

RED DE NEGOCIOS COMO ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNIDAD PIJAL, CANTÓN OTAVALO, IMBABURA – ECUADOR

**BUSINESS NETWORK AS AN ALTERNATIVE FOR THE
STRENGTHENING OF COMMUNITY TOURISM IN THE PIJAL
COMMUNITY, CANTON OTAVALO, IMBABURA – ECUADOR**

Recibido: 30/10/2017 – Aceptado: 26/11/2017

Yoarnelys Vasallo Villalonga

Docente - Universidad Técnica del Norte
Ibarra – Ecuador
Máster en Gestión Turística mención Gestión Hotelera
yoarnelys@yahoo.es
<https://orcid.org/0000-0002-4260-916X>

Santiago Ramiro Rojas Andrade

Docente - Universidad Politécnica Estatal del Carchi
Ibarra – Ecuador
Magister en Ecoturismo en Áreas Protegidas
santbass@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8089-4168>

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

Resumen

La investigación analiza el impacto socioeconómico generado por el desarrollo del turismo a las familias integrantes del proyecto comunitario, Sumak Pacha, comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador, con la intención manifiesta de crear una red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario. Se encuentra alineada con el Plan Nacional del Buen Vivir, las políticas públicas sectoriales zonales y el PDYOT del cantón Otavalo, ya que como iniciativa turística contribuye al cambio de la matriz productiva y al impulso de la economía popular y solidaria. Plantea como objetivos: analizar las condiciones socioeconómicas actuales de las familias involucradas en la actividad turística; diagnosticar la situación actual de la oferta de turismo comunitario en el área de estudio; y determinar la tipología del visitante del cantón Otavalo. La metodología de la investigación se ha fundamentado sobre la base de los métodos teóricos y prácticos más generales de la investigación científica: histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo, y la entrevista, encuesta y fichaje para la recopilación de información de campo. Los principales resultados obtenidos evidencian que las familias que participan en la actividad turística distan del resto, en aspectos sociales como disminución del alcoholismo de los jefes de hogar, mejores prácticas de higiene y mayor participación de la mujer en la actividad laboral. Sin embargo, como alternativa económica, el turismo comunitario aún no genera la rentabilidad esperada. La afluencia de visitantes continúa siendo estacional y la oferta actual no satisface la expectativa del mercado, el cual oscila entre 20 y 35 años, con predisposición a la realizar actividades recreativas en sitios naturales y conocimiento del patrimonio cultural, que permanece en el cantón por un período promedio de no más de 5 horas, relegando a Otavalo como destino de paso.

Palabras Clave: *Negocio, Turismo, Pijal, Otavalo*

Abstract

The research analyzes the socioeconomic impact generated by the development of tourism to the families of the community project, Sumak Pacha, Pijal community, Otavalo canton, Imbabura - Ecuador, with the manifest intention of creating a business network as an alternative for strengthening tourism community. It is aligned with the National Plan for Good Living, the zonal sectorial public policies and the PDYOT of the Otavalo canton, since as a tourism initiative it contributes to the change of the productive matrix and to the promotion of the popular and solidary economy. Poses as objectives: to analyze the current socioeconomic conditions of the families involved in the tourism activity; diagnose the current situation of the offer of community tourism

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

in the study area; and determine the typology of the visitor of the Otavalo canton. The methodology of the research has been based on the most general theoretical and practical methods of scientific research: historical-logical, analytic-synthetic, inductive- deductive, and interview, survey and signing for the collection of field information. The main results obtained show that the families that participate in the tourism activity are far from the rest, in social aspects such as the decrease in alcoholism of the heads of households, better hygiene practices and greater participation of women in the work activity. However, as an economic alternative, community tourism still does not generate the expected profitability. The influx of visitors continues to be seasonal and the current offer does not meet the market expectation, which ranges between 20 and 35 years, with a predisposition to perform recreational activities in natural sites and knowledge of cultural heritage, which remains in the canton for an average period of no more than 5 hours, relegating Otavalo as a transit destination

Keywords: *Business, Tourism, Pijal, Otavalo*

Introducción

Con la iniciativa de fortalecer el desarrollo del turismo comunitario en las zonas rurales, el Gobierno Provincial de Imbabura creó en el año 2009, redes de turismo comunitario en zonas estratégicas, mismas que estarían integradas por emprendimientos turísticos aislados e independientes que ya existían bajo su propia autonomía, asociaciones comunitarias cantonales y otros de nueva creación, todos sobre la base del aprovechamiento de las potencialidades naturales y culturales de la región.

En este sentido, el cantón Otavalo incursionó en las zonas rurales de Peguche y San Pablo principalmente. Otavalo, con resultados positivos en la organización Huarmi Maquí, quienes han realizado convenios con las operadoras de turismo de la ciudad de Quito, específicamente con Marco Tours, así como con mayoristas alemanas, dinamizando el número de visitas con un notable incremento en la afluencia de visitantes y consecuentemente de ingresos económicos.

San Pablo en cambio, ha vivido una situación diferente, la falta de planificación inicial y de seguimiento y monitoreo por los organismos y autoridades auspiciantes, conllevó a disolver definitivamente las organizaciones comunitarias creadas.

En el mismo año 2009, la comunidad Pijal Bajo, perteneciente a la parroquia González Suárez, en el mismo cantón de Otavalo, se organizó con 24 familias para formar el Centro de

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

Turismo Comunitario (CTC) Sumak Pacha con la finalidad de dar a conocer su cultura y conformar emprendimientos turísticos que generasen ingresos económicos alternativos para sus familias, dedicadas por tradición generacional a la agricultura, la ganadería y en menor proporción, a la elaboración de artesanías.

La oferta turística que promovían destacaba las artesanías elaboradas en totora y bordados realizados por mujeres artesanas de la comunidad y otras actividades como agricultura orgánica, música, danza, comida típica, senderos, rutas, cabalgatas, paseos en bicicleta y alojamiento comunitario.

El empirismo de la iniciativa y el desconocimiento del mundo empresarial de quienes se enrolaron en ella hizo que doce de las familias, abandonaran el proyecto en la primera etapa, probablemente decepcionados ante la poca y no continua afluencia de visitantes. El turismo como actividad socioeconómica es cierto que beneficia a las comunidades receptoras, genera nuevas fuentes de empleo, directas e indirectas, y en muchas ocasiones se convierte en la mejor, sino la única, alternativa de sobrevivencia para comunidades pobres y/o en vías de desarrollo, con altas probabilidades de mejora de la calidad de vida.

El efecto multiplicador garantiza un impulso a otras actividades socioeconómicas de la comunidad y la región que en muchos casos pudieron estar deprimidas; sin embargo, la gestión y desarrollo de la actividad turística, requiere de determinados insumos indispensables, que garanticen una experiencia satisfactoria al cliente. La industria turística es sistémica, y requiere de la confluencia de todos los elementos que la conforman. Los turistas compran vivencias, aprecian la oportunidad de consumir nuevas experiencias, cuanto más autóctonas y alejadas de su vida cotidiana, más atractivas e interesantes para ellos, pero son así mismo exigentes y gustan de ofertas bien pensadas y correctamente estructuradas.

Pero los beneficios económicos no son inmediatos, probablemente tampoco en ninguna otra actividad socioeconómica, máxime en el turismo que se requiere no solo de una oferta turística que atraiga, sino además de una adecuada planificación, con estrategias de marketing que fortalezcan la comercialización y venta, y con ello el posicionamiento del producto en el mercado meta.

La iniciativa del GPI, totalmente empírica y sin mayor rigor científico, obvió pasos importantes, entre ellos, los estudios de factibilidad que a priori, permiten proyectar el desarrollo a corto, mediano y largo plazo de todo proyecto, con análisis de escenarios positivos, negativos y más probables y su consecuente toma de decisiones ante las diferentes alternativas posibles. En la actualidad, solo 12 familias, de las 24 fundadoras, continúan en la red.

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

En este contexto se identifica como problema científico de la investigación: ¿Cómo impulsar el turismo comunitario, para el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de la comunidad Pijal y la consolidación de la Red Sumak Pacha como destino turístico comunitario?

Y se define como objetivo general: Diseñar una red de negocios para el fortalecimiento del turismo comunitario y el mejoramiento de la calidad de vida de las familias en la comunidad Pijal, cantón Otavalo.; y como objetivos específicos:

- Analizar las condiciones socioeconómicas actuales de las familias involucradas en la actividad turística, de la comunidad Pijal.
- Diagnosticar la situación actual de la oferta de turismo comunitario en la comunidad Pijal.
- Determinar la tipología del visitante del cantón Otavalo.
- Identificar las empresas cuya oferta cumple con las expectativas del mercado turístico actual para integrarlas en la red de negocios.
- Identificar actores y organismos estratégicos que promuevan el crecimiento de las empresas integrantes de la red de negocios.

Según Ricaurte (2009), “en la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura”. En este contexto el turismo comunitario prevalece como una alternativa de desarrollo sostenible a nivel mundial, sobre todo en territorios o comunidades que cuentan con recursos y atractivos para desarrollar actividades turísticas.

En este sentido “el turismo comunitario en América Latina es un fenómeno que data de las dos últimas décadas”. En opinión de la Organización Internacional de Trabajo (2010) debido a que algunas actividades tradicionales no son muy sostenibles y por lo tanto ha sido necesario generar nuevas formas de desarrollo.

En el Ecuador, el turismo es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos, vías, pero, sobre todo, un atractivo de divisas para el país, convirtiéndose así en una política de gobierno en la actualidad.

La variedad de paisaje, grupos étnicos, flora y fauna, así como las numerosas posibilidades de realizar turismo, ya sea rural, de aventura, de negocios, entre otros, lo convierten en un destino turístico atractivo e interesante, sobre todo, para visitantes de Europa y Norteamérica, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con el turismo comunitario, siendo además una fuente de riqueza que contribuye en el desarrollo de los sectores rurales a nivel internacional.

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

Sin embargo, esta modalidad de turismo en Ecuador no alcanza los resultados esperados, una de las razones es la competencia con países como Perú, quienes sí han trabajado de forma planificada en cada sector de gobierno para posicionar su marca comunitaria en el mercado.

Las experiencias comunitarias más exitosas están localizadas en la Amazonía, específicamente los emprendimientos de Napo Wildlife Center Ecolodge, que han sido impulsados por organizaciones no gubernamentales externas, y tienen el financiamiento de la Cooperación Belga. Estas iniciativas son un modelo para seguir en cuanto a su organización y conformación del producto, pero en definitivas, han surgido gracias al aporte internacional, más no por la planificación gubernamental.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE) (2010) define al turismo comunitario como “la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados”.

Y en este sentido, la investigación se articula con el Plan Nacional de Buen Vivir (2013-2017) que plantea en sus objetivos cinco, siete y ocho: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad; Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global; y Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Y con la Agenda del Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT) de la Provincia de Imbabura (2014) que identifica “el circuito turístico: Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra y Valle del Chota”, como estrategia para el fortalecimiento de iniciativas turísticas, tomando como base el patrimonio natural y cultural de las comunidades.

Schaerer (2001) menciona que para que exista calidad en la oferta y servicio turístico es necesario que haya una buena calidad de vida en el territorio, por lo que se vuelve primordial la mejora de las condiciones de vida de la población local, para brindar una verdadera experiencia de viaje al turista.

El desarrollo de la actividad turística debe estar ligado a un modelo de desarrollo rural y no al contrario. Por consiguiente, es necesario entender que el turismo en áreas rurales forma parte del conjunto de actividades productivas de cada comunidad y por ningún motivo, puede convertirse en la única fuente generadora de economía para los miembros comunitarios, dada la estacionalidad de la actividad turística y los escasos conocimientos sobre comercialización y negociación turística de la población local.

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

En este sentido las redes de negocios permiten alcanzar la eficiencia a sus miembros, pues cada empresa se especializa en aquellas actividades en las que tiene una ventaja competitiva y cosecha así los beneficios de dicha especialización. El resto de las actividades, en las que no son tan buenas, serán contratadas a miembros de la red que las realizan de forma más eficiente, ya que están especializadas en ellas (Ventura, 2008). De este modo, cada socio puede tener acceso a las competencias de los demás y combinarlas según sus necesidades.

Materiales y Métodos

Para la realización de la investigación se trabajó directamente con las doce familias que aún integran la red de turismo comunitario Sumak Pacha, por lo que no se realizó muestreo sino censo a las 120 personas que poseen un emprendimiento y/o trabajan activamente en ellos.

Para el análisis de las condiciones socioeconómicas actuales de las familias involucradas en la actividad turística de la comunidad Pijal, se realizaron entrevistas a los actores involucrados directos del proyecto, con una base referencial de un banco de preguntas relativas a cuestiones sociopolíticas, culturales, ambientales y financieras.

Y para la situación actual de la oferta y demanda del turismo comunitario en la comunidad se convocó a los miembros del CTC a un taller participativo, con la intención de obtener datos que reflejasen la imagen actual del turismo comunitario en la comunidad.

Para determinar el comportamiento de la oferta turística de la Red se han tomado en cuenta tres elementos: atractivos, infraestructura de apoyo y servicios complementarios, habiendo considerado que, en conjunto, los tres conforman un producto turístico, el cual constituye el punto básico para la conformación de emprendimientos turísticos competitivos.

Para la evaluación de atractivos se realizó con los miembros de la comunidad, un mapeo participativo, que permitiera identificar dónde se localizan los atractivos turísticos y qué aspectos relevantes poseen. El análisis se complementó con el inventario de atractivos turísticos previamente realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Otavalo.

La investigación toma en cuenta las posibles vías de acceso, y de ellos analiza:

- Condiciones y estado de conservación
- Seguridad en la circulación
- Existencia de centros de apoyo al conductor
- Cercanía a la zona en la que se encuentra el producto turístico comunitario

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

- Existencia de carreteras que permitan enlazar a la región con otros centros turísticos, promoviendo la creación de circuitos
 - Atractivos complementarios a lo largo del trayecto
 - Para el análisis de las telecomunicaciones, evalúa:
 - Disponibilidad de líneas telefónicas
 - Porcentaje de cobertura del servicio
 - Existencia de lugares públicos con servicios de fax, internet y telefonía
 - Recurrencia de fallas en el sistema
 - Disponibilidad de fibra óptica
 - En cuanto a agua potable y alcantarillado, se identifica:
 - Disponibilidad
 - Continuidad en el suministro
 - Limitaciones en la dotación
 - Calidad del agua suministrada
 - Plantas de tratamiento de aguas residuales en las cercanías
 - Sistemas de disposición de aguas residuales
 - Existencia de instalaciones sanitarias
 - Relativo a electricidad, los principales indicadores a evaluar fueron:
 - Cobertura
 - Continuidad del servicio
 - Sobre simbología y señalización se tomó en cuenta:
 - Información sobre el producto turístico en las principales vías de acceso de zonas urbanas más próximas a la comunidad
 - Visibilidad de las señalizaciones
 - Actualización de la información
 - Utilización de señalética en distintos idiomas, de acuerdo con el mercado objetivo
 - Para la información de la oferta, los puntos a evaluar fueron:
 - Disponibilidad de información de todos los productos existentes
 - Actualización
 - Forma de la presentación
 - Correspondencia entre lo publicitado a través de la información y lo recibido por el turista
 - Intercambio de información con organismos turísticos nacionales e internacionales
 - Disponibilidad de un centro de atención telefónica en la red de turismo comunitario
 - Capacitación del personal
 - Sobre los servicios médicos se indagaron aspectos como:
 - Disponibilidad y horarios de operación de centros de atención médica
 - Disponibilidad de personal

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

- Capacidad de atención ante posibles incrementos en la demanda
- Facilidad en el traslado de pacientes
- Capacidad de hospitalización
- Disponibilidad de medicamentos y antídotos
- En el análisis de los servicios turísticos se identificó:
- Ubicación de las instalaciones respecto a los productos
- Flexibilidad de adecuación a las tendencias de la demanda
- Observancia de parámetros internacionales en términos de calidad y atención turística
- Disponibilidad de servicios alternativos para atender distintos segmentos y nichos de mercado
- Existencia de programas de capacitación para el mejoramiento del servicio al turista
- Disponibilidad de medios para el traslado oportuno y eficiente de los turistas
- Cumplimiento de las agencias de viaje y tour operadores como medios de enlace entre los servicios turísticos y los viajeros
- Nivel de desarrollo de otros servicios complementarios para los turistas
- Al analizar los recursos susceptibles de aprovechamiento turístico, se realizó el inventario con la utilización de una ficha de recursos, incluyendo los aspectos que posteriormente permitirían su evaluación. Entre ellos:
- Accesibilidad: facilidad para llegar, para estacionar, horarios de visita
- Señalización: guías turísticas, folletos, señales urbanas
- Nivel de afluencia: grado de frecuentación
- Nivel de uso: grado de utilización, estacionalidad

Una vez realizada la investigación sobre la oferta actual, se procedió a realizar el análisis de la demanda, asumiendo como tal a los visitantes que llegan a Otavalo los días sábados. Según estadísticas de los registros de la Casa de Turismo del cantón Otavalo (2016) existe un número aproximado de 10.000 personas que visitan el cantón mensualmente. Utilizando la fórmula de elementos de muestreo de William Mendenhall, se determinó una muestra de 350 visitantes, a los cuales se aplicaron encuestas, que abordaban temáticas relacionadas con:

- Perfil del turista existente y potencial
- Oferta existente y potencial
- Posibles encadenamientos empresariales comunitarios
- Estacionalidad de turistas en la urbe más cercana a la comunidad
- Implementación de estrategias para el manejo de alimentos
- Cuidado del recurso paisajístico de la zona

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

• Determinación del mecanismo de información hacia los visitantes acerca de la distribución del recurso económico

• La identificación de empresas para integrarlas dentro de una red de negocios se consideró lo propuesto por Stuart (2010), en cuya metodología evalúa:

- Recursos e infraestructura de las empresas participantes
- El espíritu emprendedor del propietario
- Disponibilidad de humano motivado y capacitado
- Disponibilidad de infraestructura física básica adecuada a las necesidades del turista
- Disponibilidad de infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los

turistas

- Alianzas con operadoras turísticas
- Apoyo de instituciones públicas / ONG
- Satisfacción del cliente
- Conocimiento de las necesidades de la demanda
- Evaluación constante
- La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe

mejorar

- Calidad del servicio
- Innovación de los servicios que ofrece

Para la búsqueda de organismos estratégicos, se utilizó el Sistema de Información de Oferta de Cooperación (SIOC) que es una herramienta tecnológica que permite, conocer y acceder a las ofertas de cooperación no reembolsable en sus diferentes modalidades.

Resultados

En el tiempo que las familias han incursionado en la actividad turística, se pueden observar impactos en el aspecto socioeconómico, que de a poco han creado diferencias marcadas con los pobladores que no trabajan en turismo en la comunidad Pijal, en los que se destacan: la disminución del alcoholismo de los jefes de hogar por ser una costumbre que generaba mala imagen con los visitantes; mejores prácticas de higiene, sobre todo en el consumo de agua hervida, mejorando así sus condiciones de salud; mayor participación de la mujer en la actividad turística.

Los integrantes de la Red Sumak Pacha, han realizado inversiones para la readecuación de sus emprendimientos para mejorar la oferta, sin embargo, no ha sido suficiente para incrementar el número de visitantes. Es necesario recalcar que la oferta turística debe ser dinámica y atractiva para los visitantes, con variedad de actividades para los diferentes segmentos de mercado. La poca

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

dinamización del producto turístico en Sumak Pacha ha provocado problemas económicos en las familias altamente dependientes del turismo, que aún no logran recuperar la inversión inicial realizada para la puesta en valor de sus emprendimientos.

Se identificaron 9 atractivos turísticos en la comunidad de los cuales 5 son atractivos turísticos naturales y 4 son atractivos turísticos culturales. De los 5 atractivos naturales, 4 son de tipo ambientes lacustres y 1 es tipo bosque. Mientras que los 4 atractivos turísticos culturales son de tipo etnográficos. Como resultado de la calificación se obtuvieron 8 atractivos con jerarquía II y 1 atractivo con jerarquía I. Este resultado sugiere la necesidad actual de la comunidad de mejorar las condiciones de cada atractivo, con iniciativas como implementar servicios en cada uno de ellos, limpiar el entorno, arreglar las vías de acceso, etc.

La oferta antes descrita y las actividades complementarias que la Red de Turismo Comunitario Sumak Pacha ofrece a los turistas, no satisface las expectativas de la demanda turística analizada. Su programa turístico incluye solo, caminatas por la comunidad, paseos en bicicleta, aprendizaje de los dialectos propios de Pijal, visita a talleres artesanales donde se integra al turista en la elaboración de bordados y comida tradicional preparada con productos orgánicos propios de la zona.

Los turistas que llegan a Otavalo se encuentran en un rango de edad entre 20 y 35 años, son mayormente solteros y planificaron su viaje con una anticipación de 4 meses. Su principal motivación es el conocimiento de nuevas culturas, sitios naturales y la visita a centros arqueológicos. Disponen de un ingreso anual aproximado de 40 mil dólares y prefieren viajar por su cuenta, justificando que los tours realizados por las agencias de viajes limitan los sitios y tiempos de visita. Existe un segmento importante de turistas mujeres que generalmente viajan en grupo, tienen una predilección por visitar zonas rurales y aprender el estilo de vida de la mujer en los sitios que visitan.

El uso de paquetes turísticos se observa en mayor proporción entre los turistas de edad adulta –de 35 a 60 años– quienes realizan visitas sin compañía, en pareja o en grupos que no incluyen niños. Al tratarse de viajes organizados por agencias de turismo, no visitan emprendimientos en zonas rurales, probablemente al no representar mayor rentabilidad. Sin embargo, quienes viajan por su cuenta, sin ataduras a itinerarios, prefieren hospedarse en alojamientos de 3 estrellas, en busca de confort y descanso, por lo que eligen a aquellas comunidades que cumplan con ciertos parámetros de servicio y calidad.

El tiempo de estancia en Otavalo de la mayoría de los turistas que viajan en la modalidad de

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

paquete turístico, es de alrededor de 5.3 horas. Un número reducido, permanece por todo un día, utilizando de preferencia los hospedajes que ofrecen las haciendas y hosterías tradicionales, en las zonas rurales del cantón.

De acuerdo a las preferencias del mercado, la oferta Sumak Pacha, debe complementarse con visitas a sitios naturales de la provincia, y alianzas con centros de turismo de la región sierra centro, ya que la oferta actual, no satisface las necesidades de la demanda, sobre todo con el mercado extranjero de EEUU y Francia, que representan la mayor cantidad de turistas para la Red, y son quienes mencionan que preferirían sitios que complementen su estadía, sobre todo los que permitan aclimatarse ya que luego de la visita a Otavalo, se trasladan hacia la sierra centro, para su visita al Antisana, Cotopaxi y Chimborazo.

Tabla 1.

Empresas cuya oferta cumple con las expectativas del mercado turístico actual y son idóneas para integrarlas dentro de una red de negocios.

Empresa	Especialización. Caracterización	Potencial para la Red de Negocios	Relación con las necesidades del mercado actual
HUARMIMAQUI	Talleres artesanales de tejidos, utilizando herramientas típicas ancestrales, para cada uno de los procesos	17 años de experiencia en el sector turístico El emprendimiento trabaja, con un grupo de 12 mujeres, jefas de hogar. El emprendimiento nace en el año de 1999, con un grupo de 12 mujeres, jefas de hogar, el propósito de este artesanal, es juntar sus	El 52% de turistas que visitan Otavalo, bajo la modalidad grupos están conformados exclusivamente de mujeres, este nicho de mercado busca conocer la realidad femenina de los destinos que visitan a través de mujeres que comparten con ellas su cultura, su experiencia y su día a día. El 87% de los turistas, llegan a taller por primera vez,

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

A continuación, la Figura 1, identifica a las empresas cuya oferta cumple con las expectativas del mercado turístico actual y son idóneas para integrarlas dentro de una red de negocios; la 2 recopila a los actores y organismos estratégicos, que promuevan el crecimiento y la Figura 3 muestra la base de datos de contactos de cooperación internacional para el desarrollo.

Tabla 2.

Actores y organismos estratégicos, que promuevan el crecimiento de las empresas integrantes de la red de negocios.

+

Competencias con mayor potencial a ser financiadas							
Sectores mas apoyados por cooperacion internacional	Vialidad	Fomento productivo	Gestion de riesgos	Infraestructura social	Cuencas hidrograficas	Gestión ambiental y patrimonio natural	Patrimonio cultural
Ambiente					X	X	
Desarrollo social				X			
Educacion							
Salud							
Desarrollo agropecuario		X					
Produccion		X					
Gestión administrativa							
Desarrollo urbano	X		X	X			

Tabla 3.

Base de datos de contactos de cooperación internacional para el desarrollo.

BASE DE DATOS DE CONTACTOS COOPERACION INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO								
Tipo de COOPERACION	PAIS	SIGLAS	ACTORES	REPRESENTANTE	Dirección	Teléfono	WEB o E-mail	Tematicas de Cooperación u observaciones
EMBAJADAS	ALEMANIA	Alemania	Embajada Alemana				www.quito.diplo.de	El encargado de Cooperación es el Consejero Peter Wolf
Cooperación Bilateral	ALEMANIA	BMZ	Cooperación Técnica Alemana GTZ				joerg.holla@gtz.de gtz-ecuador@gtz.de	

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

Cooperación Bilateral	ALEMAN	GTZ	Servicio Alemán de Cooperación Social Técnica DED	Lothar Ras Director	Av. Amazonas 30 234 y Gaspar de Villarroel Ed. Zambrano Quito	022 43736 022 43633 022 43648	ecu@ded.de www.ded.org.ec	Procedimiento de Solicitud: www.sos-bonn.de/espanol/Need/need.htm#Einsatzanforderung
Cooperación Bilateral	ALEMAN	DED	Programa de modernización y descentralización Promode GTZ	Mario Alfonso Arellano Christian Breustedt	Los Alamos 1 Av. Canónigo Ramos y Teófilo Sáenz esquina Villarroel, Edificio Esquinaro junto a la Clínica de la Mujer.	022 432738 022 448407 (03) 3604074	thecuador@andinanet.net	Asesoramiento y ayuda a comunidades indígenas en el área social, cultural, económica y salud.
ONGS	ALEMAN	GTZ	Programa de modernización y descentralización Promode GTZ	Verónica Gallardo	Los Alamos 1 Av. Canónigo Ramos y Teófilo Sáenz esquina Villarroel, Edificio Esquinaro junto a la Clínica de la Mujer.	703 260 4342 2436333 2436403	veronica.gallardo@gtz.de	Este Programa esta estructurado en 4 componentes: 1. Dialogo Politico y Gestión del Conocimiento, 2. Valoración de servicios Ambientales, 3. Aumento de Calidad y mejora de acceso a mercados, 4. Gestión Descentralizada de recursos naturales.
Cooperación Bilateral				Lic. Henning Sanger	Av. República de El Salvador E 9-24 y De los Shyris	-	ecuador@hss.de	Capacitación, Fomento de intercambio de experiencias, Estudios e Investigación
ONGS	ALEMAN	FHS	Fundación Hanns Seidel HSS Alemania		Edificio EURO, Oficina 7 A			

Conclusiones

Se analizaron las condiciones socioeconómicas actuales de las familias involucradas en la actividad turística, de la comunidad Pijal, notándose que el alcoholismo ha disminuido considerablemente en las familias involucradas; existe una participación mayoritaria de la mujer en la actividad turística, pero solo en la operatividad, más no en actividades administrativas y de gestión.

Se diagnosticó la situación actual de la oferta de turismo comunitario en la comunidad Pijal, la cual no satisface las expectativas de la demanda turística actual.

Se determinó la tipología del visitante del cantón Otavalo, los cuales son mayormente solteros, ubicados entre los 20 y 35 años, que gustan de planificar su viaje anticipadamente, motivados por el conocimiento de nuevas culturas, sitios naturales y la visita a centros arqueológicos.

Se identificaron 9 empresas cuya oferta cumple con las expectativas del mercado turístico, mismas que integrarían la red de negocios.

Se identificaron 7 organismos estratégicos que promuevan la cooperación internacional para el desarrollo.

Referencias Bibliográficas

Agnes, R. Ferrer, C. Hernández, C. & Guzmán, M. (2007). *La satisfacción de los turistas como una eficaz vía de proyección de la imagen de un destino turístico*. (Spanish). Retos Turísticos (pp. 6(1), 27-30).

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

- Bernal, C. (2000). *Metodología de la Investigación para administración y economía*. Bogotá, Colombia: Prentice Hall.
- Bien, A. (2009). *Guía de turismo: Instrumento de gestión ambiental y social*. UICN-ORMA, San José, Costa Rica, www.iucn.org. Recuperado de <http://scholar.google>. Bien, A. (2010). *Una Guía Simple Para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo*, 1–32.
- Cárdenas, F. (2012). *Proyectos turísticos: Localización e inversión*. Segunda edición. Editorial Trillas. México p. 39- 42.
- Carlos, M. (2012). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Recuperado de http://campesinoacampesino.com/biblioteca/ECOBONA_0267.pdf
- CESTUR/SECTUR. (2013). *Elementos para Evaluar el Impacto Económico, Social y Ambiental del Turismo de Naturaleza en México*.
- Columba Z., Karin. (2013). *Manual para la Gestión Operativa de las Áreas Protegidas de Ecuador*. Pag. 95.
- Covarrubias Ramírez. (2015). *Evaluación del potencial en municipios a través de metodologías participativas*.
- FEPTCE (2011): *Cartografía de buenas prácticas y tecnologías sociales que están propiciando un cambio positivo y sostenible en América Latina*.
- Jaime, P. (2011). *Desarrollo rural a través del turismo comunitario. Análisis del Valle y Cañón del Colca*. Gestión Turística, 1–20. Retrieved from <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n15/art01.pdf>
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P.M. (2006): *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Inostroza V., G; (2008). *Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina*. Gestión Turística, () 77-90. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314985006>
- Lozano, M. A. (2010). *Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las PyMEs*. Revista EAN, (68), 175-178
- Martínez, P. Reck. G. (2010). *Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika005/polemika005_012_articulo009.pdf
- Mendenhall, W. (2010). *Introducción a la probabilidad y estadística*. Decimotercera edición. CENGAGE LEARNING, México.
- Mogrovejo, R., Mora, A., & Vanhuynegem, P. (2012). *El cooperativismo en América Latina Una diversidad de contribuciones al desarrollo sostenible*.
- Monterrubio, J. C. (2012). *Turismo y Cambio Sociocultural: Una Perspectiva Conceptual*. Annals of Tourism Research, 39(2), 1264–1266. doi: 10.1016/j.annals.2012.01.009

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>

- Moraga, E. T., Alex, E., & Artigas, M. (2012). *Desarrollo y Propuesta de una Escala para Medir la Imagen de los Destinos Turísticos (IMATUR)*, 400–418.
- Novelli, M., Schmitz, B. & Spencer, T. (2016). *Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience*. *Tourism Management*, No 27, p.1141-1152.
- NúñezBlanco, V.C. (2013). *El desarrollo de alianzas: Una opción estratégica para las MIPYMES de Sincelejo*. (Tesis Maestría, Universidad Nacional de Colombia) Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/39519/1/verenadelcarmenu%C3%B1ezblanco.2017.pdf>
- OECD (2002) *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*
- OMT (2010): *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. Madrid: OMT.
- Pacheco Tandazo, V., Carrera Burneo, P., & Almeida Ferri, K. (2011). *Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia Ecuatoriana*. *Gestión Turística*, 15, 21–46. <http://doi.org/10.4206/gest.tur.2011.n15-02>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico Turístico Local: Guía para planificadores*.
- Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil. SENPLADES (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017*. ISBN - 978- 9942- 07- 448- 5. Quito.
- Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador -SIISE.(2014). *Indicadores sociales*. Recuperado de: <http://www.siise.gob.ec/>.
- Schaerer, J, Sirven, M. (2001). *El Turismo Rural en Chile. Experiencias de agroturismo en las Regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos*. Serie E 112 Desarrollo Productivo. Publicación de las Naciones Unidas. Impreso en Naciones Unidas, Santiago de Chile

Como citar este artículo:

Vasallo, Y., & Rojas, S., (Enero – Diciembre 2019). Red de negocios como alternativa para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Pijal, cantón Otavalo, Imbabura - Ecuador. *Tierra Infinita* (5), 156-171. <https://doi.org/10.32645/26028131.967>