

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas

TEMA: “Análisis del impacto económico del Turismo Comunitario en la Provincia Tungurahua”

AUTORA: Adriana Isabel Vargas Poaquiza

TUTOR: Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg.

AMBATO – ECUADOR
Enero 2018



APROBACIÓN DEL TUTOR

TUTOR: Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg

CERTIFICA:

En calidad de tutor del trabajo de titulación “**Análisis del impacto económico del Turismo Comunitario en la Provincia de Tungurahua**”, presentado por la Señorita **Adriana Isabel Vargas Poaquiza**, para optar por el Título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 8 de enero de 2018



Ing. Edwin César Santamaría Díaz Mg.

C.I. 1801609445

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Adriana Isabel Vargas Poquiza** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Adriana Isabel Vargas Poquiza

C.I. 1805069455

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f)



Dr. Castro Analuiza Juan Carlos

C.I. 0201801768

f)



Ing. Morales Urrutia Diana Cristina PhD.

C.I. 1803547262

Ambato, 8 de enero de 2018

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.



Adriana Isabel Vargas Poquiza

C.I. 1805069455

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de nacer con grandes aspiraciones en la vida y por ser ese alguien que guía cada paso de mi vida

A la Universidad Técnica de Ambato por abrirme las puertas a una Carrera de Tercer nivel, por darme la dicha de conocer algunos grandes Profesionales y por ese tiempo de compartir con alumnos de varios ideales y pensamientos que sirvieron de largos debates en clases.

Al Ing. Edwin César Santamaría Díaz, Mg. por ser ese Docente profesional y persona que sabe impartir y compartir su conocimiento de forma clara y precisa.

Adriana Isabel Vargas Poaquiza

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico a la persona que me dio la vida, a mi mami Elenita Poaquiza quien con su ejemplo de lucha en situaciones de dificultad económica consiguió darnos el estudio a cada uno de sus hijos y con su amor nos ha formado no solo como profesionales sino como personas humanistas.

A mi hermano mayor Héctor Vargas por su sabiduría, consejos y conocimientos para guiarme hacia un futuro profesional.

A mi hermana Alicia y a Marco Fiallos, mi cuñado, quienes me han dado la experiencia laboral y con ello el apoyo económico para culminar mis estudios universitarios.

A mi hermana Raquel por ser esa hermana loca y cariñosa con la que se puede conversar desde el corazón, a mi mejor amiga Yadira Silva quien me ayudó a dar el primer paso a la Universidad.

A mi compañero de carrera y futuro colega Fernando Torres al ser un experto filosófico de la alegría melancólica.

Y sobre todo a mi hijo Josué Naranjo por haberme inspirado y convertido en la mujer fuerte que soy ahora, en la profesional que seré mañana y en el ejemplo que debo ser todos los días.

Adriana Isabel Vargas Poaquiza

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	I
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	II
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO	VII
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRACT	XIV
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS	4
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.1 OBJETIVO GENERAL:	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:.....	11
2.3 HIPÓTESIS	11
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)	12
3.1 TURISMO	12
3.3.1 Modalidades de Turismo.....	14
3.3.2 Tipos de productos turísticos	17
3.1.3 Tipos de turistas	19
3.2 TURISMO COMUNITARIO.....	20
3.2.1 Concepto y características	20
3.2.3 Actividades y servicios turísticos.....	¡Error! Marcador no definido.

3.2.4	Sostenibilidad en el Turismo.....	26
3.4	IMPACTO ECONÓMICO.....	28
3.4.1	Concepto	28
3.4.2	Impacto del turismo comunitario	29
3.4.3	Medición del impacto económico del turismo	30
3.4.4	Modelo de Análisis Beneficio - Costo	32
3.5	ANÁLISIS DEL SECTOR.....	6
3.5.1	Turismo en Ecuador	6
3.5.2	Turismo en los Cantones de la Provincia Tungurahua.....	7
4	METODOLOGÍA	36
4.1	Paradigma de Investigación.....	36
4.2	Enfoque de Investigación	36
4.3	Tipo de Investigación	37
4.4	Modalidad de Investigación	38
4.5	Población.....	38
4.6	Muestra.....	39
4.7	Recopilación de Información	40
4.7.1	Instrumento	40
4.8	Proceso de Recolección de Datos.....	41
5	RESULTADOS.....	42
5.1	CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO COMUNITARIO	42
5.1.1	Principales modalidades de turismo.....	42
5.1.2	Localización geográfica	43
5.1.3	Principal servicio turístico aplicado en el Turismo Comunitario.....	44
5.2	DEMANDA TURÍSTICA.....	45
5.2.1	Días de mayor afluencia turística.....	45
5.2.2	Eficacia de los locales turísticos con relación a los días de atención...	46

5.3	INGRESOS DEL TURISMO COMUNITARIO	47
5.4	COSTOS DEL TURISMO COMUNITARIO.....	48
5.4.1	Costo Arriendo	49
5.4.2	Costo Mano de Obra	50
5.4.3	Costo Servicios Básicos	51
5.4.4	Costo Insumos/Mercadería.....	52
5.5	MEDICIÓN DE EMPLEOS Y ESTABILIDAD LABORAL	53
5.6	MEDICIÓN DEL MODELO DE RELACIÓN BENEFICIO – COSTO DEL TURISMO COMUNITARIO.....	54
5.6.1	Relación entre las variables.....	56
6.	CONCLUSIONES.....	57
7.	RECOMENDACIONES	59
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	61
9.	ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Actividades y Productos Turísticos	26
Tabla 2: Construcción del modelo	35
Tabla 3: Eficacia de los días de funcionamiento de los locales	46
Tabla 4: Costo Mano de Obra	50
Tabla 5: Análisis Beneficio Costo	55
Tabla 6: Relación Beneficio Costo por Producto Turístico	55

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1: Árbol de Problemas.....	4
Figura 2: Turismo en los Cantones de Tungurahua	10
Figura 3: Factores que influyen en la cantidad del bien que un consumidor desea adquirir y que un oferente desea vender por unidad de tiempo	13
Figura 4: Características del Turista	14
Figura 5: Tipos de Turistas.....	20
Figura 6: Turismos aplicados al turismo comunitario	23
Figura 7: Modalidades de Turismo aplicados en los C.T.C.....	42
Figura 8: Localización de los establecimientos a nivel Cantonal.....	43
Figura 9: Establecimientos encuestados dedicados a los Servicios Turísticos en las Comunidades de la Provincia de Tungurahua.....	44
Figura 10: Días de mayor afluencia turística	45
Figura 11: Ingresos mensuales de los locales encuestados.....	47
Figura 12: Costos del Turismo Comunitario	48
Figura 13: Locales propios y arrendados.....	49
Figura 14: Máximo-Mínimo Costo Arriendo	50
Figura 15: Costo Servicios Básicos	51
Figura 16: Costo Insumos/Mercadería.....	52
Figura 17: Trabajadores Afiliados	53
Figura 18: Relación Beneficio Costo.....	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario.....	72
Anexo 2: Catastro de Establecimientos Turísticos.....	75

RESUMEN EJECUTIVO

El deficiente desarrollo económico y la desvaloración de la identidad cultural en las comunidades de la Provincia Tungurahua causados por los bajos ingresos percibidos por las labores agrícolas, la deficiente infraestructura, entre otros, hacen del turismo comunitario una importante actividad económica que impulsa y crea beneficios en las colectividades mediante el manejo y promoción de los recursos naturales y culturales.

El objetivo de la investigación es identificar la actividad turística más desarrollada en las comunidades de la Provincia Tungurahua y medir el impacto económico del turismo comunitario a través de la Relación Beneficio-Costo. Con un enfoque cuantitativo y bajo la modalidad de campo, se hizo realizó 174 encuestas dirigidas a los empresarios dedicados a la actividad turísticas en comunidades y zonas rurales tomadas por muestreo de 1508 establecimientos turísticos existentes en la base de datos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2015).

En base a las encuestas realizadas el turismo cultural/social con el 40% de aceptación resulta ser la modalidad de turismo más practicado en las comunidades y zonas rurales de Tungurahua, a su vez los servicios turísticos que mayores ingresos generaron son la venta de artículos tradicionales y productos tradicionales con un ingreso mensual de \$ 322,007.14 seguidos por el servicio de alimentación y bebidas con \$ 317.995,71. A modo de conclusión se encontró que los ingresos son mayores que los gastos dando un valor positivo del modelo de \$1,39 por cada dólar invertido generando así un impacto económico positivo, a más de 230 plazas de trabajo generadas.

Se propone que fomentar el turismo comunitario mejorará el nivel de vida de los pobladores de Tungurahua; a la vez que enriquecerá la identidad cultural y el patrimonio natural de las comunidades.

PALABRAS CLAVE: INVESTIGACIÓN, INDUSTRIA DEL TURISMO, TURISMO COMUNITARIO; SERVICIOS TURÍSTICOS.

ABSTRACT

The deficient economic development and the devaluation of the cultural identity in the communities of the Tungurahua Province caused by the low income earned by the agricultural work, the deficient infrastructure, among others, make community tourism an important economic activity that promotes and creates benefits in the communities through the management and promotion of natural and cultural resources.

The objective of the research is to identify the most developed tourist activity in the communities of the Tungurahua Province and to measure the economic impact of community tourism through the Cost Benefit Model. With a quantitative approach and under the modality of field, 174 surveys were carried out directed to the entrepreneurs dedicated to the tourist activity in communities and rural areas taken by sampling of 1508 existing tourist establishments in the database of the Ministry of Tourism of Ecuador (2015).

Based on surveys carried out, cultural / social tourism with 40% acceptance turns out to be the most practiced tourism modality in the communities and rural areas of Tungurahua, in turn the tourism services that generated the highest income are the sale of traditional items and traditional products with a monthly income of \$ 322,007.14 followed by the food and beverage service with \$ 317,995.71. In conclusion, it was found that the income is greater than the expenses, giving a positive value of \$ 1.39 for every dollar invested, thus generating a positive economic impact, to more than 230 jobs generated.

It is proposed that promoting community tourism will improve the living standards of the residents of Tungurahua; at the same time, it will enrich the cultural identity and the natural heritage of the communities.

KEY WORDS: RESEARCH, TOURISM INDUSTRY, COMMUNITY TOURISM, TRAVEL SERVICES.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Las zonas rurales y comunidades a nivel mundial enfrentan dificultades de tipo epidemiológico, orgánico y socio-cultural (Herrera, 2016); algunos de estos problemas son: los bajos ingresos, la deficiente infraestructura, los altos costos de transacción, la carencia de tierra, menor agricultura comercial, el gran tamaño de las familias, el bajo nivel de educación (Rivera y Monroy, 2015); complementario a los problemas de infraestructura socioeconómica y al inadecuado tamaño y estructura familiar se añade el escaso acceso y la baja calidad que presentan los servicios educativos, de salud, agua y saneamiento (Mandujano Romero, 2015); entendiéndose como infraestructura económica al conjunto de servicios públicos, obras públicas, y otros sectores de transporte (Gutiérrez, Urrego, y Carmona, 2016).

Por consiguiente, la inexistencia de industrias en el sector comunitarios producen desempleo, inaccesibilidad a centros de enseñanza y limitadas opciones de carrera provoca un déficit educativo, el limitado acceso a servicios como mercados, agua potable, electricidad, tecnología, transporte (por la distancia de localización geográfica) y los trabajos inestables con salarios insuficientes para el mantenimiento del hogar son algunos de los factores que conlleva a la migración de sus habitantes (Fernández et al., 2014); de esta manera la infraestructura básica presente en el sector rural como escuelas, hospitales, museos y otros habitualmente muestran un déficit (Moreno, Moreno, y Vargas, 2016).

Los ingresos y salarios obtenidos en un sector no sólo se ven determinados por la productividad del trabajo como lo supone la teoría económica sino que también existen otros factores que intervienen como la política de precios (Campos, 2015); en el sector rural la economía no-formal es la prevaeciente pues no solo pueden recibir el pago por su trabajo o desempeño con dinero también existe otras formas de pago como: pago en especie o en servicios (Toledo, Clavijo y de Hernández, 2017).

En particular la agricultura y el uso de fertilizantes y pesticidas químicos han conllevado graves problemas de salud pública en distintas regiones (Rivero y Naranjo, 2005); entre los efectos negativos que causa el uso de estas sustancias son: dolores de cabeza, náuseas, vomito, dolores de estómago. Producto de la necesidad de aumentar la producción a través de estos químicos provocando un mal ambiente laboral (Quintero, Estrada, y Leonel, 2016).

Para fortalecer los medios de subsistencia del sector rural dedicados a la agricultura se debe añadir otras actividades actuales e innovadoras para no ver a la agricultura como el único medio de reducción de pobreza rural (Sánchez y Valverde, 2007). Algunos de las potencialidades del sector comunitario según (Gill, 2015) son el tamaño y disponibilidad de los terrenos, fuentes de energía, lagunas, recursos turísticos y concentración de productores, habilidades y capacidades de sus habitantes.

El interés de las personas por la historia y la cultura motiva el desarrollo de bienes culturales como los museos, la gastronomía y las artesanías que representen la identidad cultural a fin de incrementar la demanda del turismo interno (Kravets y Camargo, 2008); por otra parte, las variables que intervienen en la demanda turística son los precios de los servicios, la cantidad y la calidad, además del poder adquisitivo del consumidor como lo señala (Zamora, Barril, y Benavides, 2009). Adicionalmente la inversión publicitaria y la demanda turística son variables estrechamente relacionadas puesto que la primera influye directamente en la segunda variable (Molina, Jamilena, Peña, y López, 2014).

Actualmente la identidad cultural de cada comunidad es de gran relevancia por la combinación de su tradicional lengua, cultura y religión transmitida de generación en generación (corriente esencialista) o a través de su construcción (corriente constructivista) (Martínez, 2015). Las culturas son consideradas como especificidades concretas y peculiares de grupos sociales determinados geográfica e históricamente (Beltrán, 2016).

A pesar de la fuerte relación entre el gobierno con el desarrollo de políticas dirigidas al turismo y el proceso de desarrollo económico, el turismo jamás fue considerado importante (García y Chahine, 2016), (Gómez, 2015); la participación de la gobernanza política en relación al turismo desde una perspectiva de estabilidad pone en peligro los activos de las poblaciones locales (Shen y Hughey, 2013). A medida que el prototipo político entra en crisis la terminología se convierte en conceptos de distinción, desigualdad y fractura social ocasionando que el multiculturalismo se descuide (Beltrán, 2016) y que la esperanza de vida de las iniciativas cese al terminarse la financiación externa (Navas y Zwerg, 2014).

Como consecuencia se plantea ¿qué potencialidades turísticas presentan las comunidades para desarrollarse como actividad económica y mejorar la calidad de vida de la comunidad?

1.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

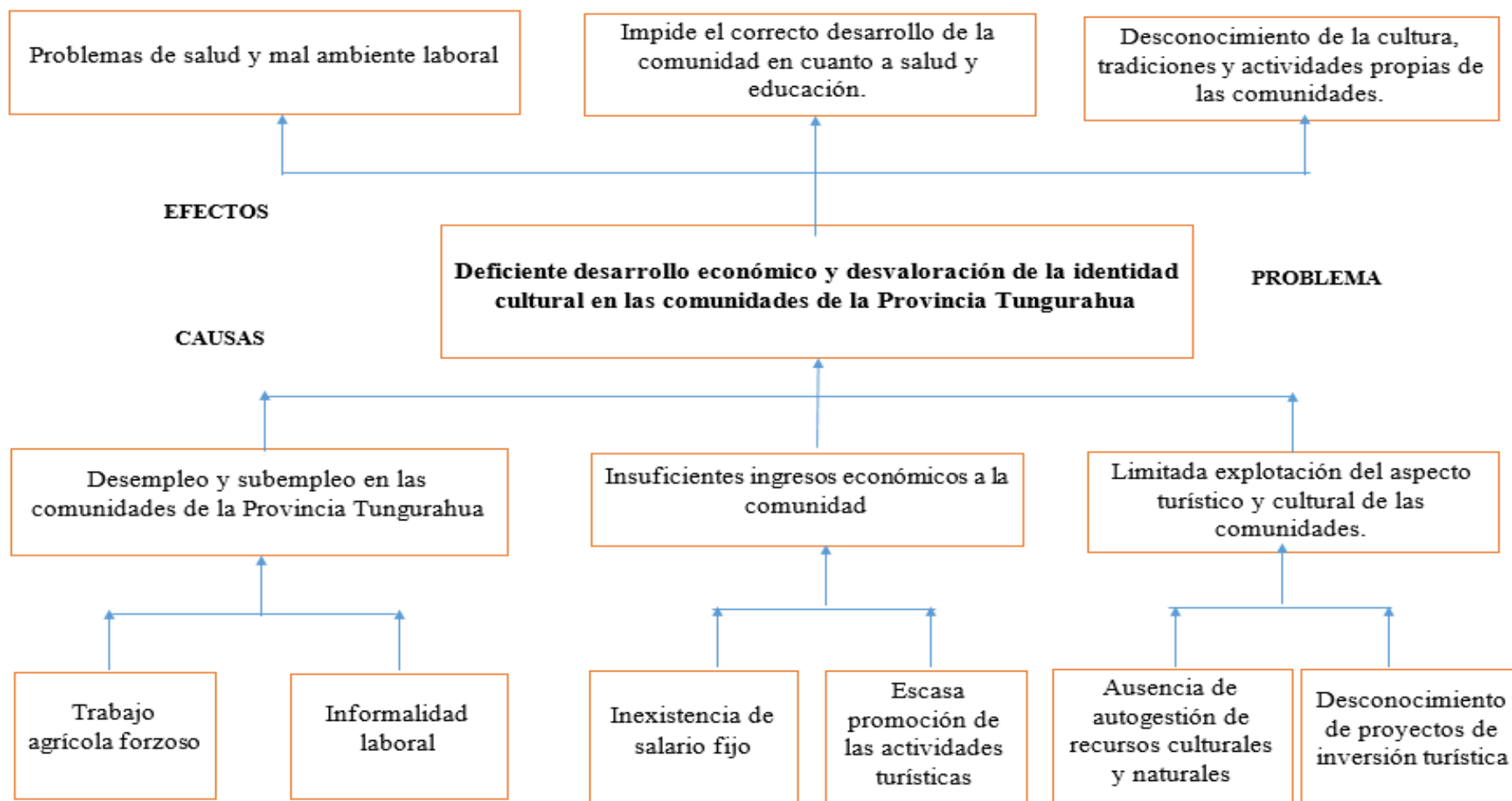


Figura 1: Arbol de Problemas
Elaborado por: (Vargas, A., 2017)
Fuente: Investigación Propia

El problema de la Provincia Tungurahua es el deficiente desarrollo económico y desvaloración de la identidad cultural en las comunidades, lo cual se da a causa del desempleo y subempleo de sus habitantes debido a que se dedican a labores agrícolas que implica ser un trabajo forzado, además de la informalidad laboral de su trabajo produciendo efectos negativos como problemas de salud por el uso de fertilizantes y pesticidas y un mal ambiente laboral.

La inexistencia de salarios fijos por la ausencia de industrias y la escasa promoción de las actividades turísticas como alternativa de ingresos esto hace que los ingresos económicos de la comunidad sean insuficientes provocando un impacto económico deficiente afectando de esta forma al correcto desarrollo de la comunidad en cuanto a infraestructura básica de salud, educación, etc.

La ausencia de autogestión de los recursos culturales y naturales y el desconocimiento de proyectos de inversión turística conducen a una limitada explotación del aspecto turístico y cultural de las comunidades lo cual ocasiona un desconocimiento de la cultura, tradiciones y actividades propias de las comunidades.

Dicho problema hace que la identidad cultural de las comunidades de la provincia se extinga y que los recursos naturales, patrimoniales y culturales se desvaloricen provocando que esta fuente de ingresos alternativo a la agricultura que en promedio es un trabajo forzado e informal tenga un perjuicio en los ingresos de la comunidad retrasando el desarrollo económico del lugar. Por ello el turismo comunitario es una nueva forma de servicio de distracción y culturalización que aprovecharía los recursos naturales y culturales sin alterar su forma natural para mejorar la calidad de vida de los habitantes y el desarrollo de la comunidad.

1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

1.1.1 Turismo en Ecuador

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta que durante los últimos años ha mantenido un aumento en la llegada de turistas debido a su prodigiosa naturaleza. Se encuentra ubicado en un lugar privilegiado del planeta, en el noroccidente de Sudamérica y la línea equinoccial, limita al Norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico; Ecuador se divide en 4 regiones: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

Existen 1.800 especies de orquídeas, 1.640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos, entre lo más sobresaliente. La riqueza natural del país fue reconocida por la UNESCO al declararse “Patrimonio Natural de la Humanidad” a la Reserva Marina y Parque Nacional Galápagos y al Parque Nacional Sangay. Adicionalmente, en este pequeño territorio, se han seleccionado cinco Reservas de Biosfera: Galápagos, Yasuní, Sumaco, Podocarpus-El Cóndor y El Cajas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

A partir del año 2015 en Ecuador se fortaleció la promoción interna y externa del potencial turístico así pues en dicho año se registró un saldo positivo en la balanza turística estimada en USD. 650 millones con un gasto promedio de USD. 1200 por turista extranjero siendo estos provenientes de Colombia 23,64%, Estados Unidos 16,66% y Perú 11,27%, entre otros. Esto representa aproximadamente un incremento del 13% anual (Ministerio de Turismo, 2015); en 2016, periodo enero-septiembre la balanza turística generó un saldo positivo por quinto año consecutivo con USD 292 millones pues existió mayor ingreso que salida de divisas debido al turismo receptivo, adicional a esto el turismo interno en Ecuador produjo 12,3 millones de viajes (El Comercio, 2017).

Según el INEC 2015 el 29% de empresas analizadas a nivel nacional se dedican a actividades de Hoteles y Restaurantes y el 71% a las de servicios siendo la Región Sierra la que más empresas de Alojamiento posee 65% seguida por la Costa con un 33%, concentrándose así el 69% del total de personas ocupadas en la Sierra y el 30% en la Costa (Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador, 2015).

El turismo en Ecuador durante el feriado de Navidad de 2016 presentó un movimiento económico aproximado de USD 15,4 millones, también se mostró una baja en el número de viajes de turismo interno en relación al mes de noviembre, debido a que las familias ecuatorianas prefirieron vivir las festividades en su lugar de residencia. La denominada ley de feriados a más de lo mencionado benefició a las compañías aéreas con un 67,2% de su capacidad en cada vuelo nacional y a los Ferrocarriles del Ecuador con un 61% (El Comercio, 2016).

Las Provincias más visitadas del país son Guayas, Santa Elena, Manabí, Tungurahua y Pichincha según la Encuesta de Viajes y Gastos en Feriados Nacionales a cargo de la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo (El Comercio, 2016).

Actualmente Ecuador se ha convertido en uno de los países de Sudamérica que ha ganado más premios en World Travel Awards ya que de las 26 categorías dedicadas al servicio Turístico y Hoteleros Ecuador obtuvo 14 premios como los “Oscar al Turismo” (El Comercio, 2017); para alcanzar la promoción turística asertiva el Ministerio de Turismo de Ecuador ha firmado una alianza con la empresa global Amadeus con la intención de conocer los hábitos de los turistas, lo que quieren comprar, a donde quieren viajar, transformándose en una promoción inteligente (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2017).

1.1.2 Turismo en los Cantones de la Provincia Tungurahua

Tungurahua es el punto central del país, equidistante desde los grandes centros de consumo y producción de la Costa, Sierra Sur, Sierra Norte y Amazonía, con gran movimiento comercial y abundantes atractivos turísticos especialmente el Cantón Baños, Pelileo y Ambato. En este sentido el Cantón Baños, situado en un valle de cascadas y vientos calientes, se ha convertido en un destino interesante para los turistas internacionales que buscan un clima templado durante todo el año, el lugar brinda un ambiente de ciudad pequeña y es un punto de partida para explorar el Ecuador al aire libre. Se compone de 29 barrios urbanos y cuatro comunidades como son: Runtún, Pondoá, Iluchi y Juive (Silva Guevara, 2017).

Sobre la base de su estratégica ubicación geográfica que permite fortalecer la actividad turística actual, se puede aprovechar la capacidad instalada para que sus habitantes

empresan acciones colectivas que se traduzcan en un beneficio común; esto implica la necesidad de crear una normativa que regule el proceso comercial del sector turístico, por medio del cual se puede revertir el orden actual de las cosas, ya que la competencia que establecen las agencias ubicadas en Quito limitan la capacidad de negociación de los nativos del Cantón que prestan dicho servicio, por lo tanto habría que restringir las acciones de los intermediarios y que sean las personas asociadas, quienes a través de la organización comunitaria - productiva ofrezcan su propio portafolio de servicios.

Otro eje importante con potencialidades es la zona centro norte del cantón Ambato, donde la riqueza cultural indígena se combina con la presencia de actividades artesanales de importante dinámica comercial como Atahualpa, Quisapincha, Pasa, San Fernando, Totoras, Santa Rosa, Huachi Grande, etc. Esta zona presenta posibilidades de desarrollo de turismo de compras y agroturismo, articulado a la presencia de páramos andinos. 25 empresas de la ciudad de Ambato recibieron el Distintivo de Calidad Turística Municipal “Q” por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato para posicionar a los emprendedores ambateños como referentes de desarrollo de estándares de calidad y vocación de servicio al turista a nivel nacional (GAD Municipalidad de Ambato, 2016).

La cocina ambateña, sus calles históricas y las aventuras en las parroquias brindan una alternativa de cultura, naturaleza y belleza. En la parroquia San Antonio de Pasa se puede disfrutar del Museo del Sitio, una antigua casona con tapias de adobe, techos de teja, ventana de madera, pisos de piedra pishilata y mucha historia de más de 150 años (GAD Municipalidad de Ambato, 2017).

Entre los recursos naturales se encuentran la ruta agro turística Volcán Tungurahua, la rehabilitación del Camino del Inca o Camino Real, el circuito Cerro Puñalica, el circuito turístico Valle Hermoso, el circuito histórico Camino del Inca (Píllaro), la ruta ecoturística Llimpe - Shausis, el circuito turístico Carihuairazo, Puñalica y Pampas de Salasaca (SNI, 2015), de igual manera la comunidad de Quillán perteneciente a la Parroquia San Miguelito de Píllaro actualmente promueve la visita a las Cascadas Poyguio Uku, Los Siete Chorros y La Vertiente acompañados de la pesca deportiva de truchas y caminatas (El Herald, 2016).

En el Barrio San Vicente de Quilimbulo en la vía Píllaro - Patate se encuentra el paradero Delicias de la Pacha Mama lugar turístico – gastronómico famoso por revivir el “pato al lodo”, tradición alimenticia de los Panzaleos que habitaron en Píllaro hace más de 800 años (El Telégrafo, 2014), finalmente la comunidad Salasaka del cantón Pelileo presenta gran riqueza de saberes y costumbres ancestrales de gran potencial histórico cultural entre estos se destacan la vestimenta, el idioma, creencias, festividades, rituales, medicina ancestral, artesanías, etc. (Masaquiza Chango, 2017).

Turismo en los Cantones de Tungurahua

Ambato	<ul style="list-style-type: none"> • Lugar conocido por la variedad de flores y frutos. • Las papas con cuero, sus cuyes y conejos asados, el caldo de gallina criolla, son algunos platos representativos del turismo gastronómico. • Quisapincha renombrada por sus productos tradicionales elaborados a base de cuero como chompas, chaquetas y zapatos lo convierten en un turismo de comercio.
Baños	<ul style="list-style-type: none"> • Su clima templado y el medio ambiente donde se encuentra hace que las cascadas y el Volcán Tungurahua inciten a realizar actividades extremas. • La Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa y sus piscinas termanles, lo convierten en un lugar de descanso y relajación. • Sus tradicionales melcoches, artesanías, hoteles, bares y restaurantes complementan este lugar.
Cevallos	<ul style="list-style-type: none"> • Es conocido por sus tierras frutales siendo las manzanas las más representativas del lugar. A su vez la industria del calzado ha tomado gran importancia como atractivo del lugar. • La cascada de Jujún para la practica de escalinatas, así como la quebrada de Querochaca.
Mocha	<ul style="list-style-type: none"> • Es conocida por la corrida de toros que se realiza en la zona.
Patate	<ul style="list-style-type: none"> • Famosa por su produccion de frutas y vinos. A más de la Consagración al Señor del Terremoto • Las arepas de zapallo son su distintivo gastronómico
Pelileo	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente se le conoce como la "Ciudad del Jeans" por su confeccion y comercialización. • La parroquia San José de Huambaló es famosa por la elaboracion de finos muebles de madera • La comunidad de Salasaca son artistas tejedores que comercializan productos artesanales hechos a mano. • El Cerro Niton permite la práctia del deporte del parapente.
Píllaro	<ul style="list-style-type: none"> • Uno de sus principales atractivos son la corrida de toros en Agosto. • El parque Nacional Llanganates con la Laguna Pisayambo comprenden un medio turístico ambiental pues se realizan expediciones con guía profesional al lugar donde se esconde el tesoro de Rumiñahui • En Quillán se encuentra la pesca deportiva de truchas y sus caminatas ecológicas.
Quero	<ul style="list-style-type: none"> • Sirve como un gran mirador en la noche cuando el volcan esta erupcionando
Tisaleo	<ul style="list-style-type: none"> • Es un pequeño pueblo cerca de Ambato

Figura 2: Turismo en los Cantones de Tungurahua

Elaborado por: (Vargas, A; 2017)

Fuentes: (Ecostravel, 2017) ; (Turismo en Tungurahua, 2017) ; (El Herald, 2016)

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVO GENERAL:

Identificar la actividad turística que más se práctica en la Provincia Tungurahua y medir el impacto económico del turismo comunitario a través del Análisis Beneficio – Costo.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Fundamentar teóricamente la importancia del turismo comunitario.
- Identificar las características de las actividades turísticas comunitarias.
- Determinar el beneficio económico que genera el turismo comunitario en la Provincia Tungurahua.
- Establecer la contribución del turismo para el desarrollo laboral de la comunidad.

2.3 HIPÓTESIS

- El turismo comunitario genera beneficios económicos para la provincia.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1 TURISMO

Es la ciencia, el arte y la actividad de atraer, transportar a los turistas, alojarlos y satisfacer sus deseos y necesidades (Lima, 2017); según la Organización Mundial del Turismo (O.M.T., 1994), es la actividad realizada por las personas al desplazarse fuera de su lugar habitual de residencia por un período mayor a 24 horas y menor a 1 año por diferentes motivaciones (Citado en Vásquez Bermúdez, Gonzalez Limón y Aracil Fernández, 2009); dentro de las motivaciones personales tenemos: ocio, descanso, conocimiento de una lengua o de tradiciones, de educación y formación, visitas a familiares o amigos, de salud y atención médica, de religión y compras adicional a estos existen también motivos profesionales o de negocios (Rodríguez J. M., 2015).

El turismo como instrumento efectivo para reducir la miseria e impulsar el desarrollo humano sostenible, al ofrecer una experiencia singular al turista (Navas y Zwerg, 2014); se caracteriza por ser una actividad social y económica, que engloba una gran variedad de sectores económicos y de disciplinas académicas considerados como un “mercado” tomando en cuenta los viajes y las corrientes turísticas como lo indica Freire (2017); por consiguiente las organizaciones y empresas turísticas ratifican lo beneficioso que es el turismo desde un enfoque económico debido al incremento de empleos y al bienestar económico; aunque podría ser perjudicial para el entorno ambiental (Alvarez, 2012); sin embargo, todas las formas de turismo aplicadas de manera sostenible tienen como finalidad mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades protegiendo los recursos naturales, culturales y patrimoniales (Agüera, 2013).

Para la Secretaría de Turismo (2003) los viajes tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas (Montaner, Antich, y Ramón, 1998); esto muestra el importante rol que juega para equilibrar el déficit comercial y superar los estancamientos externos de las etapas del progreso económico (Gómez, 2015).

Finalmente, el turismo se puede definir como una ciencia, arte y conjunto de actividades que a través de los recursos naturales y culturales los visitantes pueden atender sus deseos y necesidades ya sean motivos personales o profesionales.

Entre los ámbitos del turismo tenemos: la demanda social, es decir la clasificación del turismo; en segundo lugar, la oferta y sus tres vértices: transporte, alojamiento y promoción y en tercer lugar la gestión pública y privada (Moreno-Garrido y Pellejero-Martínez, 2017).

Al igual que existen variedad de motivos para realizar un viaje también existen algunos factores que influyen en la cantidad del bien que un consumidor desea adquirir y que un oferente desea vender por unidad de tiempo, estos son: El precio del bien, el nivel de renta o riqueza, los gustos del sujeto y otros factores psicológicos, como muestra la figura 3.

Factores de compra y venta de un bien o servicio



Figura 3: Factores que influyen en la cantidad del bien que un consumidor desea adquirir y que un oferente desea vender por unidad de tiempo

Elaborado por: (Vargas, A., 2017)

Fuente: (Gutiérrez, y otros, 2007)

La figura 4 muestra algunas situaciones que el turista evalúa para su viaje, algunos de estos se ven relacionados con factores naturales como la estacionalidad y las características sociodemográficas; otros con un análisis comparativo entre la oferta nacional y la internacional; por último, se analiza el medio de transporte, el tipo de alojamiento, la duración de la estancia y la forma de organización.

Características del Turista

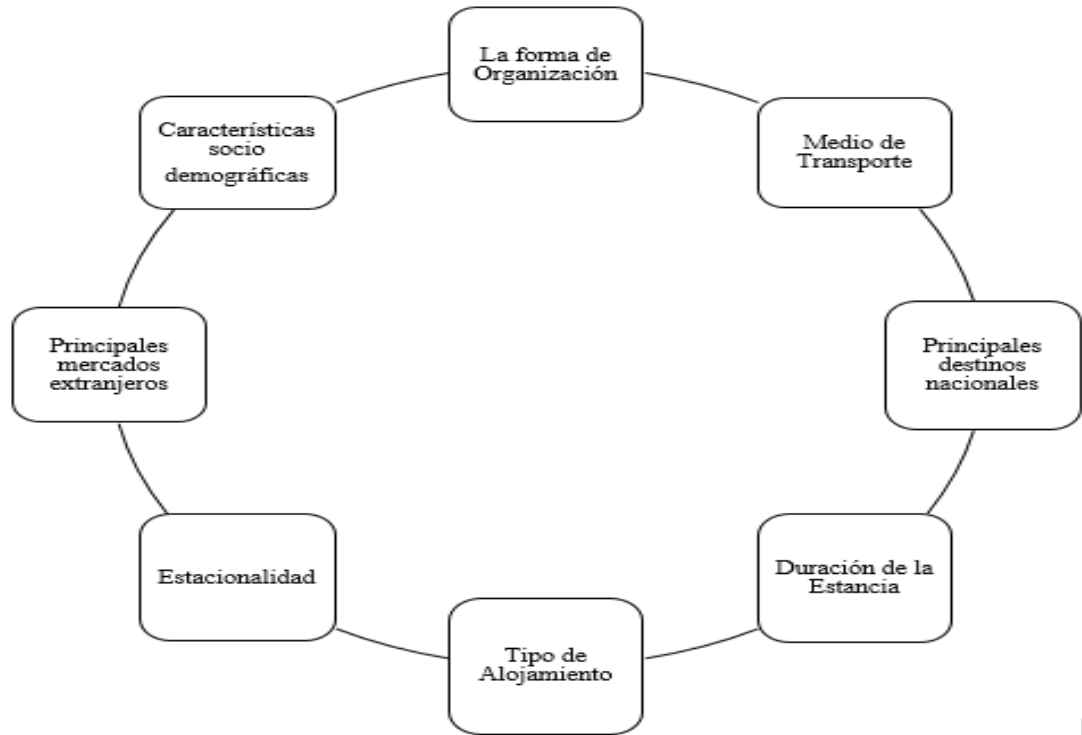


Figura 4: Características del Turista
Elaborado por: (Vargas, A., 2017)
Fuente: (Gutiérrez, y otros, 2007)

Por consiguiente, el turismo no solo es un viaje de ida y vuelta, este engloba todas aquellas relaciones que se generan ya sean estas económicas, humanas, ecológicas, jurídicas u otras. Por ello el turismo es una ciencia o conocimiento interdisciplinario, que ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista.

3.1.1 Modalidades de Turismo

Existe una variedad bastante amplia que incluye diferentes clases de turismo tales como: el turismo cultural, el turismo natural, el turismo activo, el turismo de negocios y otros (Kravets y Camargo, 2008), sin embargo, Hanoi (2017) indica que el turismo cultural se ve compuesto por el turismo patrimonial, comunitario, ecológico y rural a más del turismo de intereses especiales.

- **Turismo cultural:** Se centra en la combinación de la producción y el consumo pasivo, los turistas aquí tienen un enfoque proactivo para satisfacer sus

necesidades, desean participar activamente en la creación de experiencias durante el viaje (Jovicic, 2016).

- **Turismo ambiental/excursiones/radiales:** Son aquellos recorridos o travesías con fines turísticos, culturales, educativos o recreativos que se realizan en zonas naturales o rurales con pequeña o mediana población (Vela y Molina, 2009).
- **Turismo de aventura:** Es un tipo de turismo con actividades recreativas deportivas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza (Secretaría de Turismo, 2003), sabiendo que el estilo aventurero contiene altos niveles de peligrosidad, este segmento adopta procedimientos de gestión que buscan minimizar los riesgos inherentes para aumentar la seguridad y con ello garantizar los resultados esperados y deseados, tanto por los clientes como por los emprendedores y profesionales del sector (Bazotti, 2015)
- **Turismo Comercial o de Negocios:** El tema del nacionalismo comercial es interdisciplinario, se dedica a una amplia gama de áreas de investigación, incluyendo turismo, eventos, hospitalidad, marketing, historia y estudios culturales (White, 2016).
- **Turismo Social:** Se lo define como un turismo con un valor moral añadido cuyo objetivo primordial es beneficiar al anfitrión en el intercambio turístico (Minnaert, 2016), promoviendo la inclusión económica de los estratos desfavorecidos y económicamente débiles de la sociedad en el turismo, vincula los beneficios sociales y de salud física y mental (Ferrer, Sanz, Ferrandis, McCabe, y García, 2016).

Complementaria a esta clasificación (Berastain, 2006) adiciona el turismo de salud, turismo gastronómico, religioso, turismo deportivo, turismo rural, educativo.

- **Turismo termal y de Salud:** Se distinguen cuatro bondades terapéuticas del agua: la recuperación y la prevención de enfermedades, el mantenimiento o puesta en forma y el bienestar físico y psíquico (Morales M. L., 2004).
- **Turismo gastronómico:** La gastronomía se está convirtiendo en un atributo importante en el desarrollo de viajes de nicho y destinos de nicho. La motivación para viajar por la gastronomía es una construcción razonablemente válida para utilizar con fines de segmentación del mercado turístico (Jakša,

2017). El turismo gastronómico constituye una de las estrategias más modernas y eficaces para fomentar el desarrollo económico rural y el desarrollo en general como lo señala Egbali (2010) y Eze-Uzoamaka (2006). Aparte de la contribución a la economía la gastronomía en este lineamiento implica ser el principal interés de la experiencia turística de una persona (Wolf, 2002). Dicho esto, los autores Karagiannis y Metaxas (2017) afirman que uno de los motivos de turismo en un sector podría ser específicamente la gastronomía que exprese la identidad social y cultural de cada lugar contribuyendo con el desarrollo económico de la comunidad en este caso

- **Turismo religioso:** Dean MacCannell señalaba que el turismo era una continuación de la religión pues gran cantidad de personas viajan a centros de peregrinación como ritual para recuperar ese paraíso perdido del cual se habla en los textos sagrados, se caracteriza por la atractividad del sitio por medio del binomio sagrado-profano y la interacción de la experiencia con esa idea de sacralidad y las diferentes expresiones de peregrinaje convirtiéndose en un turismo religioso por el mundo (Korstanje, 2016).
- **Turismo Deportivo:** Es un turismo practicado por un grupo social específico con fines de ocio conteniendo aspectos lúdicos, creativos, ecológicos y solidarios dentro del desarrollo de la sociedad moderna (Lisbona, Medina, y Sánchez, 2008).
- **Turismo Rural:** Actividades realizadas en un sector rural, comprometidos con la producción agropecuaria agregando valor a productos y servicios, el mismo promueve a la vez el patrimonio cultural y natural de la comunidad (Lima, 2017).
- **Turismo educativo:** La importancia de aprender un segundo idioma hace que el convivir con la cultura recree una percepción positiva para el estudiante de forma que facilite el aprendizaje (McRay, 2017).

Por el contrario, en consideración del origen o destino del visitante el turismo puede ser interior que es realizado por residentes y no residentes dentro del país y el exterior que sucede fuera del propio país (Palacios y Garay, 2016), desde el punto de vista de (Lima, 2017) no solo se clasifica en interno y externo sino también en receptor, emisor

y nacional y otros (el turismo de pesca, el turismo náutico, el turismo de playa y sol toman en cuenta el comercio, el transporte y el entretenimiento).

- El turismo interno (o doméstico) está dado por los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este país; es decir aquellas que pasean dentro del sector donde habitan como las personas de ambateñas visitan la parroquia Atahualpa
- El turismo receptor se da por personas que visitan un país diferente al de su residencia. Por ejemplo, los colombianos a Ecuador.
- El turismo emisor se origina cuando los residentes del país viajan a otro país. Los ecuatorianos viajan a Estados Unidos.
- El turismo nacional comprende el turismo interno y emisor, es decir los residentes del país que realizan turismo dentro o fuera del país.
- El turismo internacional comprendido por el turismo receptor y el turismo emisor. Es la sumatoria de los residentes y no residentes que realizan turismo dentro y fuera del país.

Por el criterio de segmentación el turismo se divide en: turismo juvenil y turismo de tercera edad. A partir del año 2010 alrededor del 20% de 940 millones de turistas internacionales que viajaban por el mundo eran jóvenes. Así su popularidad creció aumentando los tipos de actividades en la que los jóvenes se involucraban durante estos viajes (Demeter, 2014); el turismo de tercera edad lo integran los individuos que entraban en el denominado mundo de esteticismo, este segmento de la población ha llegado a ocupar el 32% del total en el mundo, llegando a ser una demanda creciente con tendencias a condicionar las instalaciones de hospedaje que atiendan sus requerimientos (Rodríguez y Monaga, 2013).

3.1.2 Tipos de productos turísticos

El producto turístico se compone por los atractivos turísticos, planta turística, infraestructura de uso turístico, motivaciones, facilidades y accesibilidad (Palacios y Garay, 2016); según la O.M.T. (2013) encontramos lo siguiente:

- **Apartamentos:** Los medios de hospedaje están sintonizados con los cambios sociales, culturales y tecnológicos (de Oliveira Menezes, 2015).

- Residencial: Une dos formas de desplazamiento: la emigración y el turismo. (Gascón, 2016).
- Circuitos: Son aquellas giras turísticas con regreso al mismo sitio de partida. La construcción de estos circuitos vuelve los espacios más accesibles para los turistas ya que forma puntos de unión en la ciudad: a través de recorridos por diferentes sectores incorporando medios innovadores de transporte como las bicicletas generando una experiencia de aprendizaje (López Meza, Ascui Fernández, y Díaz Tejada, 2013).
- Cruceros: Es un producto de alta calidad creado para dar a conocer principalmente la riqueza patrimonial de un país. En Ecuador existe el llamado “Tren Crucero” que vincula las actividades socio-productivas económicas y fortalecer la identidad de los ecuatorianos y la integración nacional. El crucero lo componen cuatro coches con alto valor en su diseño histórico, remolcados por locomotoras a vapor y diésel- eléctrica (Monge y Perales, 2016).
- Congresos y convenciones: Es una modalidad que aporta a la diversificación de la oferta turística con objeto de celebración de reuniones en Hoteles con instalaciones adecuadas para las mismas, es decir, lugares que cuenten con hoteles con salones con capacidad de 180 a 250 personas o hasta 500 personas que constituyan una herramienta para articular la negociación. (Tuquinga y Roca, 2016).
- Ferias e Incentivos: Son actividades de índole público que tienen como finalidad exponer, compartir y difundir la oferta de bienes y servicios turísticos a través de muestras gratis o combos turísticos sorteados. Estos programas van dirigidos a un mercado objetivo como los son las empresas (Fayos y Amparo Sancho).
- Nieve/Golf: Se lo puede incluir en el turismo deportivo o turismo de naturaleza ya que se desarrolla en ambos escenarios. El deseo de practicar actividades deportivas en un entorno natural, de nieve y montaña lo hacen un segmento turístico recreativo de alta montaña (STRAM) (Daries-Ramon et al, 2017).
- Viajes planeados: Son organizados por un intermediario, donde el viajero no puede hacer cambios en los planes (Wolf, 2001).

- Safaris: Este tipo de Turismo representa la expedición que llevan a cabo los turistas en lugares como África para cazar animales salvajes de gran tamaño (Mbaiwa, 2017).

El sector turístico del Ecuador se estructura por mundos turísticos, debido a lo establecido por el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE, 2014). En el Mundo Andes según ProEcuador (2012) se encuentran los siguientes productos turísticos:

- Circuitos turísticos generales
- Productos culturales (patrimonio cultural, mercados y artesanías)
- Producto religioso
- Productos arqueológicos (haciendas históricas)
- Ecoturismo, naturaleza, agroturismo, (observación de flora y fauna), deportes y aventura (escalada, ciclismo de montaña, bungee, cabalgatas, rafting),
- De salud (termalismo, spa's)
- MICE (Meetings, incentives, conferences, and exhibitions): reuniones, incentivos, congresos, convenciones y exhibiciones

3.1.3 Tipos de turistas

El turista o visitante es la persona que realiza uno o más viajes por motivos de recreación y distracción, es decir, alguien que viaja por placer o cultura visitando varios lugares por sus intereses varios (Lima, 2017).

Según la O.M.T. (2013) indica la siguiente tipología: viajero, visitante, visitante de día y turista, siendo el viajero la persona que más viajes realiza, el visitante es aquel que viaja por un período inferior a un año por cualquier motivo personal o profesional, un visitante, el visitante de día también conocido como excursionista no incluye pernoctación y el turista que es aquel incluye una pernoctación. De igual manera Lima (2017) clasifica a los turistas en: visitantes que pernoctan (turistas), visitantes por un día, otros viajantes excluidos (miembros de las fuerzas armadas, representantes de consulados, diplomáticos), personas sin residencia fija (nómadas, errantes, refugiados), personas que viajan dentro de una misma zona (viajantes remunerados, trabajadores fronterizos), viajantes próximos a su local de residencia, personas que mudan su local de residencia (inmigrantes de largo plazo) y personas que viajan a lugares en los que son

remunerados (inmigrantes de corto plazo, trabajadores ocasionales, expositores/artistas); Sin embargo Wang (2017) considera que los mochileros son un tipo de turista muy importante pues los mochileros tienen baja carga familiar, mucho tiempo libre, alta probabilidad de viajar y los residentes .

Tipos de Turistas

Tipos de turistas	Visitantes de un día
	Viajantes excluidos
	Personas sin residencia fija
	Inmigrantes a largo plazo
	Inmigrantes a corto plazo
	Mochileros

Figura 5: Tipos de Turistas
Elaborado por: (Vargas, A., 2017)
Fuente: (O.M.T., 2013); (Lima, 2017); (Wang, 2017)

En la figura 6 se presentan los tipos de turistas mencionados por los diferentes autores entre los que se menciona a los visitantes de un día, visitantes excluidos, personas sin residencia fija, inmigrantes a largo y corto plazo y mochileros.

3.2 TURISMO COMUNITARIO

3.2.1 Concepto y características

Una comunidad es un grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes tales como idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, estatus social y/o roles (Causse Cathcart, 2009), generalmente, una comunidad se une bajo la necesidad o mejora de un objetivo en común, como puede ser el bien común donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos (Esteban Ruiz, 2008).

Durante las últimas décadas del siglo XX, las comunidades indígenas y rurales empezaron lentamente, a plantearse su participación en la actividad turística, desarrollando una propuesta propia: el turismo comunitario (Solís, 2007).

El turismo se ha convertido en una herramienta para el desarrollo de zonas rurales que posibilita la dinamización de la economía y el fortalecimiento de sus recursos (Yumisaca Tuquinga, Freire Rendón, y Silvia, 2017), una de las formas de turismo creciente es el turismo comunitario utilizado para la disminución de la indigencia rural en los países en desarrollo (Shen y Hughey, 2013); entendiéndose como turismo comunitario cualquier actividad turística aplicada en el sector rural, que ofrezca ocio y entretenimiento a través de una relación respetuosa con el ambiente (Barrena, 2006) y una convivencia asertiva con los habitantes de la comunidad rural en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas habituales del lugar (Montaner, Antich, y Ramón, 1998); así mismo (Maldonado, 2005) destaca la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios conjuntamente con la praxis democrática en el trabajo y la distribución de los beneficios producidos en los establecimientos turísticos.

Se conceptualiza como la oferta de bienes y servicios turísticos diseñados por las propias comunidades, después de esta oferta se originan productos turísticos en el campo, como: las rutas de recorrido ecológico, alojamiento, restaurantes, medios de transporte y varios más (Gómez-Merino, y otros, 2013); es desarrollado en zonas rurales dirige su atención a un mercado objetivo con conciencia ambiental, cierta capacidad adquisitiva y con un nivel cultural medio-alto (Henche, 2005).

Es un turismo totalmente diferente y novedoso desde un punto de vista intercultural (Rikuy, 2010), toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Maldonado C. , 2005).

Roux (2013) dice: “en el aspecto legal ecuatoriano una comunidad es todo centro poblado que no tenga la categoría de parroquia”; así también la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), define comunidad como “toda población organizada que comparte una identidad cultural común en un

territorio definido” (FEPTCE, 2011) (Citado en Rodas, Ullauri Donoso y Sanmartín, 2015, págs. 60-77); para el Ministerio de Turismo del Ecuador una comunidad es un sujeto colectivo con fines socioculturales, productivos, medioambientales y participativos de sus miembros.

En Ecuador el turismo comunitario complementa la actividad económica de la comunidad, este funcionamiento económico es un apoyo para las comunidades directa o indirectamente, por consiguiente, se requiere de una comunidad cohesiva (Ruiz, 2008), Para la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2006) el turismo comunitario se basa en una forma de vida que corresponde a ciertas formas de organización social, en donde la comunidad es gobernada según sus valores y creencias, prácticas e instituciones (económicas, sociales, culturales y políticas), con derechos y obligaciones colectivas.

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2010) ente regulador de la actividad turística en el Ecuador sostiene que es una actividad basada en un modelo de gestión en el que las comunidades locales aprovechan el patrimonio natural y/o cultural del área en la que se asientan para ofrecer un servicio turístico, caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de las acciones, con el objetivo de potenciar el desarrollo sostenible de la población.

Es necesario tener en cuenta la atracción que pueden ofrecer algunos aspectos culturales como la producción artesanal o la gastronomía típica de cada lugar (Alfonso, 2003); Algunos recursos turísticos a potenciar son: la elaboración de tejidos, artesanías, restos arqueológicos, gastronomía, danzas típicas, y arte (Gill, 2015).

No obstante, la explotación de las potencialidades turísticas existentes en un territorio comunitario, deben tomar medidas de conservación y respeto y cuidar el patrimonio natural y cultural, el desarrollo social y económico y la calidad en cada experiencia del visitante (Urquiola Sánchez, 2016) y (Hiwasaki, 2006), con la finalidad de crear conciencia y fondos para fomentar la protección del medio ambiente y de las personas que habitan el lugar (Laverack y Thangphet, 2007).

Para Morales-Urrutia, Morales-Urrutia, y Hong-Hong (2017) las modalidades de turismo, que se llevan a cabo en los Centros de Turismo Comunitario en Ecuador se encuentran relacionadas con:

- **Agroturismo:** Turismo realizado en explotaciones agrarias, por ejemplo, granjas.
- **Arqueológico:** Modalidad en la que las propuestas y productos culturales y turísticos tienen como ingrediente principal la arqueología.
- **Aventura:** Se fundamenta en la práctica de actividades deportivas, tanto tradicionales como no tradicionales, dentro de las áreas naturales.
- **Cultural:** Turismo que se relaciona con la tradición cultural de una localización particular.
- **Vivencial:** Acerca a los turistas a la vida cotidiana de una comunidad.
- **Ecoturismo:** Modalidad turística ambientalmente responsable, que consiste en viajar y estudiar los atractivos naturales.
- **Medicinal:** Turismo relacionado con espacios curativos, medicina preventiva y lugares idóneos para el ocio y la relajación.
- **Religioso.** Está relacionado con aquellos desplazamientos hacia santuarios donde se celebran fiestas religiosas.

Modalidades de turismo aplicados al turismo comunitario

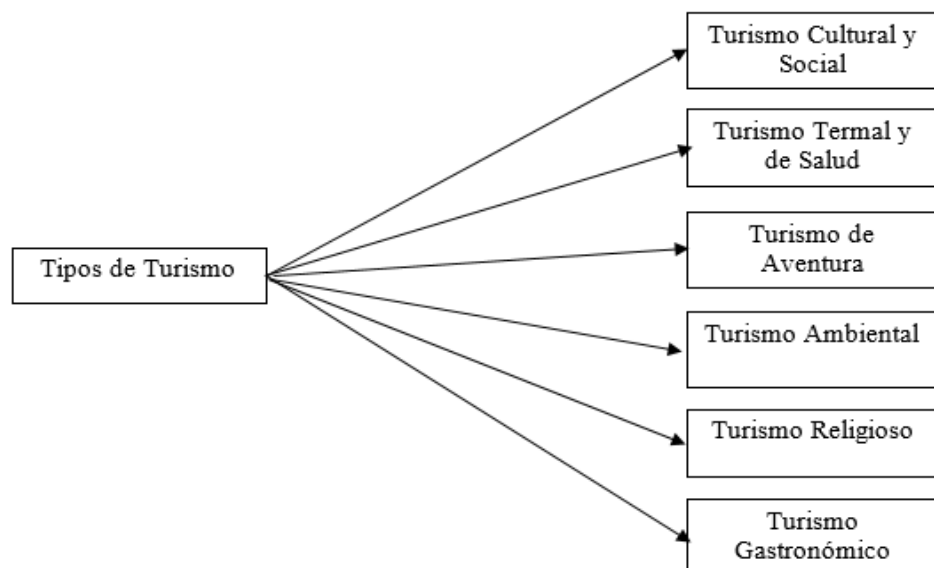


Figura 6: Turismos aplicados al turismo comunitario

Elaborado por: (Vargas, A., 2017)

Fuente: (Kravets y Camargo, 2008); (Berastain, 2006); (Morales-Urrutia, Morales-Urrutia y Hong-Hong, 2017)

La figura 6 muestra las principales modalidades de turismo que se adapta a la realidad de los recursos naturales y culturales que tienen potencial en las comunidades de la Provincia Tungurahua para su análisis investigativo.

El turismo comunitario se caracteriza porque las comunidades se encargan de la gestión de al menos un porcentaje de los beneficios económicos y del control de al menos una parte (Ruiz, 2008); ésta práctica brinda una esperanza de mejorar la calidad de vida las habitantes de las comunidades a nivel individual, familiar y grupal protegiendo los recursos naturales y revalorizando el aspecto cultural de la localidad (Rikuy, 2010); sirve para proyectar tanto la investigación relevante en el ámbito empresarial del estilo de vida como una concepción para examinar la relación entre la gestión organizacional y la calidad de vida percibida (López, Buhalis y Fyall, 2009); y también mediante el correcto funcionamiento de los proyectos estatales permiten lograr niveles de productividad que aseguran: calidad de vida, mayores oportunidades de acceso, desarrollo para todos los miembros de la sociedad, y un mantenimiento del medio ambiente (Pigou, 2011).

Los principales beneficios turísticos a la comunidad son los siguientes: mejor calidad de vida de las personas que habitan el lugar, protección de los recursos naturales, apreciación de las tradiciones y cultura, mayores oportunidades de entradas, desarrollo de la sociedad; la calidad de vida familiar y comunitaria se ven beneficiados con esta actividad económica a través de la generación de empleo y el nivel de ingresos, así como también influye en la revalorización de la cultura, los niveles de productividad y se analiza la relación entre las actividades empresariales y la calidad de vida percibida.

3.2.3 Marco legal del turismo comunitario en el Ecuador

Para el manejo y control de turismo comunitario existe el Art. 3, literal e) “El Estado reconoce la participación legítima de las comunidades indígenas, rurales, montubias, campesinos y afroecuatorianas en la prestación de servicios turísticos”. También el Ministerio de Turismo (MINTUR) en el Art. 12 dispone dar facilidades a las comunidades locales organizadas y capacitadas para el desarrollo del turismo. Por otra parte, el Art. 13 crea el Consejo Consultivo de Turismo, órgano asesor de la actividad turística del país y del MINTUR (Rodas, Ullauri Donoso y Sanmartín, 2015).

En el año 2009 el MINTUR expidió el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario (CTC), y en el año 2010, el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, sin embargo, Carlos Maldonado indica que “es un proceso burocrático(..)por tanto un riesgo de nuevas barreras para el ejercicio del turismo comunitario” (Bartholo, Sansolo y Bursztyn, 2009).

El COOTAD en el Art. 54 literal g), señala que dentro de las funciones de los GAD’s, está el “regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal promoviendo la creación y funcionamiento de (...) empresas comunitarias de turismo”.

3.2.4 Actividades y servicios turísticos

La administración del turismo implica varias actividades turísticas tales como la comercialización, transportación, hotelería, alimentación, infraestructuras y servicios (Palacios y Garay, 2016); que puede ser realizadas por personas naturales o jurídicas que perciban ingresos económicos de forma habitual por la prestación remunerada de dichos servicios (MinTur, 2008); dichas actividades dependen de los siguiente recursos turísticos: el producto turístico que es la sumatoria del atractivo turístico con los servicios turísticos con la infraestructura básica y con el conjunto de servicios urbanos de apoyo; los servicios turísticos como alimentación, entretenimiento, información turística, transporte, espacios de eventos; infraestructura básica incluye las vías de acceso, saneamiento básico, red de energía eléctrica, comunicación, señalización turística e iluminación pública; servicios urbanos como servicios bancarios, de salud, de transportes, de seguridad, etc. (Rodríguez J. M., 2015); la calidad de los productos turísticos se enmarcan dentro de los Cinco Pilares de gestión Turística que son: seguridad, calidad, conectividad, promoción y destinos/productos (Ministerio de Turismo, 2017), de la calidad de los destinos turísticos dependen la fidelización de los turistas, por ello es prioritario ofrecer una relación de calidad y precio que alcancen y superen las expectativas del mercado (Masaquiza Chango, 2017).

Cabe indicar que los productos turísticos aplicados a las condiciones de las comunidades y zonas rurales según el tipo de recurso que se usa son: Recursos Turísticos, que contienen a la naturaleza, la cultura, las principales ciudades, las rutas y turismo activo; Actividades que son gastronomía y rutas; Servicios básicos como el alojamiento y otros servicios como folletos y catálogos e imágenes (Henche, 2005).

Es necesario mencionar que la actividad turística depende del tipo de recurso que identifica al lugar. Así, por ejemplo: las instalaciones de los establecimientos (senderos, vías verdes, cañadas reales, etc.), el sistema de hostelería (hoteles, hostales, pensiones, balnearios, monasterios); servicio de restauración (restaurantes ambientado o temáticos), recursos naturales de la zona (áreas naturales protegidas, parajes naturales), recursos geológicos. Las actividades que realizan las personas en las comunidades referentes al turismo son: el alojamiento, servicios de alimentos y bebidas, transporte, y sitios patrimoniales y culturales. En cuanto a los productos y servicios que ofrecen los establecimientos turísticos están el alojamiento, alimentación, guías y caminatas turísticas, venta de recuerdos y productos tradicionales. (Tabla 1)

Tabla 1: Actividades y Productos Turísticos

Actividades turísticas	Productos Turísticos	Recurso Turístico
Alojamiento/Hospedaje	Hoteles, Hostales, Cabañas, pensiones	Recurso capital
Servicio de Restauración	Restaurante, comidas y bebidas	Recurso Natural
Servicio de Guía turística, caminatas, deportes	Senderos, vías verdes, cascadas	Recurso Natural-Humano
Comercialización	Venta de recuerdos, productos tradicionales	Recurso Natural-Cultural-Capital

Elaborado por: Vargas, A., (2017)

Fuente: (Palacios y Garay, 2016); (Henche, 2005)

3.2.5 Sostenibilidad en el Turismo

El desarrollo sostenible y la sostenibilidad suponen la combinación de metas económicas, ecológicas y sociales, como es satisfacer las necesidades básicas, protegiendo el medio ambiente y empoderando a la gente, teniendo a las comunidades locales como actores principales” (Holmberg, 1992), se requiere combinar dichas condiciones para que respalde la productividad y los ingresos de la actividad turística para las futuras generaciones (Palacios y Garay, 2016); además implica un aumento del bienestar en la generación actual que sea favorable a las necesidades de los miembros más pobres de la sociedad (Schul, 2002).

Fukao (2004) y Isabel Vidal Martínez (2014) señalan que para mantenerse a través del tiempo es necesario converger las distintas alternativas para lograr que, la diversidad de sujetos sociales, puedan acceder y disfrutar conscientemente de todos los recursos socioeconómicos y ambientales que provee el sistema; por otra parte, se debe tomar en cuenta el coste del nuevo producto o servicio, y la diferencia entre lo que va a costar y lo que estaba costando hasta el momento, es decir, la eficiencia de los nuevos procesos comparada con la de los procesos que se substituyen (García, y otros, 2013).

La sustentabilidad social solo se logra por medio de participación comunitaria sistemática y una sociedad civil firme. La cohesión social, la identidad cultural, la diversidad, la hermandad, el sentido comunitario, la tolerancia, el pluralismo, etc. Constituyen la parte del capital social que es menos sujeta a una medida rigurosa, pero que probablemente es la parte más importante de la sustentabilidad social (Lavandería, Leon y Vazquez, 2006)

El turismo comunitario tendría que contribuir con el desarrollo sostenible, combinándose el entorno cultural, natural y humano, respetando el equilibrio existente en los destinos turísticos y tomándose en cuenta los efectos que se producen sobre el patrimonio cultural, las actividades turísticas y los elementos tradicionales de las comunidades.

Dentro de la sostenibilidad es necesario mencionar algunas divisiones: la sostenibilidad ecológica en el sentido de que el ecosistema en uso mantiene a través del tiempo las características fundamentales en cuanto a componentes e interacciones en forma indefinida; sostenibilidad económica en el sentido de que el sistema en uso se produce una rentabilidad razonable y estable a través del tiempo para quien lo maneja, lo que hace atractivo continuar con dicho manejo en el tiempo; y sostenibilidad social, en el sentido de que el manejo y la organización son compatibles con los valores culturales y éticos del grupo involucrado y de la sociedad (equidad), lo que lo hace aceptable por esas comunidades u organizaciones y da continuidad al sistema en el tiempo” (Camino, 1993).

3.2 IMPACTO ECONÓMICO

3.2.1 Concepto

La Economía es una ciencia social que busca descubrir cómo trabaja el mundo económico mediante dos aseveraciones: “Lo que es y lo que debe ser” (Parkin, 2009); se refiere al esfuerzo, trabajo o laboriosidad que sea susceptible de valoración (Sotelo, Pérez y Quiroga, 2011) también se encarga del estudio de la gestión de los escasos recursos con el fin de producir distintos bienes y servicios y distribuirlos para su consumo entre la sociedad (Ponce, Durán y Carral, 2016), de esta forma los recursos económicos (medios materiales o inmateriales) permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo.

Los estudios de impacto económico generalmente están diseñados para producir estimaciones cuantitativas de los efectos o cambios en la economía local que resultan de un estímulo (positivo o negativo) para un segmento particular de la economía (Davis, 1990); sirven para medir la repercusión y los beneficios de inversiones en infraestructuras, organización de eventos, así como de cualquier otra actividad susceptible de generar un impacto socioeconómico, incluyendo cambios legislativos y regulatorios (PwC, 2012); estudian también los efectos sobre la actividad económica en un área determinada como pueden ser: el volumen de ventas, el valor agregado, la riqueza, la renta personal y el empleo. Cualquiera de estas medidas, pueden ser catalogadas como un indicador de progreso en el bienestar económico de un país (Weisbrod y Weisbrod, 1997).

El crecimiento económico no supone la eliminación de la escasez ni la inexistencia del costo de oportunidad, pero aumenta el estilo de vida, este cambio se relaciona con el cambio tecnológico y la acumulación de capital (Parkin, 2009).

Finalmente, el impacto económico mide la repercusión y/o beneficios producidos por alguna inversión realizada sobre los recursos económicos en la creación de distintos bienes y servicios que, por su escasa producción tienen un valor económico y sobre la división de los resultados obtenidos de la comercialización de dichos bienes y servicios entre toda la sociedad, ya sea positiva o negativamente. Así por ejemplo un alto nivel de desempleo puede tener un impacto económico negativo muy alto.

Para Parkin (2009) los recursos económicos utilizados por las empresas para producir un bien o servicio se clasifican en: tierra, capital y trabajo.; la tierra retribuye renta, el trabajo retribuye salarios y el capital retribuye intereses y las habilidades retribuye utilidades (Montero, 2016); así mismo (Bennasar, 2004) los denomina como: Recursos naturales, recursos humanos y capital.

A más del capital, la tierra y el trabajo como factores de la economía Ponce, Durán, y Carral (2016) señala a la tecnología en conjunto con la ciencia como un cuarto factor de producción considerado así desde finales del siglo XX.

3.2.2 Impacto del turismo comunitario

El impacto económico mide el impacto en cada uno de sus miembros y en los sistemas económicos a nivel global, nacional y local (Mareddy, 2007). Para el caso del turismo comunitario encontramos los siguientes efectos:

- **Impacto Directo:** Se producen a través de la interacción directa de una actividad con un componente social, ambiental y económico. Algunos impactos directos que ocasiona el turismo comunitario son: empleo directo, mejor calidad de vida, mayores ingresos, mayor conocimiento cultural y ambiental Perona et al. (2016). Los indicadores económicos para impactos directos se plantean para: medir los flujos monetarios, los productos y empleos generados intencionalmente en el sector donde se desarrolle la inversión y el gasto de la infraestructura.
- **Impacto Indirectos:** Son los que tienen lugar a través de la cadena de relaciones intersectoriales que se originan a partir del impacto directo (Hernández R. , 2004), es decir los que ocasiona la Organización por sus actividades, pero sin estar bajo el control de ésta, los efectos indirectos del turismo se producen en la demanda de servicios como transporte, ocio, cultura, etc. por parte del turista extranjero Cantore et al., (2016).
Para conocer este efecto es necesario analizar lo que el turismo comunitario causa en los oferentes y demandantes que no son participes del turismo pero que resultan vinculados a la actividad turística por otra razón.
- **Impacto Inducidos:** Se relaciona con la producción y el empleo generado gracias al gasto de los ingresos generados por el empleo directo e indirecto Vayá et al., (2016).

Estos efectos pueden presentarse en la dependencia de la comunidad de la organización, habilidad de organización para atraer inversión a la región y localización de proveedores. Para conocer el impacto totalmente es necesario medir el impacto económico, social, fiscal y medioambiental.

Particularmente en el ámbito social, el turismo comunitario fortalece el nivel organizativo, promueve la integración de los miembros de la comunidad, el autoestima, cooperación y respeto a la vida; sin embargo, aunque la FEPTCE tiene incidencia política en la economía popular y solidaria del país, no ha logrado “alcanzar presupuestos que demanda el turismo comunitario para infraestructura turística y mejora en la calidad de servicios” (Roux, 2013).

3.2.3 Medición del impacto económico del turismo

Desde el punto de vista económico el turismo es una actividad que incide en el desarrollo, en la balanza de pagos, en la distribución de la renta, en el nivel de empleo, en el Producto Interno Bruto y sobre las economías de las regiones (Vásquez-Bermúdez, Gonzalez-Limón, y Aracil-Fernández, 2009); la evaluación de la actividad turística presenta algunos inconvenientes de conceptualización, delimitación y cuantificación que otros sectores. Por esta razón no existe una definición y valoración de las macro magnitudes turísticas básicas como la inversión, consumo turístico, etc. (Gómez, 2015); sin embargo una percepción enfocada al análisis económico considera factores como la generación de empleo local y en la ecología (Fayos-Solá, Álvarez, y Cooper, 2014).

La relación existente entre las cuentas nacionales, la balanza de pagos y las cuentas satélites del turismo es lo que permite cuantificar el alcance económico de la demanda turística internacional (consumo turístico emisor y receptor) a través de los siguientes indicadores: Indicadores sobre equilibrios macroeconómicos, indicadores de producción, indicadores de consumo y precios, indicadores de empleo, salarios e inversión.

Las estimaciones del empleo rara vez captan los efectos netos del empleo por cuenta propia o la economía informal, especialmente en los países en desarrollo donde los datos fiables y completos son escasos (Cantore et al., 2017), en cuanto a la inversión es necesario medir los beneficio de un programa desde una perspectiva financiera para

estimar la rentabilidad de la inversión a través del cálculo del ROI (valor de retorno por cada dólar invertido en función de costes y beneficios) (Meza-Bolaños, Compañ-Rosique, y Satorre-Cuerda, 2016); así mismo el gasto turístico se ve relacionado con el gasto promedio del visitante que llega a cada comunidad (Cruz y Nicolás, 2017).

En el tercer trimestre del 2016 el Turismo en Ecuador representó el 2,1% del PIB nacional y se ubica en el tercer rubro de las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón (MinTur, 2016). Por este motivo el Ministerio de Turismo implementó la Cuenta Satélite del Turismo (CST). Ecuador en uno de los 60 países en el mundo en contar con esta herramienta de un total de 156 países miembros de la OMT.

Entre los principales resultados de la misma se resalta el aporte directo del turismo de aproximadamente 2% a la economía nacional. Adicionalmente, el sector ha crecido en los últimos años en 5,48% en la Tasa Anual de Crecimiento Compuesto (TACC). Esta cifra es mayor al crecimiento nacional promedio (4,68%), constatando que el sector turismo ha sido uno de los dinamizadores de la economía ecuatoriana. Adicional a esto el incremento del gasto de los visitantes no residentes en el país (9,44%), el cual es mayor en 2,27 puntos porcentuales al incremento del gasto de los residentes del país en el exterior resultando así una balanza turística positiva (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

No existen cifras que reflejen el beneficio económico del turismo comunitario, pero existe abundante evidencia de los beneficios sociales con sus prácticas democráticas y solidarias para el bienestar equitativos de los miembros de la comunidad y el uso sostenible de los recursos culturales y naturales intrínsecos a las comunidades (Rodas, Ullauri Donoso y Sanmartín, 2015).

Para la evaluación del impacto económico es necesario conocer los modelos económicos. Un modelo económico es una descripción de algún aspecto del entorno económico que se centra únicamente aquellas características del mundo necesarias para efectuar el propósito que se persigue (Parkin, 2009), es decir, son visiones simplificadas de la realidad económica para analizar el funcionamiento de un país, para ello se ocupan variables económicas específicas. Existen dos grandes grupos de

métodos cuantitativos: los modelos causales y los modelos de series temporales univariantes (Borrás, Belda y Pérez, 2016).

El impacto económico del turismo se puede medir mediante modelos econométricos (Alcázar y Quiróz, 1996) usados para el estudio de las relaciones estructurales desde una investigación teórica entre las variables (Choque, 2014), modelos de series temporales basados en una historia estadística sobre las series de tiempo (Modelos ARIMA), modelos de demanda turística, modelos gravitatorios para analizar el comportamiento de los mercados turísticos en base a la intensidad y dirección de los flujos (Borrás, Belda, y Pérez, 2016); modelo experimental a través de la contribución de un grupo de tratamiento y uno de control (Zuñiga, Ramírez y Valdebenito, 2010), el análisis de insumo-producto (IOA) es la técnica económica de arriba hacia abajo que analiza transacciones monetarias pero de varios sectores económicos (Vale y Stoyanov, 2017); la metodología input-output, suma el efecto directo, efecto indirecto efecto inducido (Vayá et al., 2016).

De acuerdo a normas internacionales y metodológicas propuestas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) tenemos a la Cuenta Satélite del Turismo, como herramienta de caracterización que permite medir el impacto de la actividad turística a nivel nacional (Iberico, Nuñez-Zeballos, Delgado, y Fuentes, 2015), no obstante, el modelo de costo-beneficio ofrece directrices para la evaluación de las decisiones gubernamentales en áreas como las políticas fiscales, comerciales o de ingresos (Meli et al., 2017) a nivel macroeconómico permite estudiar las interacciones de las variables macroeconómicas que generan un beneficio o un costo (González Román, 2017).

3.2.4 Modelo de Análisis Beneficio - Costo

El objetivo de este modelo es proporcionar un procedimiento que permita evaluar las decisiones en términos de consecuencias (Drèze y Stern, 1987), es decir, evalúa monetariamente las corrientes de beneficios netos y los costes. Examina si los beneficios totales exceden y cuál es su incidencia en la sociedad (Sotelo, Pérez, y Quiroga, 2011).

En el presente estudio el modelo citado consiste en la evaluación de los beneficios netos obtenidos de la oferta del turismo comunitario en la Provincia Tungurahua desde una perspectiva económica sostenible. La relación beneficio – costo nace con la

finalidad de evaluar el peso del turismo comunitario como fuente de desarrollo económico en dichos lugares y la medida del impacto que generan los establecimientos turísticos en términos monetarios.

El modelo de Beneficio - Costo consiste en decidir si la inversión del dinero supera los costos, es decir, mayores beneficios al menor costo (Zúñiga, 2017), es necesario definir un beneficio o coste como una ventaja (desventaja) que afecta a unos agentes determinados durante un periodo de tiempo definido (Sotelo, Pérez y Quiroga, 2011); sin embargo, el beneficio económico es la utilidad que ciertos individuos o la sociedad podrían obtener al explotar un recurso (Millán, 2016), a su vez en el ámbito económico el beneficio resulta de la diferencia entre ingresos y los costes dados en una actividad económica. Generación de riqueza de un país o región particular (González, Francisco y Foster, 2002).

Con base en la teoría económica Samuelson y Nordhaus (2009), la rentabilidad se estima con $CT = P_x * X$, donde CT son los costos totales de producción, P_x es el precio del insumo o actividad y X la actividad o insumo; $IT = P_y Y$, donde IT son los ingresos totales, P_y es el precio del producto y Y el rendimiento. La utilidad bruta es la diferencia entre los ingresos totales y los costos totales de producción. Como indicador económico de rentabilidad se utilizó el beneficio-costo, el cual indica, los beneficios obtenidos por cada peso invertido en la producción mediante la expresión: $B/C = IT/CT$ (Terrones y Sánchez, 2011; Ugalde-Acosta, Tosquy-Valle, López-Salinas, y Francisco-Nicolás, 2011). (Díaz-Franco, Alejandro-Allende, y Ortiz-Cháirez, 2017).

Los parámetros de ingresos son: el precio de venta promedio por turista en cada local o gasto turístico, la cantidad de turistas o consumidores del servicio al mes en cada local y los parámetros de costos: los valores del costo de establecimiento (arriendo), costos de los insumos o mercadería (Sánchez-Pineda y Ramirez-Torres, 2017).

Para determinar el beneficio económico se requieren las siguientes variables: Costo de la inversión (Arrendamiento, suministros, empleados, pagos al seguro social de los empleados), precio final del bien producido o margen de beneficio unitario y el volumen de ventas.

Según la dependencia y cualidad en la empresa los Costos se dividen en: Costos de Producción, Costos Operacionales, Costos de Oportunidad, Costos implícitos, Costos Ociosos. (Rincón y Vásquez, 2016)

- **Costos de Producción:** Son las inversiones destinadas a la realización de un producto o servicio, para su venta en el giro ordinario del negocio de la empresa. Los costos de producción constan de los siguientes elementos: Materia prima directa, Mano de Obra Directa, Servicios Directos y Costos Indirectos de fabricación.
- **Costos Operacionales:** Son las inversiones necesarias para la socialización de la empresa y los productos. Dentro de estos tenemos los gastos administrativos y los gastos de venta.
- **Costos de Oportunidad:** Es la diferencia negativa entre los beneficios percibidos entre el sacrificio sobre varias alternativas. Son los beneficios que se deja de percibir o los gastos que se empiezan a generar por asumir un sacrificio económico sobre otras oportunidades.
- **Costos Implícitos:** Es el valor de las inversiones que se destina a la realización de su negocio, el cálculo de esta inversión no se da en parámetros monetarios, pero tiene un costo de oportunidad. Estos costos no son tomados en cuenta para el cálculo de los beneficios reales por no tener una representación monetaria.
- **Costos Ociosos:** Son los consumos de bienes que no le dan valor agregado a la empresa, o bien procesos que no alcanzan a tener retribución futura o esta es menor a la inversión presente.

La suma de aquellos costos monetarios que se dan durante la producción de un bien o servicio turístico ya sea en los recursos económicos tierra, capital y recursos humanos dan como resultado el costo total. Algunos de estos costos son: de mano de obra aquellos que implica el capital humano para la producción de bienes o servicios en los locales turísticos (Domínguez, et al., 2014), los costos de inversión realizados en las instalaciones para el correcto funcionamiento (Ponce Corral, et al., 2017), los costos de operación y de mantenimiento (Quirumbay, Alexander, y Robles-Vasquez, 2017)

Las variables que se ha utilizado para la realización del modelo son:

- **Personal empleado:** Variable que indica el n° total de empleados que posee el local para el cálculo del costo del recurso humano, además de medir cantidad de plazas de trabajo generados.
- **N° de turistas que consumen en el establecimiento:** Cantidad de visitantes que atiende cada local.
- **Gasto promedio por turista:** Rubro necesario para el cálculo del ingreso del establecimiento turístico
- **Costos variables:** son aquellos costos que varían, en su monto total, en proporción directa a los cambios en los niveles de actividad. Un buen ejemplo de costos variables son los materiales directos.
- **Costos Fijos:** son todos aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud, independiente de los cambios en el nivel de actividad.

Tabla 2: Construcción del modelo

Beneficio económico	Ingresos-Costos	Es la utilidad generada después de haberse descontado los gastos de elaboración.
Beneficio Bruto= Precio*Cantidad de venta	Beneficio bruto	Son las ganancias antes de haber deducidos los gastos de su elaboración.
Beneficio Neto	Beneficio Bruto – Costo Total	Es el resultado de la diferencia entre lo invertido y lo ganado o perdido durante un lapso de tiempo.
Costo Total	Costos variables + Costos Fijos	Es la sumatoria de los costos variables y los costos fijos
Utilidad	Los ingresos – inversiones realizadas Ingresos – Costos = Utilidad	La utilidad es el excedente o beneficio neto que dejó la inversión.
Relación Costo- Beneficio	Beneficio / Costo	Beneficio o cantidad máxima descontado el Costo de todos los recursos a ocuparse por dicho producto o servicio.
Regla de Decisión	B/C= \$1 unidades monetarias por cada dólar invertido	

Elaborado por: (Vargas, A., 2017)

Fuente: (Díaz-Franco, Alejandro-Allende y Ortiz-Cháirez, 2017)

4. METODOLOGÍA

4.1 Paradigma de Investigación

El término paradigma significa el modo en que se divisa al mundo a través de reglas que establecen fronteras de comportamiento (Godínez, 2013); es una concepción general del objeto o problema de estudio y de los métodos a emplearse en la investigación, su forma de explicar, interpretar o comprender los resultados obtenidos (Kuhn, 1975), el investigador lo utiliza para revelar los fenómenos sociales dentro de su contexto apoyándose en sistemas filosóficos acompañados de un sistema de investigación para su operacionalización (Gialdino, 1997).

La investigación del turismo comunitario y su impacto económico se enmarca en el paradigma positivista también llamado empírico-analítico por operar su información mediante el sistema de investigación Hipotético-Deductivo.

El positivismo es una huella positiva del perfeccionamiento de los métodos empíricos y estadísticos para la obtención y análisis de la información; se sirvió de las matemáticas para perfeccionar los sistemas estadísticos, los cuales poseen un gran potencial en la identificación de tendencias sociales, estados de opinión o para el diagnóstico de los procesos económicos y políticos de cualquier nación o grupo social (González y Alegría, 2014). Utiliza la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación y comprobar la hipótesis, a través de la medición numérica, frecuencias estadísticas para establecer patrones de comportamiento en una población (Hernández, Fernández, y Baptista, 2003).

El paradigma positivista considera al mundo social como el natural, está dirigido o gobernado por leyes que pueden investigarse mediante la observación sistemática y la experimentación. La reiteración positivista en la cuantificación y generalización ha conseguido crear una imagen del individuo como sometido a fuerzas externas que limitan su carácter único y hacen que sus acciones sean realizables (Aguana, Campos, Malaver, Martínez, y Sequea, 2013).

4.2 Enfoque de Investigación

El Enfoque cuantitativo se compara con los pasos de método científico, para comprobar la hipótesis; se requiere de la definición del problema en relación a un

contexto determinado mediante un proceso sistemático para la obtención eficaz de la información para la toma de decisiones estratégicas, se caracteriza por el uso de diseños concluyentes, cobertura y representatividad estadística mediante muestreos, la medición de variables y el análisis de datos, su objetividad y capacidad de formular conclusiones (Díaz Pelayo y Cavazos Arroyo, 2015).

Por lo tanto, este enfoque es el idóneo para esta investigación pues el turismo comunitario es de carácter social mientras y el impacto económico se basa en datos estadísticos. Para poder descifrar la verdad de un fenómeno es necesario conocer todos los aspectos que se dan a su alrededor como en este caso son: la afluencia de turistas, los lugares turísticos, las actividades y los servicios que se ofertan, los precios, etc.

4.3 Tipo de Investigación

La investigación Descriptiva es un tipo de investigación relacionada al nivel de conocimientos (Cairampoma, 2015), generados a través del estudio de las características y propiedades de un objeto o grupo focal que es sometido a un análisis exhaustivo para obtener los conocimientos suficientes sobre el tema de estudio (Morales F. , 2012). Comprende la descripción, análisis e interpretación de los hechos actuales, y la composición de los fenómenos, incluye las siguientes etapas: Descripción del problema, definición y formulación de hipótesis, supuestos en que se basan las hipótesis, marco teórico, selección de técnicas de recolección de datos: a) población, b) muestra., categorías de datos a fin de facilitar relaciones, verificación de validez de instrumentos, descripción, análisis e interpretación de datos. (Tamayo y Tamayo, 2004)

Dentro de esta investigación se describió el problema, sus causas y efectos sustentados dentro de un marco teórico, para la aplicación del modelo económico es necesario el uso de técnicas de recolección de datos calculadas por muestreo de una población que abarca el segmento a estudiarse en este caso Tungurahua, luego de la respectiva validación de los instrumentos se procede a su aplicación para su posterior análisis e interpretación de los datos obtenidos en la investigación, generando los respectivos resultados.

4.4 Modalidad de Investigación

Bibliográfica:

La revisión de tipo bibliográfica y documental comprende puntos clave para la elaboración del marco teórico ya que permite delimitar con mayor precisión el objeto en estudio y verificar su estado en el entorno, además que ayuda a definir su importancia al estudiarlo (Rodríguez y Valldeoriola, 2009), el análisis del pensamiento de los distintos autores permitió recabar la suficiente información para describir la problemática y sustento teórico del proyecto.

De campo:

Permite obtener nuevos conocimientos en el campo o a su vez diagnosticar necesidades y problemas a fin de aplicar los conocimientos en la práctica (Paz, 2014). Poniéndose así en contacto con los actores sociales que se busca dentro de un área social determinada

Transversal:

Comparar los niveles de aprovechamiento de los alumnos de primero, segundo y tercero de primaria de una escuela en el último ciclo escolar es un ejemplo de ello (Ramírez R. H., 2017); de esta forma los estudios de incidencia, y encuestas puesto facilita el análisis de la relación entre un conjunto de variables en un punto del tiempo; puede abarcar varios grupos de personas, objetos o indicadores.

4.5 Población

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros" (López P. L., 2004).

La lista de los programas de turismo comunitario que se ofrecen para ese mercado de 10.000 turistas en el país es bastante larga; solo en la FEPTCE están registradas 101 comunidades con programas en diferentes etapas de implementación, 16 comunidades en la Costa, 33 en la Amazonía y 52 en la Sierra (FEPTCE 2010). En otro portal de turismo comunitario, de la Redturs (Red de Turismo Comunitario de América Latina), se presenta una lista de 52 comunidades, muchas de las cuales no están incluidas en la

lista de la FEPTCE (Redturs 2010) citado en (De la Torre, 2010). Según el catastro de establecimientos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (2014) en Tungurahua existe un centro de turismo comunitario.

Debido a la inexistencia de un registro oficial del turismo comunitario en la Provincia Tungurahua, se considera como población de estudio al referente que existe, es decir la cantidad de establecimientos turísticos de alojamiento, comidas y bebidas, termas y balnearios, centros de recreación registrados en la Provincia que según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2016) suman un total de 1508 establecimientos distribuidos en sus 9 cantones (Ambato, Baños, Cevallos, Mocha, Patate, Quero, Pelileo, Píllaro y Tisaleo) de estos se tomarán las parroquias rurales y comunidades que ofertan servicios relacionados a la actividad turística.

4.6 Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población al que se le aplicará la investigación; es una parte representativa de la población. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros (López P. L., 2004).

La muestra se tomó bajo características de turismo comunitario, es decir que están en zonas rurales, que posean uso de recursos naturales, culturales y sociales. De modo que se asegura representatividad del turismo comunitario.

Cálculo de la muestra a partir de la siguiente formula:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)e^2 + z^2pq}$$

Donde:

n = muestra

N = población = 1508 (# total de establecimientos)

z = 1.96 (Para un nivel de confianza del 95%)

p, q = 0.50

e = 0.07 (nivel de error)

Obteniendo:

$$n = \frac{1508(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(1508 - 1)0.07^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{1448,28}{8,3447}$$

$$n = 173,56 = 174 \text{ Establecimientos turísticos}$$

Se realizarán 174 encuestas para los proveedores de estos servicios turísticos en los cantones de la provincia para la obtención de la información de las variables en estudio. Es necesario destacar que dentro del Cantón Ambato se las realizó en las parroquias rurales como son: Pinllo, Pilahuín, Atahualpa, Pasa, Quisapincha, Santa Rosa, Martínez y Ambatillo; así mismo en parroquias rurales Runtún, Pondoá, Iluchi y Juive del Cantón Baños por el amplio número de locales, en el resto de Cantones se realizó a todos los establecimientos existentes, por ser un número reducido.

4.7 Recopilación de Información

4.7.1 Instrumento

La encuesta es un instrumento de recolección de información lleno de preguntas mediante las cuales el sujeto encuestado proporciona la información sobre sí mismo y/o sobre el entorno (González, Calleja, López, Padrino y Puebla, 2010).

Para el diseño del instrumento se debe tomar en cuenta:

- El objetivo de la investigación
- Las características del informante.
- El tiempo disponible para efectuar la recolección.

Este instrumento se las realiza a varios proveedores de servicios turísticos de los 9 Cantones de la Provincia Tungurahua a través de un cuestionario con 7 preguntas de selección múltiple y 8 preguntas abiertas que se aplica en las zonas rurales de la Provincia.

Las preguntas fueron estructuradas a partir del modelo de medición Beneficio - Costo, cuyos elementos constan en la tabla 2, por tal motivo a partir de una teoría ya existente no requiere de validación el instrumento de recolección de información, pues sus elementos, relación y consistencia están demostrados dentro de la teoría del modelo seleccionado.

4.8 Proceso de Recolección de Datos

La recolección de datos es uno de los procesos más exhaustivos e importantes de la investigación pues requiere del diseño adecuado del instrumento que permite obtener la mayor cantidad y calidad de información posible y necesaria para resolver el problema de investigación (Morales Pérez, et al., 2017).

Para Johson y Kuby (2012), los pasos para la recolección de datos son:

1. Definir los objetivos de estudio
2. Definir la variable y la población de interés
3. Definir como recolectar los datos y los esquemas de medición de datos
4. Recolección de la muestra, seleccionar los sujetos a muestrear y recolectar datos.
(Previo aplicación de encuestas piloto a empresas de la base de empresas registradas en el ministerio de turismo, corrección y mejoramiento de las encuestas para su aplicación total)
5. Revisar el proceso de muestreo al completar la recolección

5. RESULTADOS

5.1 CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO COMUNITARIO

Dentro de las características del turismo en las comunidades de la Provincia Tungurahua se consideran los establecimientos turísticos registrados en la base de datos del Ministerio de Turismo, de sus 9 cantones, detallando las principales modalidades de turismo y las actividades turísticas anteriormente descritas.

5.1.1 Principales modalidades de turismo

Existe una gran diversificación del turismo por las múltiples motivaciones de las personas para realizar un viaje ya sea por visitar a familiares, por descanso o diversión, por trabajo, etc. (Kravets y Camargo, 2008).

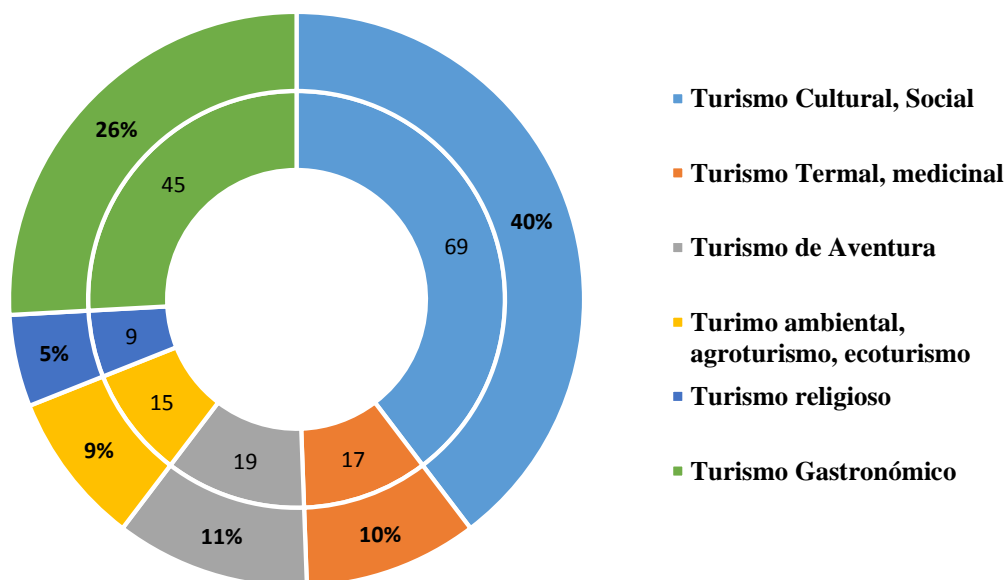


Figura 7: Modalidades de Turismo aplicados en los C.T.C.

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

El 40% de los negocios se dedican al turismo cultural y social; seguida por el Turismo gastronómico con el 26%; a estos tipos de turismo se los puede considerar los más importantes dentro del turismo comunitario de Tungurahua. El turismo de aventura, ambiental, religioso, termal y de salud en conjunto representan el 34%, (Masaquiza Chango, 2017) señala a Baños como el principal promotor de estos turismos. Dentro

del turismo comunitario existe mayor oferta en lo cultural puesto que los visitantes desean conocer las características autóctonas de la provincia, y las particularidades de la vida de sus habitantes expresados a través de la gastronomía: como señala (Kravets y Camargo, 2008) el interés de las personas por la historia y la cultura motiva el desarrollo de museos, la gastronomía y las artesanías que representen la identidad a fin de incrementar la demanda del turismo interno, en su mayoría estos visitantes son personas que han migrado o familia de inmigrantes que llenos de nostalgia están en busca de sus raíces.

5.1.2 Localización geográfica

Para conocer la cantidad de aceptación de cada uno de los cantones por parte de los turistas se han elegido dos criterios: el porcentaje de establecimientos que existen en cada cantón y la cantidad de turistas que visitan el establecimiento turístico al mes.

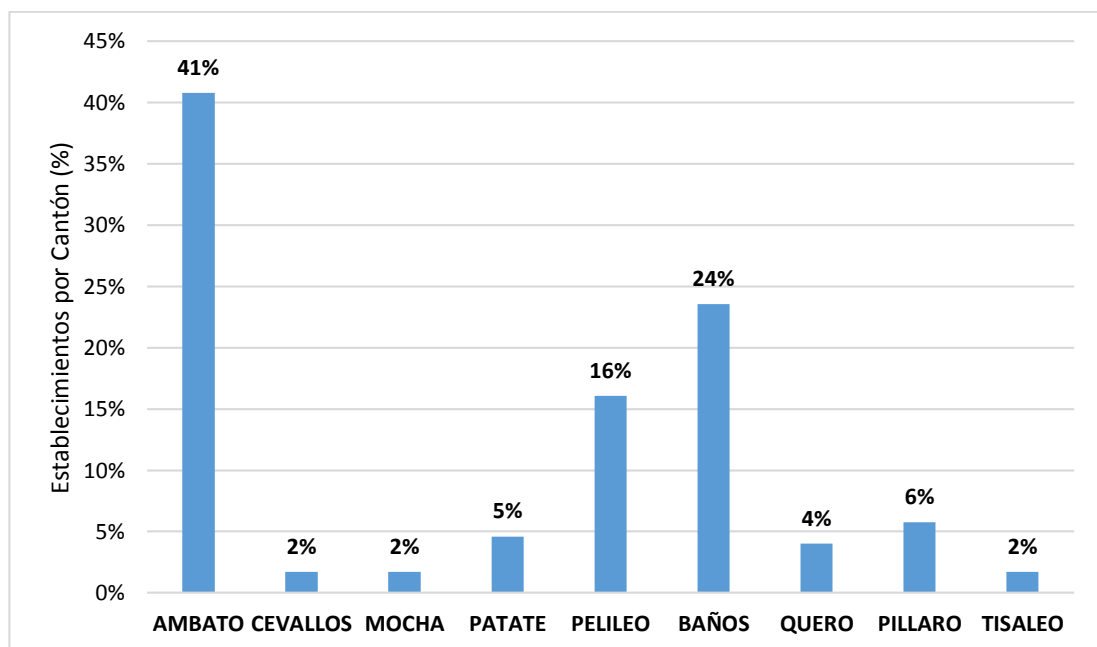


Figura 8: Localización de los establecimientos a nivel Cantonal

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

Los lugares con mayor presencia de locales destinados al sector turístico de la Provincia Tungurahua son los cantones de Ambato y Baños con el 41% y 24% respectivamente, seguidos por Pelileo con el 16%; los demás cantones de la Provincia tienen una participación menor al 10%. La gráfica señala a Ambato y Baños como principal destino turístico comunitario pues Ambato a más de ser el cantón con mayor

densidad poblacional 329.856 (INEC, 2010) y mayor extensión de tierra de la Provincia Tungurahua goza de una impresionante riqueza cultural, ancestral y culturas étnicas tales como: Chibuleo, Kisapinchas, Salasakas, Tomabelas (La Hora, 2015); Baños por su parte, con 20.018 habitantes (INEC, 2010) tiene como principal actividad económica al turismo receptivo, a la vez que obtuvo el galardón “Un Regalo para la Tierra” otorgado por la WWF (GAD Baños de Agua Santa, 2013). Hay que mencionar también que, de los cantones con menor acogida turística como Quero, Tisaleo, Mocha y Cevallos están enfocados a la producción agrícola y ganadera (Guerrero, Lusero, y Sarauz, 2015).

5.1.3 Principal servicio turístico aplicado en el Turismo Comunitario

Los empresas crean la actividad económica dependiendo de los recursos turísticos, los cuales pueden ser naturales, culturales o gastronómicos, produciendo de esta forma un bien como el alojamiento, guías turísticas, caminatas, etc. (Henche, 2005).

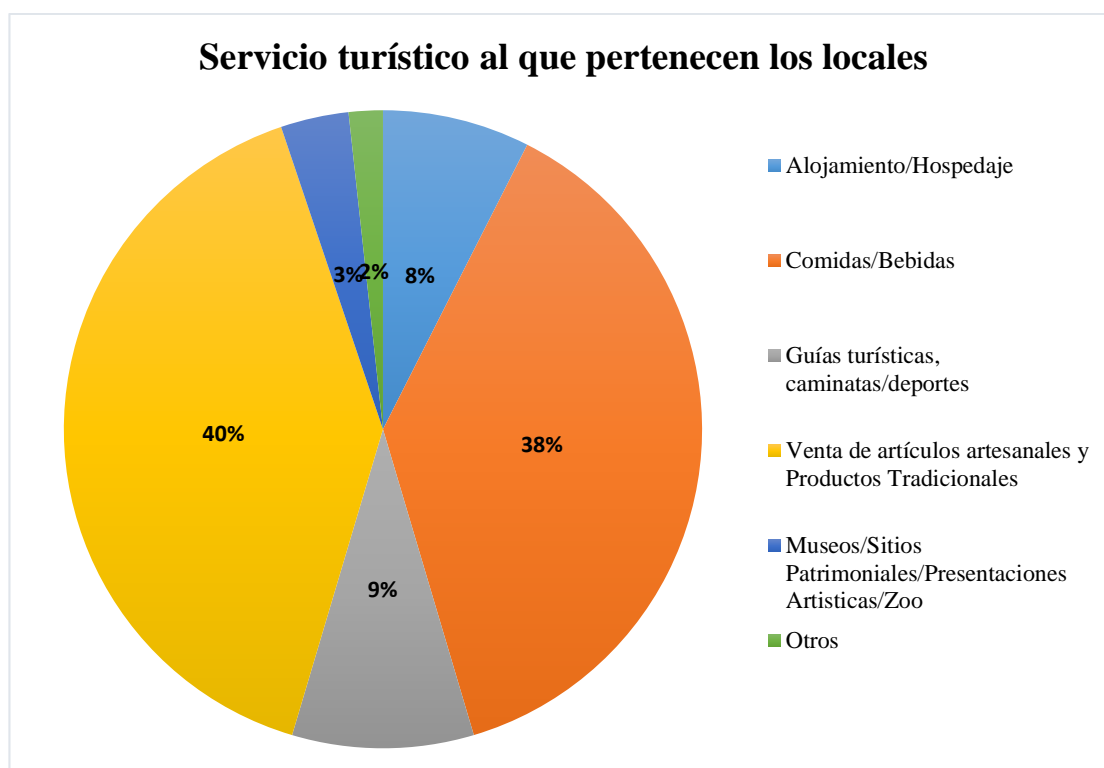


Figura 9: Establecimientos encuestados dedicados a los Servicios Turísticos en las Comunidades de la Provincia de Tungurahua
Elaborado por: (Vargas A, 2017)
Fuente: Encuesta aplicada

El grupo más importante en el sector turístico comunitario es el dedicado a la producción y venta de productos artesanales, con el 40% de aceptación, la oferta de servicios turísticos en el sector comunitario se concentra en la venta de estos bienes que satisfacen la búsqueda de la identidad cultural mientras que el servicio de alimentación se convierte en una motivación importante de viaje con el 38% pues a más de abastecer las necesidades fisiológicas del visitante (Jakša, 2017) las comunidades tienen platos típicos representativos de cada región; por otro lado las actividades deportivas, intermediación y recreación, alojamiento/hospedaje, museos/sitios patrimoniales/presentaciones artísticas, y demás presentan valores inferiores al 10% debido a la fuerte inversión y poca difusión.

5.2 DEMANDA TURÍSTICA

Para comprender la demanda turística de las comunidades se ha tomado en relación los días que funcionan normalmente los establecimientos y los días que presentan mayor afluencia de turistas. Además de los precios de los servicios y la cantidad de productos demandados por el turismo. (Zamora, Barril, y Benavides, 2009).

5.2.1 Días de mayor afluencia turística

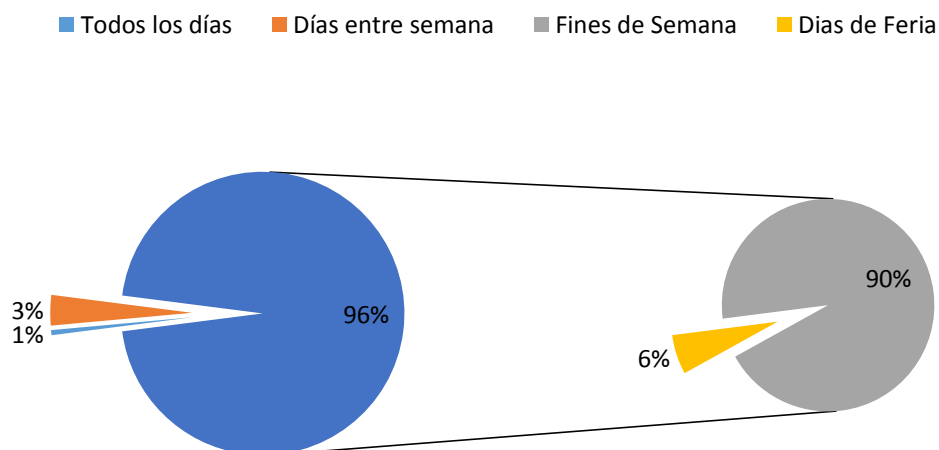


Figura 10: Días de mayor afluencia turística

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

La mayor demanda de turistas a los locales turísticos en las comunidades de Tungurahua se da los fines de semana con el 90% del flujo total, únicamente un 1%

asegura tener clientes todos los días en igual o similar proporción. La demanda de turismo comunitario se concentra los días viernes, sábados y domingos produciéndose el llamado efecto festivo y fin de semana (Ramírez V. , 2016), al ser una actividad de descanso está directamente influenciada por los días en que los turistas no tienen obligaciones laborales puesto que entre semana los visitantes no se encuentran en posibilidad de realizar este tipo de actividades. Este dato sirve para una futura planificación y proyección de programas turísticos en las comunidades.

5.2.2 Eficacia de los locales turísticos con relación a los días de atención

El indicador de eficacia evalúa si los resultados alcanzados se acoplan a los previstos en el inicio y la relación que existe entre el resultado final o intermedio y los efectos procedentes de la acción realizada (Guzmán, 2003); (Giraldo y Moreno, 2016). De esta forma se obtuvo el nivel de eficacia que se produce en las empresas de acuerdo a los días de atención de los locales y los días de afluencia turística.

$$eficacia = \frac{\text{resultados obtenidos}}{\text{acciones realizadas}}$$

$$eficacia = \frac{\text{días de mayor afluencia de turistas}}{\text{total de días de atención del local}}$$

Tabla 3: Eficacia de los días de funcionamiento de los locales

Frecuencia	Días habituales de atención	Días de mayor afluencia	Eficacia
Todos los días	114	1	0,88
Días entre semana	9	6	66,67
Fines de Semana	32	156	487,50
Días de Feria	18	10	55,56

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

El comportamiento atípico que tiene los negocios turísticos producto del efecto festivo y fin de semana dan como resultado una relación inversamente proporcional pues los locales que atienden todos los días tienen una eficacia mínima del 0.9% mientras que los locales que atendieron únicamente los fines de semana presentaron una eficacia máxima de 487,5% demostrando así que la mayor aglomeración de visitantes se da los

fin de semana convirtiéndolos en los días más productivos del sector turístico. El hecho de atender todos los días no significa que todos los días vaya a ver clientes no obstante representa una mayor inversión por los costos de funcionamiento necesarios. El promedio de turistas en día festivos y fines de semana es de 64 turistas al día, pero esta cantidad varía de acuerdo al rubro económico del local.

5.3 INGRESOS DEL TURISMO COMUNITARIO

La producción de un beneficio consiste en observar si ha aumentado (disminuido) la cantidad de riqueza. (Sotelo, Pérez, y Quiroga, 2011). Al momento de hablar del beneficio económico del turismo comunitario estamos hablando de la riqueza monetaria o material que se está produciendo en esos sectores ya sea por servicios como el Alojamiento, alimentación, guías turísticas, venta de productos tradicionales o por la visita a sitios patrimoniales independientemente del tipo de turismo que se realice en la localidad. Los ingresos son los beneficios totales que resultan en contraprestación de las inversiones realizadas (Rincón y Vásquez, 2016).

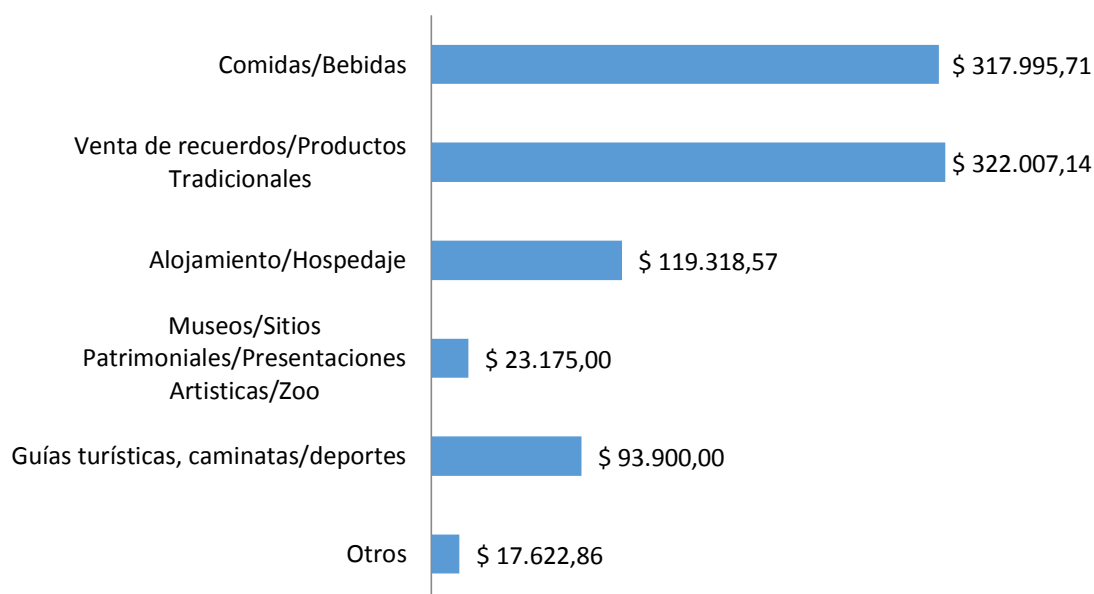


Figura 11: Ingresos mensuales de los locales encuestados

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

Gracias a la afluencia de los turistas y al gasto que cada uno de estos realiza en cada rama económica se obtuvo un ingreso total mensual de \$885.447,86 entre todos los servicios turísticos, siendo la venta recuerdos y productos tradicionales la que más

beneficios económicos aportó con \$ 322,007.14, lo cual es directamente proporcional al número de establecimientos dedicados a esta actividad pues representa el 40%; seguido del servicio de alimentación con un aporte de \$ 317,995.71 debido a que satisface una necesidad primaria como es la alimentación y todas las personas que viajan requieren consumir sus productos y por el servicio de alojamiento y hospedaje con \$ 119,318.57. Por otro lado, las actividades menos conocidas “otros” con \$ 17,622.86 generan menor demanda por parte de los turistas, lo que se traduce en menores ingresos.

5.4 COSTOS DEL TURISMO COMUNITARIO

Los costos son las inversiones que se ejecutan con la expectativa de alcanzar beneficios presentes y futuros (Rincón y Vásquez, 2016); los costos que se analizaron en esta investigación son los Costos de producción del servicio y los costos operacionales necesarios para la difusión y comercialización de las actividades turísticas y productos artesanales de las comunidades.

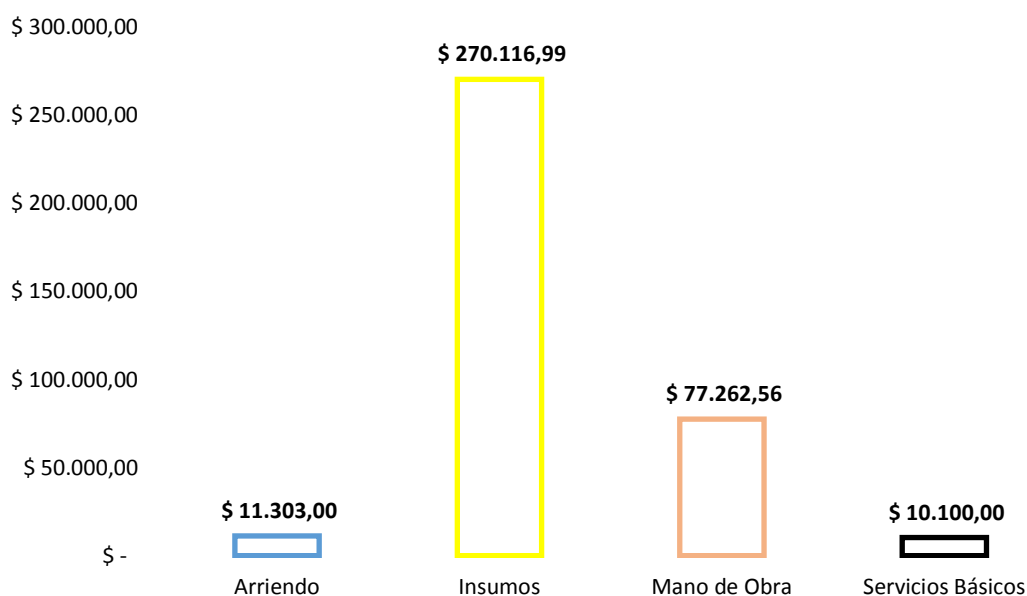


Figura 12: Costos del Turismo Comunitario

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

Como principales costos de producción del servicio turístico destacan el costo de insumos o mercadería y el costo de mano de obra, los cuales son esenciales para el

funcionamiento y vida del establecimiento, estos serán los costos determinantes del precio que tienen los productos o servicios turísticos.

5.4.1 Costo Arriendo

Para el gasto arriendo es necesario distinguir los locales propios y los locales arrendados.

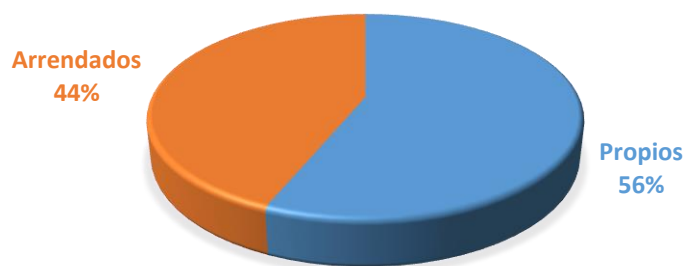


Figura 13: Locales propios y arrendados

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

El 56% de los locales que destinan sus actividades al sector turísticos en los sectores rurales y comunitarios de la Provincia Tungurahua son propios mientras que el 44% son rentados. Considerando a aquellos locales propios como una ventaja competitiva para poder ofertar productos o servicios a menor precio al no concurrir en este gasto u otros gastos como traslado de equipos y menaje; adicional a esto poseen una estabilidad en lo que corresponde a la ubicación del local y completa libertad en el horario de atención.

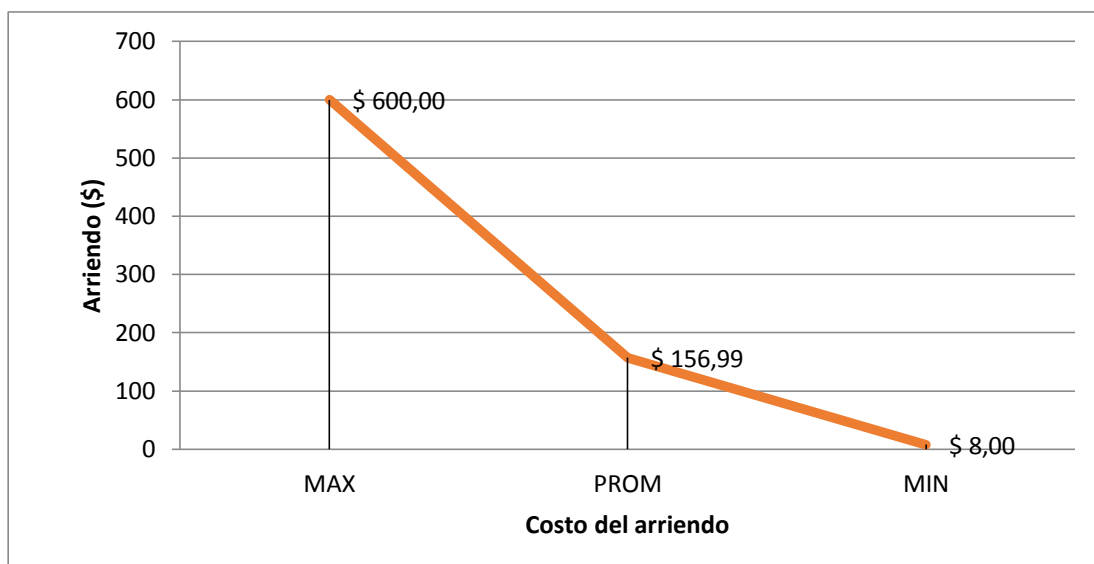


Figura 14: Máximo-Mínimo Costo Arriendo

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

El Costo del arriendo depende de las características de los locales y de su ubicación encontrándose un valor máximo de \$600 en el arrendamiento de ciertos locales turístico principalmente en Baños y en Ambato pues como se mostró en la figura 4 representan el 24% y 41% del potencial turístico de Tungurahua al recibir visitantes nacionales e internacionales; el valor promedio de este costo es de \$160 distinguiéndose casos puntuales como las asociaciones de artesanos de la Comunidad Salasaka, o mercados turísticos como hay en Cevallos y Mocha donde el arriendo es de \$8 mensuales o \$100 al año.

5.4.2 Costo Mano de Obra

Tabla 4: Costo Mano de Obra

	¿Cuántas personas trabajan en su local?	¿Cuánto gasta en mano de obra al mes?	Gasto afiliación	# trabajadores población
MAX	6	\$ 3.167,25	\$ 3.261,38	1993
PROM	2	\$ 677,74		
MIN	1	\$ 34,29		
SUMA	230	\$ 77.262,56		

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

El Turismo comunitario en la Provincia Tungurahua empleó a 230 personas de la comunidad pues cada local contrata al menos 1 persona y máximo 6 personas ya que en promedio los establecimientos turísticos requieren de 2 personas para su correcto funcionamiento dando como resultado un costo total de mano de obra de \$ 77.262,56

mensuales de los cuales \$ 3.261,38 dólares corresponde a los costos de afiliación aun cuando el 80% de los trabajadores no están afiliados al seguro social, considerándose así el segundo costo más significativo de la inversión (Sánchez Sarmiento, Andrade Castañeda, y Rojas Molina, 2010). Se ha verificado que los costos asociados a mano de obra en el turismo comunitario ascienden alrededor del 5% de los ingresos totales y al 14% de los costos totales. Constatándose que es rentable tener empleados en el sector turístico pues es bajo el costo que generan en comparación con los ingresos que producen.

5.4.3 Costo Servicios Básicos



Figura 15: Costo Servicios Básicos
Elaborado por: (Vargas A, 2017)
Fuente: Encuestas

Dentro de los servicios básicos tenemos el costo de la energía, el agua potable y telefonía para el funcionamiento de los locales turísticos. Según la encuesta realizada existen locales que sumados estos recursos invierten máximo \$500 mensuales y mínimo \$10; el caso del pago máximo de servicios básicos se da principalmente en los establecimientos que se dedican a la elaboración y venta de productos tradicionales por los instrumentos que utilizan mientras que el pago mínimo se da en los pequeños locales de asociaciones o mercados pues los servicios son compartidos, así mismo la presencia de las Juntas Parroquiales de Agua Potable representa un ahorro significativo en el valor de este recurso.

5.4.4 Costo Insumos/Mercadería

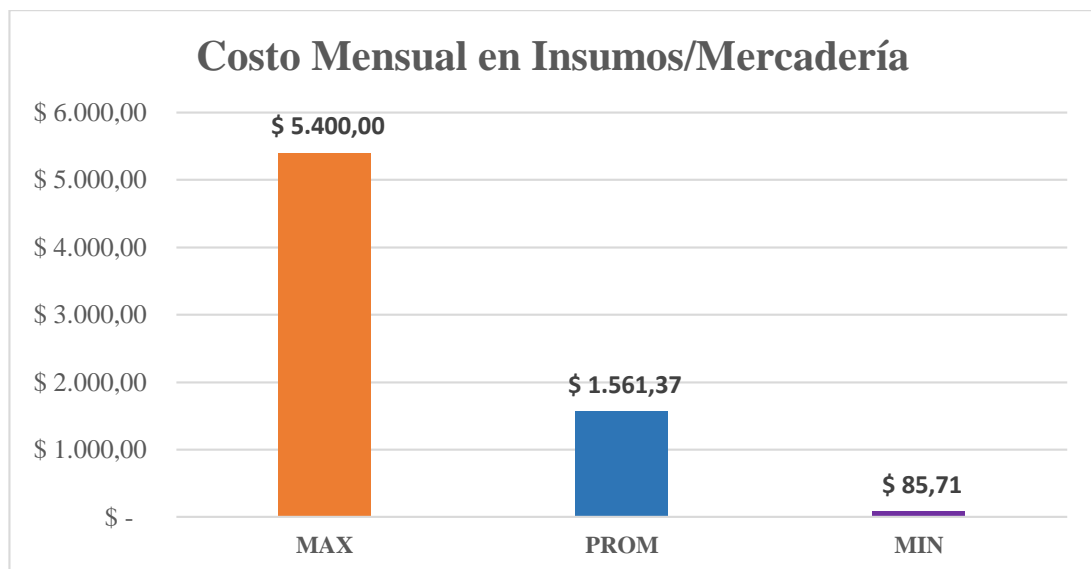


Figura 16: Costo Insumos/Mercadería

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

Para el funcionamiento de los locales la principal inversión está dada en los insumos y mercadería en la cual gira el negocio, en el sector turístico comunitario tenemos como giro del negocio al alojamiento y hospedaje, al servicio de alimentación, la guía turística, la venta de productos tradicionales, etc. Existe una inversión máxima de \$5400 mensuales en locales de servicio de alojamiento y de venta de productos tradicionales como en las prendas de cuero en Quisapincha (Ambato) o los tapices y ponchos de Salasaka (Pelileo) y una inversión mínima de \$85,71 mensuales en la venta de frutas en pequeños locales como en Quero puesto que realizan compras para dos o tres días o por las bajas ventas. En promedio la mayoría de locales invierte mensualmente \$1561,37 en la compra de insumos o mercadería. Este valor varía de acuerdo al tipo de producto que oferte los establecimientos turísticos. Así al mes se tiene una inversión total insumos o mercadería de \$270.116,99 entre todos los locales con un promedio de inversión diaria de \$77,19.

5.5 MEDICIÓN DE EMPLEOS Y ESTABILIDAD LABORAL

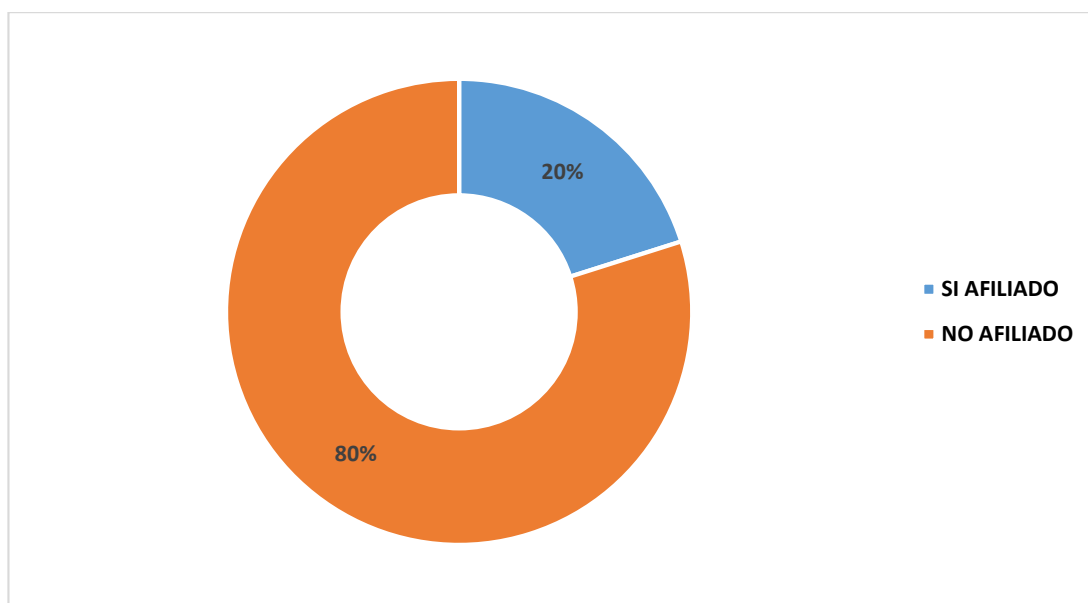


Figura 17: Trabajadores Afiliados
Elaborado por: (Vargas A, 2017)
Fuente: Encuestas

Únicamente el 20% de establecimientos dedicados a actividades turísticas tienen empleados permanentes con beneficios de ley tomando en cuenta el aporte social como prueba de ello, por el contrario, el 80% de locales incumplen con este beneficio. Algunas de las causas de este problema son: la informalidad laboral con que se maneja el sector turístico comunitario, la contratación de personal por temporada, el pago al día de mano de obra (jornal, obra, horas). El servicio turístico que más estabilidad laboral da es el Hospedaje y Alojamiento.

Según el indicador de empleo en industrias turísticas de la Cuenta Satélite del Turismo el 46,25% son empleados, pero si lo relacionamos con la presente investigación de los 230 empleos generados en el turismo comunitario el 80% son empleos informales que no se registran en dicho indicador. (Ecuador Potencia Turística, 2014).

5.6 MEDICIÓN DEL MODELO DE RELACIÓN BENEFICIO – COSTO DEL TURISMO COMUNITARIO

Para el cálculo de la población se ha tomado en consideración a empleadores, trabajadores fijos y trabajadores adicionales.

En el cálculo de los ingresos se tomó en cuenta la cantidad de turistas que acuden a cada una de los establecimientos turísticos del sector comunitario y la cantidad promedio de gasto por turista. Para el cálculo de los costos totales hubo que sumar los costos de insumos/ mercadería, la mano de obra, arriendo y servicios básicos. Finalmente, el beneficio neto resultó de la diferencia de los ingresos menos los gastos, dicho resultado se dividió para los costos totales a fin de obtener el resultado del Modelo de Análisis Beneficio Costo.

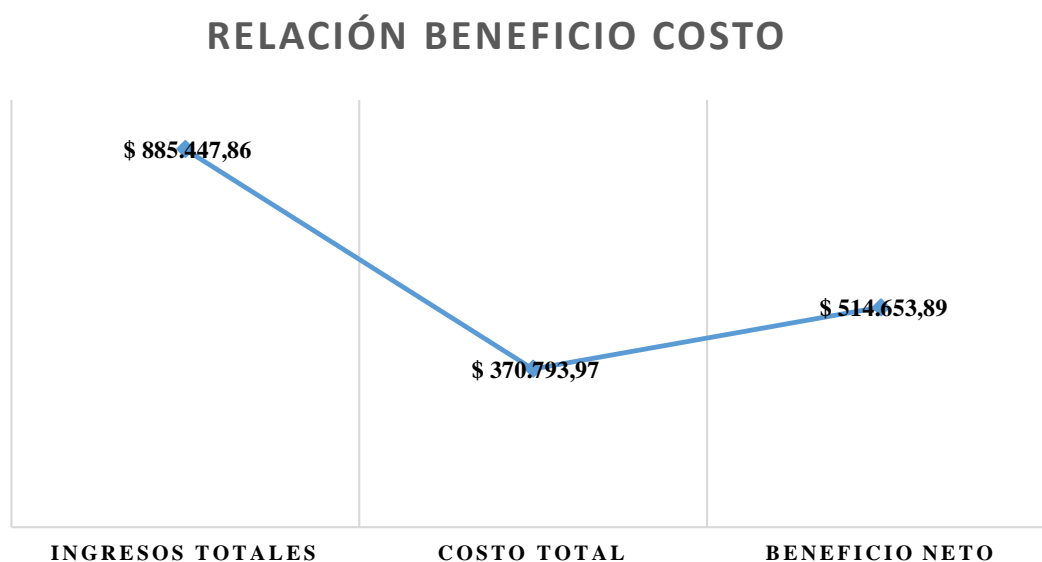


Figura 18: Relación Beneficio Costo

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

La Figura señala \$885.447,86 de Ingresos Totales del turismo comunitarios en la Provincia de Tungurahua y \$370.793,97 de Costos Totales, el mismo que resultó de la sumatoria de los costos anteriormente descritos y \$514.653,89 de utilidad generada resultado de la diferencia entre los ingresos y los costos. Claramente se puede observar que los ingresos duplican a los costos realizados por los microempresarios para el funcionamiento de su local.

Tabla 5: Análisis Beneficio Costo

ANÁLISIS BENEFICIO - COSTO	Columna1
INGRESOS	
Ventas	\$ 885,447.86
COSTOS TOTALES	\$ 370,793.97
Arriendo	\$ 11,303.00
Insumos	\$ 270,116.99
Mano de Obra	\$ 77,262.56
Servicios Básicos	\$ 10,100.00
UTILIDAD	\$ 514,653.89
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	\$ 1.39

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

La aplicación del modelo económico seleccionado dio como resultado un valor de \$1,52 lo cual cumple con la condición de la razón $RCB > 1$; este valor indica el beneficio económico que generó el turismo comunitario en la Provincia Tungurahua en relación a la inversión que realizaron los establecimientos turísticos, de tal forma que, por cada dólar invertido se ha podido recuperar ese dólar más 0,52 centavos, por consiguiente se demostró que el desarrollo del turismo comunitario en Tungurahua es un proyecto factible para el desarrollo de la economía de las comunidades y sectores rurales. Sin embargo, cabe resaltar para futuros proyectos de investigación turística no solo tomar en cuenta los ingresos y los costos de funcionamiento del negocio pues existen factores externos como el costo de oportunidad, los costos ociosos, entre otros, que pueden afectar al desenvolvimiento del sector.

Tabla 6: Relación Beneficio Costo por Producto Turístico

Clasificación por Producto o -actividad económica	Relación Beneficio/Costo
Alojamiento	\$ 3,30
Comidas/bebidas	\$ 1,17
Actividades deportivas, intermediación y recreación	\$ 2,76
Venta de Recuerdos/Productos tradicionales	\$ 1,47
Museos/Sitios Patrimoniales/Presentaciones Artísticas	\$ 0,53
Otros	\$ 0,69

TOTAL RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	\$	1,52
---------------------------------------	-----------	-------------

Elaborado por: (Vargas A, 2017)

Fuente: Encuestas

Se evidenció que no todas las actividades turísticas realizadas en las comunidades de la Provincia obtienen ganancias pues los museos, sitios patrimoniales y presentaciones artísticas muestran pérdida pues por cada dólar invertido solo han recuperado \$0,53 teniendo una pérdida de \$0,47, así también otras actividades turísticas no enmarcadas dentro de la clasificación pues por la informalidad de sus actividades han recaído \$0,69. Por otro lado los servicios turísticos que mayor factibilidad presentan para futuros emprendimientos son: el hospedaje y alojamiento con un indicador \$3,30, las actividades deportivas, intermediación y recreación con \$2,76 y la venta de recuerdos y productos tradicionales con \$1,47. El servicio de comidas y bebidas tienen una razón de \$1,17 lo cual nos dice que es factible pero no muy rentable pues por cada dólar de inversión obtiene una ganancia de \$0,17.

Finalmente, el modelo teóricamente es funcional en la medición del beneficio económico del turismo comunitario; resaltando la importancia de inversiones en el sector turístico como actividad económica para el desarrollo de las comunidades ya que solo el turismo interno a nivel nacional genera 1.7 millones de dólares diarios y 415.733 empleos en actividades de alojamiento y servicio de comida y bebida. (Ministerio de Turismo, 2015).

5.6.1 Relación entre las variables

Para comprobar hipótesis se relaciona los ingresos y la utilidad generada, de forma que se puede considerar la afluencia en turistas a la provincia y el beneficio económico recibido por los propietarios de locales. Para ello, se utiliza el coeficiente de correlación de Pearson, el cual, tiene como objetivo medir la fuerza o grado de asociación entre dos variables aleatorias cuantitativas que poseen una distribución normal bivariada conjunta, es decir, permite trabajar con variables escalares que cumplan con los criterios de normalidad (Restrepo B. y González L., 2007).

Del cálculo realizado se obtiene $r = 0.9529$, es decir, hay alta relación entre el ingreso y la utilidad, por lo cual se puede concluir que existe evidencia estadísticamente significativa que “El turismo comunitario genera beneficios económicos para la provincia de Tungurahua”

6. CONCLUSIONES

- Los ingresos y los costos producen una respuesta positiva al turismo comunitario en la Provincia Tungurahua, el impacto que tienen los ingresos sobre los costos de inversión según el Análisis Beneficio-Costo es de \$1,39; valor, por encima de la Regla de decisión de la Relación Beneficio Costo debe ser mayor a 1 ($RCB > 1$). Demuestra que a más de recuperar la inversión por cada dólar invertido se retribuirá \$0,39 esto representa el 39% de rentabilidad de la inversión realizada, ello indica lo beneficioso que es la actividad turística para el desarrollo de las comunidades.
- El turismo comunitario es una herramienta que posibilita la dinamización de la economía de zonas rurales (Yumisaca Tuquinga, Freire Rendón y Silvia, 2017) a través de la oferta de bienes y servicios turísticos diseñados por las propias comunidades (Gómez-Merino, y otros, 2013); sin olvidar la conservación del patrimonio natural y cultural (Urquiola Sánchez, 2016). A través de estas definiciones el turismo comunitario en la provincia Tungurahua existe, pero de manera informal pues al no encontrarse legalmente constituidos en un registro oficial, es inexistente y recién se encuentran en etapa de formación de los C.T.C., por lo cual se recomienda realizar futuros estudios para analizar su evolución.
- Dentro de las modalidades de turismo practicadas en el turismo comunitario en Tungurahua se identificó al turismo Cultural y Social como el turismo más desarrollado en comunidades y zonas rurales de la Provincia siendo Ambato y Baños el 65% del total de los cantones con más afluencia de turistas, los mismos que presentan una aglomeración del 96% los días de feriado y fines de semana; los servicios turísticos con mayor cantidad de locales y mayores ingresos son la venta de productos tradicionales y artesanías con \$ 322,007.14 y el servicio de alimentación y bebidas con \$ 317,995.71 que representan el 78% del total de establecimientos.
- El beneficio económico del turismo comunitario depende del nivel de ventas generado por cada cantón y los costos que destinen para el funcionamiento del negocio, de esta forma el total de turistas que visitan las comunidades de Tungurahua en fines de semana y días feriados son 7.507 con un gasto promedio de \$15,61 generando un ingreso mensual de \$ 885,447.86 valor que

duplica al costo de inversión que entre los costos de arriendo, insumos o mercadería, mano de obra y servicios básicos suman un valor de \$ 370,793.97 generando un beneficio económico de \$ 514,653.89.

- El turismo comunitario empleó a 232 habitantes de la comunidad; la mayoría de locales turísticos son propios y dirigidos por el mismo dueño (auto-empleo); cada local cuenta con al menos 2 personas y máximo con 6 para su funcionamiento. Sin embargo, del total de establecimientos turísticos únicamente el 21% aportan al seguro social de sus colaboradores (empleo formal); los demás locales no afilian a sus empleados produciendo un 79% de empleos informales pues en su mayoría son trabajos temporales, a medio tiempo u ocasionales.

7. RECOMENDACIONES

- Es necesario enfatizar la historia, cultura y costumbres de las comunidades de la Provincia Tungurahua a través de la educación de todas las personas empezando por los niños mediante la realización de programas culturales, giras de observación a sitios patrimoniales, caminatas por senderos ecológicos de gran relevancia en la zona rural y comunitaria de la Provincia para apreciar el valor y la riqueza de sus recursos. Hay que crear un pensamiento de “primero lo nuestro” y consumir los productos que son elaborados por las personas de las comunidades para contribuir con su desarrollo social y económico.
- Se recomienda potenciar más al turismo comunitario con campañas publicitarias realizadas en las comunidades que muestren sus encantos culturales y naturales para con esto atraer a más turistas nacionales que estén en busca de su identidad cultural y extranjeros que gusten de la diversidad cultural, pues el proyecto tuvo un valor positivo para quienes incursionaron en este sector.
- Se debe aprovechar la gran acogida que tienen los productos tradicionales de Tungurahua y formalizar los Centros de Turismo Comunitarios en las Instituciones pertinentes (FEPTCE, MINTUR)
- Fortalecer la riqueza gastronómica de cada comunidad pues a más de ser un bien necesario permite al visitante recordar sabores tradicionales-ancestrales a través de ferias y exposiciones alimentarias que muestren la cultura gastronómica de cada comunidad para transmitir a las futuras generaciones.
- Los niveles de venta generados en Ambato y Baños son muy buenos, pero es necesario apoyar a los cantones con menos acogida como Tisaleo, Quero y Mocha difundiendo los atractivos existentes y apoyar con nuevos atractivos como complejos y miradores para crear una demanda que promueva el desarrollo del sector.
- El turismo comunitario en la Provincia Tungurahua se ha manejado de manera irregular y con escaso apoyo de las entidades públicas por lo cual no existe mucha difusión de esta actividad en estos sectores se debe priorizar las zonas rurales y comunidades con potencia turística para mejorar el nivel de vida de las personas de la comunidad y aumentar la afluencia de turistas para que los

locales tengan los ingresos necesarios para dar empleos formales a tiempo completo generando estabilidad laboral y que tengan la capacidad para atender a los turistas.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (16 de 08 de 2017). *Ecuador firma acuerdo con la empresa Amadeus para alcanzar la promoción turística inteligente*. Recuperado el 06 de 2017, de <https://goo.gl/6xjqPS>
- Aguana, K., Campos, V., Malaver, M., Martínez, H., y Sequea, A. (2013). *Enfoque Cuantitativo de la Investigación*. Venezuela: Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Agüera, F. O. (2013). El Turismo Comunitario como Herramienta para el Desarrollo Sostenible De Destinos Subdesarrollados . *Nómadas*, 38.
- Alcázar, J. A., y Quiróz, J. H. (1996). Modelos de series de tiempo para el pronóstico de precios de minerales. *REvista de Análisis Económico (UDAPE)*.
- Alfonso, M. J. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, 9(20). doi:0104-7183
- Alvarez, M. D. (marzo de 2012). Revisiting hospitality and tourism: New perspectives. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(2), 1-2. doi:1695-7121
- Barrena, E. (2006). *Turismo rural. Un negocio para el desarrollo de los territorios rurales*.
- Bazotti, L. y. (2015). TURISMO DE AVENTURA E OS CONTEXTOS DA SEGURANÇA: ALGUNS ASPECTOS DO TRABALHO EM CONDUTORES DE RAFTING NO RIO GRANDE DO SUL. *Científica Digital-Jornalismo, Publicidade e Turismo*, 1(1).
- BBC. (2011). Income measure: The value of the income generated mostly in terms of profits and wages.
- Beltrán, J. (2016). *La Interculturalidad*. UOC. Recuperado el 05 de 2017, de <https://goo.gl/x2GsRb>
- Bennasar, D. T. (2004). *Una aproximación a la economía del medio ambiente*. Recuperado el 07 de 2017
- Berastain, L. (2006). Aprender a crear una empresa turística. *Paidós Ibérica,S.A.* Recuperado el 08 de 2017
- Bonilla, M. B. (03 de 2007). Impacto, impacto social y evaluación del impacto. *Scielo*, 15(3). doi:1024-9435
- Borrás, B. C., Belda, P. R., y Pérez, A. S. (2016). Los gastos públicos de promoción de los destinos y la demanda turística interior en España. *Estudios de Economía Aplicada*, 34(3), 583-605. doi:1133-3197
- Cairampoma, M. R. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1-14. doi:1695-7504
- Camino, R. D. (1993). Sostenibilidad de la agricultura y los recursos naturales. Bases para establecer indicadores. (IICA, Ed.) 38. Obtenido de <http://www.sidalc.net/repdoc/A9192e/A9192e.pdf>

- Campos, N. R. (12 de 2015). Salarios agrícolas durante la industrialización en Chile: factores económicos e institucionales. *Estudios de Economía*, 42(2). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-52862015000200006>
- Cantore, N., Nussbaumer, P., Wei, M., y Kammen, D. M. (07 de 03 de 2017). Promoting renewable energy and energy efficiency in Africa: a framework to evaluate employment generation and cost effectiveness. *Environmental Research Letters*, 12(3). doi:035008
- Choque, C. G. (11 de 2014). Modelos de series de tiempo para el pronóstico de precios de minerales. *Revista de Postgrado en Informática*(1). Recuperado el 07 de 2017
- Cruz, C., y Nicolás, M. . (2017). Diseño de un programa de formación para el fortalecimiento del turismo comunitario de la comunidad de Mashpi, parroquia de Pacto del Distrito Metropolitano de Quito (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2016). Recuperado el 08 de 2017, de <http://200.24.220.94/bitstream/33000/6525/1/UDLA-EC-TIAEHT-2016-51.pdf>
- Daries-Ramon, N., Cristóbal-Fransi, E., Martín-Fuentes, E., y Mariné-Roig, E. (2017). Desarrollo de las TIC en el turismo de nieve: Análisis de la presencia en línea de las estaciones de esquí de España y Andorra. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 63(2), 399-426. doi:0212-1573
- de Oliveira Menezes, V. y. (octubre-diciembre de 2015). Meios de Hospedagem e Inovação como Estratégia Competitiva: Uma Discussão. *Rosa dos Ventos*, 7(4), 526-54. doi:2178-9061
- Demeter, T. y. (2014). TYPOLOGIES OF YOUTH TOURISM. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 7(1), 115.
- Díaz Pelayo, C. A., y Cavazos Arroyo, J. (2015). *Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas*. México: Universitaria. Recuperado el 07 de 2017
- Díaz-Franco, A., Alejandro-Allende, F., y Ortiz-Cháirez, F. E. (enero-junio de 2017). Características de planta y productividad de sorgo con dosis de micorriza arbuscular en. *Revista Chapingo Serie Zonas Áridas*, 16(1), 33-38. doi:2007-526X
- Domínguez, R. R., Martínez, J. A., Jordán, C. M., Castañeda, F. E., Juárez, N. C., Fuentes, G. Á., y Haro, J. H. (2014). *Análisis de costos y estrategias productivas en la lechería de pequeña escala en el período 2000-2012* (Vol. 59). Contaduría y administración. Recuperado el 16 de 08 de 2017, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104214712628>
- Drèze, J., y Stern, N. (1987). *Manual de Economía Pública* (Vol. 2). Elsevier. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/S1573-4420\(87\)80009-5](https://doi.org/10.1016/S1573-4420(87)80009-5)
- Ecostravel. (2017). Obtenido de <https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/pelileo.php>
- Ecuador Potencia Turística*. (2014). Recuperado el 08 de 2017, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/cuenta-satelite-de-turismo/97>
- El Comercio. (24 de 12 de 2016). *El feriado de Navidad generó un movimiento económico de USD 15,4 millones*. Recuperado el 06 de 2017, de <https://goo.gl/7bFfht>

- El Comercio. (11 de 09 de 2017). *Ecuador, el más ganador de los World Travel Awards*. Recuperado el 06 de 2017, de <https://goo.gl/VqLHkF>
- El Comercio. (01 de 01 de 2017). El turismo interno en el Ecuador generó 12,3 millones de viajes. Recuperado el <https://goo.gl/M6R8go> de 06 de 2017, de <http://www.elcomercio.com/viajar/turismointerno-ecuador-genero-12millones-2016.html>
- El Heraldo. (07 de 08 de 2016). Comunidades promueven el turismo.
- El Telégrafo. (30 de 05 de 2014). Recuperado el 20 de 08 de 2017, de <https://goo.gl/uDHtqB>
- Eythorsson, G. T., Johannesson, H., y Olafsson, K. (2015). Socio-economic Impact Assessment. Planning for Sustainable Development—the practice and potential of Environmental Assessment. *6*(1), 53-75. Recuperado el 07 de 2017
- Fayos, E., y Amparo Sancho, O. S. (s.f.). *Turismo recursos y estrategias*. (U. d. Valencia, Ed.) Recuperado el 06 de 2017, de <http://www.aecr.org/web/congresos/1997/cts/comun/a7/07-114.pdf>
- Fayos-Solá, E., Álvarez, M. D., y Cooper, C. (2014). *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study* (Vol. 5). EmeraldBooks. Recuperado el 07 de 2015, de https://books.google.com.ec/books?id=s5jDBAAQBAJypg=PA244ylpg=PA244ydq=ruiz+hernandez+cocaysource=blyots=vV76JsgwNrysig=a_L0k3fkUuNQDIODsu fjCJordY0yhl=esysa=Xyved=0ahUKEwivzP3YsaHWAhXCJCYKHZrJBNAQ6AEINzAH#v=onepageyq=ruiz%20hernandez%20cocayf=false
- Fernández, L., Alvarado, E., Castro, A. C., Cubillo, M., Picado, S., y Vargas, S. (abril de 2014). Migración del campo a la ciudad. Recuperado el 05 de 2017, de <https://goo.gl/c2firR>
- Ferrer, J. G., Sanz, M. F., Ferrandis, E. D., McCabe, S., y García, J. S. (10 de July/August de 2016). Social Tourism and Healthy Ageing. *International Journal of Tourism Research*, *18*(4), 297-307. doi:10.1002/jtr.2048
- Freire, E. S. (2017). Redes sociales, un mecanismo de impulso del emprendimiento turístico en la provincia Tungurahua, Ecuador/Social networks to promote the tourism project in The Tungurahua Province, Ecuador. *Retos Tur*, *15*(3). doi:2224-7947
- Fukao, T. (2004). What are the key factors for the rural telecentre's sustainability? a case study of a rural town in Mongolia. (U. M. dissertation, Ed.)
- GAD Municipalidad de Ambato. (03 de 09 de 2016). *Comunicación*. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <http://www.ambato.gob.ec/ambato-a-la-vanguardia-turistica-del-pais>
- GAD Municipalidad de Ambato. (23 de 02 de 2017). Recuperado el 25 de 07 de 2017, de <https://goo.gl/1wQjjk>
- García, F. A., y Chahine, S. (2016). Evolution of Tourism Policy and State Intervention: The Case of Morocco. *Cuadernos de Turismo*(38), 17-41. doi:1139-7861
- García, J., García, H., López, D., Sánchez, F., Vidal, E., Alier, M., y Cabré, J. (Septiembre de 2013). La sostenibilidad en proyectos de ingeniería. *ReVisión*, *6*(2). doi:ISSN 1989-1199

- Gascón, J. (julio de 2016). El turismo residencial como vector decambio en las economías campesinas (Cotacachi, Ecuador). *Estado y comunes. Revista de políticas y problemas públicos*(3), 19-36. doi:1390-8081
- Gialdino, I. V. (enero-abril de 1997). El pensamiento de Habermas a la luz de una metodología propuesta de acceso a la teoría. *Estudios Sociológicos*, 15(43), 80. Recuperado el 22 de 06 de 2017
- Gill, A. T. (2015). Recursos potenciales de Santiago de Chuco y su aprovechamiento para mejorar calidad de vida de sus habitantes. *UCV-SCIENTIA*, 3(1), 71-85. doi:2077-172X
- Giraldo, G. U., y Moreno, M. E. (2016). Indicadores de Gestión orientados al aseguramiento de la calidad y al mejoramiento continuo. *Revista Facultad de Ingeniería*, 14, 70-80.
- Godínez, V. L. (2013). *Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica*. Paradigmas de investigación.
- Gómez, V. B. (2015). Turismo y desarrollo económico en España: del insuficiente reconocimiento a la revalorización de su función estratégica. *Papers de turisme*(14-15), 117-129.
- Gómez-Merino, F. C., García-Albarado, J. C., Trejo-Téllez, L. I., Morales-Ramos, V., García-García, C. G., y Pérez Sato, J. A. (2013). Paisaje y turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*(5), 1027-1042. doi: 2007-0934
- González Román, M. L. (01 de 2017). Análisis Costo-Beneficio De Políticas Macropрудenciales En Un Modelo DSGE Para El Caso Colombiano. *Documentos CEDE*(2). doi:1657-7191
- González, A. M., y Alegría, A. H. (septiembre-diciembre de 2014). Positivismo, Dialéctica Materialista y Fenomenología: Tres Enfoques Filosóficos del Método Científico y la Investigación Educativa. *Actualidades Investigativas en Educación*, 14(3), 1-20. doi:1409-4703
- González, A., Calleja, V., López, L., Padrino, P., y Puebla, P. (2010). Los estudios de encuesta. *Métodos de Investigación en Educación Especial*.
- González, J. A., G., E. F., y B., W. F. (Julio-Septiembre de 2002). Nivel y variabilidad del beneficio económico de rotaciones para la Precordillera Andina de la Región del BÍO-BÍO. *Agricultura Técnica*, 62(3), 439-449. doi:0365-2807
- Guerrero, A. M., Lusero, E. S., y Sarauz, S. S. (2015). Productividad Agrícola en el Ecuador. Recuperado el 08 de 2017, de http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/indice_productividad.pdf
- Gutiérrez, J. A., Urrego, G. A., y Carmona, J. (junio de 2016). Aproximación a la gestión del ordenamiento territorial en Colombia frente a megaproyectos de infraestructura. *Perspectiva Geográfica*, 21(1), 127-150. doi:0123-3769
- Gutiérrez, J., Agudo, Y., Aranda, E., Callejo, J., Val, C. d., Huescar, A., . . . Viedma, A. (2007). *La Investigación Social del turismo*. (P. S.A., Ed.) Magallanes(Madrid);España: Thomson Editores Spain. doi:84-9732-524-9

- Guzmán, C. A. (May/Aug de 2003). El logro del value for money en la gestión pública: consideraciones en torno a los indicadores de eficiencia, eficacia y economía. *Revista Contabilidad y Finanzas*, 14(32). doi:1808-057X
- Hanoi, H. (12 de 2017). Guía Metodológica para proyectos y productos de Turismo Cultural Sustentable. *Arquitectura+*, 1(2), 3-4. doi:2518-2943
- Henche, B. G. (2005). Características Diferenciales del Producto Turismo Rural. *Cuadernos de Turismo*(15), 113-133. doi: 1139-7861
- Hernández, R. S., Fernández, C. C., y Baptista, P. L. (2003). Metodología de la Investigación. *McGraw-Hill Interamericana*. Obtenido de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>
- Herrera, D. (2016). La práctica de la salud en el mundo rural. *Práctica familiar rural*, 1(1). doi:<http://dx.doi.org/10.23936/pfr.v1i1.126.g174>
- Hiwasaki, L. (2006). Community-based tourism: A path-way to sustainability for Japan's protected areas. *Society and Natural sources*, 675-692.
- Holmberg, J. y. (1992). Sustainable development: what is to be done? *Policies for a small planet*.
- Iberico, M. A., Nuñez-Zeballos, A. M., Delgado, J. M., y Fuentes, M. O. (2015). Las cuentas satélites del Turismo en el Perú, año 2013: museums, archaeological rests and natural sites of the REgions of Arequipa, Cusco, Lambayeque and La Libertad. *Turismo y Patrimonio*(9). Recuperado el 07 de 2017, de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/34/26>
- INEC. (2010). Recuperado el 08 de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador. (2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Recuperado el 07 de 2017, de <https://goo.gl/N8TRZU>
- Jakša, K. (2017). Gastronomy Tourism: Croatia, a Land of Wine and Plenty, or Beyond Pizza and Grill!. In *Evolution of Destination Planning and Strategy*. Springer International Publishing., 265-278. Recuperado el 15 de 05 de 2017
- Johson, R., y Kuby, P. (2012). *Estadística elemental*. (O. ed., Ed.) México: Cengage Learning.
- Jovicic, D. (2016). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19, 605-612. Recuperado el 22 de 08 de 2017, de <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>
- Karagiannis, D., y Metaxas, T. (2017). Local Authorities' contribution on Gastronomy Tourism Development: the case of Ontario, Canada. Recuperado el 15 de 05 de 2017
- Korstanje, M. E. (2016). Turismo religioso e gerenciamento de peregrinação. *Turismo em Análise*, 1(27), 229-231. doi:<http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v27i1p229-231>
- Kravets, I., y Camargo, P. d. (julio de 2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *Cultur REvista de Cultura e Turismo*, 2(2). Recuperado el 05 de 2017, de www.uesc.br/revistas/culturaeturismo

- Kuhn, T. (1975). *La estructura de las Revoluciones Científicas* .
- Laverack, G., y Thangphet, S. (2007). Building Community Capacity for Focally managed Ecotourism in Northern Thailand. *Community Development Journal*, 2(44), 172-185. Recuperado el 04 de 2017, de file:///C:/Users/Adriana/Downloads/p1.pdf
- Laville, J.-L. (2016). Repensando o espaço público e a economia: Contribuição da economia solidária à teoria da democracia. *Organizações y Sociedade*, 23(78). Recuperado el 07 de 2017
- Lima, A. N. (20 de 01 de 2017). Análise Estratégica do Turismo no Amazonas. Recuperado el 08 de 2017, de <https://goo.gl/x7oSy6>
- Lisbona, M., Medina, F., y Sánchez, R. (2008). El Turismo Deportivo: Visiones críticas sobre posibilidades de desarrollo local en España y México. *Actualidad en el Deporte: Investigación y Aplicación*.
- López Meza, M. I., Ascui Fernández, H., y Díaz Tejada, J. (Noviembre de 2013). Turismo y Transporte Urbano: Circuitos Patrimoniales para vehículos motorizados en Concepción. *Urbano*, 16(28), 11-23. doi: 0717-3997
- López, E. P., Buhalis, D., y Fyall, A. (Octubre de 2009). Entrepreneurship and Innovation in Tourism. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 355-357 . doi:1695-7121
- López, P. L. (2004). Población, Muestra y Muestreo. *Punto Cero*, 9(8). doi:1815-0276
- Maldonado. (2005). Oficina Internacional del Trabajo (OIT). *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)*.
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS)*. doi:92-2-317377-9
- Mandujano-Romero, E. (07 de 2015). Idiosincrasia y desnutrición crónica infantil en una zona rural de Cusco, Perú. *Rev. Cuerpo Med. HNAAA*, 6(3), 46-47. doi:2227-4731
- Mareddy, A. R. (2007). *Environmental Impact Assessment: Theory and Practice*. (J. N. University, Ed.) India. Recuperado el 07 de 2017, de <https://goo.gl/pj4VYM>
- Martínez, N. (2015). Identidad cultural y educación. Recuperado el 05 de 2017, de <http://redicces.org.sv/jspui/bitstream/10972/2055/1/3.%20Identidad%20cultural%20y%20educacion.pdf>
- Masaquiza Chango, U. L. (12 de 05 de 2017). Análisis de la calidad de los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Salasaca provincia Tungurahua en el año 2016. *Bachelor's thesis*. Recuperado el 08 de 2017, de <https://goo.gl/dnMhRN>
- Mbaiwa, J. E. (2017). Effects of the safari hunting tourism ban on rural livelihoods and wildlife conservation in Northern Botswana. *South African Geographical Journal*, 1-21. Obtenido de <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03736245.2017.1299639>
- McRay, L. (s.f.). Obtenido de <http://www.albany.edu/faculty/mw908/aspn301z/primavera99/universidad/aprendizaje.htm>

- Meléndez, Á. (Abril-Mayo de 2015). *Gestión: Economía y Sociedad*. Recuperado el 01 de 06 de 2017, de <http://www.revistagestion.ec/?tag=sector-turistico>
- Meli, P., Ruiz, L., Aguilar, R., Rabasa, A., Rey-Benayas, J. M., y Carabias, J. (2017). Bosques ribereños del trópico húmedo de México: un caso de estudio y aspectos críticos para una restauración exitosa. *Madera y Bosques*, 23(1), 181-193. doi:10.21829/myb.2017.2311118
- Meza-Bolaños, D. V., Compañ-Rosique, P., y Satorre-Cuerda, R. (10 de 2016). Aspectos que ayudan a medir el impacto en la inversión realizada por una universidad en e-learning. "Tecnología, innovación e investigación en los procesos de enseñanza-aprendizaje(1). doi:978-84-9921-848-9
- Millán, M. C. (2016). El Paisaje, su Patrimonialización y el beneficio económico. (U. d. Geografía, Ed.) *Investigaciones Geográficas*(65), 9-24. doi:10.14198/INGEO2016.65.01
- Ministerio de Turismo. (31 de 12 de 2015). Recuperado el 08 de 05 de 2017, de <https://goo.gl/nsHcQS>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-oferta-turistica/servicios-turisticos/247>
- Ministerio del Turismo del Ecuador. (2016). Ecuador Potencia Turística. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/20-ofertaturistica/servicios-turisticos/247>
- Ministerio de Turismo. (2017). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ejes-estrategicos/>
- Ministerio de Turismo. (2017). Ecuador Potencia Turística. Recuperado el 05 de 2017, de <https://goo.gl/fyVTgR>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). Proyecto Ecuador Potencia Turística. Recuperado el 01 de 06 de 2017, de <https://goo.gl/QEiRNH>
- Minnaert, L. (2016). Social tourism: From redistribution to neoliberal aspiration development. Neoliberalism and the political economy of tourism, 117-128. Recuperado el 22 de 08 de 2017
- MinTur. (06 de Mayo de 2008). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 28 de 05 de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Molina, M. Á., Jamilena, D. M., Peña, A. I., y López, M. E. (octubre-diciembre de 2014). Relación entre inversión publicitaria y demanda turística a través de la teoría de la cointegración. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 24(54), 167-181.
- Monge, J. G., y Perales, M. R. (Enero de 2016). El desarrollo turístico sostenible Tren Crucero del Ecuador. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(1). doi:1851-1732
- Montaner, J., Antich, J., y Ramón, A. (1998). *Diccionario de Turismo*. Síntesis. doi:8477385610
- Montero, A. (2016). Marxismo explosionado. 18(2), 345 - 355. doi:1317-0570

- Morales Pérez, M., Corado Ceren, J. C., Soto De León, Y. A., Chacón Paiz, K. F., Sosa Y Sosa, E. H., y Borja Vásquez, M. R. (07 de 2017). *Universidad Mariano Gálvez de Guatemala*. Obtenido de <https://goo.gl/yQ1dxq>
- Morales, F. (2012). Tipos de Investigación. Recuperado el 07 de 2017
- Morales, M. L. (2004). Los Balnearios como Centros de Salud. *Index Enferm*, 13(47). doi:1699-5988
- Morales-Urrutia, X., Morales-Urrutia, D., y Hong-Hong, E. (08 de 2017). Emprendimiento social en el sector del turismo comunitario: una primera aproximación al caso de las comunidades indígenas del Ecuador. *Revista Iberoamericana de Turismo RITUR*, 7(2), 105-120. doi:10.2436/20.8070.01.57
- Moreno, S. H., Moreno, J. A., y Vargas, B. A. (12 de 2016). Rura-ciudades como alternativa de planeación urbana inteligente. (D. d. Urbanismo-FAU, Ed.) *Revista de Urbanismo*(35). doi:0717-5051
- Moreno-Garrido, A., y Pellejero-Martínez, C. (2017). Historia del Turismo en España en el siglo XX. *Revista de Historia Industrial. Economía y Empresas*, 16(5), 219-221. Recuperado el 07 de 2017
- Navas, F., y Zwerg, A. M. (julio-diciembre de 2014). COMMUNITY BASED TOURISM: IS THIS PROGRESS? *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32), 249-259. doi:1794-8347
- O.M.T. (2013). *UNWTO*. Recuperado el 22 de 06 de 2017, de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Palacios, J., y Garay, R. (2016). El turismo y su relación con el desarrollo sostenible del distrito de Cerro Azul, Cañete, 2013. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 17(1). doi:<http://dx.doi.org/10.21503/CienciayDesarrollo.2014.v17i1.08>
- Parkin, M. (2009). *Economía. Octava edición*. México. doi:978-970-26-1279-7
- Paz, G. M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Perona, E., Molina, E., García, L. A., Pussetto, L., y Darío, F. (2016). Impacto económico y social del turismo en la provincia de Córdoba. Una comparación con el caso de La Rioja. *Oikonomos*, 1(3). doi:1853-5690.
- Pigou, A. C. (2011).
- Ponce Corral, C., Ñeco Caberta, R., Ramírez Espinoza, C. F., García Villalba, L. A., y Hernández Ramos, M. M. (2017). Integración de energías renovables en redes de distribución. *Cultura Científica y Tecnológica*, 13(59). doi:2007-0411
- Ponce, A. L., Durán, L. F., y Carral, C. L. (2016). Economía y gestión para arquitectos. Recuperado el 07 de 2016, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/67700/IPP-Llorca;Fern%C3%A1ndez;Lobato%20-%20ECONOM%C3%8DA%20Y%20GESTI%C3%93N%20PARA%20ARQUITECTOS.pdf?sequence=2>
- ProEcuador. (2012). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 15 de 05 de 2017, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf

- ProEcuador. (2013). *Régimen Laboral*. Recuperado el 21 de 08 de 2017, de <https://goo.gl/PDL2hp>
- Quintero, C. A., Estrada, A. P., y Leonel, H. F. (2016). Riesgos en la salud de agricultores por uso y manejo de plaguicidas, microcuencia "La Pila". *Tantvm Possvmvs Qvantvm Scimvs*, 18(03). doi:<http://dx.doi.org/10.22267/rus.161803.48>
- Quirumbay, G., Alexander, G., y Robles-Vasquez, D. S. (2017). Diseño de una Red HFC para brindar servicios de Internet y telefonía a los habitantes de una zona rural perteneciente al Cantón La Libertad. *Bachelor's thesis, Espol*. Recuperado el 08 de 2017, de <https://goo.gl/Sjggjw>
- Ramírez, R. H. (13 de 07 de 2017). *Diseños de Investigación*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/Spaceeeboy/diseo-de-investigacion-transversal-y-longitudinal>
- Ramírez, V. (abril de 2016). Efecto festivo y fin de semana en índices sectoriales del mercado chileno y peruano dentro del mercado integrado latinoamericano. 15(1), 61-74. doi:0717-9901
- Rikuy, S. (16 de Septiembre de 2010). *Red de Turismo Comunitario "Saraguro Rikuy"*. Obtenido de <http://www.turismosaraguro.com/>
- Rincón, C. A., y Vásquez, F. V. (2016). *Costos: decisiones empresariales*. Ecoe Ediciones.
- Rivera, J. J., y Monroy, H. C. (2015). Diversificación de ingresos en el sector rural y su impacto en la eficiencia: evidencia México. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 12(76), 57-81. doi:doi:10.11144/Javeriana.cdr12-76.disr
- Rivero, J. C., y Naranjo, J. A. (2005). Agricultura orgánica vs agricultura moderna como factores en la salud pública. ¿Sustentabilidad? *Horizonte Sanitario*, 28-40. Recuperado el 05 de 2017, de <http://www.redalyc.org/html/4578/457845043001/>
- Rodríguez, D. A., y Monaga, D. y. (06 de 02 de 2013). Consideraciones sobre la tercera edad en el turismo internacional. *Revista Digital Vinculando*.
- Rodríguez, D., y Valdeoriola, J. (2009). Metodología de la Investigación. (U. O. Calalunya, Ed.) *Universitat Oberta de Catalunya*. doi:00148555
- Rodríguez, J. M. (2015). *Análisis de la competitividad de España como destino turístico*. Business y Economics. Recuperado el 08 de 2017
- Ruiz, E. H. (2008). Turismo comunitario en el Ecuador. *Community-based tourism desde la comunidad*.
- Sánchez Sarmiento, L. Y., Andrade Castañeda, H. J., y Rojas Molina, J. (2010). Demanda de mano de obra y rentabilidad de bancos forrajeros en Esparza, Costa Rica. *Acta Agronómica*, 59(3), 33-371. doi:0120-2812
- Sánchez, J. P., y Valverde, B. R. (1 de 04 de 2007). El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México. *Scripta Nova: Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 11(236). doi:1138-9788
- Sánchez-Pineda, D. E., y Ramirez-Torres, N. L. (2017). Diseño de un modelo de programación lineal para la planeación de producción en un cultivo de fresa, según factores

- costo/beneficio y capacidades productivas en un periodo temporal definido. *Revista de Ingenierías USBMED*, 8(1). Recuperado el 08 de 2017, de <https://goo.gl/hQRNLT>
- Schul, J. J. (Junio-Julio de 2002). Sostenibilidad en el Diseño y Ejecución de Proyectos: Implicaciones Prácticas. *ICE*, 800. Obtenido de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_800_123-138__2C69444908D403A14CBFC940A00A45B1.pdf
- Secretaría de Turismo. (2003). *Gobierno Mexicano*. Recuperado el 06 de 2017, de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/19524/2_NOM-09-TUR-2002.pdf
- Shen, F., y Hughey, K. F. (2013). *Connecting the sustainable livelihoods approach and tourism: a review of the literature*. (Vol. 15). United States: Journal of Hospitality and Tourism Management. doi:<https://doi.org/10.1375/jhtm.15.19>
- Silva Guevara, M. F. (2017). *Turismo en Baños de Agua Santa, Ciudad para la vida*. Obtenido de goraymi: <https://goo.gl/ajf6A9>
- SNI. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento*. Dirección de planificación. Recuperado el 05 de 2017, de <https://goo.gl/K6Bom8>
- Sotelo, J. A., Pérez, M. S., y Quiroga, F. G. (2011). Análisis “coste-beneficio” y “coste-eficiencia” de la Huella Hídrica en España. *Observatorio medioambiental*, 14, 225-254. doi:1139-1987
- Toledo, Á., Clavijo, H., y de Hernández, M. M. (2017). El alumno de la escuela rural como fuerza de trabajo. *Revista Colombiana de Educación*(5). doi:<http://dx.doi.org/10.17227/01203916.5rce%25p>
- Tuquinga, J. Y., y Roca, K. L. (17 de 08 de 2016). El turismo de congresos y convenciones como aporte al desarrollo turístico del cantón Salinas . (U. E. Elena, Ed.) Recuperado el 06 de 2017
- Turismo en Tungurahua. (2017). Obtenido de <http://www.codeso.com/TurismoTungurahua.html>
- Urquiola Sánchez, O. B. (2016). INTERVENCIÓN EN LA FORMACIÓN DE LOS ACTORES DE LA COMUNIDAD PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE LA PROVINCIA DE EL ORO. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(3), 87-92. doi:2218-3620
- Vale, M., y Stoyanov, M. (07 de 2017). Regional bioeconomy profiles including socio-economic and environmental impacts: two case studies. Recuperado el 08 de 2017, de <https://goo.gl/tgKA9C>
- Vásquez-Bermúdez, I., Gonzalez-Limón, M., y Aracil-Fernández, M. J. (2009). *Introducción a la Economía en el sector turístico*. Vallehermoso, Madrid: Síntesis S.A. doi:978-84-975661-9-3
- Vayá, E., García, J.-R., Murillo, J., Romaní, J., y Suriñach, J. (2016). Economic Impact of Cruise Activity: The Port of Barcelona (No. 201613). *IREA Working Papers*. Recuperado el 08 de 2017, de <https://goo.gl/kP2kNk>
- Vela, M. R., y Molina, M. E. (23 de 04 de 2009). Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: Factores determinantes en el turismo y excursionismo Rural-Cultural. *Cuadernos de Turismo*(23), 217-236. doi:1139-7861

- Wang, M.-h. (2017). The market foundation and development prospect of Chinese folk house. *World Construction*, 6(2). doi:<http://dx.doi.org/10.18686/wc.v6i2.103>
- White, L. (2016). Commercial nationalism and tourism: Selling new national stories to emerging markets. *CAUTHE*, 789. doi:9780987050793
- Yumisaca Tuquinga, J., Freire Rendón, M., y Silvia, P. M. (13 de 01 de 2017). Análisis Interno del Sector Turístico de dos Mangas, Provincia de Santa Elena. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 2(2). doi:1390-7697
- Zamora, J., Barril, M. E., y Benavides, E. (marzo de 2009). Turismo Interno: Percepción prospectiva de atractivos de la Región del Maule en la Región Metropolitana. *Gestión Turística(Especial)*, 2747. doi:10.4206/gest.tur.2009.nesp-03
- Zúñiga, E. (2017). Neutralidad ideológica o determinación social en la planeación educativa? *Revista Colombiana de Educación*(3). doi:<http://dx.doi.org/10.17227/01203916.3rce%25p>
- Zuñiga, S., Ramírez, P., y Valdebenito, M. (2010). Medición de los impactos socio-económicos de las Áreas de Manejo en las comunidades de pescadores del norte de Chile. *Latin American journal of aquatic research*, 38(1). doi:0718-560X

9. ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario



**UNIVERSIDAD TECNICA
DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS**



Encuesta sobre el Análisis del Impacto Económico del Turismo Comunitario en la Provincia de Tungurahua

DIRIGIDO A:

Locales dedicados a Actividades turísticas pertenecientes a los sectores rurales y comunidades de Tungurahua.

OBJETIVO:

Medir el beneficio Económico “Coste-Beneficio” de la Actividad turística en las comunidades de la Provincia Tungurahua.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada pregunta antes de responder

Marque con una X dentro del casillero de la opción elegida en el caso de preguntas que tienen alternativas. En el caso de las preguntas abiertas llene con el valor correspondiente.

Responda con sinceridad los valores a cada

Evite realizar tachones o borrones

CUESTIONARIO

N° _____

1. ¿En qué Cantón de la Provincia Tungurahua se encuentra ubicado su comunidad?

Frecuencia	Ambato	Cevallos	Mocha	Patate	Pelileo	Baños	Quero	Píllaro	Tisaleo
Respuesta									

2. ¿Cuál es la principal modalidad de turismo que se realiza en su comunidad?

Frecuencia	Turismo cultural, comercial y social	Turismo termal y de salud	Turismo aventura	Turismo ambiental	Turismo religioso	Turismo gastronómico
Respuesta						

3. ¿A qué servicio turístico pertenece su establecimiento?

Frecuencia	Alojamiento	Comidas bebidas	Guía turística caminatas, actividades deportivas y de salud	Venta de artículos artesanales, Productos tradicionales	Museos/ Sitios Patrimoniales Presentaciones artísticas	Otros
Respuesta						

4. ¿Qué días habitualmente atiende su establecimiento?

Frecuencia	L	M	X	J	V	S	D
Respuesta							

5. ¿Qué días hay mayor afluencia de turistas en su local?

Frecuencia	L	M	X	J	V	S	D
Respuesta							

6. El establecimiento es:

Propio	
Arrendado	

➔ 6.1 ¿Cuánto gasta en arriendo? _____

7. Aproximadamente ¿Cuántos turistas atiende Diariamente en su local?

8. En promedio ¿Cuánto gasta cada turista en su local?

9. ¿Cuántas personas trabajan en su local?

10. ¿Cuánto invierte diariamente en la adquisición de insumos o mercadería para el funcionamiento de su local?

11. ¿Cuánto gasta diariamente en el pago de mano de obra?

12. ¿Aporta al seguro social de sus empleados?

SI	
NO	



12.1 ¿Cuánto gasta en el aporte al seguro?

13. ¿Cuánto gasta en el pago de servicios básicos?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN...!!!

Anexo 2: Catastro de Establecimientos Turísticos

Resumen General	Actividad Alojamiento - Por provincia y cantón	Actividad Comidas y Bebidas - Por provincia y cantón	Intermediación - Por provincia y cantón	Recreación - Por provincia y cantón	Transporte Turístico - Por provincia y cantón
-----------------	---	--	--	--	--

DISTRIBUCIÓN POR PROVINCIA					DISTRIBUCIÓN POR CLASE Y CATEGORÍA				
AÑO	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	CATEGORÍA			AÑO	PROVINCIA	CANTÓN		
2016	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	UNICA			2016	TUNGURAHUA	(Todos)		
PROVINCIA	REGISTROS	HAB.	CAMAS	PLAZAS CAMAS	SUBACTIVIDAD	REGISTROS	HAB.	CAMAS	PLAZAS CAMAS
BOLIVAR	2,0	12,0	21,0	37,0	CABAÑA	2	23	23	44
CHIMBORAZO	4,0	15,0	32,0	40,0	CASA DE HUESPEDES	2	9	16	21
ESMERALDAS	2,0	29,0	79,0	84,0	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	1	6	11	22
GUAYAS	2,0	18,0	29,0	52,0	HOSTAL	146	2.185	3.466	5.146
MANABI	1,0	53,0	112,0	112,0	HOSTAL RESIDENCIA	53	862	1.185	1.850
NAPO	7,0	44,0	84,0	89,0	HOSTERIA	28	447	818	1.261
ORELLANA	5,0	68,0	90,0	90,0	HOTEL	38	1.137	1.831	2.603
SANTA ELENA	3,0	11,0	34,0	42,0	HOTEL RESIDENCIA	12	384	528	850
SANTO DOMINGO	1,0	12,0	18,0	6,0	MOTEL	13	200	214	400
SUCUMBIOS	2,0	15,0	74,0	118,0	PENSION	50	402	704	1.181
TUNGURAHUA	1,0	6,0	11,0	22,0					
TOTAL	30,0	PROVINCIA: TUNGURAHUA REGISTROS: 1,0		692,0					
					CATEGORÍA	REGISTROS	HAB.	CAMAS	PLAZAS CAMAS
					UNICA	123	727	1.509	1.766
					5 ESTRELLAS O LUJO	53	5.350	8.706	12.560
					4 ESTRELLAS O PRIMERA	560	13.237	21.841	31.015
					3 ESTRELLAS O SEGUNDA	1.604	28.732	50.845	70.262
					2 ESTRELLAS O TERCERA	2.398	40.881	64.761	91.917
					1 ESTRELLA O CUARTA	439	7.790	12.585	16.797
					Total general	5.177	96.717	160.247	224.317