El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria

Community-based tourism as an alternative for the revitalization of the popular and solidarity economy

DOI: 10.46932/sfjdv2n4-085

Received in: March 1st, 2021

Accepted in: May 30th, 2021

Ing. Juan Francisco Dillon

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Docente Académico

Panamericana Sur km 1 1/2, Riobamba-Ecuador

E-mail: juanfa_9@hotmail.com

Ing. Renato Fabián Dillon

GAD Municipal Riobamba

Director de Turismo

Av. Daniel León Borja y Brasil, Riobamba - Ecuador

E-mail: rdillongallegos@hotmail.com

RESUMEN

Mediante una investigación descriptiva, se estudió tres experiencias turísticas comunitarias en las comunidades indígenas de la Provincia de Chimborazo y se analizó su relación con los fundamentos de la Economía popular y solidaria. Para el efecto, se usó una propuesta teórico-metodológica centrada en la etnografía que propició el análisis de los procedimientos y estrategias concebidas o inducidas del funcionamiento turístico comunitario, valorando mediante una escala numérica aspectos como: valor turístico potencial, infraestructura y planta turística; organización y calidad de la oferta, valoración de productos de turismo comunitario, actividades económico-sociales ligadas a la organización turística que dinamizan la economía de las comunidades investigadas, de este análisis se desprende que el turismo comunitario influye en el crecimiento de la economía local de las comunidades investigadas, evidenciado mediante reducción del flujo migratorio, capacitación a los comuneros para la administración de los productos turísticos, mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos, creación de cajas de ahorro y crédito comunitario basado en la asociatividad y solidaridad, acciones que promueven y consolidan el sistema de economía social y solidaria y la integración de formas de organización económica que fortalece espacios de comercialización de bienes como estrategia para mejorar las condiciones de vida de los pueblos.

Descriptor clave: Turismo comunitario, economía social, poblaciones indígenas.

ABSTRACT

Through descriptive research, three community tourism experiences were studied in the indigenous communities of the Province of Chimborazo and their relationship with the foundations of the Popular and Solidarity Economy was analyzed. For this, a theoretical-methodological proposal focused on ethnography was used, which led to the analysis of the procedures and strategies conceived or induced of the community tourism operation, evaluating through a numerical scale aspects such as: potential tourist value, infrastructure and tourist facilities; organization and quality of the offer, valuation of community tourism products, economic-social activities linked to the tourist organization that stimulate the economy

of the communities investigated, from this analysis it is clear that community tourism influences the growth of the local economy of the communities investigated, evidenced by reducing the flow of migration, training community members to administer tourism products, improving infrastructure and basic services, creating of savings and community credit funds based on associativity and solidarity, actions that promote and consolidate the social and solidarity economy system and the integration of forms of economic organization that strengthen spaces for the commercialization of goods as a strategy to improve the living conditions of the villages.

Key descriptors: Community tourism, social economy, indigenous populations.

1 INTRODUCCIÓN

Entre las actividades económicas el turismo es una de las más prosperas, de mayor dinamismo y con gran capacidad de generar tejido productivo y expandirse por los territorios geográficos. En muchos países, se lo considera como política pública integrada en los planes de desarrollo de los gobiernos por ser una actividad estratégica por su capacidad de generar empleo y rentas; distribuir la riqueza y generar efectos multiplicadores en los territorios. En Ecuador, al turismo se le identifica como una actividad estratégica en la política de estado y en la planificación nacional se lo ubica como clave para impulsar el desarrollo integral que potencie el cambio de la Matriz Productiva y la consolidación de la Economía Popular y Solidaria.

La Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria en el artículo 1 define a este tipo de economía como “La forma de organización económica donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011). En el Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2013 – 2017, objetivo 82 se reconoce la importancia del Sistema Económico Social y Solidario que apunta a la construcción de un sistema incluyente, participativo y socialmente justo que permita profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario para fomentar el turismo comunitario y el turismo social. (Senplades, 2013).

En el objetivo 8 del Plan Nacional del Buen Vivir, Política 8.9, se da apertura a las actividades turísticas comunitarias, no solo por ser una actividad productiva sino por sus características de organización social y solidaria que impulsan la dinamización de la Economía Popular y Solidaria, propiciado el desarrollo de este sistema económico que tiene alta representación dentro del sistema financiero nacional, alcanzando el 25.7% del PIB debido al impulso que recibe la población que requiere

sacar adelante sus propuestas e ideas empresariales) entre las que se encuentra el turismo. (Senplades, 2013)

La presente investigación se desarrolló en la Provincia de Chimborazo–Ecuador, que posee una diversidad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que en número reducido se han convertido en proyectos turísticos comunitarios desarrollados por el empeño y organización de las comunidades que se asociaron para conformar la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo “Cordtuch”, legalmente reconocida por Acuerdo Ministerial No. 235 del Codenpe (Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador) del 23 de agosto de 2006. Para esta Corporación el turismo comunitario es considerado como una estrategia para conservar los recursos naturales, revalorizar la cultura y diversificar las labores productivas desde una perspectiva participativa y sustentable, con este fin apoya a los proyectos turísticos comunitarios en las tareas de marketing y comercialización mediante la operadora de turismo “Puruha Razurku” creada en el año 2006.

Sin embargo, a pesar de contar con una operadora de turismo, las actividades de turismo comunitario activo que se desarrollan en la Provincia de Chimborazo tienen una reducida divulgación, aspecto que dificulta avanzar en la investigación teórica; las publicaciones al respecto corresponden a repositorios, resultados de consultorías y planes de trabajo de organismos gubernamentales y no gubernamentales, información que en conjunto facilita una mayor comprensión del objeto de investigación.

Chimborazo tiene la necesidad de contar con una política turística comunitaria a nivel provincial con dimensiones territoriales específicas con particularidades para cada ámbito territorial donde operan los proyectos de turismo comunitario. Se aspira que la presente investigación que construye los momentos actuales del turismo comunitario coadyuve a trabajar en forma coordinada con políticas más eficaces generadoras de sinergias que promuevan un desarrollo sostenido de este sector.

2 IMPORTANCIA DEL PROBLEMA

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), (Organización Mundial de Turismo. OMT, 2012) La contribución que el turismo puede hacer al alivio de la pobreza, a la conservación del patrimonio natural y cultural, y al desarrollo sostenible en su conjunto puede ser substancial, y más aún, en los países en desarrollo, donde los recursos naturales y los paisajes se conservan relativamente intactos y son pocas las actividades económicas de otro tipo que ofrecen un potencial de desarrollo sostenible, desde una perspectiva económica o ambiental.). (Organización Mundial de Turismo, 2017). La última investigación anual del World Travel and Tourism Council, en conjunto con Oxford Economics, demuestra la contribución del turismo al PIB mundial que creció por quinto año consecutivo en el 2014 a un 9.8% (7,6

mil millones de dólares). En la actualidad el sector impulsa casi 277 millones de personas en el campo laboral, es decir, uno de cada once empleos en el planeta. (World Travel and Tourism Council , 2015).

En el mercado turístico internacional, al Ecuador se lo considera como un destino por descubrir por sus innumerables zonas de gran atractivo, donde destaca su alta biodiversidad, así como la diversidad cultural de los distintos grupos étnicos y lingüísticos con sus costumbres y formas de vida que le dan un sentido de identidad a los territorios (Organización Mundial de Turismo, 2017) condición reconocida en la Constitución de la Republica (Art.1) (Asamblea Constituyente Ecuador , 2008)).

Desde el año 2012, el Ecuador viene impulsando el cambio de la Matriz Productiva, entre los desafíos está la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos; con visión territorial y de inclusión económica, incluyendo al turismo como un sector prioritario para la inversión de recursos públicos, privados y del sector popular y solidario. En consecuencia, el Plan Nacional de Desarrollo, en el objetivo 10: literales g y h manifiesta “g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera”; “h. Posicionar el turismo como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente”. (Senplades, 2013)

En coherencia con el Plan Nacional de Desarrollo, en la Estrategia Territorial Nacional a ser considerado en los lineamientos del cambio de la Matriz Productiva, se puntualiza “Promover el desarrollo del turismo a lo largo del territorio nacional considerando las características culturales y paisajísticas de cada región”; (Ministerio de Turismo, 2014) entre las principales líneas de acción se establece para la Zona de Planificación ubicar cuatro zonas geográficas: con índices más altos de incidencia de pobreza por consumo y bajo desarrollo social, ubicando entre estas a: Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza, para “Impulsar el crecimiento del turismo en sus diversas modalidades en el marco de la economía popular y solidaria”. (Senplades, 2013), jerarquizando a la Provincia de Chimborazo, sustentando que para la disminución de la pobreza se requiere de la consolidación de políticas intersectoriales integrales que vinculen la mejora de condiciones de vida con los aspectos naturales del entorno de estas poblaciones, proponiendo promover redes sinérgicas productivas relacionadas entre otros aspectos con turismo comunitario que generen para la población empleo y oportunidades sustentables a largo plazo e impulsen el crecimiento del turismo en sus diversas modalidades en el marco de la Economía Popular y Solidaria. (Senplades, 2013)

Los fundamentos que señalan a la Provincia de Chimborazo con los índices más altos de incidencia de pobreza y bajo desarrollo social, se sustentan en los indicadores económicos. Según el Sistema integrado de indicadores sociales (SIISE) para el año 2010 fuente Censo de Población y Vivienda INEC

2010, entre las Provincias que conforman la Sierra Central, Chimborazo se encuentra con uno de los índices más altos de Extrema Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas con 36,1% de la población. Que no puede satisfacer sus necesidades básicas de alimentación, vivienda, educación y salud. La pobreza es mayor en el área rural donde afecta al 92.1% de la población frente al 28.6% de habitantes del área urbana. (Sistema de indicadores sociales del Ecuador SIISE, 2012)

Estas condiciones de desventaja económica se traducen en altos niveles de pobreza y constituyen indicadores de carácter social que al estar relacionados con la actividad turística pueden afectar su desarrollo. Al hacer una comparación porcentual de los indicadores sociales de Chimborazo con los del País (gráfico 1), se visualiza que esta es una de las provincias con mayor porcentaje de población indígena y a su vez un alto porcentaje de población rural con altos índices de pobreza por Necesidades Básicas insatisfechas, superando la media nacional.

Gráfico 1 Indicadores Sociales

Fuente: SIISE 2012

Dado el peso de la pobreza sobre la economía y por ser éste el principal problema que debe enfrentar la provincia, es necesario propender al establecimiento de una economía orientada a la creación de empleo, redistribución del ingreso, elevación de la productividad y de la competitividad y sobre todo al aprovechamiento de las ventajas naturales y paisajísticas de la provincia. El turismo por lo tanto se convierte en una actividad con mucha potencialidad especialmente para los pueblos y comunidades nativas de Chimborazo, ya que de modo general la gran mayoría de los recursos con potencial turístico se sitúan en sus territorios.

En este sentido, Senplades plantea pasar de un modelo productivo tradicional y pasivo de las comunidades, a un modelo de aprovechamiento sostenible, en donde, en un contexto de mutuo respeto se utilicen las prácticas culturales ancestrales y se rescate las actividades productivas, analizando al turismo

comunitario como un modelo productivo que desde el enfoque de la Economía Popular y Solidaria dinamiza el desarrollo intrínseco y extrínseco de las comunidades. (Senplades, 2013). Por lo expuesto, investigar si el turismo comunitario de acuerdo al modelo de la Economía Popular y Solidaria es un dinamizador del desarrollo económico de las comunidades privilegiando al ser humano sobre el capital, es importante.

El presente estudio aporta con un conocimiento importante al reto de dinamizar la economía popular y solidaria, fortalecer la función social del turismo, y, a su reconocimiento como pilar del desarrollo local con la participación decidida de la comunidad.

3 METODOLOGÍA

3.1 NATURALEZA DEL ESTUDIO

Este estudio se inscribe en un proceso de investigación participativa, en un espacio propicio para la producción individual y colectiva del conocimiento, en un proceso continuo y sistemático de interacción y confrontación entre la teoría y la práctica, esta última desarrollada con el acompañamiento de compañeros comuneros de los proyectos de turismo.

En la producción individual, las herramientas de análisis fueron los documentos que se han generado sobre la actividad turística de la Provincia de Chimborazo, proceso que implicó la recuperación de información secundaria producida a nivel del sector público, privado e intergubernamental, así como desde el sector comunitario. La producción colectiva del conocimiento se realizó mediante talleres participativos, entrevistas y observación directa por parte de los autores, mediante datos e indicadores se recogió información primaria que sirvió para el análisis y comprensión de la consolidación y estado del turismo comunitario en la Provincia de Chimborazo.

3.2 ESPACIALIDAD

Provincia de Chimborazo, seleccionada según criterios de territorialidad (región central del país) y nivel de representatividad (según indicadores de pobreza).

3.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

Se basaron en una doble lectura, desde lo documental (información secundaria) y desde lo vivencial (información primaria). La primera se realizó a un nivel descriptivo, mediante la recopilación de información documental; mientras que la segunda tuvo un carácter más analítico indagando mediante acercamiento, entrevistas a informantes claves y observación directa y aplicación de encuestas estructuradas, las variables, indicadores y tipos de información que se especifica en el siguiente esquema.

Variables, indicadores y tipo de información según objetivo

Objetivo General			
Identificar y analizar los elementos de la actividad turística que realizan las comunidades de Chimborazo y su relación con los fundamentos de la economía popular y solidaria, así como los elementos que permitan dinamizar el desarrollo local de las comunidades.			
Objetivo Específico 1	Variables	Indicador	Tipo de Información
Identificar los principales atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo por Cantón y Jerarquía.	Atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo.	No. de atractivos por cantón.	Información secundaria. Revisión teórica sobre el estado actual del Turismo en la Provincia de Chimborazo).
		Tipo de atractivos por cantón.	
		Atractivos Turísticos por cantón según clasificación jerárquica del MINTUR.	
Objetivo Específico 2	Variables	Indicador	Tipo de Información
Analizar las iniciativas turísticas de la Provincia de Chimborazo implementadas con gestión comunitaria.	Proyectos turísticos comunitarios de la Provincia de Chimborazo	No. de proyectos de turismo comunitario por cantón y comunidad.	Información secundaria
		Beneficiarios de los proyectos turísticos comunitarios.	
		Organismos externos de apoyo a los proyectos de turismo comunitario de la CORDTUCH	
	Necesidades sentidas en cada uno de los proyectos	Organización.	Información primaria
		Marco legal.	
		Atractivos naturales y culturales.	
		Producto turístico y tipo de emprendimiento.	
		Servicios básicos e infraestructura física y turística.	
Objetivo Específico 3	Variables	Indicador	Tipo de Información
Seleccionar según criterios de valoración los proyectos de turismo comunitario que tienen mayor relevancia por su potencialidad turística y aporte a la inclusión social e interculturalidad.	Proyectos de turismo comunitario con mayor relevancia y potencialidad turística	Valor potencial y grado de aprovechamiento actual del producto Turístico.	Información secundaria
		Infraestructura y planta turística.	
		Situación organizativa y calidad de la oferta actual.	
		Valoración del producto de Turismo Comunitario en relación con interculturalidad, inclusión social, reducción de la pobreza y Proyectos comunitarios emblemáticos y con apoyo.	
Objetivo Específico 4	Variables	Indicador	Tipo de Información
Analizar si los proyectos turísticos seleccionados	Proyectos turísticos comunitarios que	Situación actual de los productos turísticos seleccionados (análisis FODA).	Información primaria. (Aplicación de

dinamizan el desarrollo económico local de las comunidades.	dinamizan el desarrollo económico de las comunidades	Tipo de producto turístico ofertado.	encuestas y reuniones grupales con el Comité de Gestión Turística de cada uno de los lugares seleccionados).
		Capacitación de los miembros de la comunidad.	
		Flujo en procesos migratorios.	
		Desarrollo de la infraestructura y servicios básicos.	
		Organización comunitaria.	
		Manejo y conservación de recursos naturales.	

Elaboración: Dillon Gallegos 2018

Etapas de investigación: Se desarrollaron cuatro etapas:

Primera Etapa – Atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo

Identificación de los atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo por número, tipo (natural y cultural) y jerarquía según ubicación geográfica. La jerarquía se definió mediante la metodología elaborada por el Ministerio de Turismo en el año 2004 (Ministerio de Turismo, 2004) usada en la consultoría realizada por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Gerencia Regional Sierra Centro MINTUR, 2004) para la Agencia Regional de Sierra Centro; valoración que está vigente hasta la presente fecha. La jerarquía de cada uno de los atractivos turísticos se evalúa sobre 100 puntos en base a tres atributos: calidad, apoyo y significado o relevancia, de esta calificación se derivaron las jerarquías otorgadas a los atractivos:

De 1 a 25 puntos. Jerarquía I, sin mérito suficiente.

De 26 a 50 puntos. Jerarquía II, atractivos con algún rasgo llamativo

De 51 a 75 puntos. Jerarquía III, atractivos con rasgos excepcionales.

De 76 a 100 puntos. Jerarquía IV definidos como excepcionales, de gran significación para el mercado turístico internacional.

Segunda Etapa: Análisis de las iniciativas turísticas de la Provincia de Chimborazo implementadas con gestión comunitaria.

Para actualizar los aspectos relacionados con necesidades sentidas se utilizó información primaria mediante entrevistas in situ a informantes claves y reuniones con los comités de turismo comunitario afiliados a la Cordtuch, mediante grupos focales y talleres comunitarios se recopiló información sobre necesidades sentidas, que fueron usadas como base para el desarrollo de la actividad turística con gestión comunitaria. El trabajo de actualización de necesidades sentidas se desarrolló en 12 salidas de campo una por cada proyecto de Turismo Comunitario.

Tercera Etapa: Selección de proyectos de turismo comunitario con mayor relevancia y potencialidad turística en base a cuatro criterios de análisis: 1. Valor potencial y grado de aprovechamiento

actual del producto turístico. El: Valor Potencial del producto y aprovechamiento actual fue valorado con una puntuación en una escala que va del 1 (mínimo) al 5 (máximo), con un total de 60 puntos. 2. Infraestructura y planta turística. Valorado sobre 40 puntos. 3. Situación organizativa y calidad de la oferta actual. Valorado sobre 60 puntos. (Noboa, Tierra y Guadalupe 2010). 4. Valoración de productos de turismo comunitario, mediante la valoración de: Interculturalidad, Inclusión social, Reducción de la pobreza, a cada uno de estos ítems se asignó una valoración de 3 puntos dando un total de 9 (Noboa, P; Tierra, P; Guadalupe, A., 2010)

Cuarta etapa – Proyectos turísticos comunitarios que dinamizan el desarrollo económico de las comunidades.

En esta etapa relacionado con el objetivo 4 se investigó in situ la situación actual de los productos turísticos seleccionados (análisis FODA), Tipo de producto turístico ofertado, Capacitación de los miembros de la comunidad., Flujo en procesos migratorios, Desarrollo de la infraestructura y servicios básicos, Organización comunitaria. Manejo y conservación de recursos naturales. Para identificar si los productos turísticos que se ofertan a los turistas dinamizan el desarrollo económico local en concordancia con los principios de la economía popular y solidaria, se utilizó la metodología de la OIT.

4 RESULTADOS

Etapas I: Atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo según ubicación geográfica y jerarquía

En la Provincia de Chimborazo se identifican 74 atractivos turísticos que se categorizan como: Manifestación Cultural (57%) y como sitio natural (43%). Al clasificarlos según jerarquía se obtiene que:

Jerarquía IV el 4.6% de los atractivos turísticos

Jerarquía III el 13% de los atractivos turísticos

Jerarquía II el 80% de los atractivos turísticos

Jerarquía I el 2.7% de los atractivos turísticos

De lo expuesto se desprende que el mayor porcentaje de sitios turísticos son culturales, que hace referencia al uso de la cultura como recurso para el consumo turístico, mientras que el turismo natural o de naturaleza emerge asociados al patrimonio natural representado por formaciones físicas, biológicas, geológicas y paisajísticas excepcionales. Se resalta el hecho de que el 80% de los atractivos son de jerarquía II, es decir, son considerados como atractivos con algún rasgo llamativo para turistas del mercado interno o receptivo, apenas el 4% de los atractivos turísticos son de jerarquía IV, estos son: el Parque Nacional Sangay (nombrado como Patrimonio Natural de la Humanidad en el año de 1983), y la reserva de Producción Faunística y el Nevado Chimborazo.

Etapa II. Identificación de los Proyectos Turísticos Comunitarios y necesidades sentidas

De los 74 atractivos naturales y manifestaciones culturales existentes en la Provincia de Chimborazo, apenas 12 tiene en sus territorios atractivos turísticos comunitarios que operan con las siguientes particularidades:

- La totalidad de los proyectos turísticos se encuentran en áreas rurales y comunidades quichua hablantes
- Los proyectos de turismo comunitarios se concentran en 6 cantones que concentran el 90.4% de habitantes de la provincia de Chimborazo
- El cantón Riobamba es el que tiene la mayor cantidad de productos con gestión comunitaria (5 proyectos) entre sus atractivos se encuentra un recurso natural estrella como es el nevado Chimborazo. Los cantones restantes tienen un menor número de proyectos turísticos (3 en el cantón Guano y uno en cada uno de los cantones de Alausí, Colta, Guamote y Chambo)
- Los beneficiarios directos de estos 12 proyectos comunitarios son un total de 1177 familias que por designación de la comunidad están encargados de desarrollar la actividad turística como miembros del comité de gestión, guías turísticos y servicios de atención al turista;
- Los beneficiarios indirectos son 843 familias que aprovechando del turismo comercializan por su cuenta diversos productos, beneficios que la cadena de valor turístico genera.

Las necesidades sentidas en cada uno de los 12 proyectos comunitarios se refieren a:

- Su legalización como centro de turismo comunitario, el no tener un reconocimiento por parte del MINTUR les hace dependientes del sistema de mercadeo y comercialización de la CORDTUCH a través de la operadora Puruha Razurku.
- Contar con un Plan de revitalización cultural y natural para convertirle en un producto turístico importante acompañado de capacitación para cuidar y preservar el recurso natural.
- Mejorar el producto del turismo comunitario, capacitación en gastronomía, atención al cliente, relaciones humanas, administración turística, elaboración de proyectos turísticos, y mejoramiento de la calidad de las artesanías locales.
- Tener apoyo y guía externa para diversificar la oferta de estos emprendimientos, capacitación para mejorar la calidad de los productos y créditos para mejorar los emprendimientos que son una pieza clave para impulsar, fortalecer y consolidar la economía popular y solidaria dinamizada a través de estas asociatividades.

- Mejorar los servicios básicos e infraestructura existe ya que no cumplen con la calidad esperada que garantice seguridad y salud, además las vías de acceso no se encuentran en óptimas condiciones para el acceso de los turistas

Esta información cualitativa, permitió comprender la valoración y significado de los diferentes aspectos que se requiere para alcanzar un mejor desarrollo del turismo comunitario.

Etapa III: Selección de iniciativas turísticas comunitarias en la Provincia de Chimborazo

La valoración y priorización de productos de turismo comunitario escogidos por su importancia fueron producto de la aplicación y valoración en función de cuatro criterios mencionados en la etapa 3 de la metodología, los productos turísticos comunitarios que alcanzaron el mayor puntaje sobre 174 puntos fueron:

Nizag, 109 puntos
 Razuñan 109 puntos
 Casa Cóndor 108 puntos

Etapa IV: Análisis de como los proyectos turísticos seleccionados dinamizan el desarrollo económico de las comunidades

Previo al análisis mencionado se definió la situación actual de los productos turísticos seleccionados que se evidencia en los siguientes cuadros en los que se evidencia los productos turísticos de las tres comunidades seleccionadas

Cuadro 1 Productos Turísticos comunitarios en Nizag, Casa Cóndor, Razu Ñan

Proyecto turístico	Comunidad	Producto turístico/Tours	Descripción	Duración
Nizag	Nizag	Camino del Inca o Kápac-Ñan	Es un producto turístico comunitario que ligado a la ruta del Tren Andino (crucero Nariz del Diablo) y el Qapak Ñan ha generado una alta expectativa en el mercado, sobre todo en operadoras que comercializan turismo sostenible. La atracción es la cultura evidenciada en el idioma, vestimenta, artesanía (fibra de cabuya), música, danza y formas de vida de las familias locales. Su planta turística está constituida por un sitio de hospedaje y alimentación. Su producto ha sido consumido por demanda internacional que complementa su viaje en tren con turismo comunitario. Los ingresos económicos	1 a 2 días
		Cuy Rumi		
		Cerro Chiripungo		

		Nariz del diablo o mirador Cóndor Puñuna	percibidos por el turismo son destinados para el pago al personal, mejoramiento de infraestructura y equipamiento. Su intención con el turismo es revitalizar su cultura, proteger el ambiente y mejorar la calidad de vida de la gente de la comunidad. La adquisición del producto es bajo reservación.	
		Nizag: cultura y tradición		

Proyecto turístico	Comunidad	Producto turístico/Tours	Descripción	Duración
Casa Cóndor	Pulinguí San Pablo	Cabalgata al bosque de Polylepis	Producto comunitario con gran trayectoria en el mercado sobre todo internacional, su ubicación estratégica en la zona de paso hacia la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, le proporciona una ventaja competitiva. Su oferta vincula elementos del patrimonio cultural tangible e intangible, así como del patrimonio natural, que se ven complementados con la oferta de servicios de hospedaje, alimentación, transporte y guianza con una capacidad total de 40 plazas. La infraestructura que utiliza para la prestación del servicio turístico requiere de adecuaciones y equipamiento. Los egresos de la operación turística son ingresos para la comunidad, pues los beneficios generados se incorporan a un fondo comunitario para financiar proyectos de desarrollo social. Se han comprometido con el cuidado y protección del ambiente, promoviendo a través del turismo la protección de fuentes de agua y conservación del páramo a través de la reintroducción y manejo de camélidos (alpacas y llamas) y reducción de ovinos.	1 a 3 días
		Excursión al bosque de Polylepis		1 a 2 días
		Cabalgata Templo Machay		1 día
		Excursión Templo Machay		1 día
		Ecología, naturaleza, vida silvestre		2 días

Proyecto turístico	Comunidad	Producto turístico/Tours	Descripción	Duración
Razu Ñan	Pulinguí Centro	Hieleros del Chimborazo	Su producto estrella de turismo comunitario se vincula con la ruta de los Hieleros del Chimborazo, al cual le han sumado la prestación de servicios	1 noche, 2 días, 2 noches, 3 días

		Conociendo Razu Ñan	turísticos de hospedaje, alimentación, transporte y guianza. Respecto al mercado recibe turistas nacionales, extranjeros y grupos de voluntarios. Para controlar la calidad del servicio maneja encuestas de satisfacción las cuales evalúan sus servicios. Han iniciado un proceso de implementación de buenas prácticas de turismo sostenible para mejorar sus albergues y la prestación de servicios turísticos. Cuenta con guías naturalistas y nativos, además la gente que está prestando el servicio se está profesionalizando en diferentes áreas. Los elementos culturales destacados en el producto se vinculan con las formas de vida de las familias. Los beneficios económicos producto de la actividad turística son redistribuidos en la comunidad en obras de desarrollo local.	2 días
		Yuracrumi		2 días, 1 noche
		Caminando entre llamas y alpacas		3 noches, 4 días

Elaboración: Dillon Gallegos 2018

La información presentada en el cuadro 1 relacionado a los “Tours turísticos”, es variada y combina actividades relacionadas con la cultura, aventura, naturaleza, convivencia comunitaria, áreas protegidas y proyectos productivos, que a más de dinamizar estos recursos y convertirlos en productivos, tiene una marcada visión de identidad cultural que les impulsa a seguir desarrollando acciones que les permitan no solo mostrar al turista los recursos naturales que tienen sino también su cultura, de ahí que la oferta a logrado mejorar la vida de la población beneficiaria, pues de las entrevistas realizadas a los comuneros que forman parte de la gestión turística manifiestan que tienen mucho más para mostrar por lo que van a incrementar la oferta turística con los atractivos culturales y la medicina ancestral.

Beneficios del turismo comunitario en el desarrollo económico de las comunidades de Nizag, Casa Cóndor y Razu Ñan, en base a la metodología de la OIT. Los resultados de cada una de las características analizadas por los comuneros son:

- Efectos en capacitación. Seguridad de que pueden responsabilizarse de las acciones que demanda el turismo por la capacitación recibida en gastronomía, guianza, manejo y conservación de los recursos naturales y culturales, salud y nutrición, idiomas, artesanías, fortalecimiento del ejercicio de los derechos que tienen de recibir capacitación y educación continua en igualdad de oportunidades los jóvenes, adultos, hombres y mujeres. Formando nuevos líderes que se ponen al frente de las negociaciones y comercialización de los productos turísticos. Ampliación de oportunidades de

desarrollo humano, los comuneros dan importancia al turismo comunitario, a su potencial, orgullosos de tener atractivos naturales y culturales y comprometidos con su cuidado y preservación.

- Ingresos. Mejoramiento de ingresos por comercialización de productos y de emprendimientos, reconocido por los comuneros, sin dar acceso a su cuantificación, pues los comuneros no proporcionan estos datos, ni permiten tener acceso a los recursos que en forma muy limitada disponen, se ha podido recabar información económica de la Operadora Puruha Razurku de propiedad de la Cordtuch. Esta operadora proporcionó información económica correspondiente a ingresos por concepto de venta de tours y su evolución en los años 2011 – 2015.

Gráfico 2 Evolución ingresos por concepto de venta de tours turísticos

Elaboración: Dillon Gallegos 2018

Los comuneros vivencialmente disponen de una mayor capacidad de compra y por ende una mayor satisfacción de necesidades, la totalidad de los entrevistados manifiestan que ha mejorado su ingreso, -sin decir en cuanto- pero también indican que no les agrada mucho que empresas externas y el Ministerio de Turismo les induzcan a constituirse como empresarios y accionistas de un negocio llamado Turismo Comunitario, con el fin de alcanzar “sostenibilidad económica” “reducción de la pobreza”, ellos consideran que esta actividad de debe servir para mantener vivo el Ranti ranti (principios de solidaridad y reciprocidad comunitaria).

Empleo. Al respecto, el 100% de los comuneros manifiestan que:

Se ha producido una reducción del flujo de los procesos migratorios tanto internos como externos

Que las actividades que se desarrollan alrededor del turismo están diseñadas para que la gente de la comunidad participe y se beneficien de las mismas

Han surgido oportunidades de trabajo que atrae especialmente a los jóvenes que les permite construir un medio de vida sostenible con un trabajo seguro, ya sea en el proyecto turístico, emprendimientos o en las cadenas de valor que genera el turismo.

El turismo comunitario se convirtió en un ancla que detiene la migración, permitiendo la participación de los comuneros en espacios de trabajo que no se visualizaban antes de la actividad turística en la comunidad.

Empoderamiento y la relevancia que le dan al turismo, pues los comuneros manifiestan que tienen un trabajo importante en su comunidad que permite dinamizar el desarrollo local de su entorno mediante iniciativas productivas con un alto sentido social de turismo. En caso concreto, la comunidad de Nizag ha generado diversas actividades que permite un mayor involucramiento de su comunidad, desde presentación de bailes a turistas hasta la venta de artesanías, lo que genera una alta demanda de fuerza laboral.

Esta realidad lo expresan a través de las siguientes cifras:

Cuadro 2 Evolución de la vinculación laboral de las familias a los proyectos turísticos comunitarios

Evolución de la vinculación laboral de las familias al proyecto turístico comunitario		
Proyecto turístico comunidad	Al inicio	Actualmente
Comunidad	Número de familias	Número de familias
Nizag	35	50
Casa Cóndor	10	39
Razu Ñan	16	40
TOTAL	61	129

Elaboración: Dillon Gallegos 2018

Desarrollo de infraestructura y servicios básicos

El 100%, de los comuneros destaca los cambios inducidos por el turismo en la creación y mejoramiento de infraestructura y servicios básicos como se observa en el siguiente cuadro

Cuadro 3 Infraestructura y Servicios básicos disponibles en los Proyectos Turísticos comunitarios

Operaciones de Turismo Comunitario	Infraestructura								
	Hospedaje	Restaurante	Sala exhibición de artesanías	Vías de acceso	Taller de artesanías	Servicios Básicos			Transporte
						Agua entubada domicilio	Letrinización	Servicios de comunicación	
Nizag	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Casa Cóndor	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Razu Ñan	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Elaboración: Dillon Gallegos 2018

Los servicios básicos que se detallan en el cuadro 3, han sido dotados por diferentes organismos públicos y privados, a partir de las crecientes necesidades provenientes del turismo, lo cual evidencia el desarrollo alcanzado por la comunidad a partir del proyecto turístico, a lo que se incluye que la organización comunitaria ha tenido acceso a crédito de bajo interés para invertir en las actividades turísticas como se testimonia en el siguiente cuadro:

Cuadro 4 Acceso a créditos para invertir en actividades turísticas

Nizag	Casa Cóndor	Razu Ñan
Acceso a crédito externo que va cancelando con los ingresos que recibe del turismo.	Caja de ahorro y crédito para socios de los emprendimientos destinados a inversión con un monto de hasta 1000 USD.	Desde el año 2010 existe una caja comunitaria que da créditos inmediatos para emprendimientos turísticos desde 50 hasta 500 dólares.

Elaboración: Dillon Gallegos 2018

5 ORGANIZACIÓN COMUNITARIA

Para conocer sus vivencias con respecto a la organización comunitaria se preguntó en los tres emprendimientos sobre si “La organización comunitaria que maneja el turismo tiene la confianza de los miembros de la comunidad”, las respuestas se reflejan en “se observa plena confianza en la organización comunitaria y en el trabajo cooperativo que ha permitido mantener en operación el producto turístico y los emprendimientos, esto, se produce porque la comisión de gestión turística es nombrada por la comunidad en asamblea comunitaria”. Con respecto a la pregunta “Tienen un calendario de reuniones con la comunidad para presentar informes y evaluar lo realizado”, se observa que la estructura organizativa en estos tres proyectos no funciona como una estructura empresarial, sino como una forma organizativa propia, con gestión autónoma, que convoca a los miembros de la comunidad cuando requiere, no necesariamente para presentar informes, eso explica porque estas reuniones no se calendarizan.

En lo relacionado al reconocimiento y promoción de la equidad de género, participación e incorporación de las mujeres en las diversas actividades, se destaca que su vinculación tiene un alto impacto en el empoderamiento de las mujeres en la actividad económica vinculada al turismo. En los tres emprendimientos la mujer tiene un rol preponderante en servicios de guianza, alimentación, alojamiento y producción artesanal; lidera también emprendimientos y gestiona actividades de comercialización lo que determina relaciones de mayor igualdad de oportunidades para las mujeres indígenas que históricamente han sido discriminadas.

6 MANEJO Y CONSERVACIÓN DE RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

Para analizar este punto se indago a los comuneros sobre los siguientes aspectos

¿En este proyecto turístico se ha elaborado y aplica un plan de monitoreo ambiental con personas encargadas de supervisar su cumplimiento?, y ¿Existen disposiciones para controlar y mitigar los impactos negativos de las actividades turísticas en el entorno natural: flora, fauna, agua, aire, erosión de caminos y contaminación?

Las respuestas indican que si bien existe el compromiso de conservar los recursos naturales no siguen un plan de monitoreo ambiental que les diga que hacer, estos planes se han introducido en su cultura pero no se han apropiado, manifiestan que como “runas” tienen un gran respeto por la pachamama y por su vinculación cercana la cuidan y protegen, esta es su filosofía de vida, en relación a las acciones a realizar para control de mitigación de los impactos negativos de las actividades turísticas en el entorno natural: flora, fauna, agua, aire, erosión de caminos y contaminación, estas son acordadas en las reuniones ya sea del Comité de Turismo o de la asamblea de comuneros y lo realizan bajo sus propias normas es decir mediante mingas

¿Se promueve acciones (mingas) con el total de la comunidad para trabajar en la mejora del entorno y las condiciones ambientales de la comunidad?

Los comuneros manifiestan que todavía el turismo en las comunidades se mantiene con visión comunitaria, pues para todos su “Patrimonio de Vida”, que organizada sirve para demostrar el territorio y la cultura a los visitantes y por esta razón lo cuidan con el compromiso comunitario expresado en las participaciones en las mingas

¿Los servicios de gastronomía que se ofrecen al turista valoran la tradición culinaria y los productos locales provenientes de la agricultura y la pequeña industria familiar o comunitaria?

Según los comuneros años atrás se apreciaba en el turista menospreciaba la gastronomía indígena, actualmente la gastronomía en base a productos sembrados en las tres zonas como: maíz, papas, arvejas, habas, yuca, quinua, zambo, zanahoria blanca, trigo, col, etc., además de carne de cuy, conejo, gallinas, y borregos son muy apreciados, razón por la cual siempre se está trabajando en la diversidad de productos y la familias se han motivado a poner pequeños emprendimientos que ofertan productos de la zona.

Acciones de interculturalidad. Al respecto se preguntó, ¿Se han desarrollado acciones de interculturalidad con los turistas, como reconocimiento y respeto mutuo de la identidad, intercambio de conocimientos, experiencias y vivencias?

A pesar de la respuesta afirmativa de los comuneros, los dirigentes indican que hace falta fortalecer la identidad cultural de los pueblos indígenas en los que se desarrolla el turismo comunitario, sugieren, realizar encuentros culturales para revalorizar la cultura de cada comunidad con sus diferencias, ejecutar

talleres participativos para conocer la realidad cultural de las comunidades, incluir en la oferta turística actividades culturales significativas, que han pasado por un proceso de revitalización.

7 CONCLUSIONES

De los 12 proyectos turísticos comunitarios, apenas 3: Casa Cóndor, Razu Ñan y Nizag, alcanzan un adecuado valor potencial y aprovechamiento actual del producto turístico, indicadores de su crecimiento son la evolución de ingresos por ventas de tours que desde el 2011 hasta el 2015 se han incrementado en Casa Cóndor en un 282%, en Razu Ñan en 191% y en Nizag en un 454%.

En estos tres proyectos existe un avance en infraestructura básica y planta turística que no solo favorece al turismo sino también a las familias de la comunidad. La situación organizativa y calidad de la oferta sin ser óptima apuntala el turismo pues su nivel de organización, comercialización y mercadeo de la oferta turística e inversión de recursos provenientes de la actividad turística supera a los otros productos turísticos. Así sobre 174 puntos con los que se valora y prioriza los productos turísticos, los proyectos mencionados superan los 100 puntos.

Los beneficios del turismo comunitario en el desarrollo económico de las comunidades Casa Cóndor, Razu Ñan y Nizag, se evidencian a través de diversos aspectos como: capacitación, con una cobertura del 100%, reducción del flujo migratorio que en el pasado ha sido muy alta, el turismo ayudó a la gente joven a encontrar incentivos para quedarse en la comunidad vinculándose a través de sus familias al proyecto turístico que desde el inicio hasta la presente fecha se ha incrementado en un 100%, de igual forma, la creación de los emprendimientos ha generado empleo en Nizag para 150 personas, en Casa Cóndor para 78 personas y en Razu Ñan para 88 personas, espacios de trabajo que antes de la actividad turística no existía, creando nuevas oportunidades de trabajo y por ende de retención de individuos y familias en la comunidad.

Con respecto a Infraestructura y servicios básicos el 100% de los comuneros en los tres proyectos destacan los cambios inducidos por el turismo en la creación y mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos, pues los tres proyectos cuentan en la actualidad con servicios de hospedaje, restaurante, talleres de artesanías, sala de exhibición de artesanías, vías de acceso y servicios básicos como agua entubada a domicilio, letrinización, electricidad y servicios de comunicación, dotados por alianzas estratégicas establecidas por diversos organismos nacionales e internacionales.

Crédito, el 100% de los informantes manifiestan que disponen en sus comunidades de cajas de ahorro y crédito comunitario, a los que acceden para obtener créditos productivos a bajo interés (5 a 6%), que les favorece para poner emprendimientos diversos y pagar con los beneficios económicos que les produce.

Participación de los comuneros, en los tres proyectos se considera como un elemento importante en la vida comunitaria el Wakina que hace relación a la participación con respeto y equidad y es así como en las funciones directivas de los Comités de Turismo por cada 2 hombres está presente una mujer y se motiva en forma permanente para una mayor inclusión de la mujer.

Lo planteado reafirma el hecho de que el turismo comunitario para las comunidades indígenas de la Provincia de Chimborazo contribuye al empoderamiento de los actores locales sobre la creación y puesta en marcha de nuevas actividades rurales no agropecuarias, como el turismo, la artesanía, la pequeña industria, cimentada en la asociatividad y solidaridad de los comuneros que consideran que estas actividades sirven para mantener vivo el Ranti ranti (principios de solidaridad y reciprocidad comunitaria), que a su vez contribuye a crear las condiciones para el Buen Vivir que entre sus principios promueve la consolidación del sistema de economía social y solidaria y plantea la integración de todas las formas de organización económica incluyendo la popular y solidaria que establece y fortalece espacios de comercialización de bienes con pertenencia cultural, como estrategia para erradicar la pobreza de los pueblos.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Constituyente Ecuador . (2008). Constitución de la República del Ecuador . Asamblea del Ecuador .

Asamblea Nacional del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Asamblea Nacional.

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo - Gerencia Regional Sierra Centro MINTUR. (2004). *Inventario de atractivos turísticos de la Provincia de Chimborazo*. Riobamba: ESPOCH.

Ministerio de Turismo. (2004). *Metodología para inventario de atractivos turísticos*. Gerencia Nacional de recursos turísticos. Quito.

Ministerio de Turismo. (2014). *El turismo será el eje del cambio de la matriz productiva en Ecuador*. Quito: MIES.

Noboa, P; Tierra, P; Guadalupe, A. (2010). *Caracterización integral del potencial de turismo cultural para la Provincia de Chmborazo*. Riobamba.

Orgaización Mundial de Turismo. OMT. (2012). *Contribuciones de la Organizacion Mundial de Turismo a ala cumbre sobre el desarrollo sostenible* . Madrid.

Organización Mundial de Turismo. (2017). *Turismo sostenible como instrumento para el desarrollo*. Quito: UDLA.

Senplades. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo para el Buen Vivir 2013-2017*. Quito.

Sistema de indicadores sociales del Ecuador SIISE. (2012). *Sistema de indicadores sociales del Ecuador SIISE*. Quito.

World Travel and Tourusm Council . (2015). *Economic Impact of travel & tourism* . Londres: World Travel and tourism Council .