mucho que desde el sector público se esta trabajando en una nueva ley de turismo y lastimosamente en este staff del grupo asesor que se conformó, no hay ningún representante de comunidades. Pero si hubiese sido interesante que alguien desde las comunidades integre también esta comisión y precisamente se incorporen elementos que hacen falta para las comunidades. Porque se tiene exoneración de aranceles, facilidades de acceso al crédito por parte del sector empresarial, pero las comunidades no tienen las mismas condiciones. Si tu a la comunidad le dices que tiene que presentar un patrimonio igual o mayor valor al que vas a pedir tu crédito, ellos no tienen, porque tienen una escritura globalizada y que en efectos económicos eso no le será de utilidad. Entonces me iría en el sector público, desde la concepción de políticas públicas. Desde un proceso de acompañamiento. Generar un área específica que los ayude a desarrollar y diseñar productos que los ayude a generar estrategias de posicionamiento, y generar alianzas con las operadoras de turismo.

Ahora, si se tuviera la posibilidad a nivel cantonal, provincial, se cree que los esfuerzos deben articularse en la generación de rutas. Porque ninguna comunidad se puede vender por sí sola. Se tiene que diversificar los productos, para ello se tiene que cambiar la mentalidad de las comunidades y focalizarnos netamente en que no son competencias unos con otros. Sino que son parte de un producto y así poder trabajar en ello.

Si estuviera en el sector privado, tendría que mejorar los canales de comunicación a nivel interno y generar el famoso fondo de promoción turística. Porque no siempre el sector público puede cubrir o correr con todos los costos que demanda el posicionar un destino, en posicionar un circuito, una ruta turística, sino más bien se tiene que hacer una contraparte.

Quizás promover la creación del fondo que antes se tenía, el fondo mixto de promoción turística que hoy no se sabe muy bien como se maneja los aportes del sector empresarial. Pero si se necesita transparentar y mejorar los niveles de asociatividad, cooperación y de alianzas estratégicas para poder promover el desarrollo turístico desde el contexto comunitario.

E: ¿Cree que la falta de cooperación y la posición de competir entre ellos afecta gravemente a su mercado, al punto que hacerlo quebrar?

V: Yo creo que sí, en turismo mas bien no se esta hablando de competencia. Quizás haya colegas que discrepen en este sentido, pero para mí lo importante es que los sitios sean competitivos. Más que generar competencia unos con otros, sino mas bien que se desarrollen parámetros que permitan posicionarse. Porque puede ser que se tenga tres comunidades en frente, cómo se las escogería, por la calidad de servicio buena. Cuando el precio no es necesariamente económico, sino que responda al servicio que se está ofertando, y cuando tengo características diferenciadoras.

Puede ser que todas las comunidades brinden alojamiento, alimentación y senderismo, pero se me ocurre pensar que en un senderismo esta bien señalado. En el otro, el guía lleva su indumentaria. En el otro la gastronomía, o tiene una construcción arquitectónica que es muy identificable por su concepto cultural. Que no nos encontremos en medio de la selva con una casa con techo de zinc o una casa de cemento, cuando podemos aprovechar todos los elementos que tenemos: la madera, la paja. Darle mas esa imagen,

Entonces creo

que cuando se desarrollen estos parámetros que tienen que ver con la competitividad de dar un valor adicional al mismo precio, podríamos decir que soy competitivo en este mercado turístico.

Lo que pasa con los profesionales de turismo, a sus estudiantes les dice que no se asusten si es que salen 30 estudiantes de esa promoción. No se deben asustar por la cantidad de estudiantes que salgan, lo que debe saber el estudiante es perfilarse a la especialización. Porque si se gradúa y preguntan qué sé hacer, la respuesta más rápida, es decir: “todo lo que usted quiera sé hacer”. Desde los últimos semestres deben ir perfilándose en lo que quieren trabajar. Lo mismo pasa en las comunidades, si cada una tiene un punto de especialización, a todos les caerá una gotita de lluvia.

E: Quisiera preguntarle con respecto a la normativa actual, ¿cuáles son esos puntos débiles que se deberían cambiar para ajustar mejor al contexto y a la realidad de las comunidades?

V: Partimos desde la ley de turismo. Bueno, la ley tiene un contexto global de quienes pueden hacer turismo. Entonces reconoce a varios pueblos y nacionalidades. Que eso estaría bien en un concepto general, pero cuando nosotros abordamos ya el reglamento de actividades turísticas. No tenemos nada de turismo comunitario, y tenemos un instructivo que refiere específicamente a los centros de turismo comunitario. Pero cuando empezamos a ver el cumplimiento de los requisitos, casi casi que es un hotel de lujo el que debe tener los elementos en una comunidad. Y yo siempre digo: “cuando se hizo esa reglamentación, me parece que quienes visitaron las comunidades”. Solo lo hicieron a las comunidades de élite. A nivel amazónico, a mi me parece que la gente que

construyó ese instructivo sólo visitó el Napo Wildlife Center. En donde sí tenemos el target al que está dirigido, es de lujo, el que está dispuesto a pagar un paquete de 3 a 4 días \$1500-\$1800 que el ecuatoriano común y sencillo no tenemos condición para gastarnos 3, 4 días ese valor.

Entonces, primero cambiar estas acepciones dentro de la ley de turismo. Darles mayor participación a las comunidades, así como tenemos la participación del sector privado, deberían estar las comunidades también con esta potestad. Incluir el turismo comunitario dentro del reglamento de las actividades turísticas y reformar notablemente el instructivo de registros de turismo comunitario porque es una locura. Estamos pidiendo que en las zonas cálidas tengamos un sistema de aire acondicionado. Y si nos hacemos de cuenta que en las comunidades de amazónicas tenemos una construcción de madera, tenemos un techo de paja. Entonces ustedes ya se pueden imaginar como podemos cumplir eso. No podemos cambiar esta concepción arquitectónica de las comunidades por cumplir lo que establece el instructivo, y esto genera dificultad. Yo creo que hace falta más la participación de los propios actores cuando estamos elaborando estos marcos normativos regulatorios. Y un poco no ceder de lado y lado, sino buscar puntos intermedios, tanto desde el punto de vista del sector público como desde las comunidades, que vendrían a ser las que les toque cumplir con este marco normativo. Me parecería que fuera eso.

E: ¿Con la nueva que se está trabajando, van a incluirse o van a haber estos cambios?

V: Bueno, no sabría decirles

Porque primero, no estoy en la comisión.

Segundo, el hecho de que no exista ningún representante de comunidades, un poco te deja ya la duda. De que será que se recoge todos los insumos o únicamente se los considera desde el contexto empresarial. A veces a las comunidades yo les sé decir: "si bien ustedes no son empresas, pero son emprendimientos". Porque están trabajando varias familias, y claro ahí ya es un tema de debates con ellos. Ellos no se consideran emprendimientos, sino ellos son turismo comunitario. Pero desde un concepto empresarial vendrían a ser emprendimientos, porque son varias personas las que están laborando. Y la forma en cómo la están gestionando turísticamente es el modelo comunitario.

Que las incluyan o no, no les podría garantizar.

Yo he escuchado debates profundos sobre la incorporación en sí de la protección al profesional de turismo. Eso es otro de los elementos fuertes que han querido incorporar. Que tengamos un colegio de profesionales, que se reconozca desde esa estructura. Que se tenga salarios dignos y que no, de alguna manera estemos super editados que los profesionales de turismo tengamos un salario básico. Cuando somos un título terminal que nos ubica en cualquier profesión de tercer nivel.

Es lo que yo más he escuchado, de ahí precisamente en turismo comunitario. Les soy honesta, no hemos tenido mayor información. Como no tenemos todavía material disponible sobre los temas de debate que se van a incluir, se aspira entiendo yo que hasta finales de este año ya la ley pueda tener un tratamiento al interior de la asamblea.

Veamos, veamos como veedores ciudadanos. En si se logra incorporar al menos más elementos de los que tenemos en esta ley que ya lleva ya casi dos décadas de funcionamiento. Y que realmente resulta caduca para varios componentes de turismo en el país.

E: ¿Cree que la postura del ministro avance a llegar a todo su equipo de trabajo? Porque, por ejemplo, en el último programa de debate que hubo este domingo el decía: “no queremos un turismo de masas, queremos un turismo más sostenible, un turismo más de calidad”. Pero tan arraigado estará su equipo de trabajo, bastarán sólo sus propuestas, sólo sus enfoques. O cree que con sus experiencias con el ministerio, cree que el proceso será mucho más engorroso o mucho más largo por así decirlo?

V: Bueno, yo creo que la procedencia del ministro en el sector público, le da la posibilidad de mirar de cerca la necesidad que tiene el sector privado. La necesidad que tiene el sector privado en que se tenga lineamientos claros para poder promover el turismo. Más aun, a que estamos en esta época por así decirlo, de quererse recuperar turísticamente después del declive abismal que tuvimos con el cierre total del mundo de actividades de desplazamiento.

Creo yo que puede haber un gran esfuerzo y un gran ideal desde la cabeza de esta cartera de Estado. Pero a veces esos ideales no logran cristalizarse por lo que usted bien dice. Quizás todo el staff del equipo no puede estar comprometido, o quizás no todos tengan la misma percepción del turismo. Puede haber profesionales que sean del sector privado y que entiendan la necesidad lógicamente. Pero también tenemos que revisar la parte normativa. Yo tuve la experiencia de trabajar con el capi Raúl García, que fue el viceministro que trabajaba como gerente regional de la Amazonia. Y el capi desde su concepto de su producto turístico en la Amazonia me decía que teníamos que hacer esto, esto y eso. Y teníamos al asesor jurídico con no, que no podíamos invertir en áreas privadas porque estaba prohibido. Sólo podemos generar facilidades turísticas para el interés colectivo. Entonces, también hay barreras, hay aspectos que quizás nos podemos apasionar y decir que queremos cambiar toda la estructura de desarrollo del país. Pero las leyes son las leyes y no nos lo permiten.

Entonces, yo también tuve la oportunidad de escuchar estas perspectivas desde el ministro, desde el sector privado con el capi Raúl García y desde la directora de turismo de la fundación de Cuenca. Un poco visibilizaban estas estrategias que se están delineando. Yo confío en que en un mediano plazo quizás podremos poner en funcionamiento gran parte de estas estrategias. Pero lo más preocupante es el tema presupuestario. Sabemos y conocemos que el Ministerio de Turismo es una de las carteras de Estado es el que menos presupuesto tiene. Y ustedes saben que, si nosotros queremos posicionar destinos, necesitamos hacer grandes

esfuerzos económicos. Hay mucha gente que cuestiona, por ejemplo, las inversiones que el ministerio hizo hace un par de años en el Super Bowl en Estados Unidos. Hay gente que cuestiona impresionantemente esa gran inversión. Pero yo digo, Estados Unidos es el principal mercado y nosotros no podemos perder ese mercado porque realmente es el que dinamiza la economía. Porque es el que más llega a nuestro país, sin considerar el mercado venezolano. Que sabemos perfectamente que ellos no vienen a invertir, sino, vienen a quedarse. A generar actividades de paso hacia Perú. Y yo creo que el invertir en promoción sí es importante. Pero también, previo a invertir en la promoción necesitamos desarrollar productos. Necesitamos romper ese tradicionalismo en que yo soy alcalde de esta localidad y quiero posicionar mi imagen de alcalde, y sólo voy a trabajar por los límites geográficos míos. Entonces como que yo siempre digo, que el tema de las mancomunidades, el tema de las alianzas es lo fundamental. Porque el turista no ve que estoy en el cantón Baños y luego paso al cantón Mera, acá en Pastaza. Ósea el turista ve la ruta Baños-Puyo me gusta y empiezo a visitar ese escenario. Si encuentro escenarios más interesantes, sigo avanzando y eso hace un poco falta en las autoridades de las que toman las decisiones. Porque a veces los técnicos podemos tener las mejores ideas, pero nos debemos a la autoridad de turno. Y si el jefe dice no, es no. No podemos hacer mayor acción. Entonces, hace falta un poquito más de sensibilización en estos aspectos para mejorar los niveles de asociatividad o de mejorar las alianzas estratégicas y poder hacer un trabajo colectivo. Que nos permita superar.

Hoy se está hablando de muchísimos ideales que se quisieran. Yo recuerdo que el ministro Enrique Ponce de León que juzgué mucho, critiqué mucho. Sobre su plan ambicioso de uno por uno, que no se si ustedes lo escucharon. Que, por cada ecuatoriano, él quería que venga un extranjero. Nosotros decíamos: “si somos dieciséis millones de ecuatorianos, y dieciséis millones. Wow, sería fabuloso”. Económicamente estamos hablando de una generación económica impresionante. Pero, cómo lograr de los dos millones y pico, tomando cifras generales, cómo lograr que suba a dieciséis millones. Con un presupuesto casi casi que alcanza solo para pagar salarios y una que otra campaña ambiental. Entonces ahí también, ojalá desde la presidencia de la república se logre asignar más recursos o se generen otro tipo de estrategias que permita posicionar a nuestro país en la retina del mundo. Porque si hablamos de turismo interno, si hay una fuerte dinamización. De hecho, de los pocos ecuatorianos que hemos podido desplazarnos, hemos generado economía en las poblaciones. Pero si hablamos del mercado extranjero, es el que mas realmente nos deja, y es hacia donde debemos focalizarnos. En mercados donde no trabajemos tanto en el número de turistas, sino más bien que nos generen más recursos económicos. Que estén dispuestos a pagar mucho más por visibilizar la gran biodiversidad que nosotros como ecuatorianos siempre nos sentimos orgullosos.

Pero si hablamos del mercado extranjero es el que más realmente nos deja y es a donde debemos focalizarnos, en mercados donde no trabajemos tanto en el número de turista sino más bien que nos genere más recursos económicos que estén dispuestos a pagar muchos más por visibilizar la gran biodiversidad que nosotros como ecuatorianos nos sentimos orgullosos.

Ya entrando en el contexto actual, ¿usted cree que el turismo comunitario es una salida para reactivar la economía en el país?  
¿Cree que están listas las comunidades?

No, yo he trabajado con algunos estudiantes acá en adaptar los protocolos de bioseguridad si bien tenemos los referentes a nivel de ministerio pero lastimosamente acá en la provincia de Pastaza lastimosamente la experiencia más puntual creo yo que las comunidades no están todavía preparadas me parece que nosotros en algunas comunidades manejamos el tema del no uso de las mascarillas, aquí la gente un día que acudimos a un mercado de productos amazónicos que tenemos que le denominamos el mercado de los plátanos es impresionante la cantidad de las personas de las comunidades sin mascarillas , peor el alcohol , solo nosotros los urbanos como andamos medios psicociados como dicen ellos, ellos con su mentalidad siempre de la medicina ancestral, puede ser que ahí no lo discrepamos pero científicamente sabemos que el alcohol puede ayudarnos , que la mascarilla puede protegernos pero ellos no, entonces si hay comunidades que de alguna forma se han reactivado pero lastimosamente la gente no sale tan contenta porque no hay procesos de desinfección constante, no hay el uso de la mascarilla obligatoria, y quizás

eso te genera una percepción de no seguridad, de no volver al sitio. Yo más bien en estos tiempos de covid yo pensaría que las oportunidades de turismo rural a nivel en general no solo en turismo comunitario, son la única opción que nos queda, yo creo que cuando vemos grupos de personas, no se es mi percepción pero yo veo un grupo de personas y me cruzo de vereda o me voy a un costado porque es lo que yo perceptivamente aprendí en este tiempo de pandemia. Entonces nosotros siempre buscamos lugares abiertos, lugares no urbanos, lugares en el campo y pienso yo que la modalidad de turismo rural, independientemente que sea comunitaria o no, solo rural es el futuro del mundo no solo del Ecuador, porque nuestra percepción de seguridad está asociado a eso, a que puedo caminar libremente, a que puedo dejar de usar la mascarilla y que no tengo posibilidad de contacto con el grupo de personas y si hay grupo de personas cada quien pueda tomar caminos diferentes, de alguna manera puedo tener cierta percepción de seguridad. Así que el turismo comunitario tendría que trabajar más en la cultura propiamente dicho , en cambiar su idiosincrasia , y utilizar estos lineamientos que nos da no solo el ministerio sino que nos dan varios ministerios que están relacionado con estos parámetros de bioseguridad .

Bueno, hablando un poquito más sobre este tiempo de pandemia, ¿usted sabe que sucedió con las comunidades durante este tiempo?

Muchas de ellos cerraron no, dejaron de funcionar, bueno yo tuve el caso, bueno en la universidad que yo laboro tenemos un número importante de estudiantes que provienen de comunidades y justamente ahora estamos concluyendo con una estudiante un proceso de reactivación en una de las comunidades de “arajuno” y bueno la gente, los pobladores tienen cierto miedo porque claro ellos dicen puede que yo no este contagiado y venga un turista y me contagie, entonces hay comunidades que cerraron por eso, por el temor de ellos contagiarse y no más bien de ser ellos los que contagien , varias comunidades cerraron temporalmente sus operaciones y se han dedicado a lo que siempre han hecho, al cultivo de sus chacras, a actividades vitícolas que son comunes en esta zona, a la crianza de animales de especies menores y muy poco se han reactivado turísticamente. Esto porque precisamente tuvieron experiencias de que los ciudadanos que comenzaron a visitar las comunidades y ellos no tenían alcohol, al inicio no tenían ni siquiera un lavabo de manos, y claro perceptivamente el mensaje que nosotros dábamos a otros usuarios no era favorable y no lo recomendábamos. Entonces ojala y se reactivan las comunidades pronto porque hay inversiones que no vale la pena que se pierdan así de simple, eso les hablo de naranjuno”, Pastaza tiene cuatro cantones y un poquito contándole la experiencia del cantón Pastaza que ellos no se detuvieron, ellos siguen funcionando, y ellos más bien han utilizado el tema del covid para promocionar el tema de la guayusa, que lo están vendiendo como una estrategia de prevención disque para el covid, han hecho ya en botellitas, la guayusa con sus múltiples hierbas, y si la gente va, de hecho yo también lo he probado algunos de los componentes del chuchuguazo

y bueno, yo digo en tiempos de covid algo ha de surgir efecto, están reactivándose gastronómicamente, artesanías también podemos ver, pero es muy poco y muy lenta la reactivación en comunidades.

Pasando a la siguiente pregunta: ¿qué elementos cree usted que se deberían conjugar para que un emprendimiento de turismo comunitario sea exitoso? Sobre todo en este tiempo.

Primero, el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, con señalización. Segundo, sería el adecuar los espacios para el cumplimiento del aforo, en alimentación, alojamiento, el cumplimiento del aforo en caminatas y de ahí creo yo que debería trabajarse el tema de promoción. Si ya en casa adentro tenemos protocolos definidos, estamos consiente de los aforos podríamos trabajar en el posicionamiento ya que aquí Pastaza lo está trabajando mucho como Puyo bioseguro, lo denominaron aquí una vez que recibieron el sectravell, ahí también tengo un tema de discrepancia porque me parece un tema más marquetero pero bueno, entonces difundir pero prepararse primero casa a dentro y quizás a través de una campaña local porque yo creo que el turista muy poco quiere salir de su casa trascender fronteras, si sale quiere algo cercano, quiere la visita de un día y volver a dormir en su casa, es más o menos la percepción que tenemos y trabajar sobre la base del posicionamiento a nivel local, conforme se van mejorando las condiciones quizás abrirse más a elementos internacionales pero articulados en red para poder abaratar costos y poder vender productos integrales.

Fuera de estos elementos, que otros deberían conjugarse para que un proyecto de turismo comunitario avance de forma más rápida por decirlo así y no se pierdan bastante en el camino.

Miren, quizá la falencia que ellos tienen para ser permanentes en el tiempo es que no tienen el acompañamiento profesional, es decir son muy empíricos, a mí me parece que con esto me ha ido bien y con esto sigo, entonces en varias comunidades tenemos al menos una persona que haya estudiado turismo y que entienda que necesitamos cumplir procesos para poder permanecer en la retina del mercado turístico. Yo lo vería más como un proceso de acompañamiento constante no tanto de manera de consultoría o de una ONG porque ya sabemos el modelo tradicional de fracaso es que la ONG se va y el proyecto se acabó, porque no hay quien administre el proyecto, nadie sabe que es lo que sucede entonces, tenemos un acompañamiento constante y ese acompañamiento se desencadena en que se forma a alguien de la comunidad, entonces como que las cosas van a funcionar de mejor forma.

Entonces, me parece que es eso no, tener en una etapa inicial un acompañamiento de profesional y este profesional darle un proceso de formación a alguien o a varias personas de la comunidad para que se puedan cargar luego de la administración, porque miren algo que paso también en Kapawi que me estoy acordando ahora, ellos nacieron con el acompañamiento de una empresa

privada y tenían un convenio de 25 años pero me parece que a los 15 , 17 años rompieron el convenio unilateralmente y los de shuar se hicieron cargo , ellos decían porque nos das 100 dólares por persona si todos los días pasas lleno, entonces tenían esa mala concepción de que tenían mucho dinero y que a ellos le daban era un poco cantidad, rompieron relaciones y se quedaron los shuar a cargo y mira lo que paso se acabó el convenio pero porque, no tenían a alguien que hable inglés, que hable francés que hable alemán que eran los mercados donde estaban posicionados y no podían vender, no tenían los nexos con las mayoristas , a pesar de que kapawi estaba posicionado pero no tenían esa persona que tenga esas habilidades y el proyecto fue en declive, luego las construcciones que eran muy bonitas empezaron a deteriorarse porque no le daban mantenimiento, sino tenían recursos económicos no tenían mantenimiento y prácticamente se perdía. Se reactivó un poquito antes de la pandemia que volvieron a recuperar las instalaciones para que una persona administre o gerencia este gran proyecto a pesar de que ya estaba posicionado, entiendo que ahora están haciendo esfuerzos pero es muy difícil porque el acceso es aéreo y es costos muy altos, ahora ojala se recuperen y puedan recuperar de alguna manera esa esperanza que tenían esas comunidades.

Como usted lo mencionaba hace unos minutos, usted tiene estudiantes que son de ofertas comunitarias verdad, estos estudiantes que ahora son de comunidades como pueden ellos ahora o en algún futuro colaborar con estas comunidades?

Tuvimos el caso de unos estudiantes de la comunidad de añango que pertenecen al centro de turismo comunitario, entonces bueno, yo ahí tengo una amistad con Giovanni Rivadeneira que era el antiguo gerente y me comentaban que tienen la política de que todos los graduados bachilleres no le dan trabajo en el Napowildlife” sino más bien le dicen , toma una beca anda y estudia, cuando seas un profesional tienes tu plaza garantizada, entonces dije vamos a comprobar si eso es verdad, tuvimos un par de estudiantes de añango, los chicos se graduaron de turismo en nuestra universidad y verdad los reclutaron como personal, que van de a poco ustedes saben que no van directamente de administradores, entonces los chicos fueron de a poco, empezaron de recepcionistas, como ayudantes de guías, yo sé de uno que le gustó mucho el inglés ya se está especializando en ornitología , pero como les dije todo tiene que ser poco a poco.

Y de ahí tenemos las experiencias de otras comunidades que sí, que se conectan como guías y que en algún caso uno de los estudiantes comenzó a gerenciar el proyecto comunitario, que sí, que es difícil porque toda la vida la universidad nos da la herramientas, todo en la vida lo aprendemos de las experiencias del día a día, en las equivocaciones en los aciertos pero si no nos dan esas oportunidades nunca vamos aprender a aprender no? Porque siempre nos piden dos o tres años de experiencia y nosotros graduados que experiencias si nadie nos abre las puertas como podemos generar esas experiencias, es algo que yo escuchaba que quieren implementar en esta reglamentación, es decir la protección del personal de turismo, que no te exijan estas experiencias

porque lastimosamente pierden oportunidades, porque no hay la posibilidad de generar estos espacios. Y bueno si, hemos tenido experiencias de que los estudiantes se conectan, tenemos el caso de un estudiante Shuar también, él fue ingeniero ambiental pero luego el regreso a su comunidad y construyo sus cabañas en su comunidad y están operando turísticamente como un proyecto que está posicionándose como ya creo desde unos 3 a 4 años y le veo con grandes ilusiones porque hay varios estudiantes de esta comunidad que se van involucrando de a poco, tienen el acompañamiento de una ong y eso les ha facilitado sortear por así decirlo de los obstáculos que tenemos al inicio que arrancamos con nuestras ideas , que no todos no, porque lastimosamente hay ejemplos de jóvenes que no quieren regresar a sus comunidades , que quieren quedarse en la ciudad porque creen que pueden tener mejores oportunidades y bueno otros lastimosamente han tenido que dedicarse a otras ocupaciones y no netamente al turismo.

Otros entrevistados que teníamos nos decían que necesitan realmente un profesional dentro de las comunidades que acompañe estos procesos porque no es lo mismo una capacitación de 20 horas, ¿usted ha visto que si se ha logrado alcanzar una diferencia que ha podido involucrarse al área turística?

Bueno yo lo que he podido visualizar es que es a la inversa, que siempre tienen el acompañamiento de una ong que es el que prácticamente compensa este aprendizaje del estudiante universitario, entonces quien ha estado varios años en frente de la operación va al profesional graduado nuestro amoldándolo al modelo de su comunidad y en unos casos la ong ha salido y se ha quedado este estudiante que con algunos tropiezos como es habitual , no todos podemos decir que podemos llegar al éxito a la primera, entonces han logrado tener éxitos y en sí, vemos yo, tengo el caso de un estudiante en sarayaku que ella paralelamente en su formación de turismo se capacitó terapeuta comunitaria un poco focalizado en ruedas vinculantes la denomina ella y articula su trabajo desde el concepto psicológico con la atención del turista , y le va bien, y ella dice que parece que hubiera sido mejor seguir psicología y luego turismo y no a la inversa pero me gusta porque hace un proceso de .. la denomina ella como de sanación a las mujeres de Sarayaku” y luego estas mujeres con más energías, cambiadas de alguna forma de mentalidad se dedican a la prestación de servicios turísticos , elaboran artesanías , están al frente de un grupo de personas que no necesariamente serán las meseras, o cocineras sino más bien ya hay algunas guías que quizás les pueda dificultar el idioma porque no hablan inglés en su mayoría pero vemos que va ocupando otras posiciones que tradicionalmente es difícil en las comunidades. Todavía existen estos rasgos culturales que son difíciles de romperlos que quizás en la sociedad urbana, mestiza es algo habitual que nosotros como mujeres tengamos que salir a laborar pero en las comunidades no, las mujeres tienen que ir a las chacras, tienen que dedicarse a cuidar a los hijos y más bien es el hombre el que tiene que trabajar pero lo que me gusta del Napowildlife es que son las mujeres

que le dan vida a ese proyecto, hay una asociación de mujeres que tienen un proyecto paralelo que se denomina el yassunilodge” y es un establecimiento de alojamiento más localizado en el turismo interno y las mujeres completamente son guías, recepcionistas , camareras, cocineras, son ellas las que justamente lideran este proyecto. También estoy acordándome en Napo en Misahualli está la asociación de mujeres Inshiguarmi , que quizás ustedes pueden un poquito googlear y buscar, es un concepto importantes desde contexto de la mujeres, como la mujer ha logrado posicionarse desde el turismo comunitario y tiene una gran cantidad de visitantes regularmente que van a Misahualli, pasan por este centro de turismo comunitario , la gastronomía es muy buena, tienen show de danza, de música y artesanía , también tienen estos rituales de espiritualidad que los ofertan.

También tenemos una pregunta sobre el tema organización: ¿cómo cree que se encuentran el nivel de organización de las comunidades que trabajan o desean trabajar en turismo comunitario?

Bueno, a nivel de comunidades ellos tienen un sistema organizativo, que lo denominan por ejemplo los índicos, tienen por ejemplo una directiva y quien quiera ingresar en una comunidad y quien quiera ingresar primero debe de hablar con el jefe de la comunidad, con el síndico o el presidente que se le denomina es algo que se debe de resaltar como positivo es la capacidad de convocatoria que tienen esos directivos que todas las decisiones la toman mediante asambleas generales, se mantiene todavía esta práctica de la minga, ellos hacen sus migas de lo que poco he escuchado mensualmente, en estas mingas terminan generalmente conociendo que es lo que ha hecho la dirigencia que pendientes existen y hay asambleas que pueden durar días completos , se puede extender más de un día y evidentemente eso es algo que a mí me ha llamado mucho la atención es la capacidad organizativa que tienen muchas de esas comunidades.

Si tú vas a una comunidad y no tienes permiso pues todos se hacen los desentendidos nadie sabe nada, nadie sabe español y luego ellos dicen vayan conversen con fulano que es el presidente, se respeta mucho la jerarquía por así decirlo y me parece que es un modelo que ha funcionado internamente y que turísticamente las decisiones las toman en un directorio que es designado por la comunidad, tenemos el síndico, el presidente con su directiva, y si tienen proyectos de turismo designa a manera de una comisión especial que se dedica directamente a atender los casos del centro turístico y es el que reporta económicamente lo que sucede hacia el directorio y del directorio a la asamblea dando a conocer todo estos resultados.

Una última pregunta que si quería realizar, otros entrevistados nos decían que tienen la preocupación de la continuidad de los procesos cuando hay estos cambios de liderazgos, de directivas. usted en su experiencia ve que estos cambios son muy bruscos, que rompen muchísimo con los procesos..

Bueno lo escuche en la parte final, y si. Hemos tenido cambio de personas que llevaban muchos años en la administración de los centros comunitarios y se eligen personas que de alguna forma son novatos un claro ejemplo fue lo que sucedió en el Napowildlife entonces Geovanni Rivadeneira llevaba como dos o tres periodos consecutivos gerenciando y de alguna manera tenía esa fluidez en desenvolverse en público, en contactos que ya estaban previamente establecidos para posicionarlo y hubo un cambio de directiva no recuerdo bien el nombre de la persona que fue electa y claro y tenían un poco de recelo hasta para poder hablar yo lo he estado invitando para unos eventos en la universidad y él me decía que puede delegar a alguien que comente y explique sobre la experiencia, entonces quizás yo creo que es algo natural verdad, cuando tenemos por ejemplo los cambios de autoridades en gobiernos autónomos descentralizados creo yo que sucede lo mismo ya, el alcalde saliente tiene un dominio de lo que sucede en su territorio porque ha pasado 4 a 5 años, mientras uno que llega y claro recién estamos mirando donde vamos a pisar, quizás pueda ser bueno porque hay un refrescamiento en la posibilidad de administrar y quizá pueda ser malo porque no tenemos un conocimiento muy profundo vamos a tener que tomarnos un tiempo para poder saber en que condiciones esta, que amerita continuar, lo que tenemos que cambiar así que , yo no le veo algo como tanto bueno o algo malo, yo creo que es parte de los retos , partes de las circunstancias, que todos los, no solo los centros comunitarios , todas las empresas , todos los sectores, tenemos que atravesar, para mi es importante los cambios generacionales que podemos hacer en las instituciones , yo creo que si tenemos un poquito más de años si podemos tener más experiencias , entonces por eso siempre es bueno y es importante que sigamos formando nuevos líderes, nuevos profesionales, nuevas personas que se vayan focalizando en diferentes ámbitos del sector turístico para poder generar verdaderamente esta cadena de valor exitosa en el turismo que nosotros necesitamos.

¿Cómo fue su experiencia trabajando con tourcert?

Ahí les comento, Verónica Muñoz fue compañera mía en la universidad, entonces hemos estado articuladas desde la salida de la universidad con algunos esfuerzos, participe en uno de los últimos eventos antes de la pandemia en el cusco, ellas nos compartía la experiencia del conceso de la implementación de la certificación en el Perú, porque es una representación de Latinoamérica, entonces un poquito conocemos el tema de los indicadores , creo que al inicio fue un poco complicado porque estábamos

acostumbrados a lo que son las buenas prácticas de turismo sostenible y bueno también tuvimos la experiencia de implementarlas aquí en un proyecto piloto aquí en Pastaza y trabajar en algo de certificación, pero luego nos apareció Rainforest y Tourcert, al inicio un poco de desinformación no sabíamos, tienen parámetros, a mí me gusta mucho la última modalidad del... no la certificación propia sino el paso previo que algunas comunidades estuvieron optando, les iba bastante bien porque les ayudaba en temas promocionales, a generar estas nuevas oportunidades y posicionamiento en el mercado alemán y bueno al igual que todo los procesos de certificación son difíciles al inicio y son difíciles de mantener para poderlos renovar, si es bueno o malo ya depende del empresario, que tan bueno puede resultarle su implementación a efecto de querer posicionarse en el mercado Turístico y si es malo no se las inversiones que hacen quizás no son tan fructíferas con los resultados que tienen no, ahí hay diversidad de criterios que prefería no profundizar en ese tema.

## 6.5 Anexo 5

**Análisis de los criterios mandatorios de la empresa  
Tourcert para la actualización de su modelo de gestión.**

**Página 1**

La encuesta tiene como finalidad medir la importancia de los criterios mandatorios de la empresa Tourcert desde el punto de vista de expertos en turismo comunitario. Los datos y la información recopilada serán de uso estrictamente académico para la materia integradora de Turismo.

**Página 2**

1. De los siguientes criterios mandatorios, ¿Cuáles son los criterios más importantes para una operación eficiente de turismo comunitario? (siendo 1 menos importante y 5 como lo más importante). \*

|  | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un modelo de gestión con participación activa en la toma de decisiones y delegan las responsabilidades a grupos de personas. | <input type="radio"/> |
| El emprendimiento de turismo comunitario ha firmado un compromiso de sostenibilidad, que es la base en todo su actuar turístico.   | <input type="radio"/> |
| Manual de operaciones (incluye detalles para la prestación de servicios y desarrollo de actividades que son ofertadas por el mismo)  | <input type="radio"/> |

|   |                       |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| acuerdo a los servicios o actividades ofertados por el mismo (ficha de calidad de alojamiento, alimentos y bebidas, prestación de actividades)                                    | <input type="radio"/> |
| Procedimiento formal para la separación de residuos y desechos sólidos, promueva el reúso, reciclaje y disminución de residuos.   | <input type="radio"/> |
| El emprendimiento de turismo comunitario incluye en sus recorridos y actividades turísticas la puesta en valor de sus bienes culturales patrimoniales, materiales e inmateriales. | <input type="radio"/> |
| Plan de seguridad que incluye acciones para la gestión de riesgos internos y externos del emprendimiento, así como para la operación de los servicios.                            | <input type="radio"/> |

## Página 3

2. De los siguientes criterios, ¿Cuáles deberían ser incluidos como mandatorios? ( seleccione 2 respuestas) \*

- El emprendimiento integra su identidad cultural en la gastronomía y bebidas que oferta, privilegiando el uso de recetas e ingredientes tradicionales que ponen en valor la gastronomía local.
- El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un plan de capacitación basado en las necesidades del emprendimiento y las propias necesidades de los colaboradores, así como en temas vinculados a la sostenibilidad.
- El emprendimiento comunitario cuenta con productos y servicios definidos.
- El emprendimiento de turismo comunitario cuenta con un registro de los estados financieros que permita a sus directivos, gestores de la actividad turística y demás involucrados conocer su desempeño financiero, rentabilidad y tomar acciones correctivas de ser necesario.