

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **CAROLINA MICHELLE PINTO FLORES** C.I. **1722247200** autora del trabajo de graduación intitulado: **“Análisis del mercado de la Tour Operadora Latin Adventures y propuesta de implementación de acciones y programas de desarrollo sostenible”**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 03 de mayo de 2016

Carolina Pinto

Carolina Michelle Pinto Flores

C.I. 1722247200

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Ricardo Xavier Zambrano Pereira, director de esta disertación, certifico que la srta. Carolina Pinto ha realizado con mi dirección este trabajo titulado **“ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA TOUR OPERADORA LATIN ADVENTURES Y PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE”**, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



MBA Ricardo Xavier Zambrano Pereira
Quito, 3 de mayo del 2016

Esta carta deberá constar en cada una de las copias y en el original de las disertaciones terminadas. Se colocará antes de la carátula.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE "INGENIERA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO
NACIONAL"**

**“ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA TOUR OPERADORA
LATIN ADVENTURES Y PROPUESTA DE
IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES Y PROGRAMAS DE
DESARROLLO SOSTENIBLE”**

CAROLINA MICHELLE PINTO FLORES

DIRECTOR: MBA. RICARDO ZAMBRANO

QUITO, 2016

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a las personas más importantes de mi vida, a quienes han permanecido a mi lado en todo momento: mi madre Mary Flores y mi abuelita Rosita Sosa; por apoyarme incansablemente con todos mis proyectos y por desear mi éxito en todo momento.

También va dedicada a esas personas que no están conmigo en estos momentos, pero que siempre están en mi corazón y han sabido brindarme apoyo a la distancia en todas las decisiones y proyectos que he desarrollado en estos años: mi hermano Gabriel, mi padre Marcos, mi segunda madre Lucy, y mi hermanito José.

Y como olvidar a mis dos queridos amigos y hermanos que siempre han tenido una palabra de apoyo y amor incondicional hacia mí: Michelle y Diego.

Carolina Michelle Pinto Flores

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo me gustaría agradecer a mi Director de Tesis el MBA. Ricardo Zambrano, por toda su paciencia y apoyo brindado para el desarrollo de la misma, por todos sus conocimientos, profesionalismo y talento para enseñar; por su gran vocación como maestro y por guiar a más jóvenes hacia el éxito.

De igual manera quisiera presentarles mis más sinceros agradecimientos a los miembros de la Tour Operadora Latin Adventures, por abrirme las puertas en su empresa y permitirme desarrollar grandes ideas junto a ellos para lograr el éxito de la misma. A mi querido Jefe el Lic. Dante García, por todas las oportunidades que me ha brindado a nivel profesional y por no desfallecer a pesar de todas las adversidades.

Carolina Michelle Pinto Flores

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE ANEXOS	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
I.1. Justificación	1
I.2. Planteamiento del Problema	5
I.3. Objetivos	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
I.4. Marco Teórico	8
I.4.1. Antecedentes	8
I.4.2. Marco teórico	11
I.4.3. Marco conceptual	22
CAPITULO I	24
1. ESQUEMA BÁSICO DE CONTENIDOS	24
1.1. Diagnóstico	24
1.1.1. Diagnóstico de actores e involucrados	24
1.1.2. Diagnóstico de áreas ofensivas y defensivas	30
1.1.3. Diagnóstico sistémico	35
CAPÍTULO II	39
2. ESTUDIO DE MERCADO	39
2.1. Turista internacional	39
2.2. Análisis de la oferta de paquetes turísticos de la Tour Operadora Latin Adventures	39
2.3. Análisis de la demanda turística de la	41

Tour Operadora Latin Adventures	41
2.4. Objetivo del estudio de mercado	42
2.5. Análisis de fuentes de información	42
2.6. Herramientas de investigación a utilizar	43
2.7. Cálculo de la muestra	43
2.8. Criterios de distribución de la muestra	44
2.9. Cuestionario a aplicar	45
2.10. Tabulación de resultados	48
2.11. Hipótesis	56
CAPÍTULO III	57
3. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES	57
Y PROGRAMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	57
3.1. Alcance	57
3.2. Ejes de acción	58
3.3. Estrategias para el desarrollo de Buenas Prácticas Turísticas	58
3.4. Acciones	67
3.5. Resultados	79
3.6. Responsables	86
3.7. Indicadores	93
3.8. Fuentes de verificación	99
3.9. Presupuesto	107
CAPÍTULO IV	136
4. IDENTIFICACIÓN DE CADENAS DE VALOR SOSTENIBLES	136
4.1. Identificación de proveedores turísticos sostenibles	136
4.2. Identificación de actividades turísticas sostenibles	144
4.3. Identificación de comunidades con prácticas sostenibles	148
CAPÍTULO V	151
5. IDENTIFICACIÓN DEL IMPACTO	151
5.1. Económico	151
5.2. Ambiental	152
5.3. Social	153
CAPÍTULO VI	155
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	155
6.1. Conclusiones	155

6.2. Recomendaciones	156
BIBLIOGRAFÍA	158
ANEXOS	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Árbol de problemas	6
Gráfico 2. Encuesta. Motivación principal para visitar el Ecuador	48
Gráfico 3. Encuesta. Importancia de prácticas sostenibles en paquetes turísticos	49
Gráfico 4. Encuesta. Importancia de aplicación de prácticas sostenibles por parte de agentes de viajes	49
Gráfico 5. Encuesta. Importancia de aporte económico de tour operadora a comunidades	50
Gráfico 6. Encuesta. Impacto en ejes de sostenibilidad	51
Gráfico 7. Encuesta. Prioridad de visita de atractivos en Ecuador	51
Gráfico 8. Encuesta. Grado de preferencia por una tour operadora con prácticas sostenibles	52
Gráfico 9. Encuesta. Factores principales tomados en cuenta al escoger una tour operadora	53
Gráfico 10. Encuesta. Actividades preferenciales para aprendizaje en comunidades	53
Gráfico 11. Encuesta. Grado de interés por turismo vivencial en Quilotoa	54
Gráfico 12. Encuesta. Monto preferencial a pagar por tour vivencial	55
Gráfico 13. Encuesta. Canal de distribución de Latin Adventures	55
Gráfico 14. Cadena de valor de la Tour Operadora Latin Adventures	137
Gráfico 15. Identificación del impacto	151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diagnóstico de Actores e Involucrados	24
Tabla 2. Relación entre Oportunidades y Fortalezas	33
Tabla 3. Relación Amenazas y Debilidades	34
Tabla 4. Diagnóstico Sistémico	35
Tabla 5. Ejes de acción	58
Tabla 6. Estrategias para el desarrollo de buenas prácticas turísticas	59
Tabla 7. Acciones	67
Tabla 8. Resultados	79
Tabla 9. Responsables	86
Tabla 10. Indicadores	93
Tabla 11. Fuentes de verificación	99
Tabla 12. Presupuesto de inversión	107
Tabla 13. Presupuesto de gastos y costos año 1	112
Tabla 14. Flujo de caja 1 año	120
Tabla 15. Flujo de caja 5 años	129
Tabla 16. Tiempo de recuperación de la inversión	133
Tabla 17. Punto de equilibrio año 1	134
Tabla 18. Punto de equilibrio 5 años	134
Tabla 19. Análisis de inversiones	135
Tabla 20. Eslabones y criterios de la cadena de valor de Latin Adventures	138
Tabla 21. Identificación de actividades turísticas sostenibles	145

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de satisfacción al cliente	163
Anexo 2. Formulario de quejas y sugerencias	165
Anexo 3. Ficha de evaluación y reevaluación de proveedores	166

RESUMEN EJECUTIVO

Latin Adventures es una Tour Operadora de turismo receptivo, dedicada a la elaboración, operación, intermediación y venta de paquetes turísticos en la mayoría de destinos del Ecuador. La oferta turística de esta empresa está enfocada principalmente a los mercados canadiense, norteamericano y europeo, de clase media-alta con gustos muy particulares en cuanto a turismo de aventura, ecoturismo y turismo sostenible. Sin embargo, debido a la gran cantidad de negocios turísticos informales que rodean a la operadora ha sido necesario un estudio a profundidad para la creación de nuevas alternativas de paquetes turísticos que vayan acorde a las nuevas tendencias del turismo ecológico. Siendo la principal aliada a este proyecto la comunidad Maca Cruz Grande en el área del Quilotoa, por su gran riqueza cultural y paisajística, son varias las acciones que deberán ser implementadas, cambiadas y mejoradas para lograr una optimización de recursos en la empresa, un incremento del flujo de clientes y nuevas alternativas de viaje para los turistas que acuden a Latin Adventures.

La presente disertación consta de dos partes principales, en la primera se ha desarrollado un análisis de la oferta de Latin Adventures, sus productos y actividades principales, las características y perfiles de sus clientes; y la problemática principal que tiene la empresa para la oferta de sus productos. Esta investigación ha llevado a determinar el ambiente en el que se desarrolla la empresa y a su vez las estrategias que podrían ser implementadas para incrementar su flujo de visitas a través de la aplicación de prácticas sostenibles. Y el segundo análisis está enfocado en un aliado muy importante que podría aportar de manera muy significativa a la oferta turística de la Operadora, la Comunidad Maca Cruz Grande localizada en el área del Quilotoa, no solo por la diversidad de actividades que se podrían desarrollar en la misma, sino porque su vinculación con la empresa representaría la obtención de grandes beneficios para la mejora de la calidad de vida de todos sus integrantes.

Esta investigación esta complementada con un análisis financiero que refleja la viabilidad del proyecto en 5 años con la generación de utilidades tanto para la empresa como para la comunidad.

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Justificación

El turismo actualmente es reconocido como la mayor industria mundial, pero también es conocido como una de las actividades que más contaminan el medio ambiente. Entre las cifras que sustentan esta afirmación tenemos: el turismo contribuye en un 10% al PIB mundial, representa empleo para aproximadamente 221 millones de personas y produce alrededor de 6.5 billones de dólares anuales. Con estas cifras se ha especulado un aumento en el año 2015; siendo 269.5 millones de personas empleadas y 10.6 billones de dólares producidos. A estas cifras se puede añadir que el turismo es el segundo gasto familiar después de la alimentación, llevando a desplazarse fuera de sus países a más de 1.000 millones de personas. Sin embargo no podemos negar que el turismo también trae consigo una serie de impactos ambientales al utilizar distintos tipos de infraestructura para brindar servicios en los destinos, provocando así daños demográficos, ambientales, sociales y urbanísticos (Ramos, 2007).

En cuanto a las actividades económicas turísticas del país según cifras del MINTUR en el año 2007 se registraron los siguientes datos: 3.213 establecimientos de tipo alojamiento, 8.898 establecimientos de alimentos y bebidas y 1.264 agencias de viajes (PROECUADOR, 2012). Es muy importante mencionar que partiendo de estas cifras a nivel país, la ciudad de Quito también incrementó el número de establecimientos turísticos alcanzando un total de 3.500 de los cuales el 68% ofrecen servicios de Alimentos y Bebidas, el 13% corresponde a agencias de viajes y el 13% a alojamiento; éste último emplea a 5689 personas de manera directa. La ciudad cuenta con 23 790 plazas de alojamiento, y con 11 895 habitaciones a ser ocupadas. La mayor concentración de establecimientos de alojamiento se encuentran entre hostales residenciales, hostales y pensiones, con un 30,52%; 24,06% y 19,56% respectivamente (Sistema Institucional de Indicadores Turísticos, 2013).

Según cifras del Ministerio de Turismo en el año 2011 hubo un ingreso de 1'140.978 turistas extranjeros al Ecuador incrementando en un 21.7% al periodo 2007 (Ministerio de Turismo del Ecuador, s/a). De igual manera según estadísticas del MINTUR en el año 2011, Quito fue la ciudad más visitada con un 66% del total de turistas lo que equivaldría a 753.045 visitantes (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011). Para el año 2013 el total de turistas que ingresaron

al Ecuador fue de 1'364.057 incrementando en un 13% para Mayo del 2014 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014). Lo que nos lleva a concluir que este destino y su capital Quito es cada vez más reconocido a nivel internacional como se evidencia en varios reconocimientos como lo son: el primer lugar en los premios "WorldTravelAwards" en la categoría "Destinos que lideran Sudamérica" los cuales son conocidos como los "Oscar del Turismo"; éste sistema de premiación posee 20 años de trayectoria y las nominaciones se realizan en base a recomendaciones técnicas de profesionales de la industria del turismo. Así como también está considerada según la publicación internacional Master Card Global DestinationsIndex como la tercera ciudad en crecimiento como potencia turística con un 26,3% de visitas de turistas de la región. Quito también se encuentra dentro de la afamada publicación del libro "1000 lugares para ver antes de morir" por el diario estadounidense "The New York Times". Y además alcanzó la tercera fase del certamen "New 7 Wonders" encontrándose en una lista de 303 localidades en búsqueda de un cupo en las etapas finales (Quito Turismo, 2013). Estas nominaciones en efecto son el resultado de un constante trabajo de marketing turístico enfocado al rico legado que está a la vista en sus iglesias, conventos, calles, monumentos, museos, restaurantes, cafeterías y demás expresiones artísticas y culturales que hacen que la ciudad capital se encuentre entre los destinos a visitar más valorados del mundo. Esto a su vez se reflejaría como un mecanismo de presión a la oferta de recursos culturales y naturales cuando no existen normas y acciones de implementación de modelos turísticos sostenibles en sus alrededores. Por lo tanto es necesario entender a estos reconocimientos como un eslabón fundamental en el proceso de proteger los bienes y recursos del país, desarrollando acciones de atracción hacia sus principales atractivos, no solo como "sitios de visita" sino creando estrategias para incrementar la estadía y el consumo en los mismos (Parra, 2007). Todo esto logrado positivamente representaría el incremento de visitas e ingresos económicos, pero negativamente un alto grado de contaminación ambiental que viene de la mano de todas las actividades que no son programadas de una manera sostenible, no solo con el ambiente sino también con las personas que se encuentran alrededor de todo este desarrollo. Una prueba de ello es el crecimiento acelerado de las sociedades que ha producido un consumo intensivo de combustibles fósiles provocando una excesiva contaminación del medio ambiente y dando lugar a la aparición de varios fenómenos alarmantes como el calentamiento global, la alteración de la capa de ozono, la producción de gases de efecto invernadero, la contaminación del agua, etc. que

amenazan la calidad de vida de los seres humanos. Debido a estos factores surge la necesidad de realizar un uso más racional y eficaz de los recursos y por otra parte la búsqueda de alternativas y prácticas turísticas sostenibles, pero sobre todo competitivas con los sistemas convencionales (Sardón, 2003).

La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS) llevada a cabo en Johannesburgo (Sudáfrica) del 26 de Agosto al 4 de Septiembre de 2002, aprobó la declaración de Johannesburgo en base al desarrollo sostenible, cuyos pilares más importantes radican en la disminución de pobreza, el cambio de prácticas insostenibles en la producción y consumo, y la protección de recursos naturales para lograr un desarrollo social y económico más digno; convirtiéndose así en los objetivos fundamentales del desarrollo sostenible. En base a esos principios el Plan de Aplicación de las Decisiones de la CMDS hace un llamado a la elaboración de planes de gestión integrada que logren el aprovechamiento eficiente de los recursos naturales para promover el desarrollo de un turismo sostenible en el cual también se integren al turismo no consuntivo y al turismo ecológico (Such, 2008).

El turismo sostenible se entiende entonces como una forma de aprovechar de manera racional los recursos que posee una localidad turística en específico. Cuando este tipo de turismo es practicado y manejado de manera correcta son los prestadores de estos mismos servicios los que se ven beneficiados en muchos aspectos. Esto engloba realizar varias combinaciones entre recursos naturales, explotaciones agropecuarias, actividades culturales, deportivas, de aventura, etc. El objetivo final de estas prácticas se basa en incrementar los recursos económicos y lograr una equidad social entre quienes aportan para su planificación, promoción y desarrollo (Quesada et al., 2011).

Considerando los ejes que toma en cuenta este denominado turismo sostenible es muy importante resaltar su característica más sobresaliente que es la de mejorar la calidad de vida de las poblaciones locales que intervengan en la práctica del mismo. Para lograr este objetivo es muy importante que los visitantes obtengan en el destino gratas experiencias por las que estén dispuestos a pagar, logrando así la rentabilidad de sus proveedores de servicios e incrementando los ingresos a las Administraciones encargadas de la conservación de los recursos naturales y culturales que le sirven de sustento. En este sentido definiríamos al turismo sostenible como una gestión de recursos que satisfaga las necesidades económicas y sociales a través de la optimización del uso de recursos naturales mediante la conservación de procesos ecológicos,

protección de la biodiversidad biológica y sistemas que sustentan la vida; preservación de la integridad cultural a través del respeto de su patrimonio y valores tradicionales fomentando el entendimiento y tolerancia intercultural; y consolidación de un sostenimiento a largo plazo de la economía que proporcione beneficios económicos equitativos a la sociedad creando fuentes de empleo estables que satisfagan la demanda de los turistas y de la industria turística, manteniendo el atractivo para ambos y a su vez construyendo una experiencia de calidad para los visitantes que sea equivalente a su precio (González y León, 2010).

En los últimos años la industria turística ha ido incorporando estándares de comportamiento voluntario para evitar los impactos medioambientales y mejorar su relación con cada destino tanto a nivel cultural como social. Los tour operadores han ido asumiendo estas buenas prácticas ambientales que a su vez han sido sustentadas por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), quien ha aportado con varias iniciativas para el desarrollo del mismo, entre ellas: la Agenda 21 para el Sector Turístico, la cual fue apoyada por la OMT y el Consejo de la Tierra; este sistema se basó en la certificación ISO y se denominó Green Globe. También fue propuesto otro sistema de información sobre buenas prácticas turísticas al que se denominó ECONNET, esta iniciativa fue apoyada por la Comisión Europea y comprende varios principios como lo son: el conseguir una vida sana en armonía con la naturaleza, conservar, proteger y restaurar los ecosistemas alterados de la tierra, implementar modelos de producción y consumo sostenible, respetar la legislación internacional de protección del medio ambiente. En cuanto a las propuestas que realizó la Agenda 21 para el Sector Turístico se encuentran también la incorporación del desarrollo sostenible como parte indispensable en la gestión de las empresas; a través de la aplicación de prácticas como el reciclaje, disminución de residuos, aprovechamiento eficiente de la energía, adecuado manejo de aguas residuales, etc. En los últimos años el número de empresas que han optado por obtener una etiqueta ecológica ha incrementado, siendo la parte fundamental para la obtención de dicho nombramiento un cumplimiento estricto de criterios predeterminados de sostenibilidad que pueden variar según el tipo de empresa ya sea hotel, agencia de viajes o empresa de actividades turísticas (Melgosa, s.a.)(Como se cita en Ramos y Ramos, 2005).

Según lo expuesto cabe recalcar que el Ecuador también ha ido tomando este tipo de iniciativas sostenibles como por ejemplo Ecovita, un tipo de alojamiento ubicado en el

Cantón Pallatanga en la provincia de Chimborazo, este lugar cuyo nombre significa “Vida Ecológica” es una hostería camping orgánica que se dedica al agroturismo, ecoturismo y educación ambiental. En esta iniciativa se toman en cuenta principios sostenibles como aportes a la comunidad local al convertirlos en sus proveedores directos de capacitaciones y actividades de concientización en temas de prácticas sostenibles. El personal de la localidad que trabaja en esta hostería está de acuerdo con la filosofía de la misma en cuanto a turismo sostenible, manteniendo un equilibrio entre género y número de trabajadores, no se contrata a menores de edad (Programa de Turismo Sostenible Rain Forest Alliance, 2008).

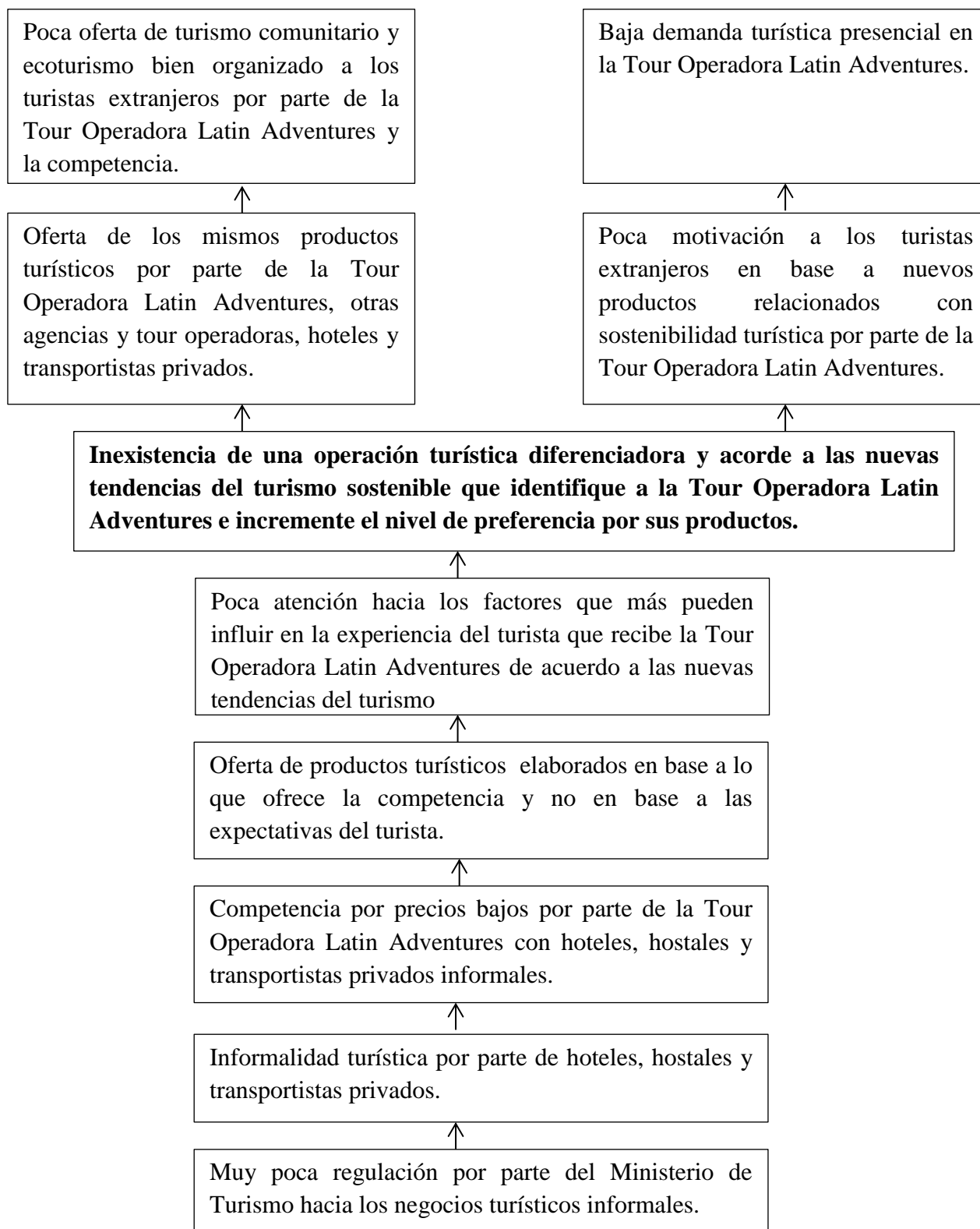
I.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Lluvia de ideas:

- Informalidad turística por parte de hoteles, hostales y transportistas privados.
- Competencia por precios bajos por parte de la Tour Operadora Latin Adventures con hoteles, hostales y transportistas privados informales.
- Oferta de productos turísticos elaborados en base a lo que ofrece la competencia y no en base a las expectativas del turista.
- Oferta de los mismos productos turísticos por parte de la Tour Operadora Latin Adventures, otras agencias y tour operadoras, hoteles y transportistas privados.
- Muy poca regulación por parte del Ministerio de Turismo hacia los negocios turísticos informales.
- Baja demanda turística presencial en la Tour Operadora Latin Adventures.
- Poca motivación a los turistas extranjeros en base a nuevos productos relacionados con sostenibilidad turística por parte de la Tour Operadora Latin Adventures.
- Poca oferta de turismo comunitario y ecoturismo bien organizado a los turistas extranjeros por parte de la Tour Operadora Latin Adventures y la competencia.
- Poca atención hacia los factores que más pueden influir en la experiencia del turista que recibe la Tour Operadora Latin Adventures de acuerdo a las nuevas tendencias del turismo.
- Inexistencia de una operación turística diferenciadora y acorde a las nuevas tendencias del turismo sostenible que identifique a la Tour Operadora Latin Adventures e incremente el nivel de preferencia por sus productos.

Árbol de problemas:

Gráfico 1. Árbol de problemas. Fuente: Tour Operadora Latin Adventures. Elaboración: Carolina Pinto.



Planteamiento del problema:

En los últimos años la informalidad turística ha ido incrementando en el Ecuador por varias causas que han sido en su mayoría ignoradas por los principales organismos reguladores, entre ellos el Ministerio de Turismo; tanto hostales, hoteles, transportistas privados y guías han ido prestando sus servicios sin tener pre establecida una gestión organizada de operación y protocolos para brindar un servicio de calidad al turista extranjero; evadiendo pagos de permisos, licencias e impuestos que les permiten ofrecer paquetes turísticos a bajos costos y acumular gran cantidad de demanda por organizar paquetes turísticos económicos, en su mayoría dañinos para el ambiente y sin valor agregado; dañando así el mercado y dándole paso a una interminable competencia por precio, que deja de lado la definición principal de 'calidad', entendida como la satisfacción de necesidades y requerimientos de un turista de acuerdo a sus expectativas y con relación calidad-precio, para ofertar productos y paquetes similares sin ningún grado de diferenciación con el único objetivo de formar grandes grupos de clientes e incrementar ingresos por volumen más no por preferencia del servicio. Todo esto ha traído como consecuencia la desmotivación por parte de los turistas por visitar tour operadoras que les ofrezcan servicios diferenciados y acorde a los nuevos conceptos en este caso la sostenibilidad, que tengan una buena relación calidad-precio y que sean accesibles para todos; y han optado por hacer ciertos tours por su cuenta, ahorrándose dinero que podría ser mal invertido en una mala organización de un tour con el antecedente de turismo informal que ha ido incrementando.

Tomando en cuenta las últimas tendencias turísticas como lo son el turismo sostenible, turismo de aventura, ecoturismo y turismo comunitario; los empresarios, agentes y profesionales del turismo que han logrado ajustar su gestión a cumplir los nuevos requerimientos de los turistas de altas categorías que día a día adquieren más preocupación por el entorno y van valorando más un tipo de turismo con prácticas amigables con el ambiente y mucho mejor si son prácticas eficientes que pueden ser utilizadas para resaltar y revalorizar los grandes atractivos que posee el país en lugar de degradarlos, han sido quienes han salido adelante con sus negocios incrementando clientes al centrarse en un nuevo nicho de mercado que prefiere los viajes más elaborados, organizados con actividades innovadoras y ecológicamente responsables; y han tomado ventaja frente a quienes se encuentran estancados en los tipos de turismo tradicionales.

De acuerdo con las consideraciones mencionadas resulta oportuno plantear la siguiente pregunta ¿Podría una operación turística sostenible y diferenciadora incrementar la demanda y preferencia del turista internacional por la Tour Operadora Latin Adventures frente a otras tour operadoras y agentes turísticos informales?

I.3. OBJETIVOS

Objetivo General

Incrementar la calidad de la experiencia del visitante internacional que recibe la Tour Operadora Latin Adventures a través de la implementación de prácticas turísticas sostenibles y amigables con el ambiente para alcanzar el máximo grado de preferencia de la demanda.

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el mercado de turistas internacionales de la Tour Operadora Latin Adventures e identificar sus hábitos, gustos y preferencias en relación a la aplicación de prácticas de turismo sostenible.
- ✓ Realizar una propuesta de implementación de acciones y programas de desarrollo sostenible que permita incrementar la preferencia y confianza de los turistas internacionales en la Tour Operadora Latin Adventures a través de la identificación de buenas prácticas turísticas.
- ✓ Identificar encadenamientos turísticos y productivos que permitan generar acciones turísticas sostenibles que mejoren la experiencia del visitante internacional y beneficien a las comunidades locales para integrarlos a los programas que ofrece la Tour Operadora Latin Adventures.

I.4. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

I.4.1. Antecedentes

Desde tiempos antiguos el hombre se ha ido desplazando por varios lugares por diferentes motivos y necesidades, al principio lo hacían las poblaciones nómadas, también lo hacían para vender productos o para ampliar territorios y se puede decir que también se realizaron grandes movimientos que serían los precursores del turismo, como lo son las peregrinaciones. Es entonces en la época de la Revolución Industrial cuando se desarrollan los primeros lugares para conocer en Europa Meridional gracias a

la creación de los primeros balnearios y lugares de esparcimiento por parte de nobles y burgueses. Y es en el siglo XIX cuando se destina más tiempo libre remunerado a los profesionales liberales, a pesar de que no se inicia todavía el turismo en masas. Sin embargo es a partir de la segunda mitad del siglo XX cuando las motivaciones turísticas son principalmente ocio y descanso; lo que llevó a la creación de las primeras tour operadoras que mantuvieron un turismo selectivo. Es entonces cuando en la época de la Segunda Guerra Mundial a partir del periodo de recuperación económico se da inicio al turismo en masas gracias al aumento de salarios y a la reducción de carga laboral ya que esto provocó que tanto el nivel de vida como las horas libres aumentarían. Todo esto sumado provoca un deseo de vacaciones mucho más al alcance de las personas ampliando así el volumen de visitas y el espacio turístico desde el año 1950 hasta la actualidad (Ramos, 2007).

Se puede decir entonces que es el ocio la base que permite generar las actividades turísticas gracias al tiempo libre que poseen los trabajadores en la actualidad. Se entiende entonces al turismo como una práctica social de masas que es posible gracias a las vacaciones anuales remuneradas y que está al alcance de todas las clases sociales. Toda esta actividad turística posee a su vez algunos factores determinantes en su desarrollo como lo son: Las reivindicaciones obreras con el aumento de salario y reducción de horas de trabajo, el progreso de la técnica que se refiere a la optimización de los medios de comunicación que hacen del turismo una actividad conocida a nivel mundial, el avance social, nuevos sistemas económicos que tienen su base en el consumo para que el sistema continúe desarrollándose (Ramos, 2007).

Hoy en día las facilidades de transporte son también ventajas que permiten incrementar el desarrollo del turismo en los diferentes destinos. Las nuevas técnicas de marketing en cierto modo simplifican la imagen de los destinos, lo que provoca que el consumidor guarde su experiencia para sí mismo como algo que él vivió, al mismo momento aportando a una conservación ambiental y cultural de los recursos que visitó, personalizando más su viaje y buscando otros destinos para buscar una experiencia similar; es éste acercamiento del turista hacia los recursos lo que jugaría un papel muy importante para el desarrollo sostenible. La Organización Mundial de turismo junto con todo su personal altamente cualificado, han ido introduciendo estos pensamientos en centros de estudio, agencias de viajes, administraciones públicas, medios de comunicación y en la sociedad a través de ONGs para que estos conceptos se vayan solidificando y no sean manipulados para fines mercantilizados (Reyes, 2002).

En conjunto, estos procesos dieron lugar a la difusión de sitios turísticos y servicios en todos los alrededores que poseían recursos naturales y culturales, generando así más presión en los mismos. En este sentido con más sitios para visitar y servicios nuevos y mejorados que se ofrecían, un número cada vez mayor de turistas fueron atraídos a los mismos. Esto, a su vez, engendró un aumento adicional en el número de sitios turísticos y la introducción de más y mejores servicios que al mismo tiempo demandaron una mayor cantidad de recursos cuyo uso irracional ha causado impactos negativos en el medio ambiente lo que hace necesaria la utilización de energías alternativas y prácticas de desarrollo sostenible para mantener el carácter turístico de estos sitios (Ashworth y Tunbridge, 2000).

Es necesario entonces hablar de una sostenibilidad ecológica que se entiende como una forma de conservar los recursos naturales para que las generaciones futuras puedan tener varias opciones de utilización de los mismos y alcanzar así un bienestar en armonía con la naturaleza. Sin embargo es necesario también considerar que hay otro concepto ligado a éste y es el de la sostenibilidad económica, que consiste en la solidaridad de los componentes de las generaciones actuales en esta época entre todas las poblaciones del mundo (Reyes, 2002).

Para lograr ambas sostenibilidades es condición vital nombrar al Sujeto, y entender que somos nosotros mismos quienes nos encargaremos de entregar todo lo que podamos proteger a quienes nos sucedan. Este tema está sumamente ligado a la conciencia que las especies tienen, formada por los acontecimientos que han vivido, viven y desearían vivir en un futuro cercano. Es así entonces que con estos tres conceptos: “intrageneracionalidad”, “intergeneracionalidad” y “capacidad/potencia” de transmisión consciente hacia otras generaciones, podremos hablar de una verdadera sostenibilidad. Cabe recalcar que uno de los términos más importantes de la sostenibilidad es la intergeneracionalidad, es decir la no- existencia de desequilibrios, de desigualdades y de impotencia para vivir dignamente; ya que serán ellos quienes de haber recibido una buena transmisión de su pasado podrán brindar esa misma herencia a los que seguirán, no de manera depredadora sino generosa. Y esto solo se logrará si cada grupo aplica en su tiempo actual formas de conservación racionales dignas de ser transmitidas. Es por esto entonces que la sostenibilidad no solamente es ecológica, sino económica, social, cultural y política (Reyes, 2002).

1.4.2. Marco Teórico

A partir de la Segunda Guerra Mundial el turismo se ha afirmado y ha venido creciendo sostenidamente tanto en el número de visitas como en su generación de recursos económicos. El turismo desarrollado hasta la década del 80 fue considerado como organizado; pero a partir de la siguiente década el número de paquetes turísticos desciende a favor de una idea denominada por Urry y Lash (1994) como “una pauta de movilidad mucho más diferenciada y fragmentada” que va de la mano con un cambio cultural más extenso. Debido a este cambio en los últimos años aparecieron países, regiones y ciudades que decidieron instaurar políticas que les permitieran integrarse al comercio internacional a través de la actividad turística, optimizando el uso de los recursos turísticos, con lo cual pueden influir en la oferta y demanda tradicionales del turismo (Correa, 2010).

A partir de los años 60 y 70 las políticas de turismo fueron promovidas por las agencias internacionales de financiación y desarrollo con el objetivo de alcanzar la modernización, lograr competitividad, integrar a regiones consideradas atrasadas, adquirir nuevas destrezas e implementar tecnología, todo esto siempre y cuando los gobiernos entendieran la importancia de crear y mantener climas favorables y garantías a las inversiones; a través de la organización de la escenografía y la infraestructura para aumentar el prestigio de los destinos turísticos. Todo esto se fue dando año tras año para incrementar los ingresos económicos de los países, sin tomar en cuenta que la parte fundamental que los provocaba estaba siendo destruida y se iba deteriorando poco a poco, éstos componentes cruciales que eran los recursos naturales y el medio ambiente (Correa, 2010).

Surgió entonces la idea de que una forma de legislar procurando un desarrollo sostenible, era que las administraciones vigilaran su cumplimiento y trataran de alcanzar un orden social más equitativo. Es importante mencionar que algunos países en vías de desarrollo están poniendo gran empeño en el cambio de prácticas turísticas convencionales a prácticas mucho más sostenibles con el fin de alcanzar este tipo de desarrollo y por consiguiente para reducir su dependencia del petróleo. Es por esto que en los últimos años la preocupación por la destrucción del medio ambiente debido a la mala utilización de recursos ha incrementado, por lo que se han ido desarrollando estrategias amigables con el ambiente para lograr un aumento en la eficiencia de los procesos, resaltando en ellas dos técnicas importantes que son: rehusar y reciclar, las

cuales van a permitir un mejor aprovechamiento de recursos, una menor producción de residuos y un ahorro en materias primas y energía (De Juana, 2009).

Siguiendo la idea de las buenas prácticas ambientales es indispensable conocer cómo podrían éstas aportar al desarrollo sostenible de los lugares que las aplican. Para ello es importante saber que el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin perjudicar la posibilidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. Cabe recalcar que los proyectos de desarrollo sostenible, además de considerar su rentabilidad, en el estudio económico se debe tener en cuenta los beneficios sociales y medioambientales que se van a lograr, para que los pueblos se vayan haciendo responsables de su propio desarrollo (De Juana, 2009).

En primer lugar es necesario entender cuáles necesidades son verdaderamente indispensables y también que escala de prioridades establecemos para satisfacerlas. En este sentido sabemos que necesidades básicas son aquellas que todos los seres tienen derecho a ver satisfechas como son: alimentación, agua, sanidad, vestimenta y vivienda. Al mismo tiempo sabemos que en el mundo éstas no son totalmente satisfechas, convirtiéndose éste en el objetivo de la globalización y de los países desarrollados; quienes son los actores principales que deberían cambiar su forma de consumir, producir y organizarse para alcanzar este desarrollo sostenible. Después de lo mencionado se podría decir que una de las posibles soluciones es que los individuos cambien sus hábitos consumistas y los sustituyan por otros que dejen menor huella ambiental y para ello es muy importante recalcar el papel que jugarían las industrias en este cambio al realizar un esfuerzo por alcanzar una mayor productividad de los recursos, mejorando la eficiencia de los procesos y reduciendo al máximo su impacto ambiental (De Juana, 2009).

De tal manera para el área de marketing de la creciente industria del turismo es muy importante tomar en cuenta la imagen de sí mismos que poseen los individuos que pertenecen a un target; puesto que el turista en la mayoría de casos preferirá los destinos y servicios que más se ajusten a su imagen. Dentro de la estructura conceptual del consumidor, hay varios conceptos que caracterizan al individuo, entre ellos están: “Imagen ideal” e “Imagen de sí mismo”. El primero se refiere a lo que el individuo cree ser y consiste en las expectativas que la persona tiene de sí misma y de su comportamiento con relación a un objeto o producto. Mientras que el segundo se refiere a lo que al individuo le gustaría ser (Sonali, 2007).

La percepción selectiva es otro de los aspectos importantes para el turista a la hora de elegir un destino, ésta a su vez se divide en dos: atención y distorsión. La atención selectiva se refiere al hecho de que los individuos usualmente atienden a los estímulos que son relevantes y a su vez relacionados a sus necesidades e intereses; y descuida o distorsiona aquellos que son incongruentes; mientras que la distorsión selectiva es la tendencia que tienen las personas a modificar la información y dirigirla en el sentido de sus significados o deseos personales. En ambas se debe considerar a las dimensiones actitudinales de cada consumidor a la hora de decidir el producto turístico (Sonali, 2007).

Las dimensiones actitudinales de los productos turísticos se pueden clasificar en tres clases: las que se relacionan a la “participación del yo” con los símbolos asociados al producto, las que se relacionan al “carácter sensorial de los atributos del producto”, y las que se refieren a los “aspectos funcionales del producto”. Cuando un turista decide cambiar su comportamiento común o regular para adentrarse en un nuevo grupo puede resultar un nuevo modelo de compras que sea acogido por este nuevo individuo y a su vez por el grupo. En el caso del turismo hay que considerar a la selectividad y a la simplificación como aspectos característicos de la mirada del turista, ya que él busca una experiencia patrimonial sencilla centrada en el consumo de una serie limitada de referentes patrimoniales (De La Calle, 2006; Sonali, 2007).

Al mismo tiempo existe otro aspecto importante en cuanto a la decisión del turista que es la comprensión del destino de vacación, ésta se encuentra relacionada con el “efecto de halo”, que es la tendencia del turista a ser totalmente parcial en su opinión al evaluar los distintos atributos de un destino o servicio. Esta es una forma de generalizar o minimizar el esfuerzo requerido para hacer decisiones de viaje (Crouch, Perdue y Timmermans, 2004; De La Calle, 2006; Sonali, 2007).

Con respecto a la psicología del consumidor Mullen y Johnson (1990) la definen como el estudio científico del comportamiento de los consumidores. Y por otro lado se define al consumidor cognitivo como la base del entendimiento científico del comportamiento del consumidor, afirmando que el ego del consumidor está involucrado en su elección de compra y que ésta decisión de compra está predeterminada por los cambios cognitivos y afectivos que en él ocurren (Foxall, 1990; Foxall y Goldsmith, 1994).

Una buena manera de conceptualizar la psicología del consumidor es considerar las tres etapas primarias del consumo las cuales son: pre-compra, compra y adquisición (Arnould, Price y Zinkhan, 2002). En referencia a la clasificación anterior, la etapa previa a la compra tiende a ocurrir con mucha más antelación de lo que se haría con un producto de venta al por menor; debido a que ésta implica tomar decisiones de compra de grandes distancias y consiste en la toma de decisiones entre alternativas intangibles y altamente simbólicas. La elección de destinos y las decisiones en cuanto a las actividades a realizarse mientras duren las vacaciones consumen mucho tiempo para lograr armar y escoger el producto deseado antes de la salida. En efecto muchos turistas adquieren gran parte del placer de su experiencia de estas actividades de liderar y construir su viaje. Las etapas de compra y adquisición incluyen al viaje como tal, el cual representa el verdadero beneficio para el consumidor. Por último la etapa de post-compra es también de vital importancia ya que requiere que los turistas continúen obteniendo placeres de su compra después de que regresan a casa, y esto se evidencia en la entrega de recuerdos, la muestra de fotografías a familia y amigos, y los grandes recuerdos de experiencia que se llevaron. Esta etapa también engloba el grado de satisfacción del turista, su deseo o no deseo de retornar al destino, y la propaganda del destino “de boca en boca” hacia otros visitantes potenciales (Crouch, Perdue y Timmermans, 2004).

Es necesario mencionar también que existen dos modelos que dominan la investigación de comportamientos de turistas en la elección del destino y éstas son: problemas de precios y tipos de cambios más económicos, los cuales tomando en cuenta todo lo anterior expuesto son el último eslabón que lleva al turista consumidor a decidir el producto que más se ajuste a sus necesidades, a sus dimensiones actitudinales y a sus posibilidades económicas (Crouch, Perdue y Timmermans, 2004).

Es importante tomar en cuenta también que en los últimos años los turistas han ido adquiriendo más experiencias en cuanto a viajes, es por ello que se han vuelto cada vez más exigentes en cuanto al tipo de vacaciones que desean tomar. Esto ha dado cabida a que tanto los destinos turísticos como las empresas empiecen a descubrir en qué son buenos y utilicen sus fortalezas para crear estrategias de diferenciación frente a otros proveedores de servicios similares. Esto quiere decir que sólo aquellos destinos que sean capaces de adaptar sus productos a lo que los turistas reclaman, sobrevivirán. En este sentido los destinos turísticos que emerjan necesitarán satisfacer un segmento de

mercado particular a través del descubrimiento de deseos y expectativas del turista para satisfacerlos de la mejor manera posible y brindarles una experiencia que perdure frente a otros destinos (Bigné, Font y Andreu, 2000).

A partir de los años sesenta la experiencia turística se ha difundido hacia estratos cada vez más amplios de población, es decir que el turismo ya no se desarrolla solo en base a esquemas definidos directamente por el turista, sino a través de la mediación de agencias de viajes, quienes se encargan de dirigir las motivaciones tanto individuales como colectivas hacia propuestas concretas y destinos seleccionados. De esta manera tenemos turistas empujados a asumir el modelo de comportamiento que se ajuste a las expectativas compartidas por el grupo social al que pertenece, las mismas que son difundidas a través de los medios de comunicación y esparcidas en la mente de cada visitante (Calvi, 2006).

Para poder entender la experiencia del turista es necesario asimilar que no todo lo que se hace o se propone al turista es objeto de su interés y por lo tanto no todo forma parte de su experiencia turística. El turista cuenta y muestra todo aquello que le parece relevante y fundamental en las actividades que realiza, incluso amplía y relaciona esa experiencia con aspectos que no vienen explícitos en la oferta. Es así que la experiencia turística necesariamente tendrá que ir conformada por aquellos aspectos que se relacionen en primer lugar con los sentidos del turista (vista, oído, tacto, olfato, gusto) y en segundo lugar con el involucramiento del turista al reconocer a la experiencia como propia y personal creando en el mercado un alto grado de autenticidad y singularidad que genere interés en otras personas por vivir esa experiencia; por último es muy importante que la misma genere una conexión emocional duradera con el cliente, es decir que represente en el cliente un producto cualitativo emocionalmente (Gutierrez, 2013).

Por otro lado cabe mencionar que el paso a la sociedad postindustrial y las nuevas transformaciones sociales y económicas han dado lugar a la evolución del turismo hacia modelos más complejos que se ajusten a distintas motivaciones y tipologías comportamentales del cliente. Sin embargo debido a la crisis de los comportamientos consolidados y al agotamiento de los modelos de turismo de masas, los operadores se han visto en la obligación de ofrecer al cliente un uso más autónomo de los recursos, que le permitan al turista liberarse de las constricciones de los paquetes pre confeccionados y puedan construir un paquete a su medida. De esta forma se empieza también a difundir las consecuencias negativas que trae consigo un desarrollo turístico

indiscriminado, basado únicamente en el crecimiento económico, aquel que se opone al concepto de turismo sostenible (Calvi, 2006).

Por lo tanto acogiéndonos a las nuevas tendencias crecientes de turismo, como son el desarrollo del turismo sostenible y el ecoturismo, es importante resaltar que el turista va a preferir los destinos que más se ajusten a sus dimensiones actitudinales y a sus motivaciones, entre las cuales sobresalen el disfrute de actividades en destinos con buenas prácticas ambientales y la aplicación de buenas prácticas ambientales que potencien más atractivos y aprovechen los recursos naturales sin afectarlos, siendo el concepto principal de este requerimiento el ecoturismo o turismo sostenible (Pérez, 2003).

Se ha definido según una de las organizaciones más importantes dedicadas a este sector a nivel mundial “The Ecotourism Society” al perfil del eco turista habitual gracias a una encuesta realizada en Norteamérica y éste es: edad del turista 35-54 años, género que viaja usualmente 50% hombres y 50% mujeres, el nivel de estudios es 82% de viajeros con estudios superiores, el 60% prefieren viajar en pareja, los días de viaje que prefieren oscilan entre 8 y 14, poseen capacidad adquisitiva alta, como se mencionó anteriormente están dispuestos a pagar grandes cantidades de dinero por ver lo que quieren ver, los meses en los que prefieren viajar son junio, julio, agosto y septiembre, las actividades que más prefieren son caminatas y actividades dentro del agua, no les gusta la monotonía prefieren hacer una actividad diferente cada día; sus preferencias hoteleras se reducen a acomodación en lodges, campamentos, casas de los pobladores, etc (Pérez, 2003).

Tomando en cuenta toda esta información se ha integrado últimamente en los paquetes turísticos algunas excursiones de ecoturismo, lo que se conoce como “add-on”, una visita añadida a un lugar bonito o exótico para ir incrementando las preferencias hacia los atractivos menos impactados (Pérez, 2003). Es aquí en donde se debe aclarar que para realizar este tipo de turismo e incrementar su demanda hay un punto crucial que se debe realizar primero y es un levantamiento de información de los recursos que existen en las respectivas áreas, tanto naturales, socioeconómicas, población y paisaje, esto permitirá entablar diálogos con los líderes comunales que compartan los acuerdos con la comunidad y poder llegar a un acuerdo mutuo de un establecimiento del ecoturismo como una buena alternativa de desarrollo que contribuya a la conservación de recursos naturales y culturales (Jiménez, 2013)

En general han surgido varias ideas acerca de la aparición del ecoturismo como nueva tendencia creciente, por lo que es importante recalcar los puntos más importantes de todas las ideas que surgieron como son: la apreciación de los recursos del planeta por parte de la gente, búsqueda de nuevos tipos de turismo que no sean los convencionales, aparición de tendencias conservacionistas que desean aplicar el desarrollo sostenible, países del Tercer Mundo que ven en el ecoturismo una nueva fuente de ingresos, mejora continua de los medios de comunicación para dar a conocer lugares remotos; creciente interés por las culturas indígenas, preocupación por los destinos con muchas población, apoyo internacional en proyectos de cuidado ambiental, ofertas de viajes de ecoturismo más económicas, llamativas y asequibles; aparición de los efectos: “efecto Galápagos” interés por conocer especies raras y “efecto bandera” interés por ver especies animales grandes en libertad (Pérez, 2003).

Dentro de esta creciente demanda eco turística existe un término muy importante para describir las características principales de este nuevo grupo de viajeros y es el término “eco turista entregado” el cual se conforma por investigadores, científicos o estudiosos de la naturaleza, personas con intenciones de protección de la naturaleza; estas personas son eco turistas con vocación que consideran que el ecoturismo es una forma de conservación de la naturaleza y que gracias a su aporte podrán contribuir a la preservación de la misma, ellos tienen la idea de que se puede salvar al planeta viajando. Por otro lado también se puede hablar de los eco turistas conscientes de serlo, siendo este grupo el más exigente de todos. Este grupo está dispuesto a pagar altas cantidades de dinero por lo que va a ver, y está muy consciente de que el viaje que solicitó requiere mucha preparación, que debe tener un buen guía y que solo puede visitar ese lugar con un número pequeño de personas. También hay que tomar en cuenta varios requerimientos que este tipo de turistas exigen como: tener la oportunidad de ver el recurso preservado y que éste represente subjetivamente lo que se pagó por verlo, tranquilidad para observar el recurso para ello es muy importante mantener grupos pequeños, un transporte cómodo no necesariamente lujoso, buenos guías y mucha información (Pérez, 2003).

Sin embargo para poder satisfacer este tipo de demanda eco turística no solo se necesita poseer los atractivos naturales sino mantenerlos en buen estado. Para ello varios países considerados mega diversos en el mundo por sus recursos naturales, entre ellos Ecuador ubicado en el puesto número 17, han iniciado su cambio hacia una sociedad basada en el

conocimiento, la cual ha comenzado a promover el manejo sustentable de los recursos finitos, creando una conciencia social entre sus ciudadanos. Gracias a estos nuevos conocimientos adquiridos se ha dado importancia al término “huella ecológica” la cual refleja el consumo de recursos de una población para mantener su estilo de vida; y también “biocapacidad” que es el área, tierra o mar disponible para mantener el consumo. La resta entre ambas representa el déficit o superávit ecológico; es decir cuando la huella es mayor que la biocapacidad hay un déficit y cuando sucede lo contrario hay un superávit (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

En el año 2008 el Ecuador llegó a un status deudor con una huella ecológica de 2.37 hectáreas globales por persona, cuando su capacidad era de 2.18 hectáreas globales por persona. Tomando en cuenta esta situación es cuando más que nunca los actores públicos y privados empiezan a enfocarse en impulsar el desarrollo con responsabilidad ambiental, conservación y preservación. Por tal motivo desde el año 2008 la Constitución del Ecuador ha reconocido los derechos de la naturaleza y ha ido planificando acciones para la conservación, mantenimiento y regeneración, cumpliendo a su vez con los principios del Buen Vivir y con el objetivo 7 del mismo: “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

El apartado Revolución Ecológica en el Programa de Gobierno 2013-2017 propone un modelo eficiente que promueve la conservación y uso sostenible del patrimonio natural y sus recursos, la introducción de tecnologías limpias, eficiencia energética y energías renovables; mitigación de la contaminación, consumo y pos consumo sustentables (Movimiento Alianza País, 2012). Para ello es indispensable establecer normativas y sanciones para que se respete el cumplimiento de dichos derechos que llevarán al país a alcanzar un desarrollo no solo económico sino también social y ambiental (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

El Global Sustainable Tourism cuyas abreviaturas son GSTC, es el organismo encargado de establecer y regular los estándares del turismo a nivel global. De acuerdo a este organismo, el Criterio de Destinos y el Criterio de Hotel Tour Operadores son parte fundamental de los parámetros que toda empresa turística debe alcanzar para la conservación de recursos tanto naturales como culturales en el mundo (MINTUR, 2015).

Los Criterios Globales de Turismo Sostenible se organizan en base a cuatro temas: planificación eficaz para la sostenibilidad, maximizar los beneficios sociales y económicos para las comunidades locales, mejorar el patrimonio cultural y reducir impactos negativos en el ambiente; por lo tanto gran parte de los sectores de hoteles y operadoras turísticas tienen aplicabilidad para estos parámetros (Global Sustainable Tourism Council, 2012).

La primera versión de los criterios fue lanzada en Octubre del 2008 y son administrados por el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC). Estos criterios indican lo que se debe hacer; por lo tanto algunos de los usos anticipados de los criterios incluyen: (Global Sustainable Tourism Council, 2012).

- Constituir las directrices básicas para que las empresas se vuelvan más sostenibles, seleccionando programas que cumplan con los criterios globales de sostenibilidad (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
- Orientar a las agencias de viajes para realizar una selección sostenible de sus proveedores y de sus programas de certificación (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
- Ayudar a los consumidores a identificar a las empresas que ofertan turismo sostenible (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
- Dar apertura para que los medios informativos reconozcan a los proveedores de turismo sostenible (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
- Brindar apoyo a los programas de certificación para que sus cercioren de que sus normas cumplan con una base aceptada (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
- Ofrecer tanto a programas gubernamentales como no-gubernamentales y privados un punto de partida para la elaboración de requisitos de turismo sostenible (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
- Servir de guías principales a las entidades educativas y capacitadoras, entre ellos a escuelas de hotelería y universidades (Global Sustainable Tourism Council, 2012).

En este sentido, se identifica 4 Criterios principales, de los cuales se derivan otras especificaciones: (Global Sustainable Tourism Council, 2012).

1. Demostrar una gestión sostenible y eficaz: En este criterio la organización debe implementar un sistema de gestión de la sostenibilidad a largo plazo que se ajuste a su realidad y que tome muy en cuenta los aspectos ambiental, social, cultural, salubridad, seguridad y calidad. Así mismo tendrá que cumplir con los reglamentos pertinentes a nivel local e internacional respetando aspectos laborales, ambientales, salubres, etc. Es necesaria también una capacitación periódica para el personal, en la cual se revise el rol que cumplirá cada trabajador en la gestión de las buenas prácticas. La satisfacción del cliente será medida con respecto a la sostenibilidad y se aplicará medidas correctivas en caso de ser necesario. La publicidad será en base a aspectos de sostenibilidad sin comprometer lo que la organización pueda ofrecer. En cuanto a la planificación, selección de sitio, diseño y construcción de infraestructura, es necesario cumplir con los requisitos de zonificación y con legislación sobre áreas protegidas y de patrimonio, respetar el entorno natural y cultural en la evaluación de impactos; utilizar materiales apropiados para la construcción sostenible, ofrecer acceso a personas con capacidades especiales siempre y cuando sea seguro. Es indispensable cumplir con procedimientos legales que respeten los derechos comunitarios e indígenas en cuanto a la adquisición de propiedad y derechos sobre terreno y agua (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
2. Minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios sociales y económicos de la comunidad: La organización apoya iniciativas que incluyan actividades como capacitaciones, educación, salud y saneamiento con el objetivo de aportar al desarrollo social de la comunidad y la mejora de su infraestructura. Se brinda capacitaciones regularmente para dar igualdad de oportunidades de empleo y ascenso incluso a cargos gerenciales a todos los empleados, de igual manera se incluye en estos programas a los residentes locales en igualdad de género con restricción al trabajo infantil. La organización aplica los principios de servicio justo, ofreciendo bienes y servicios locales, brindando facilidades a las microempresas locales para ofertar sus productos sostenibles como: alimentos, artesanías, artes, productos agrícolas, etc. Se respeta el código de conducta para las actividades que se realicen en comunidades indígenas y locales, aprobado y acordado con la comunidad afectada. La organización ha instaurado políticas

en contra de explotación y abusos hacia mujeres niños y minorías. De igual manera se respeta la protección legal tanto nacional como internacional de los empleados, brindándoles un salario digno que les permita vivir. Las actividades de la organización no afectan al abastecimiento de servicios básicos de las comunidades vecinas. El desarrollo del turismo no afecta a las actividades locales de desarrollo como uso de recursos, transporte, servidumbre de paso, vivienda, etc (Global Sustainable Tourism Council, 2012).

3. Minimizar los impactos negativos en el ambiente y maximizar los beneficios: La política de compras favorece a los productos adquiridos localmente y que son benignos para el medioambiente, lo que les permite ser utilizados como materiales de construcción, alimentos, bienes de capital, etc. Se busca la forma de reducir el uso de artículos descartables y consumibles, de igual manera se mide el consumo y fuentes de energía, con el objetivo de reducir el consumo total se impulsa el uso de energías renovables. Se fomenta el uso de fuentes de agua sostenibles para disminuir el consumo total y no afectar a los flujos ecológicos. Se promueve procedimientos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, motivando a los clientes y proveedores a controlar las mismas en el uso de sus transportes; se realiza un tratamiento eficaz de aguas servidas, con descarga y reutilización únicamente de forma que no represente riesgos para la población local. Así mismo se implementa métodos para minimizar los desechos a través de reutilización y reciclaje, se realiza un manejo correcto de químicos y se implementa prácticas para reducir la contaminación por ruido, erosión, iluminación, etc (Global Sustainable Tourism Council, 2012).
4. Conservar la biodiversidad, los ecosistemas y paisajes: Las especies silvestres únicamente se recogen, consumen, venden y exhiben si es de manera sostenible y se cumple con la legislación local e internacional; se prohíbe tener a los animales silvestres en cautiverio y solamente podrán manejar las muestras vivas de los mismos las personas que estén autorizadas y cuenten con las facilidades necesarias para albergarlas. Se toma medidas para detener la introducción de especies invasoras, para la restauración de áreas verdes se utilizará solamente especies autóctonas. Las interacciones con especies silvestres no deben producir de ninguna manera efectos

adversos en la vitalidad de las poblaciones. Se brinda apoyo a las áreas protegidas y zonas con altos valores de biodiversidad (Global Sustainable Tourism Council, 2012).

1.4.3. Marco Conceptual

Desarrollo sostenible: Es un modelo de desarrollo a largo plazo que hace referencia directa a evitar el deterioro y agotamiento de los recursos, integrando un conjunto de acciones que garanticen el mantenimiento de la diversidad de recursos naturales, culturales y la rentabilidad turística en el destino (Crosby y Moreda, 1996).

Ecoturismo: Es una modalidad turística responsable con el ambiente, que consiste en visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (flora, fauna, paisaje, especies silvestres), así como también conocer las manifestaciones culturales antepasadas, siempre con el objetivo primordial de preservarlas. Este tipo de turismo se enfoca en la conservación del medio ambiente y en el involucramiento y beneficio socio-económico de las poblaciones locales (Jiménez, 2013)

Comportamiento del consumidor: El comportamiento del consumidor se puede definir como la forma en que él toma sus decisiones en base a sus dimensiones actitudinales y a su percepción propia de satisfacer sus necesidades con los productos que más se asemejen o se ajusten a su personalidad, o al ideal que tiene de su personalidad, adquiriendo así productos que lo satisfagan en términos de brindarle una buena experiencia en diferentes etapas ya sea en la pre-compra, compra o adquisición (Ashworth y Tunbridge, 2000; Crouch, Perdue y Timmermans, 2004; Sonali, 2007).

Experiencia turística: Se puede definir a la experiencia turística como el conjunto de aspectos tangibles e intangibles percibidos por el turista a través de sus sentidos en varias actividades, las mismas pudieron haber sido planificadas por el turista o a través de un ente intermediador como agencias de viajes y tour operadores. Este conjunto de vivencias debe tener incidencia en su vida y a su vez ser duradero, generando un vínculo emocional no solo con el cliente en sí, sino con las demás personas que lo rodean que tienen expectativas similares de viaje y que podrían convertirse en clientes potenciales (Gutierrez, 2013).

Buenas prácticas turísticas: Son todas las acciones y métodos que logren asegurar la permanencia a largo plazo de los recursos, su rentabilidad a través de la satisfacción de

la demanda turística. Estas prácticas requieren entonces la habilidad para administrar, prevenir y mitigar los posibles impactos ambientales, humanos y ecológicos de la operación turística (Blanco, 2004).

CAPÍTULO I

1. ESQUEMA BÁSICO DE CONTENIDOS

1.1. Diagnóstico

1.1.1. Diagnóstico de Actores e Involucrados

Tabla 1. Diagnóstico de Actores e Involucrados. Elaboración: Carolina Pinto.

Actores e Involucrados	Interés -3,-2,-1,0,1,2,3	Poder 1,2,3	Total	Motivo
Grupo de 7 familias de la Comunidad Maca Cruz Grande situados en el Quilotoa	3	3	9	Manifestación viviente de cultura y tradiciones de un pueblo nativo del sector Quilotoa, con potencialidades turísticas no desarrolladas. Vinculación de la comunidad a las actividades turísticas que desarrolla la Tour Operadora Latin Adventures.
Latin Adventures Tour Operator	3	3	9	Operación turística directa en la mayoría de destinos turísticos del Ecuador y Galápagos, principalmente en el destino turístico Quilotoa, con enfoque principal en turismo vivencial e integración de comunidades dirigido a turistas extranjeros.

Ministerio del Ambiente	2	3	6	Ejercer de manera eficiente el liderazgo de gestión ambiental que garantice una relación armónica entre los ejes social, económico y ambiental para lograr un manejo sostenible de recursos.
Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN)	1	3	3	Normalización, Reglamentación Técnica y Metrología que garantice el cumplimiento de derechos de seguridad, preservación del medio ambiente, protección del consumidor y mejoramiento de la productividad en la sociedad.
Corporación Nueva Alejandría	3	3	9	Asesoría, capacitación, formación profesional, capacitación y desarrollo del talento humano a empresas. Solicitud de asesoría, auditoría, y capacitación técnica para incrementar las capacidades de la empresa Latin Adventures y mejorar su gestión.
Ministerio de Turismo del Ecuador	3	3	9	Implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística que permita el posicionamiento de Ecuador

				<p>como destino de excelencia ante el mercado nacional e internacional.</p> <p>Solicitud de capacitaciones gratuitas en el ámbito “Sistema de Gestión de Calidad” para obtención del reconocimiento a la calidad turística marca “Q”.</p> <p>Solicitud de Regulación de las actividades turísticas por partes de actores turísticos informales en el Ecuador.</p>
Servicio de Rentas Internas (SRI)	3	3	9	Recaudación de Tributos internos (impuestos) establecidos por la Ley.
Quito Turismo	2	3	6	Promoción Nacional e Internacional de la oferta turística de la ciudad de Quito.
Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (OPTUR)	-3	3	-9	Fomentar la actividad responsable con el medio ambiente, la comunidad y el mercado y defender a sus afiliados en las decisiones políticas que afecten al sector.
Trip Advisor	2	3	6	Recomendación y consejos de viaje de calidad a otros viajeros a nivel mundial

Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Sigchos	-1	3	-3	Satisfacción de las necesidades básicas y ordenamiento territorial de sus pobladores para la práctica del “Buen Vivir”.
VIATOR	3	3	9	<p>Empresa internacional / Buscador en línea bien posicionado a nivel mundial en oferta de paquetes y servicios turísticos de todos los países, con grandes volúmenes de ventas.</p> <p>Promoción internacional y venta en línea de paquetes turísticos innovadores y de calidad.</p>
EXPEDIA	3	3	9	<p>Agencia de viajes en internet bien posicionada a nivel mundial con oferta de servicios turísticos en todos los países, con grandes volúmenes de ventas.</p> <p>Promoción internacional y venta en línea de paquetes turísticos innovadores.</p>
IMPAQTO	3	3	9	<p>Organización comunitaria/ Empresa social, con la misión de apoyar a agentes de cambio a convertir ideas en impacto.</p> <p>Búsqueda de inversionistas</p>

				que apoyen económicamente ideas innovadoras para incluirlas en el turismo.
--	--	--	--	--

En el diagnóstico de actores e involucrados (Tabla 1) fueron analizados dos aspectos: interés y poder, ambos con diferentes rangos de calificación. Para el interés la escala de calificación fue la siguiente: -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3; donde -3 significa interés bajo, 0 interés medio y 3 interés alto. Para el poder el rango de calificación fue el siguiente: 1, 2, 3, donde 1 representa poder bajo, 2 poder medio y 3 poder alto. Finalmente a través de una multiplicación entre grado de interés y grado de poder de cada uno se obtuvo los resultados finales de la tabla, la cual muestra los actores e involucrados con puntuación más alta y más baja para el respectivo análisis.

ANÁLISIS

1. La vinculación comunitaria del grupo de 7 familias de la Comunidad Maca Cruz Grande situada en el Quilotoa a las actividades turísticas que oferta la Tour Operadora Latin Adventures representaría un factor clave de desarrollo integral que traería consigo beneficios mutuos, en el aspecto económico, social y ambiental, que mejorarían la calidad de vida de los pobladores e incrementarían la cantidad de visitas al sector gracias a la operación turística inclusiva y de calidad que ofertaría la tour operadora. Tomando en cuenta que las familias de estos sectores son numerosas (aproximadamente 8 miembros por cada familia), se podría asegurar el beneficio de muchas más personas conforme al éxito que vaya adquiriendo el proyecto.
2. Las acciones que decida implementar la Tour Operadora Latin Adventures determinarán el éxito o el fracaso del proyecto de vinculación comunitaria, siendo su eje principal la inserción del turismo vivencial en su oferta turística, que incluya la participación activa de la comunidad en actividades que realcen sus potencialidades turísticas. Para lo cual la comunidad contará con todo el apoyo necesario tanto económico, como técnico y presencial de los representantes de la tour operadora.

3. Es muy importante que la Tour Operadora Latin Adventures cumpla de manera permanente con todas las normas del Sistema de Gestión Integral de calidad, ambiente, seguridad y salud en el trabajo, decretado por el INEN, y realice auditorías de las mismas en periodos consecutivos ya que así podrá obtener reconocimientos que aseguren y garanticen el desenvolvimiento de la misma en el medio; y a su vez se haga conocer como una agencia de calidad y sea tomada en cuenta por las demás empresas y entidades que poseen el mismo giro de negocio.
4. Un factor fundamental para el desarrollo y crecimiento de Latin Adventures como agencia con prácticas sostenibles y de excelencia es implementar todas las acciones y programas que la Corporación Nueva Alejandría le brinde para diferenciarse del resto de tour operadoras, al convertirse en una empresa legalmente constituida, con cumplimiento de un reglamento interno, sistema de gestión integral de calidad y aplicación de medidas para la conservación del medio ambiente y desarrollo social de sus colaboradores.
5. La relación continua con El Ministerio de Turismo es un pilar fundamental en el desarrollo de Latin Adventures como una agencia de calidad, ya que impulsa el desarrollo de los actores turísticos de manera activa mediante capacitaciones, reuniones, visitas , oportunidades, promoción y difusión tanto de las agencias como de los productos que ofertan para hacerlas conocer a nivel nacional e internacional; siempre y cuando éstas cumplan con los parámetros sugeridos, se actualicen y estén involucrados de manera permanente en los programas de gestión de calidad que se planifican. Estas buenas relaciones también permitirían captar la atención de los funcionarios en cuanto a peticiones de regulaciones más estrictas para controlar a actores turísticos informales que dañan el mercado turístico, creando grandes competencias por precio y no por calidad de servicio.
6. El cumplimiento correcto de obligaciones con el SRI, es muy importante para que Latin Adventures pueda garantizar a sus turistas extranjeros no solo una estadía agradable en el Ecuador, sino precios justos en su oferta, al asesorar al cliente para que pueda solicitar la devolución de los impuestos pagados en nuestro país, y así ganar credibilidad como agencia de excelencia en la postventa.
7. Es muy importante que la Tour Operadora Latin Adventures se afilie a la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador

(OPTUR), para contribuir como socia activa al posicionamiento del país como el mejor destino turístico de América Latina, y así incrementar el número de visitas al país e incrementar los ingresos económicos a los negocios relacionados con el turismo. De la misma manera para poder hacer escuchar sus requerimientos y opiniones a los entes reguladores a través de esta organización y así lograr una gestión más profesional de acuerdo a las normas decretadas.

8. Es indispensable para la Tour Operadora Latin Adventures que en su afán de apadrinar a la comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa para integrarla a sus actividades turísticas, se comprometa a lidiar con los problemas de necesidades básicas que posee la comunidad, siendo portavoz de las familias ante el Municipio del Cantón Sigchos para que mejoren y provean de infraestructura a las comunidades de Quilotoa que lo necesiten.
9. Las alianzas estratégicas con empresas turísticas internacionales determinarán el éxito de la gestión de Latin Adventures, al ofertar su producto a buscadores en línea de servicios turísticos para que puedan ser comercializados constantemente, generando grandes volúmenes de ventas para Latin Adventures e incrementando a su vez la demanda por productos innovadores en el Ecuador.
10. Las relaciones constantes que se mantengan con la Organización IMPAQTO darán luz verde al proyecto de Latin Adventures al obtener apoyo en la búsqueda de inversionistas que quieran brindar un soporte económico para vincular a la comunidad Maca Cruz Grande a las actividades turísticas de la Tour Operadora; obteniendo ganancias para ambas partes, que representarían la mejora de la calidad de vida de los pobladores, el mejoramiento de la economía de Latin Adventures a través de buenas prácticas ambientales y sociales y el incremento del capital del inversionista al apoyar un proyecto de desarrollo turístico.

1.1.2. Diagnóstico de Áreas Ofensivas y Defensivas

Codificación:

(F) Fortalezas (O) Oportunidades (D) Debilidades (A) Amenazas

FORTALEZAS

- F1. Gran acogida por parte de turistas extranjeros paquete turístico “Full Day Quilotoa” ofertado por la Tour Operadora Latin Adventures.
- F2. Alianza estratégica con la Agencia Ex Plore de España, dedicada al ecoturismo.
- F3. Operación Directa de la Tour Operadora Latin Adventures en los destinos preestablecidos en la Avenida de los Volcanes.
- F4. Buena ubicación de la Tour Operadora Latin Adventures en Trip Advisor, obteniendo cada año un “Certificado de Excelencia”.
- F5. Buena difusión y venta de los productos de la Tour Operadora Latin Adventures a través de la web.
- F6. Alianzas Estratégicas con hoteles del Centro de Quito.
- F7. Buena relación con un grupo de 7 familias de la comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa.

OPORTUNIDADES

- O1. Ministerio de Turismo entrega distintivos “Q” (calidad turística) a los establecimientos turísticos que ofrezcan servicios de calidad.
- O2. La Corporación Nueva Alejandría brinda asesoramiento gratuito para que los establecimientos turísticos puedan hacerse acreedores del distintivo “Q”.
- O3. El Ministerio de Turismo brinda capacitaciones gratuitas a los establecimientos turísticos que estén dispuestos a implementar prácticas sostenibles para adquirir el distintivo Q.
- O4. Aceptación de vinculación comunitaria con la Tour Operadora Latin Adventures por parte de un grupo de 7 familias de la comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa.
- O5. Demanda turística creciente por turismo vivencial.
- O6. Oferta reducida de restaurantes típicos en la zona del Quilotoa.
- O7. Gran interés por parte de inversionistas internacionales para el apoyo de proyectos de turismo sostenible.
- O8. Potencialidades turísticas aun no descubiertas en el área del Quilotoa.
- O9. Buena producción de productos agrícolas (papa, oca, zanahoria, mashua, etc) en el área de Quilotoa.

DEBILIDADES

- D1. Disminución de recursos económicos en la Tour Operadora Latin Adventures por baja en las visitas de turistas.

- D2. Incremento de precios en el paquete *Full Day Quilotoa* por bajo número de viajeros.
- D3. Reducidas ventas de paquetes turísticos efectuadas personalmente con los turistas en la oficina de Latin Adventures Tour Operator.
- D4. Visitas solo esporádicas a la comunidad en Quilotoa por parte de los trabajadores de la Tour Operadora Latin Adventures por lejanía y falta de personal.
- D5. Dificultad en lograr la diferenciación de productos en los paquetes “full day” que ofrece la Tour Operadora Latin Adventures de otras tour operadoras y actores turísticos informales que ofrecen servicios similares.
- D6. Demora en obtención de respuestas de proveedores de alimentación y alojamiento en el sector Avenida de los Volcanes.
- D7. Variedad limitada de actividades a realizar en el paquete turístico *Full Day Quilotoa*.
- D8. Prácticas poco amigables con el ambiente en las actividades de oficina de Latin Adventures Tour Operator.

AMENAZAS

- A1. Oferta de paquetes turísticos a precios muy bajos en tour operadoras, agencias de viajes cercanas y actores turísticos informales.
- A2. Actuación deficiente de ciertos proveedores de servicios en los que es difícil verificar el nivel de calidad de los servicios prestados a los turistas de Latin Adventures.
- A3. Disminución del número de visitantes extranjeros por posible erupción del Volcán Cotopaxi.
- A4. Informalidad turística por parte de hoteles y transportistas privados.
- A5. Infraestructura precaria para brindar un servicio turístico de calidad por parte de la Comunidad de Quilotoa.
- A6. Escasos recursos de las familias de la comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa para alimentar a los animales (mulas, burros) que les sirven para su trabajo turístico y de desarrollo comunitario.
- A7. Baja promoción de las Tour Operadoras por parte del MINTUR en los medios por falta de certificaciones.

Relación:

Tabla 2. Relación entre Oportunidades y Fortalezas. Elaboración: Carolina Pinto.

OPORTUNIDADES /FORTALEZAS	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	TOTAL
O1	5	0	5	5	0	5	5	25
O2	0	0	5	5	0	0	5	15
O3	5	0	5	5	0	0	5	20
O4	5	0	5	0	0	0	5	15
O5	5	5	5	5	5	5	5	35
O6	5	0	5	0	0	0	5	15
O7	5	0	5	5	5	0	5	25
O8	5	5	5	0	0	0	5	20
O9	5	5	5	0	5	0	5	25
	40	15	45	25	15	10	45	

ESTRATEGIAS OFENSIVAS:

- F1+O5 Gracias a la demanda turística que existe por el turismo vivencial, se puede mejorar y aumentar actividades sostenibles en el paquete “Full Day Quilotoa” que tiene muy buena acogida en la Tour Operadora, para transformarlo en un producto exclusivo que solo se venda en esta agencia, recalcando siempre que las 7 familias del Quilotoa están apadrinadas por Latin Adventures y que la ejecución de actividades que ellos realizan en la excursión, representa para ellos un ingreso que los ayuda a desarrollarse social y económicamente.

- F7+O1 Vincular a un grupo de 7 familias de la Comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa en la operación directa que realiza la Tour Operadora Latin Adventures en el destino Quilotoa, a través del desarrollo de actividades típicas de la comunidad como cocina, cuidado de animales, cosecha de alimentos, etc; bajo estándares de limpieza,

organización y calidad asesorados por la Tour Operadora Latin Adventures que representen un plus para el turista en esta excursión.

- F3+O7 Solicitar un fondo económico a inversionistas internacionales para la organización de actividades directamente con las familias de la comunidad: construcción de réplicas de alojamientos típicos del páramo para turistas, preparación de comidas típicas, elaboración de artesanías típicas, capacitaciones, reuniones, charlas, para detectar necesidades y solventarlas en la medida de lo posible, y a su vez identificar potencialidades y desarrollarlas para incluirlas en el paquete “Full Day Quilotoa”.

- F4+O5 Motivar a nuestros clientes a recomendar nuestros servicios a través de Trip Advisor, para que más personas puedan ser parte de este apoyo a la comunidad y a su vez vivir una experiencia inolvidable mientras realizan turismo en el Ecuador.

- F5+O9 Desarrollar un plato típico compuesto de los productos agrícolas que ellos cultivan, que sea cosechado con la ayuda de los turistas y preparado para que lo puedan degustar. La preparación del mismo será realizada con todos los estándares de aseo que sean proporcionados a través de capacitadores contratados por la Latin Adventures. Los miembros de la comunidad serán dotados de todos los implementos necesarios para la preparación de este plato típico.

Tabla 3. Relación Amenazas y Debilidades. Elaboración: Carolina Pinto.

AMENAZAS/ DEBILIDADES	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	TOTAL
A1	5	5	5	0	5	0	0	0	20
A2	5	0	0	5	5	5	5	0	25
A3	5	5	5	0	0	0	0	0	15
A4	5	5	5	0	5	0	0	0	20
A5	0	0	0	5	0	5	5	0	15
A6	0	0	0	5	0	0	5	0	10

A7	5	5	5	0	5	5	5	5	35
	25	20	20	15	20	15	20	5	

ESTRATEGIAS DEFENSIVAS:

- D1+A7 Cumplir con los requerimientos del Ministerio de Turismo, implementar acciones y mantener un monitoreo permanente en la agencia para que se haga acreedora de la certificación Q “calidad” y pueda ser promocionada a nivel nacional e internacional en el ámbito turístico.
- D2+A1 Establecer alianzas estratégicas con hoteles Clase Turista Superior para que recomienden a Latin Adventures y ayuden a incrementar el volumen de turistas para las salidas “full day” grupales que ofrece la agencia a cambio de una cortesía al hotel por pasajero confirmado.
- D3+A1 Promocionar la oferta de precios especiales para los turistas que nos visiten personalmente en la agencia, haciéndose acreedores a descuentos y cortesías en sus compras, siempre y cuando sean cantidades representativas.
- D7+A4 Establecer una alianza estratégica con una comunidad que la agencia visite con sus turistas constantemente, la cual nos permita realizar diferentes actividades de turismo vivencial en ella y así lograr la diferenciación de los paquetes “full day” de la oferta de otras tour operadoras.

1.1.3. Diagnóstico Sistémico

A continuación se realizará un diagnóstico sistémico del destino turístico Quilotoa, en el cual se va a aplicar el mayor énfasis para el desarrollo de un nuevo paquete de turismo comunitario y vivencial para atraer turistas extranjeros.

Tabla 4. Diagnóstico Sistémico. Elaboración: Carolina Pinto.

DESTINO TURÍSTICO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
QUILOTOA												
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Atractivos		X									2
	Culturales											
	Atractivos Naturales										X	10

SERVICIOS TURÍSTICOS	Alojamiento					X						5
	Alimentos y Bebidas			X								3
	Transporte					X						5
	Guianza		X									2
INFRA- ESTRUCTURA	Accesibilidad				X							4
	Señalética							X				7
	Servicios Básicos						X					6
ACTIVIDADES	Actividades turísticas					X					5	
VISITAS	Turista extranjero									X		10
	Turista Nacional							X				8
FACTOR SOCIAL	Costumbres y Tradiciones								X			9
	Organización comunitaria			X								3
FACTOR POLÍTICO	Nivel de organización		X									2
	Leyes establecidas		X									2
FACTOR ECONÓMICO	Empleo		X									2
	Actividades productivas			X								3
FACTOR AMBIENTAL	Contaminación		X									2
												90

En el diagnóstico sistémico (Tabla 4) fueron analizados diferentes aspectos del Destino Turístico Quilotoa, con un rango de calificación del 1 al 10, en donde 1 significa bajo valoración para el factor y 10 alta valoración para el factor. Finalmente se realizó una suma final (90) y se dividió para el número de factores (19), dando como resultado el promedio de 4.73/10, para posteriormente realizar una regla de 3, obteniendo como resultado 47.30% de calificación final, porcentaje que representa la situación actual del destino para realizar su respectivo análisis.

ANÁLISIS

- Los factores que obtuvieron puntuaciones más altas fueron el factor atractivos naturales, visitas de extranjeros, y costumbres y tradiciones, fusionando estos tres aspectos se podría decir que Quilotoa es un destino bastante visitado debido a sus principales atractivos que son la Laguna y su población indígena que aún mantiene formas de vida ancestrales que llaman la atención de sus visitantes. Por lo que se debería realizar mucho énfasis en la promoción a través de la web y de manera directa con los turistas este atractivo. Ofreciéndolo en los paquetes de varios días como parada principal en las visitas a Ecuador, no solo por su atractivo natural sino como una alternativa de turismo vivencial con la comunidad local.
- El factor Alimentos y bebidas obtuvo una calificación baja debido a que existen reducidos establecimientos que brindan servicio de restaurante en el sector, los mismos que en su mayoría no cumplen con los estándares de higiene necesarios ni tienen una buena relación calidad-precio; por lo que se podrían implementar estos servicios a través de las familias de la comunidad, mediante la cocción de alimentos de manera tradicional para ofertarlas a los visitantes, incluyendo la cosecha y preparación de los mismos con los turistas y así brindarles una experiencia de turismo vivencial.
- El factor guianza también obtuvo una calificación baja, debido a que la gente de la comunidad no está preparada en temas de turismo para poder ofrecer este servicio a los turistas, sobretodo extranjeros, por el idioma. En este aspecto se podría brindar capacitaciones en manejo de grupos y temas de importancia, sin desmerecer el idioma nativo quichua de los pobladores, al contrario, este podría ser un plus para dar a conocer a los turistas ciertas palabras y formas de expresión en otro idioma; para equilibrar este

aprendizaje se podría hacer mediante el acompañamiento de un guía bilingüe enviado por la agencia Latin Adventures que traduzca a los visitantes lo que los pobladores enseñan.

- Las actividades turísticas en el sector obtuvieron una puntuación media, por lo que sería necesario aumentar algunas actividades para incrementar el tiempo de estancia del turista en el destino e incrementar los ingresos, por ejemplo desarrollar actividades de turismo vivencial con los miembros de la comunidad y con los niños, alimentar a los animales de la comunidad, cosechar productos de la tierra, cocinar y preparar alimentos típicos, aprender acerca de las costumbres ancestrales de la comunidad, etc. Los factores alojamiento y transporte obtuvieron esta misma puntuación, revelando que es posible adquirir este servicio en el sector, sin embargo se podría mejorar e innovar para presentar otra alternativa totalmente diferente al turista; en este caso se podría brindar servicio de alojamiento con las familias de la comunidad, a través de la construcción de casas típicas de paja diseñadas especialmente para alojar turistas, y así destinar este ingreso a los miembros de la comunidad que se hagan cargo de mantener las instalaciones preparadas y limpias para reservas de alojamiento.
- El factor organización comunitaria y leyes establecidas obtuvieron puntuación baja debido a que no hay un modo establecido de cumplimiento de actividades para el desarrollo de la comunidad, cada familia ejecuta actividades para su subsistencia propia, pero no lo hacen en conjunto para lograr el desarrollo de toda la comunidad, por lo que se podría brindar asesoramiento para establecer orden y responsables en las actividades productivas y turísticas que realice la comunidad.
- El factor empleo y actividades productivas también obtuvieron puntuaciones bajas debido a que el principal modo de producción es la agricultura, por lo que sería positivo integrar al desarrollo de actividades turísticas comunitarias como complemento a esta actividad, con el apoyo de Latin Adventures Tour Operadora, como ente privado concededor del tema.

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Turista Internacional

La mayor concentración de demanda extranjera para el último año se centró en las provincias de Pichincha y Guayas con un porcentaje de 65.30% y 47.50% respectivamente. En su mayoría los visitantes que recibe el Ecuador, están en un promedio de edad de 18 a 39 años con un 65% en relación a otras edades. Un 63% de estos visitantes poseen estudios Universitarios, los mismos que se distribuyen entre estudiantes y funcionarios de oficina. El 63% de turistas tiene como motivación principal de viaje vacaciones, recreo y ocio. El 50% de los visitantes que recibe el Ecuador asegura que planeo su viaje entre un mes y una semana antes de viajar. Un 73.8% viene a realizar turismo cultural y un 21.09% ecoturismo. La mayoría de turistas con un 68% organizó su viaje por cuenta propia y tan solo un 16% a través de un tour operador. Los meses donde más afluencia turística se registra son Enero, Junio, Julio, Agosto y Diciembre. Las ciudades más visitadas por los turistas son Quito con 66% de visitantes, Guayaquil con un 47%, Cuenca con un 19%, Galápagos con un 15% y Baños con un 11%. El gasto promedio del turista extranjero asciende a USD \$1.000, con una estancia promedio de 14 noches. El 91% de turistas extranjeros manifiesta que regresaría al Ecuador calificando con puntajes de 8 y 10 los servicios turísticos, el 92% recomienda visitar el Ecuador con una calificación de 8 a 10. El 71% de los turistas considera a Ecuador como su país favorito en Latinoamérica. El 68% de los visitantes considera que los precios en Ecuador son normales, 21% baratos y 11% caros (Ministerio de Turismo del Ecuador, s/a).

2.2. Análisis de la oferta de paquetes turísticos de la Tour Operadora Latin Adventures

La tour Operadora Latin Adventures incluye en su oferta turística 3 destinos principales: SIERRA, SELVA AMAZÓNICA Y GALÁPAGOS.

Dentro de los paquetes ofertados en la Sierra Ecuatoriana se encuentran los “FULL DAY”; como paquetes estándar y los “TAYLOR-MADE” como paquetes a la medida.

Dentro de los paquetes ofertados en Galápagos se encuentran los “LAST MINUTES” como salidas fijas en cruceros y los “ISLAND HOPPING” con salidas programadas y abiertas con alojamiento en las islas.

SIERRA ECUATORIANA

- Paquete Full Day

Son tours diarios de aproximadamente 9 horas que incluyen transporte privado, guía bilingüe, algunos de ellos almuerzo y entradas a los atractivos. Dentro de las excursiones principales y más vendidas se encuentran: Full Day Cotopaxi, Full Day Quilotoa, Full Day Antisana, Full Day Mindo Cloud Forest, Full Day Otavalo Indigenous Market, Full Day Papallacta Hot Springs, City Line, Full Day Quito City Tour+ Teleférico+ Mitad del Mundo.

- Taylor-made

Son paquetes creados de acuerdo a los requerimientos del cliente a partir de 2 días en adelante, incluyen transporte privado ya sea auto o furgoneta, dependiendo del número de pasajeros. Estos paquetes son privados e incluyen diferentes excursiones de acuerdo a los destinos que quiera visitar el cliente.

SELVA AMAZÓNICA

Son paquetes de 3, 4 y 5 días ya sea en la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno o en el Parque Nacional Yasuní, que incluyen: comidas, guías bilingües, transporte en canoa desde y hacia la Reserva, excursiones, poncho y botas de lluvia. Estos paquetes tienen salida constantemente, depende únicamente de la fecha disponible de viaje del cliente.

GALÁPAGOS

- Last Minutes

Son excursiones realizadas en cruceros de 4, 5, 6, 7 y 8 días que incluyen visitas a islas habitadas e inhabitadas de Galápagos, estos paquetes incluyen: comidas, guías bilingües, transporte marítimo y terrestre entre islas, equipo de snorkeling. Estos cruceros tienen salidas fijas, dependerá del cliente ajustar sus fechas a estas salidas para obtener un mejor precio.

- Island Hopping

Son tours en tierra en las islas Galápagos; estos paquetes incluyen: alojamiento en hoteles de diferentes categorías, guías bilingües, comidas, excursiones, transporte marítimo y terrestre entre islas, equipo de snorkeling. Estos programas tienen precios promocionales si se los puede coordinar con las salidas fijas grupales que ofrecen en el año, de lo contrario se los puede ofrecer en cualquier fecha con un precio un poco más elevado en tours privados.

2.3. Análisis de la demanda turística de la Tour Operadora Latin Adventures

- ***SEGMENTO NATURALEZA- DAILY TOURS***

Este segmento corresponde a turistas de categoría turista interesados en realizar ecoturismo, visitar atractivos naturales para realizar actividades como caminatas, cabalgatas, ascenso a montañas y visitar a las comunidades locales. Por lo general estos turistas buscan tours de 1 a 5 días como máximo, en los cuales tengan transporte, guía y almuerzo. Si su tour incluye alojamiento ellos prefieren que sea en comunidades ya sea en hostales, hoteles ecológicos o alojamientos manejados por las comunidades locales, siempre y cuando sean limpios y cómodos, no requieren gran cantidad de lujos, pero si una estancia cómoda y segura. Su presupuesto diario por persona es de \$90.00 aproximadamente. En caso de no tomar un tour con alojamiento, se interesan mucho por los FULL DAY, en los cuales puedan pasar aproximadamente 8 horas de visita en el atractivo y retornar hacia la ciudad de Quito.

- ***SEGMENTO NATURALEZA Y CULTURA- TAYLOR MADE TRIPS***

Este segmento corresponde a viajeros de categoría turista superior (clase media—alta) interesados en visitar la mayor parte de atractivos del Ecuador, combinando atractivos naturales con culturales, ecoturismo y visita a comunidades locales en un tour organizado a la medida de acuerdo a sus necesidades y preferencias. Estos turistas tienen disponibilidad para viajar de 8 a 20 días, en los cuales prefieren incluir transporte, guía, alojamiento, comidas y entradas a los atractivos. Las actividades que prefiere este segmento son caminatas de dificultad media-alta, visita a atractivos naturales que estén bien mantenidos, visita a mercados indígenas, visita a comunidades indígenas y locales, visita a las principales ciudades con muestras culturales, visita a las principales lagunas y áreas protegidas; y turismo vivencial para aprender acerca de cultura y costumbres de los pobladores. Su presupuesto diario por persona es de \$180.00 aproximadamente. En cuanto al alojamiento se sienten muy conformes al

hospedarse en hoteles boutique, haciendas, lodges, hoteles spa reconocidos, u hoteles de clase turista-superior o innovador manejados por las comunidades locales. Para completar su viaje muchas veces este segmento opta por incluir a su estadía una extensión ya sea a la selva o a Galápagos por 5 u 8 días dependiendo de su tiempo de visita al Ecuador.

- *SEGMENTO HIGHLIGHTS SELVA-GALÁPAGOS*

Este segmento corresponde a viajeros de categorías turista y turista superior interesados en gastar la mayor parte de su presupuesto en visitar la selva Cuyabeno o Yasuní; y las islas Galápagos.

En el caso de la selva este segmento tiene un presupuesto aproximado de \$90.00 diarios por persona, con los cuales desean incluir alojamiento, guías, transporte, comidas y excursiones. Lo más importante para ellos es ver la mayor cantidad de vida silvestre como les sea posible, tienen un gusto muy grande por la naturaleza, los animales y la infraestructura natural.

En el caso de Galápagos este segmento prefieren incluir en sus viajes la mayor cantidad de servicios como sean posibles, entre ellos: alojamiento en hoteles o cabinas (en el caso de cruceros), comidas, guías, entradas, traslados, transporte, etc. Cuentan con un presupuesto por persona diario de \$350.00 aproximadamente. Sus intereses son visitar la mayor parte de atractivos en las islas, aprovechando al máximo su estancia; a la mayoría no les interesa mucho la categoría de hotel o de crucero que tomen, lo más importante para ellos son las excursiones, les gustan las caminatas, snorkeling, visitas guiadas, etc; tienen un apego muy grande también a la vida silvestre y a la naturaleza.

2.4. Objetivo del estudio de mercado

El mercado al que la Tour Operadora Latin Adventures apunta a dirigirse, es un mercado extranjero de clase media-alta, proveniente de países Europeos y Norteamericanos, con un nivel de ingresos medio-alto, que estén dispuestos a tener una estancia de mínimo 3 días, máximo 21 días. Que estén interesados en visitar sitios naturales: montañas, volcanes, cascadas, lagunas; lugares culturales, comunidades indígenas, que les guste el ecoturismo y que quieran prender acerca de las costumbres y tradiciones que mantienen las comunidades del Ecuador.

2.5. Análisis de fuentes de información

Las fuentes de información para este estudio han sido tanto primarias como secundarias. Fuentes primarias como entrevistas y encuestas directas a los turistas, las cuales han servido para identificar los puntos principales en los que se deben enfocar los paquetes que oferta la Tour Operadora.

Fuentes secundarias como libros y publicaciones de los principales organismos turísticos del Ecuador para determinar cifras reales y eventos importantes que ubican al Ecuador como uno de los destinos principales para visitar; y las principales motivaciones que mueven a los turistas para conocer sus atractivos.

2.6. Herramientas de investigación a utilizar

Este estudio de mercado utilizará como herramienta principal la encuesta, la misma que contendrá 12 preguntas en inglés relacionadas con las principales motivaciones de los turistas para visitar el Ecuador, sus destinos principales de viaje, sus actividades preferidas para realizar, el grado de involucramiento que querrán tener con las comunidades locales, la percepción que tienen por las prácticas eco turísticas y el nivel de gasto que estarían dispuestos a realizar por los diferentes paquetes turísticos ofertados.

2.7. Cálculo de la muestra

Fórmula para determinar muestra cuando conocemos el universo

$$n = \frac{Gc^2 \times N \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + Gc^2 \times p \times q}$$

n	Muestra		
Gc	Grado de confiabilidad	95%	1,96
P	Variancia	50%	0,5
Q	Variancia	50%	0,5
e	Margen de error	+5%	0,0511

Llegada de turistas de los países Canadá, Estados Unidos y Alemania al Ecuador año 2014= 325.939

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 325939 \times 0,5 \times 0,5}{(0,0511)^2 \times (325939-1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{3,84 \times 325939 \times 0,25}{(0,0026 \times 325938) + 3,84 \times 0,25}$$

$$n = \frac{3,84 \times 81484,75}{847,43 + 0,96}$$

$$n = \frac{312901,44}{848,39}$$

$$n = 369$$

2.8. Criterios de distribución de la muestra

A continuación se detalla la distribución de la muestra de acuerdo al número de visitantes al Ecuador en el año 2014 de 3 países en particular: Canadá, Estados Unidos y Alemania, que son los principales países emisores de turistas para la Tour Operadora Latin Adventures.

PAÍS	NÚMERO DE TURISTAS
Estados Unidos	259 406
Canadá	33 230
Alemania	33 303

TOTAL INGRESO TURISTAS DE LOS PAÍSES CANADÁ, ESTADOS UNIDOS Y ALEMANIA EN EL 2014 = 325.939

Se detalla a continuación los porcentajes a los que equivalen las cifras enunciadas anteriormente, en cuanto al ingreso de turistas de los países Estados Unidos, Canadá y Alemania al Ecuador en el año 2014.

PAÍS	PORCENTAJE DE TURISTAS
Estados Unidos	80,00%
Canadá	10.00%
Alemania	10.00%

**TOTAL PORCENTAJE INGRESO TURISTAS DE LOS PAÍSES CANDÁ,
ESTADOS UNIDOS Y ALEMANIA EN EL 2014 = 100%**

Los criterios de distribución de la muestra han sido distribuidos en base al número de visitantes que provienen de cada país, dando como resultado un total de 369 encuestas a aplicar de la siguiente manera:

PAÍS	Nª DE ENCUESTAS A APLICAR
Estados Unidos	295
Canadá	37
Alemania	37
TOTAL	369

2.9. Cuestionario a aplicar

SURVEY

**SUSTAINABLE TOURISM PRACTICES IN
LATIN ADVENTURES TOUR OPERATOR**

1. What is your principal touristic motivation to visit Ecuador

- Nature and communities Gastronomy Historical-Cultural
 Sustainable tourism Relax Scientific
 Cultural exchange

2. How important it is for you that a tour operator maintains sustainable tourism practices in the development of their touristic packages?

- 3 very important value 2 average value 3 minor value

3. How important it is for you the implementation of sustainable and friendly practices in the environment by the principal travel actors: transportation, guides, accommodation, and restaurants?

3 very important value 2 average value 3 minor value

4. How important is it for you that a percentage of the economic income of a tour operator will be intended to support poor communities?

3 very important value 2 average value 3 minor value

5. In which one of these axes of sustainability would you like your trip has an impact?

Social: Contribution to social development of the towns visited

Economical: Development of activities that apply sustainable tourism to increase the economic resources of tour operators in a better way

Environmental: Development of activities that respect the environmental resources

6. Please select in order of priority the attractions that you are interested in visiting in the continent on your trip to Ecuador. Being 4 the most important one and 1 the less important one.

Volcanoes and Mountains

Indigenous Markets

Amazon Jungle/ Cuyabeno or Yasuní

National Parks/ Protected Areas

7. Would you prefer a tour operator which shows in their processes environmental care, respect for the local communities and support for economic development of towns with lack of resources, instead of other ones with other kind of practices?

Yes

No

8. Which is the principal factor you take into account before choosing a tour in a travel agency?

Low Prices

Quality

Innovation

9. Which one of these options would be interesting to learn for you in a local community? (You can select more than one)

Customs and traditions

Typical cuisine

Language

Daily activities

10. Would you be interested in doing experiential tourism in Quilotoa Community?

Yes

No

11. How much money could you pay for an experiential full day tour which includes: private transportation, certified bilingual guide, activities with a local community, food harvest, typical lunch with the community, horseback riding and hiking?

\$120-\$160

\$80-\$100

\$55-\$75

12. How did you know about Latin Adventures Tour Operator?

Web-site

Trip Advisor

Hotel recommendation

Lonely Planet

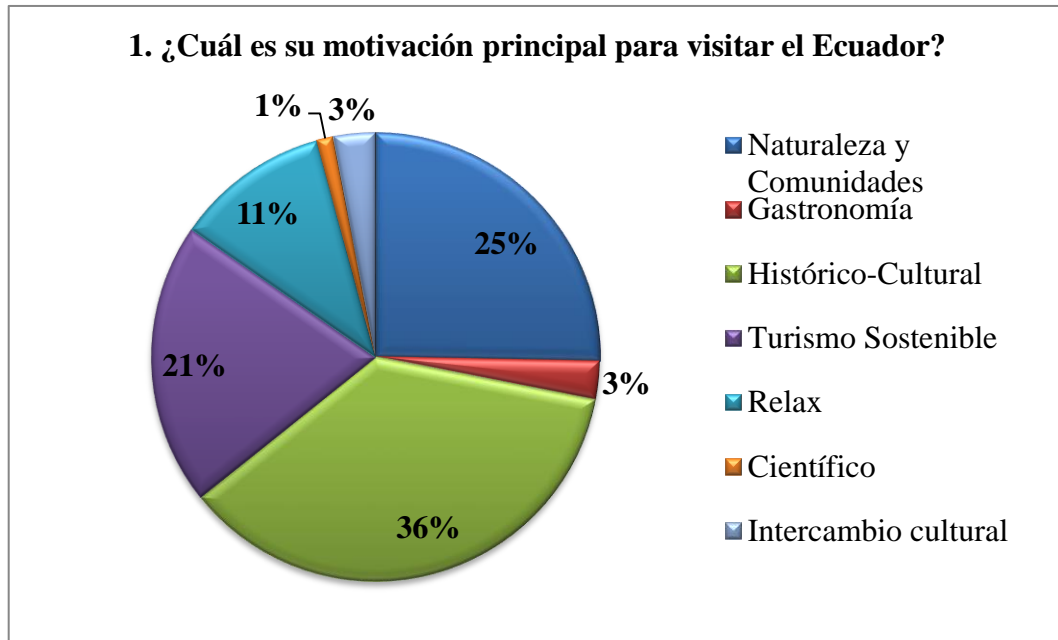
Friends/Family

..... Others

2.10. Tabulación de resultados

Gráfico 2. Encuesta. Motivación principal para visitar el Ecuador.

Elaboración: Carolina Pinto.

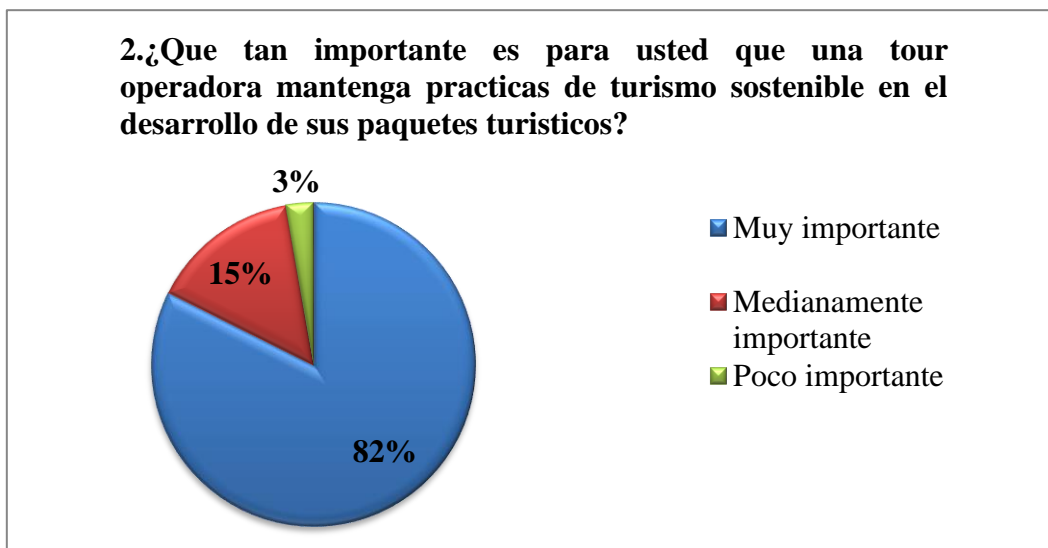


Análisis Pregunta 1:

En la pregunta número 1 ¿Cuál es su motivación principal para visitar el Ecuador? 302 turistas equivalentes al 36% respondieron que su motivación principal es el turismo Histórico-Cultural; 211 turistas equivalentes al 25% señalaron la opción Naturaleza y Comunidades, 170 turistas correspondientes al 21% escogieron la opción Turismo Sostenible. Siendo éstos los valores más representativos. Los porcentajes restantes se dividen de la siguiente manera: 93 turistas 11% con la opción Relax, 25 turistas 3% con Gastronomía, 23 turistas 3% con Intercambio cultural y 10 turistas 1% con turismo Científico. Los resultados arrojados dan apertura a hacer énfasis en el Ecoturismo debido a que las opciones Naturaleza & Comunidades fusionadas a Turismo Sostenible conforman un porcentaje mayoritario que podría representar grandes ingresos si se pone especial atención a ese nicho de mercado. Sin olvidar que el turismo cultural también debe ir integrado a los paquetes y combinado con otro tipo de actividades ya que también obtuvo un porcentaje representativo.

Gráfico 3. Encuesta. Importancia de prácticas sostenibles en paquetes turísticos.

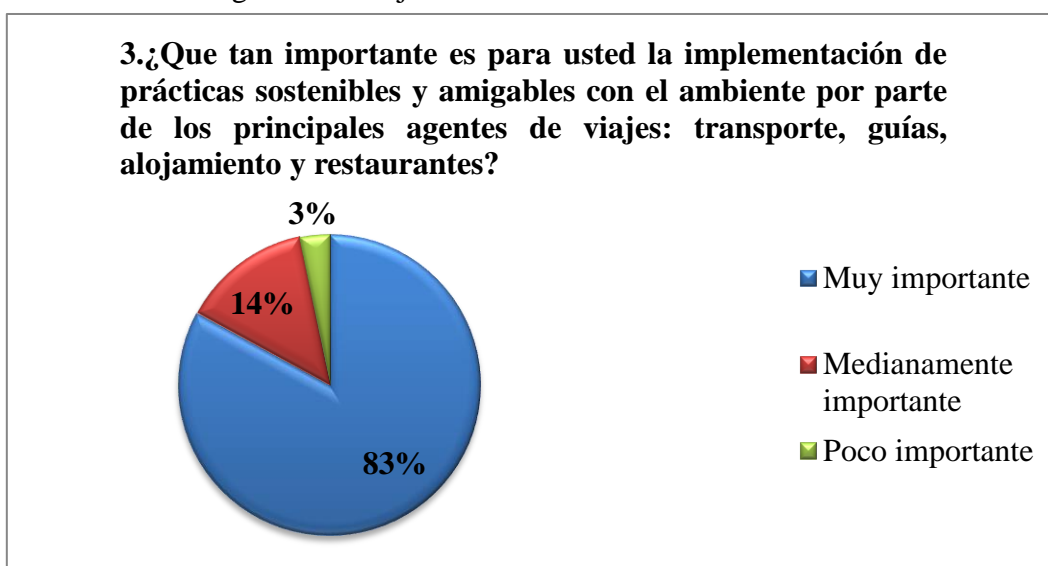
Elaboración: Carolina Pinto.



Análisis Pregunta 2:

En la pregunta número 2 ¿Qué tan importante es para usted que una tour operadora mantenga prácticas de turismo sostenible en el desarrollo de sus paquetes turísticos? 304 turistas equivalentes al 82% que representarían a la mayoría respondieron que es muy importante, 55 turistas que corresponden al 15% respondieron que es medianamente importante y 10 turistas con el 3% escogieron la opción poco importante. Estos resultados nos muestran que la implementación de prácticas de turismo sostenible en la tour operadora puede ser muy beneficiosa para captar a estos tres mercados de turistas.

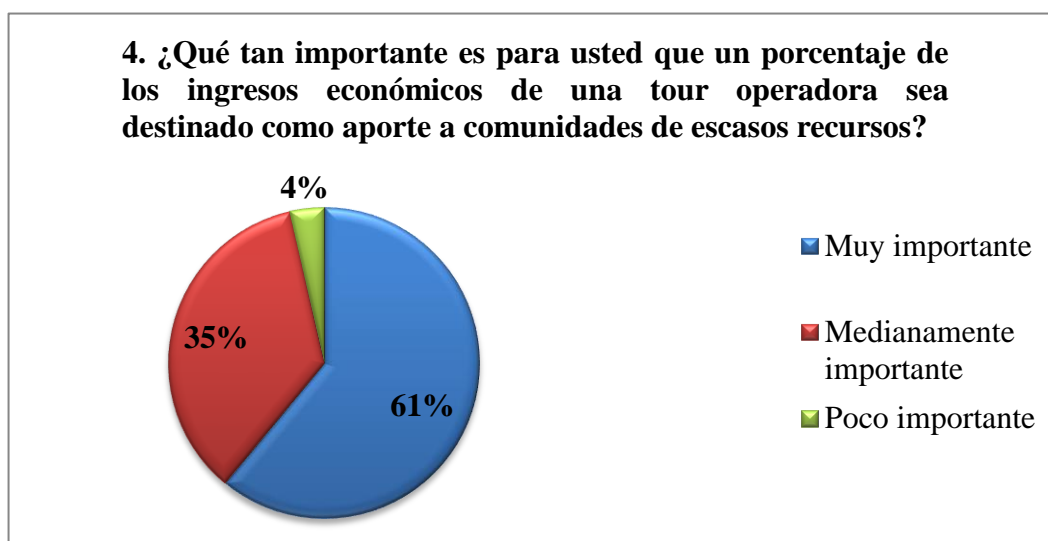
Gráfico 4. Encuesta. Importancia de aplicación de prácticas sostenibles por parte de agentes de viajes. Elaboración: Carolina Pinto.



Análisis Pregunta 3:

En la pregunta número 3 ¿Que tan importante es para usted la implementación de prácticas sostenibles y amigables con el ambiente por parte de los principales agentes de viajes: transporte, guías, alojamiento y restaurantes? 306 turistas que corresponden al 83% respondieron que es muy importante, 51 turistas afirmaron que para ellos es medianamente importante y 12 turistas con un 3% respondieron que es poco importante. Estos resultados nos muestran que existe un alto grado de importancia en el hecho de que los proveedores de una tour operadora también mantengan buenas prácticas ambientales, logrando una armonía con las actividades que se realizan y realizando un turismo consiente en todos sus aspectos.

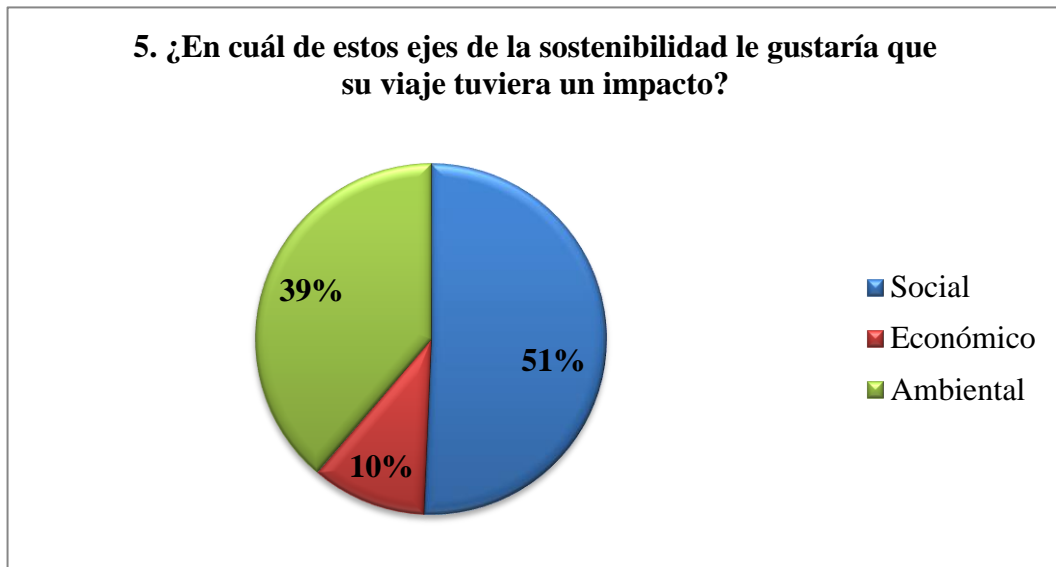
Gráfico 5. Encuesta. Importancia de aporte económico de tour operadora a comunidades: Elaboración: Carolina Pinto.



Análisis Pregunta 4:

En la pregunta número 4 ¿Qué tan importante es para usted que un porcentaje de los ingresos económicos de una tour operadora sea destinado como aporte a comunidades de escasos recursos? 225 turistas correspondientes al 61% respondieron que es muy importante, siendo este el valor más alto. 131 turistas con un 35% respondieron que es medianamente importante; y 13 turistas con un 4% escogieron la opción de poco importante. Estos resultados reflejan que el apoyo que se podría brindar a comunidades de escasos recursos podría convertirse en un punto a favor muy importante para obtener más clientes en la tour operadora, no solo por ofrecer un servicio de calidad sino por diferenciarse al aportar para lograr el desarrollo de localidades que lo necesiten.

Gráfico 6. Encuesta. Impacto en ejes de sostenibilidad. Elaboración: Carolina Pinto.

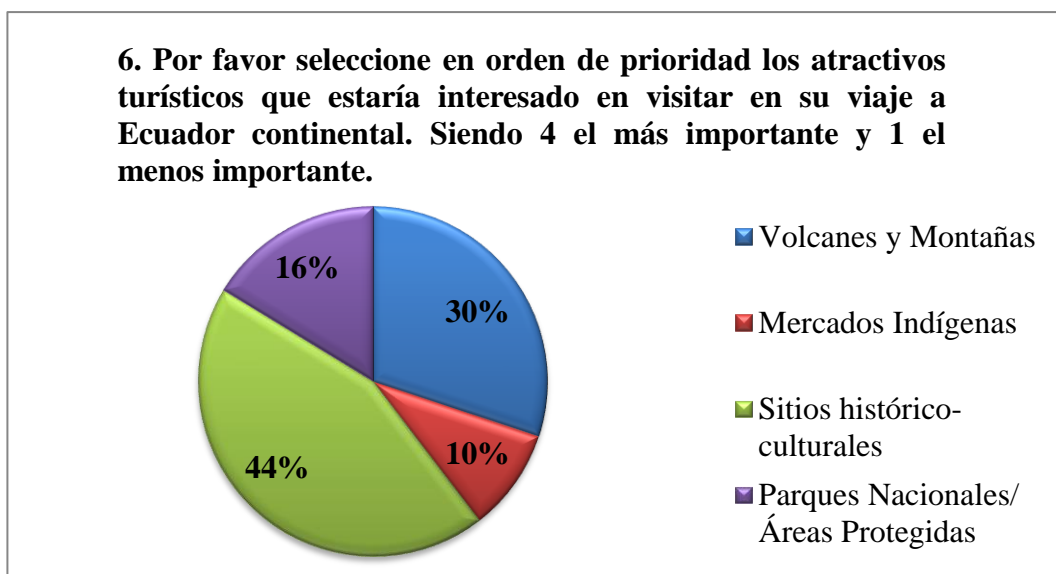


Análisis Pregunta 5:

En la pregunta número 5 ¿En cuál de estos ejes de la sostenibilidad le gustaría que su viaje tuviera un impacto? 187 turistas correspondientes a la mayoría con un 51% respondieron que preferirían que su viaje tuviera un impacto en el eje social, 143 turistas con 39% escogieron el eje ambiental y 39 turistas con un 10% eligieron el eje económico. Lo que nos lleva a concluir que la mayoría de turistas están interesados en realizar un turismo que apoye el desarrollo social de comunidades y que a su vez sea respetuoso con el ambiente.

Gráfico 7. Encuesta. Prioridad de visita de atractivos en Ecuador.

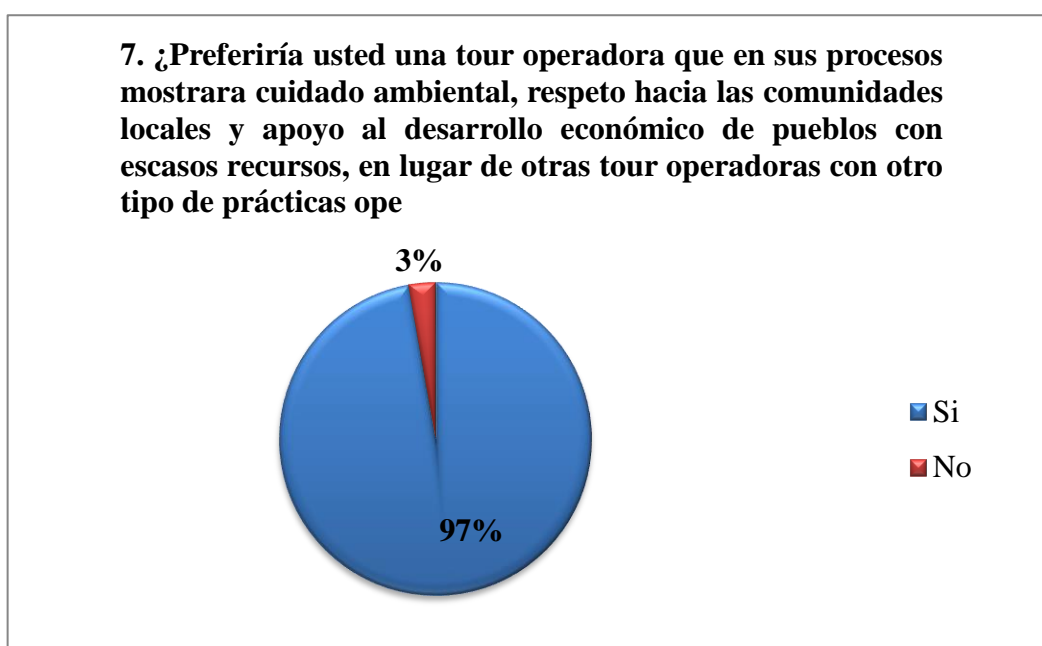
Elaboración: Carolina Pinto.



Análisis Pregunta 6:

En la pregunta número 6 Por favor seleccione en orden de prioridad los atractivos turísticos que estaría interesado en visitar en su viaje a Ecuador continental. Siendo 4 el más importante y 1 el menos importante. 163 turistas correspondientes al 44% respondieron que su prioridad de visita en el Ecuador son los Sitios histórico- culturales; 111 turistas con un 30% respondieron que su prioridad son los Volcanes y Montañas, 60 turistas con un 16% escogieron la opción Parques Nacionales/ Áreas Protegidas; y 35 turistas correspondientes al 16% optaron por la opción Mercados Indígenas. Estos resultados nos muestran que la totalidad está dividida mayoritariamente por sitios culturales y naturaleza, lo que nos lleva a hacer énfasis en estas actividades para captar la mayor cantidad de clientes.

Gráfico 8. Encuesta. Grado de preferencia por una tour operadora con prácticas sostenibles. Elaboración: Carolina Pinto.

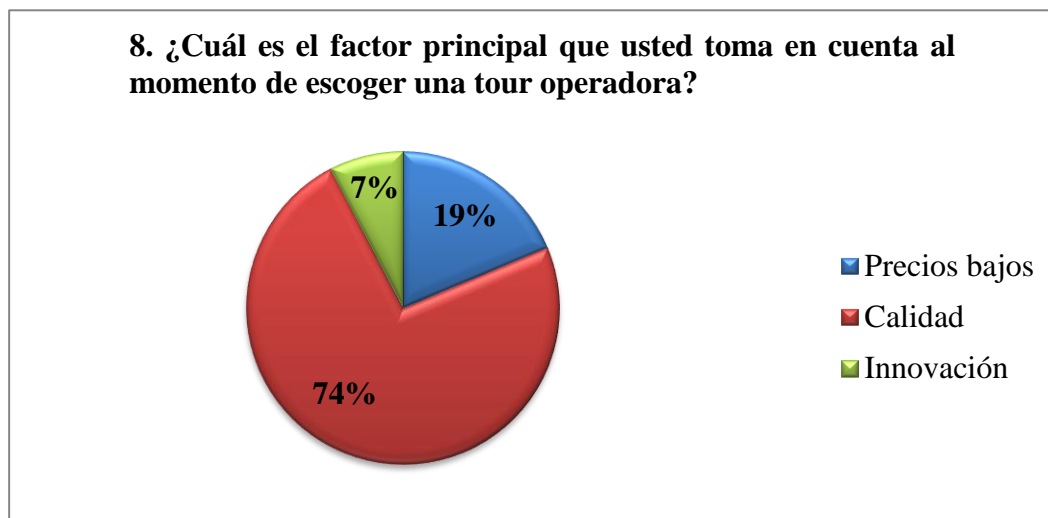


Análisis Pregunta 7:

En la pregunta número 7 ¿Preferiría usted una tour operadora que en sus procesos mostrara cuidado ambiental, respeto hacia las comunidades locales y apoyo al desarrollo económico de pueblos con escasos recursos, en lugar de otras tour operadoras con otro tipo de prácticas operativas? 359 turistas que corresponden al 97% respondió que Si, y 10 turistas con un 3% respondieron que No. Estos resultados afirman que una tour

operadora con prácticas sostenibles tendrá mucha más preferencia por parte de los clientes que una que no las aplique.

Gráfico 9. Encuesta. Factores principales tomados en cuenta al escoger una tour operadora. Elaboración: Carolina Pinto.

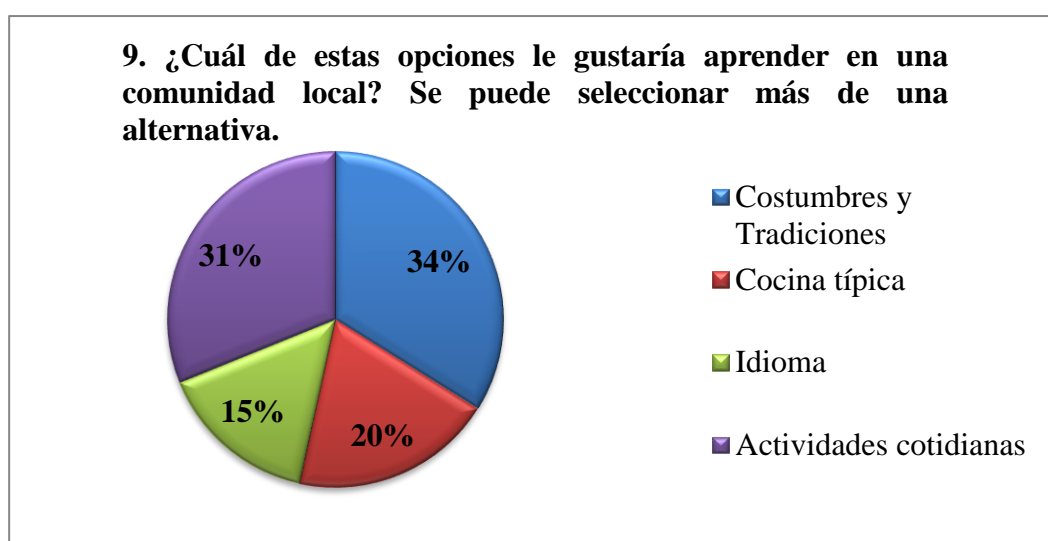


Análisis Pregunta 8:

En la pregunta número 8 ¿Cuál es el factor principal que usted toma en cuenta al momento de escoger una tour operadora? 272 turistas correspondientes al 74% respondieron que el principal factor para ellos es la Calidad, 69 turistas con un 19% respondió Precios Bajos y 28 turistas con un 7% respondió Innovación. Los resultados muestran que el principal factor a tomar en cuenta por una tour operadora para ganar clientes es brindar servicios de calidad.

Gráfico 10. Encuesta. Actividades preferenciales para aprendizaje en comunidades.

Elaboración: Carolina Pinto.



Análisis Pregunta 9:

En la pregunta número 9 ¿Cuál de estas opciones le gustaría aprender en una comunidad local? Se puede seleccionar más de una alternativa. 257 turistas que corresponden al 34% escogieron la opción Costumbres y Tradiciones; 236 turistas con un 31% seleccionaron la opción Actividades cotidianas, 148 turistas con el 20% tomaron la opción Cocina típica y 117 turistas con un 15% escogieron la opción Idioma. Estos resultados muestran que la totalidad está dividida de manera un tanto similar en cuanto las opciones expuestas, llevándolo a concluir que una tour operadora que opere un paquete turístico en una comunidad debe tomar en cuenta todas estas opciones: costumbres y tradiciones, actividades cotidianas, cocina típica, idioma; para lograr una buena experiencia para el visitante.

Gráfico 11. Encuesta. Grado de interés por turismo vivencial en Quilotoa.

Elaboración: Carolina Pinto.

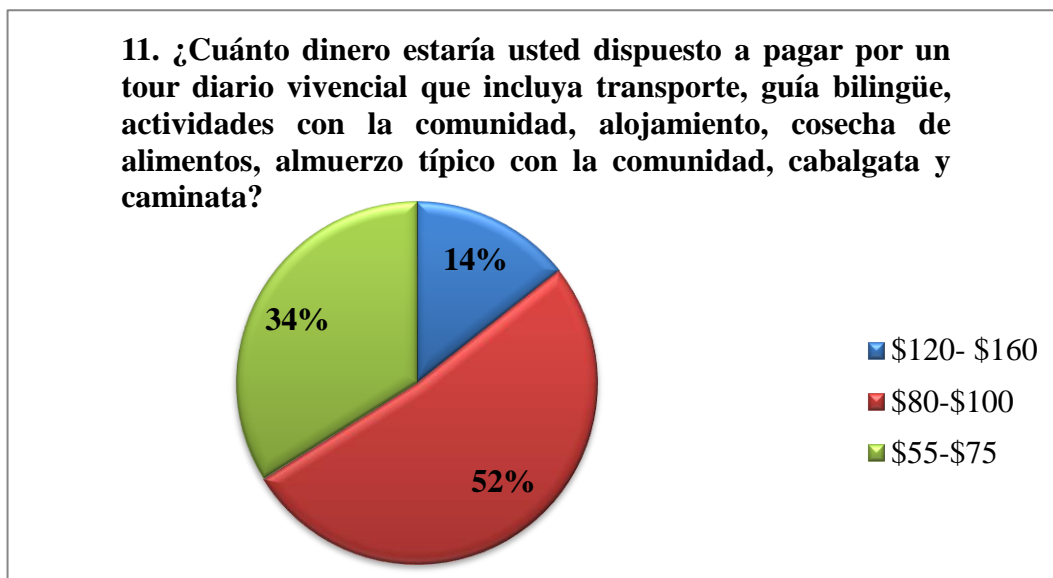


Análisis Pregunta 10:

En la pregunta número 10 ¿Estaría usted interesado en realizar turismo vivencial en una comunidad del Quilotoa? 348 turistas que representan al 94% respondieron que Si les gustaría realizar un tour vivencial en el Quilotoa, y 21 turistas con tan solo un 6% respondieron que No. Lo que nos lleva a concluir que un tour vivencial en el área del Quilotoa organizado para turistas extranjeros tendría un gran porcentaje de acogida en el mercado.

Gráfico 12. Encuesta. Monto preferencial a pagar por tour vivencial.

Elaboración: Carolina Pinto.

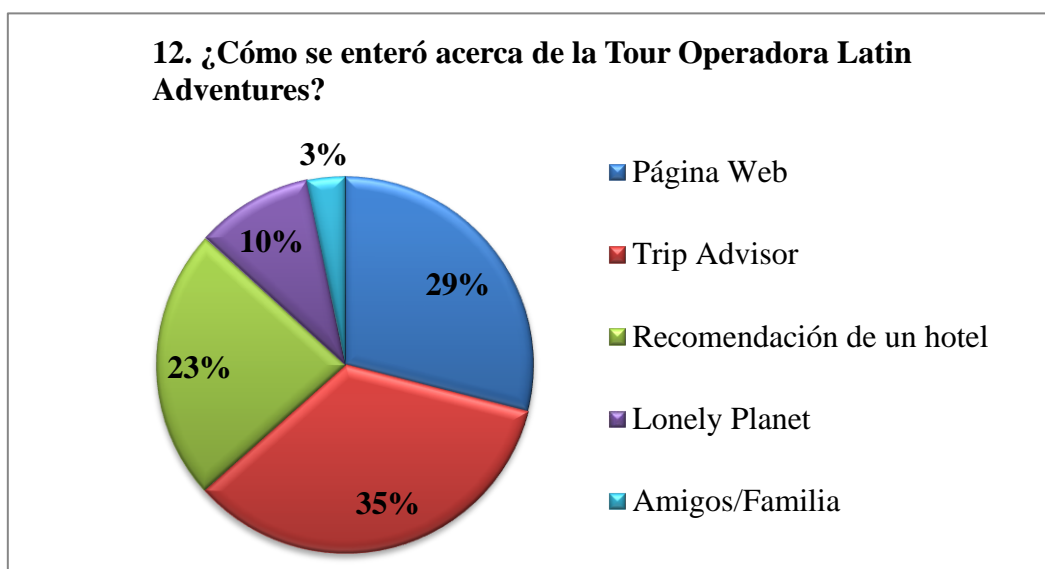


Análisis Pregunta 11:

En la pregunta 11 ¿Cuánto dinero estaría usted dispuesto a pagar por un tour diario vivencial que incluya transporte, guía bilingüe, actividades con la comunidad, cosecha de alimentos, almuerzo típico con la comunidad, cabalgata y caminata? 191 turistas correspondientes al 52% seleccionó la opción \$80-\$100, 125 turistas con el 34% seleccionó la opción \$120-\$160; y 53 turistas con un 14% seleccionó la opción \$55-\$75. Estos resultados reflejan que el rango que sería aceptado por los clientes sería entre \$55 a \$100 por persona por un servicio completo en un tour vivencial.

Gráfico 13. Encuesta. Canal de distribución de Latin Adventures.

Elaboración: Carolina Pinto.



Análisis Pregunta 12:

En la pregunta 12 ¿Cómo se enteró acerca de la Tour Operadora Latin Adventures? 127 turistas correspondientes al 35% se enteró a través de Trip Advisor, 107 turistas con un 29% a través de la página web, 86 turistas con el 23% por recomendación de un hotel; 37 turistas con un 10% se enteró por Lonely Planet; y 12 turistas equivalentes al 3% fueron recomendados por amigos y familiares. Estos resultados nos muestran tres medios a los que se les debe poner especial atención para un buen posicionamiento, en primer lugar se deben mantener los servicios de calidad y solicitar a los clientes que recomienden a la tour operadora a través de trip advisor; se debe invertir en la página web para estar bien ubicados y realizar alianzas estratégicas con hoteles y a su vez brindarles incentivos para mantener estas relaciones comerciales.

2.11. Hipótesis

La implementación de prácticas sostenibles y amigables con el entorno sumadas a la inclusión de comunidades con escasos recursos y potencialidades turísticas permitirá incrementar las preferencias de los turistas extranjeros por la Tour Operadora Latin Adventures, incrementará el flujo de visitantes a los principales atractivos que ofrece y aumentará la calidad de la experiencia del turista.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

3.1. Alcance

Este proyecto abarca dos aspectos principales relacionados con la sostenibilidad de la Tour Operadora Latin Adventures.

En primer lugar la aplicación de prácticas sostenibles tanto en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures como en su gestión y operación turística a través de la selección de proveedores de servicios turísticos, actividades y comunidades con prácticas sostenibles dentro de los principales destinos turísticos que oferta que son:

- Sierra (Operación Directa):
Cotopaxi, Quilotoa, Antisana, Otavalo, Mindo, Quito, Mitad del Mundo, Papallacta.
- Selva Amazónica
(Operación Indirecta): Tena, Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Parque Nacional Yasuní.
- Islas Galápagos (Operación Indirecta):
Land Tours y Cruceros.

En segundo lugar como parte crucial del proyecto es el apadrinamiento de la Tour Operadora Latin Adventures a la Comunidad Maca Cruz Grande situada en el área del Quilotoa para lograr el desarrollo turístico de la misma a través de la creación de un paquete de turismo vivencial y comunitario que involucre a 7 familias para la cooperación y oferta de servicios turísticos en la comunidad, mediante la aplicación de prácticas y actividades sostenibles que generen ingresos económicos que serán destinados en su mayoría para la comunidad. La determinación de actividades turísticas en la comunidad se ha realizado en base a sus potencialidades turísticas y a la capacidad que tienen los miembros de la comunidad de cooperar con las actividades y acciones que se propondrán a continuación.

3.2. Ejes de acción

Tabla 5. Ejes de acción. Fuente: (Rainforest Alliance, 2015)

ÁMBITO	EJE
EMPRESARIAL	Planificación de la Gestión Sostenible
	Gestión de la calidad
	Gestión de recursos humanos
	Gestión de seguridad
	Gestión de Comunicación y Mercadeo
	Gestión de proveedores
	Educación para la sostenibilidad
SOCIOCULTURAL	Rescate y protección del patrimonio histórico -cultural
	Legalidad y ética de prácticas laborales
	Contribución al desarrollo local
	Respeto a las culturas y poblaciones locales
AMBIENTAL	Uso racional del agua
	Uso racional de la energía
	Protección de la biodiversidad y áreas naturales
	Gestión integral de desechos
	Contaminación

3.3. Estrategias para el desarrollo de buenas prácticas turísticas

Tabla 6. Estrategias para el desarrollo de buenas prácticas turísticas. Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	EJE	OBJETIVO	ESTRATEGIA	CRONO.	RECURSOS
EMPRESARIAL	Política de Sostenibilidad	Cumplir con los lineamientos de sostenibilidad de la empresa	Documentar las directrices a seguir para lograr una gestión y operación sostenible en la tour operadora	Anual	Talento Humano
	Gestión de la calidad	Mejorar la satisfacción de los clientes	Crear encuestas de satisfacción para los clientes que indiquen con una escala numérica el grado de conformidad que muestren por los servicios prestados	Permanente	Talento Humano
		Reducir las quejas	Crear formularios de quejas y sugerencias para los clientes y realizar planes de mejora en caso de tener resultados negativos	Permanente	Talento Humano
	Gestión de	Maximizar el buen desempeño del	Documentar los procesos,	Permanente	Talento

	recursos humanos	equipo de trabajo	procedimientos y manuales de trabajo para el personal		Humano
	Gestión de seguridad	Reducir la accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales)	Designación de Responsable de SST que ejecute Campañas de Seguridad y Salud en el Trabajo	Permanente	Talento Humano
	Gestión de Comunicación y Mercadeo	Lograr un posicionamiento efectivo en mercados internacionales	Elaborar material promocional acerca de los nuevos productos sostenibles que se ajusten a la necesidad de los clientes y exponerlos en medios online y de manera directa	Permanente	Talento Humano/ Recurso Económico
	Gestión de proveedores	Construir una cartera de proveedores de servicios que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de calidad	Evaluación y reevaluación de proveedores sostenibles previo a contratos y convenios	Anual	Talento Humano
	Educación para la	Lograr un comportamiento sostenible tanto a nivel empresarial como en clientes,	Realizar programas de educación para la sostenibilidad (talleres, capacitaciones, etc) dirigidas a	Permanente	Talento Humano/ Recurso

	sostenibilidad	empleados y comunidades aliadas	clientes y comunidades		Económico
SOCIO-CULTURAL	Rescate y protección del patrimonio histórico cultural	Definir el área de influencia de la empresa	Desarrollar rutas turísticas que promuevan el ecoturismo en las provincias del Ecuador en que opera Latin Adventures	Permanente	Talento Humano
		Definir y establecer los mecanismos de relacionamiento con la población	Creación de un contrato legal con un representante de cada familia de la comunidad que especifique las funciones de cada una de las partes	Anual	Talento Humano/ Recurso Económico
		Promover el respeto a las zonas de acceso restringido, que las actividades de la empresa no atenten contra los sitios sagrados o de patrimonio cultural.	Desarrollar un “Código de conducta de un turista responsable” y entregarle al turista en cada compra que realice en la Tour Operadora	Permanente	Talento Humano

		Adoptar e implementar políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados	Desarrollar un “Código de conducta de un turista responsable” y entregarle al turista en cada compra que realice en la Tour Operadora	Permanente	Talento Humano
	Legalidad y ética de prácticas laborales	Promover la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.	Seleccionar al personal tanto de la Tour Operadora como de la Comunidad en igualdad de condiciones	Permanente	Talento Humano
		Adoptar y difundir las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes.	Desarrollar un Código de Ética Profesional en la Tour Operadora y socializarlos constantemente	Permanente	Talento Humano

	Contribución al desarrollo local	Articular el funcionamiento de la empresa con la economía local para apoyar su desarrollo (vincular productores de alimentos locales, artesanos, transportistas, alojamiento.	Selección de proveedores (organizaciones comunitarias) de actividades eco turísticas y de turismo comunitario	Anual	Talento Humano
			Exhibición de artesanías típicas y suvenires elaborados por la comunidades locales a manera de adorno y decoración en las cabañas y en la Tour Operadora Latin Adventures	Anual	Talento Humano/ Recurso Económico
		Proveer oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.	Crear dos paquetes turísticos “Full day Turismo Vivencial” y “Turismo Vivencial 2D/1N” con la Comunidad Maca Cruz Grande- Quilotoa	Anual	Talento Humano
		Fomentar la participación activa de las comunidades locales en la	Desarrollar hojas de funciones por competencias para cada uno	Permanente	Talento Humano

		actividad turística mediante la generación de empleos directos o indirectos.	de los colaboradores del proyecto: guías nativos, cocineros, encargados de actividades, etc		
		Donar equipamiento y materiales del establecimiento a la comunidad local cuando lo soliciten.	Realizar un cronograma de visitas a la comunidad destacando fechas especiales para entregar presentes a sus miembros	Diciembre y Junio de cada año	Talento Humano y Recurso Económico
		Apoyar el entrenamiento de líderes comunitarios para que capaciten a otros miembros de la comunidad en el rescate, conservación y mantenimiento de su herencia cultural	Realizar capacitaciones en: técnicas de guianza, manejo de alimentos y temas turísticos a los miembros de la comunidad para que a su vez puedan entrenar a los demás colaboradores del proyecto	Permanente	Talento Humano

	Respeto a las culturas y poblaciones locales	Respetar los planes de manejo de territorios comunitarios y los planes de vida de las comunidades indígenas y campesinos	Consultar permanentemente a los líderes comunitarios acerca de las restricciones de actividades turísticas que debe tomar en cuenta la Tour Operadora en su gestión	Permanente	Talento Humano
AMBIENTAL	Uso racional del agua	Reducir el uso de agua	Campañas de ahorro mediante rótulos reciclados con mensajes amigables con el ambiente	Permanente	Talento Humano
	Uso racional de la energía	Reducir el uso de energía eléctrica	Campañas de ahorro mediante rótulos reciclados con mensajes amigables con el ambiente	Permanente	Talento Humano
			Cambio de focos normales a focos ahorradores en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures	Permanente	Recursos Económicos
			Cambio de computadores de	Permanente	Recursos

			escritorio por laptops que consumen menos energía		Económicos
	Protección de la biodiversidad y áreas naturales	Proteger a los ecosistemas naturales y evitar la pérdida de diversidad biológica con la operación sostenible de la empresa	Elaborar planes de prevención y mitigación de impactos negativos por actividades turísticas en los principales destinos en los que opera la empresa	Permanente	Talento Humano/ Recurso Económico
	Gestión integral de desechos	Reducción del desecho predominante en la oficina (papel) y reutilización	Implementar el reciclaje de papel dentro de la oficina / Campañas de reciclaje socializadas con el personal y con los clientes	Permanente	Talento Humano
	Contaminación	Reducción de contaminación por materiales no biodegradables	Implementar el uso de materiales de limpieza no contaminantes en el baño como jabón biodegradable, vinagre y limón para limpieza de inodoro, desinfectante de manos	Permanente	Recurso económico

3.4. Acciones

Tabla 7. Acciones. Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	EJE	ACCIONES
EMPRESARIAL	Planificación de la Gestión Sostenible	Elaborar una política de sostenibilidad con lineamientos que pongan en práctica el uso de recursos económicos, sociales y ambientales que minimicen los impactos negativos para la gestión de la empresa y maximicen los positivos. Solo así toda la empresa podrá caminar hacia lograr un mismo objetivo.
	Gestión de la calidad	Documentar un programa de aseguramiento de calidad para las diferentes actividades de la empresa y monitorear periódicamente su funcionamiento eficiente.
		Identificar expectativas y necesidades de los clientes con respecto a los servicios que ofrece Latin Adventures.
		Utilizar mecanismos para medir el grado de satisfacción de los clientes e incorporar sus opiniones y sugerencias en la mejora continua de la gestión de la empresa.
		Crear un procedimiento documentado formal para el manejo, registro y seguimiento de reservas.

		Mantener un plan de mantenimiento de instalaciones, equipos y vehículos con registros permanentes en fechas que no afecten la operación de la empresa.
		Mantener documentos escritos acerca de las acciones correctivas que se aplican en caso de desaciertos en la operación y gestión de la empresa.
		Dotar al personal de la empresa de uniformes y distintivos para facilitar su identificación personal y corporativa.
		Ofrecer a los clientes opciones con requerimientos alimenticios especiales.
		Dotar de agua apta para el consumo humano a los clientes en todas sus excursiones.
		Dotar al guía del guión a utilizar en las excursiones, especificando el máximo de pasajeros que puede guiar (máximo 12), restricciones de los lugares a visitar, medidas de seguridad necesarias y el idioma en el que se llevará a cabo el tour. Esta información deberá ser expuesta a los turistas al inicio del tour.
		Elaborar un registro de personal en el cual consten las licencias de conducir vigentes y aptas para las actividades requeridas, identificaciones de los conductores, detalles de los vehículos, furgonetas, lanchas, etc; que vayan a ser utilizadas en los tours.

Gestión de recursos humanos	Elaborar manuales para cada área y departamento de la empresa, describiendo puesto y funciones específicas de cada trabajador con sus respectivos procesos y procedimientos.
	Elaborar procedimientos y requerimientos para contratación de personal que esté alineado a la sostenibilidad de la empresa.
	Elaborar un plan de capacitación permanente para los empleados por competencias.
	Elaborar un programa de incentivos para los empleados que tengan un mejor desempeño y así motivarlos a crecer profesionalmente.
Gestión de seguridad	Elaborar un sistema de seguridad legal documentado aplicable a la realidad física y operativa de la empresa e implementarlo.
	Identificar los factores de riesgo naturales y accidentales más probables a lo que está expuesta la operación, tomando en cuenta a trabajadores, clientes, terceros y planta física donde se asienta Latin Adventures
	Verificar que las condiciones físicas y psicológicas de las personas involucradas en la gestión y operación de la empresa sean óptimas.
	Elaborar un plan de contingencia que cubra las situaciones de riesgo identificadas.

		Dotar a la empresa de botiquines de primeros auxilios, extinguidores de incendios y rotulación de emergencia.
		Apoyar programas externos de seguridad turística en colaboración con comunidades, gobiernos y otras empresas turísticas.
		Brindar capacitaciones en manejo de alimentos a los proveedores de servicios de alimentos y bebidas de las comunidades locales que vayan a prestar sus servicios a Latin Adventures.
		Dotar a los prestadores de servicios alimenticios comunitarios la vestimenta apropiada y los implementos necesarios para la desinfección y preparación de alimentos.
	Gestión de Comunicación y Mercadeo	Realizar promoción a través de la web acerca de las prácticas sostenibles aplicadas en la empresa.
		Elaborar materiales de promoción e información en dos idiomas (inglés y español) en material reciclado: pizarras.
		Elaborar constantemente encuestas pequeñas para conocer las necesidades y el perfil de los clientes que visitan la tour operadora.

	Gestión de proveedores	Contratar en su mayoría proveedores de servicios que apliquen en su gestión prácticas sostenibles, calidad, seguridad y salubridad en su gestión y operación.
		Establecer parámetros escritos de sostenibilidad, calidad, seguridad y salubridad que deben cumplir los proveedores que brinden sus servicios a la Tour Operadora Latin Adventures.
		Monitorear de manera permanente el desempeño en sostenibilidad, seguridad, calidad y salubridad de los proveedores de servicios de Latin Adventures.
		Evaluar y reevaluar constantemente mediante fichas con parámetros a los proveedores que deseen prestar sus servicios a Latin Adventures.
		Socializar con los proveedores las políticas de calidad y sostenibilidad de la empresa y establecer acuerdos mutuos que satisfagan los intereses más importantes
	Educación para la sostenibilidad	Elaborar anuncios (reciclados en la medida de lo posible) acerca de las diferentes prácticas sostenibles que pueden realizar clientes y empleados en sus hogares, actividades diarias y actividades turísticas; comunicar constantemente a través de correos electrónicos.
		Brindar talleres prácticos de sostenibilidad en la comunidad aliada a la tour operadora en

		la que empleados y clientes puedan participar.
SOCIO- CULTURAL	Rescate y protección del patrimonio histórico - cultural	Dotar a los turistas de material informativo relevante en dos idiomas (inglés y español) ya sea escrito u oral acerca de la historia, cultura y tradiciones de la región que visitan.
		Crear buenas relaciones con las comunidades locales y obtener su consentimiento para realizar visitas a la misma con los clientes de Latin Adventures.
		Crear paquetes turísticos que promuevan la visita a comunidades locales, atractivos culturales e históricos a través del rescate y la integración de elementos representativos de las culturas y actividades turísticas sostenibles y amigables con el ambiente.
		Exhibir elementos y productos típicos de las comunidades respetando sus derechos de propiedad intelectual.
	Legalidad y ética de prácticas laborales	Organizar todos los documentos legales en los cuales consten los contratos laborales del personal, recibos de pagos de salarios, planillas del IESS al día, etc.
		Elaborar un Reglamento Interno para la empresa y socializarlo con todos los empleados.
		Promover mediante campañas internas y externas la contratación de personal en igualdad de género y condiciones, sin discriminaciones y con restricciones al trabajo infantil y

		explotación sexual. Dando la oportunidad a los pobladores comunitarios de tener cargos de mando o gerenciales.
		Dar mantenimiento contantemente a todas las áreas y equipos de trabajo para asegurar el bienestar físico y psicológico de sus trabajadores.
Contribución al desarrollo local	al	Priorizar la contratación de personas de la localidad y empresas comunitarias en igualdad de género y condiciones en los lugares donde Latin Adventures tiene su operación turística.
		Promocionar la compra de productos artesanales; y la contratación de servicios locales con los clientes de Latin Adventures una vez se visite el destino.
		Apoyar actividades que representen el desarrollo social de las comunidades vinculadas a Latin Adventures.
		Dinamizar la economía y el desarrollo social – cultural de la comunidad que apadrina Latin Adventures (Maca Cruz-Grande en Quilotoa) a través del apoyo para la creación de micro emprendimientos comunitarios que generen ingresos y sean clave en la operación turística de la Tour Operadora Latin Adventures en esa área.
		Realizar contribuciones económicas a las comunidades locales que visite Latin

		Adventures con sus turistas.
		Destinar un presupuesto permanente para capacitaciones, cursos, becas para personas de comunidades que deseen asistir a cursos de turismo, charlas, refrigerios, medicinas, etc.
		Mejorar la economía de la comunidad a través del apoyo en la exposición y comercialización de todo lo que los pobladores puedan producir y vender para generar ingresos económicos alternativos como: venta de frutas y verduras naturales, venta de artesanías típicas del sector, venta de leche y huevos, venta de comidas típicas, etc.
		Promover el desarrollo económico y social de la comunidad a través de apoyo logístico y presencial en ferias turísticas para que den a conocer sus productos y servicios.
		Ofrecer facilidad a los pequeños empresarios locales para que desarrollen y vendan sus productos elaborados de manera sostenible, inspirados en la naturaleza, la historia y la cultura de la zona, tales como alimentos, bebidas, dulces, artesanías, artes dramáticas, productos agrícolas, etc.
		Entregar folletos de la política de sostenibilidad de la empresa a proveedores privados, locales, comunitarios; asociaciones, gremios para que ellos puedan crear una política similar y la vez motivarlos para que brinden un mejor servicio a la empresa. Logrando así el reconocimiento local, regional, nacional e internacional.

		Realizar una lista de productos y servicios con características específicas de calidad y sostenibilidad junto con una carta de invitación a proveedores locales para que puedan trabajar directamente con la empresa.
	Respeto a las culturas y poblaciones locales	Consultar a las comunidades vinculadas a la operación turística de Latin Adventures cuáles son las formas de comportamiento, actividades y acciones que no afecten su vida cotidiana y sus manifestaciones culturales que puedan ser accionadas por los turistas para lograr una convivencia armoniosa.
		Elaborar códigos de comportamiento y recomendaciones tanto orales como escritas para los turistas que visitan las poblaciones locales, en los cuales se promueva el respeto hacia las costumbres, formas de vida y manifestaciones culturales de sus pobladores; tomando como referencia la información brindada por los miembros de las comunidades.
		Tomar en cuenta el grado de satisfacción de las comunidades y sus reclamos en cuanto a la operación turística que realiza Latin Adventures en su área y elaborar acciones correctivas en caso de existir inconformidad.
		Documentar directrices y seguirlas a cabalidad para regular las visitas de sitios histórica o culturalmente sensibles, con el objetivo de minimizar el impacto provocado por las visitas.

AMBIENTAL	Uso racional del agua	Establecer metas documentadas para minimizar el uso de agua en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures.
		Designar un responsable a cargo de monitorear el uso racional del agua en la oficina.
		Dar mantenimiento continuo a tuberías y llaves de agua para evitar fugas de agua y gasto innecesario de agua en la oficina.
		Dotar al servicio higiénico de geles antibacteriales para reducir el uso de agua en la oficina.
		Realizar campañas internas en la oficina tanto para clientes como para empleados acerca del ahorro de agua, en su mayoría a través de correos electrónicos para minimizar el uso de papel.
	Uso racional de la energía	Establecer metas documentadas para minimizar el uso de la energía en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures.
		Designar un responsable a cargo de monitorear el uso racional de la energía en la oficina.
		Cambiar los focos normales a focos ahorradores de energía.
		Cambiar los computadores de escritorio por laptops para minimizar el consumo de energía.

		Pintar la oficina con pintura ecológica de colores claros para aprovechar la luz durante el día y utilizar menos energía eléctrica.
		Realizar campañas internas en la oficina tanto para clientes como para empleados acerca del ahorro de agua, en su mayoría a través de correos electrónicos para minimizar el uso de papel.
Protección de la biodiversidad y áreas naturales		Realizar programas de prevención y mitigación de impactos ambientales para la operación turística que se realizará en la comunidad del Quilotoa y sus áreas aledañas.
		Elaborar directrices para la operación en destinos para evitar el daño a los ecosistemas y la pérdida de diversidad biológica.
		Mantener al día la patente de áreas protegidas para registrar las visitas, realizando los pagos puntualmente como aporte al mantenimiento de las áreas protegidas.
		Cumplir con todos los requerimientos y normativas de las áreas protegidas al momento de realizar visitas e informar a los pasajeros las formas de comportamiento dentro de las mismas.
Gestión integral de		Reducción del desecho predominante en la oficina (papel) y reutilización.

	desechos	Elaborar una política de compras que incluya rechazo de insumos que produzcan desechos sólidos.
		Comprar insumos en empaques de grandes cantidades que reduzcan el uso de presentaciones en empaques individuales.
		Utilizar envases rellenables o reciclables para tipo de producto dentro de la oficina.
		Evitar el uso de materiales desechables.
		Realizar separación de desechos en un área limpia y adecuada; y organizarlos para los fines pertinentes.
		Involucrar a clientes y empleados en las campañas de reciclaje y separación de desechos.
	Contaminación	Reducción de contaminación por materiales no biodegradables en el área de limpieza.
	Evitar la compra de materiales de limpieza y de utilización tóxica para la salud del personal y el medio ambiente.	

3.5. Resultados

Tabla 8. Resultados. Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	EJE	OBJETIVO	RESULTADOS
EMPRESARIAL	Política de sostenibilidad	Cumplir con los lineamientos de sostenibilidad de la empresa	1 política de sostenibilidad aplicada
	Gestión de la calidad	Mejorar la satisfacción de los clientes.	90% de clientes satisfechos por los servicios adquiridos en la Tour Operadora Latin Adventures
		Reducir las quejas	90% de quejas reducidas de los clientes de la Tour Operadora Latin Adventures
	Gestión de recursos humanos	Maximizar el buen desempeño del equipo de trabajo	100% de empleados con un desempeño eficiente de acuerdo a su puesto de trabajo
	Gestión de seguridad	Reducir la accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales)	0% de accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales) en la Tour Operadora Latin Adventures

	Gestión de Comunicación y Mercado	Lograr un posicionamiento efectivo en mercados internacionales	1 página web bien posicionada a nivel internacional
	Gestión de proveedores	Contratar proveedores de servicios que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de calidad	90% de proveedores de servicios contratados que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de calidad
	Educación para la sostenibilidad	Lograr un comportamiento sostenible tanto a nivel empresarial como en nuestros clientes, empleados y comunidades aliadas	80% de empleados con conocimientos y aplicación de prácticas sostenibles 80% de miembros de comunidades aliadas capacitados en temas de desarrollo sostenible 60% de clientes con experiencias sostenibles en sus visitas
SOCIOCULTURAL	Rescate y protección del patrimonio histórico	Definir el área de influencia de la empresa	11 provincias del Ecuador definidas como áreas de influencia de la Tour Operadora Latin Adventures
		Definir y establecer los mecanismos de relacionamiento	1 contrato legal firmado en el cual se definan los mecanismos de relacionamiento con la población del

	cultural	con la población	Quilotoa
		Promover el respeto a las zonas de acceso restringido, que las actividades de la empresa no atenten contra los sitios sagrados o de patrimonio cultural.	1 “Código de conducta de un turista responsable” elaborado que promueva el respeto a zonas de acceso restringido, sitios sagrados y lugares que representen al patrimonio cultural
		Adoptar e implementar políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados	1 “Código de conducta de un turista responsable” elaborado que promueva la implementación de políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados
	Legalidad y ética de prácticas laborales	Promover la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.	1 Nómina de empleados elaborada que promueva la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos
		Adoptar y difundir las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes.	1 Código de Ética elaborado que difunda las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes

	Contribución al desarrollo local	Articular el funcionamiento de la empresa con la economía local para apoyar su desarrollo (vincular productores de alimentos locales, artesanos, transportistas, alojamiento.	1 Listado de organizaciones comunitarias que sean proveedores de productos y servicios eco turísticos para Latin Adventures
		Exhibición de artesanías típicas y suvenires elaborados por la comunidades locales a manera de adorno y decoración en la Tour Operadora Latin Adventures	1 Oficina decorada con artesanías típicas y suvenires elaborados por las comunidades locales que trabajan con la Tour Operadora Latin Adventures
		Proveer oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.	2 Paquetes Turísticos creados: “Full day Turismo Vivencial” y “Turismo Vivencial 2D/1N” con la comunidad Maca Cruz Grande- Quilotoa en los que se provea oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.

		Fomentar la participación activa de las comunidades locales en la actividad turística mediante la generación de empleos directos o indirectos.	5 Hojas de Funciones elaboradas por competencias para los colaboradores del proyecto “Turismo Vivencial Maca Cruz Grande- Quilotoa” entre ellos: guías, cocineros, encargados del alojamiento, encargados de las actividades y encargados de las artesanías
		Donar equipamiento y materiales del establecimiento a la comunidad local cuando lo soliciten.	100% de equipamiento y materiales donados que sean necesarios para una operación turística de calidad por parte de la comunidad Maca Cruz Grande
		Apoyar el entrenamiento de líderes comunitarios para que capaciten a otros miembros de la comunidad en el rescate, conservación y mantenimiento de su herencia cultural	3 guías nativos capacitados 2 cocineros capacitados en temas gastronómicos 3 ayudantes de cocina capacitados en manejo de alimentos 5 meseros capacitados 10 mujeres capacitadas en elaboración de artesanías típicas y ecológicas (todos miembros de la comunidad Maca Cruz-Grande)

	Respeto a las culturas y poblaciones locales	Respetar los planes de manejo de territorios comunitarios y los planes de vida de las comunidades indígenas y campesinos.	100% de comunidades aliadas a la empresa respetadas en su forma de vida 100% de territorio de las comunidades respetado en cuanto a restricciones en la operación turística
AMBIENTAL	Uso racional del agua	Reducir el uso de agua	10% de consumo mensual reducido
	Uso racional de la energía	Reducir el uso de energía eléctrica	20% de consumo mensual reducido
		Cambio de focos normales a focos ahorradores en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures	5 focos normales reemplazados por 5 focos ahorradores de energía
		Cambio de computadores de escritorio por laptops que consumen menos energía	3 computadores de escritorio reemplazados por 3 laptops de menor consumo energético

	Protección de la biodiversidad y áreas naturales	Proteger a los ecosistemas naturales y evitar la pérdida de diversidad biológica con la operación sostenible de la empresa	98% de áreas naturales protegidas con los programas de prevención y mitigación de impactos de la empresa
	Gestión integral de desechos	Reducción del desecho predominante en la oficina (papel) y reutilización	100% de papel reutilizado
	Contaminación	Reducción de contaminación por materiales no biodegradables	100% de materiales de limpieza contaminantes reemplazados por materiales naturales y biodegradables

3.6. Responsables

Tabla 9. Responsables. Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	EJE	OBJETIVO	ESTRATEGIA	RESPONSABLE
EMPRESARIAL	Política de Sostenibilidad	Cumplir con los lineamientos de sostenibilidad de la empresa	Documentar las directrices a seguir para lograr una gestión y operación sostenible en la tour operadora	Gerente General
	Gestión de la calidad	Mejorar la satisfacción de los clientes	Crear encuestas de satisfacción para los clientes que indiquen con una escala numérica el grado de conformidad que muestren por los servicios prestados	Área de Ventas y Operaciones
		Reducir las quejas	Crear formularios de quejas y sugerencias para los clientes y realizar planes de mejora en caso de tener resultados negativos	Área de Ventas y Operaciones
	Gestión de recursos	Maximizar el buen desempeño del equipo de	Documentar los procesos, procedimientos y manuales de trabajo para el personal	Gerente General

	humanos	trabajo		
	Gestión de seguridad	Reducir la accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales)	Designación de Responsable de SST que ejecute Campañas de Seguridad y Salud en el Trabajo	Responsable de SST
	Gestión de Comunicación y Mercadeo	Lograr un posicionamiento efectivo en mercados internacionales	Elaborar material promocional acerca de los nuevos productos sostenibles que se ajusten a la necesidad de los clientes y exponerlos en medios online y de manera directa	Área de Marketing
	Gestión de proveedores	Construir una cartera de proveedores de servicios que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de calidad	Evaluación y reevaluación de proveedores sostenibles previo a contratos y convenios	Área de Ventas y Operaciones
	Educación para la sostenibilidad	Lograr un comportamiento sostenible tanto a nivel empresarial como en	Realizar programas de educación para la sostenibilidad (talleres, capacitaciones, etc) dirigidas a clientes y comunidades	Área de Ventas y Operaciones

		clientes, empleados y comunidades aliadas		
Rescate y protección del patrimonio histórico cultural	Definir el área de influencia de la empresa	Desarrollar rutas turísticas que promuevan el ecoturismo en las provincias del Ecuador en que opera Latin Adventures	Gerente General	
	Definir y establecer los mecanismos de relacionamiento con la población	Creación de un contrato legal con un representante de cada familia de la comunidad que especifique las funciones de cada una de las partes	Gerente General	
	Promover el respeto a las zonas de acceso restringido, que las actividades de la empresa no atenten contra los sitios sagrados o de patrimonio cultural.	Desarrollar un “Código de conducta de un turista responsable” y entregarle al turista en cada compra que realice en la Tour Operadora	Área de Ventas y Operaciones	
	Adoptar e implementar políticas específicas para la protección del patrimonio	Desarrollar un “Código de conducta de un turista responsable” y entregarle al turista en	Área de Ventas y Operaciones	

SOCIO- CULTURAL		histórico y cultural de los sitios visitados	cada compra que realice en la Tour Operadora.	
	Legalidad y ética de prácticas laborales	Promover la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.	Seleccionar al personal tanto de la Tour Operadora como de la Comunidad en igualdad de condiciones	Gerente General
		Adoptar y difundir las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes.	Desarrollar un Código de Ética Profesional en la Tour Operadora y socializarlos constantemente	Gerente General
	Contribución al desarrollo local	Articular el funcionamiento de la empresa con la economía local para apoyar su desarrollo (vincular productores de alimentos locales, artesanos, transportistas, alojamiento.	Selección de proveedores (organizaciones comunitarias) de actividades eco turísticas y de turismo comunitario	Área de Ventas y Operaciones
Exhibición de artesanías típicas y suvenires elaborados por la comunidades locales a manera de adorno y decoración en las cabañas y en la			Área de Ventas y Operaciones	

			Tour Operadora Latin Adventures	
		Proveer oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.	Crear dos paquetes turísticos “Full day Turismo Vivencial” y “Turismo Vivencial 2D/1N” con la Comunidad Maca Cruz Grande- Quilotoa	Área de Ventas y Operaciones
		Fomentar la participación activa de las comunidades locales en la actividad turística mediante la generación de empleos directos o indirectos.	Desarrollar hojas de funciones por competencias para cada uno de los colaboradores del proyecto: guías nativos, cocineros, encargados de actividades, etc	Área de Ventas y Operaciones
		Donar equipamiento y materiales del establecimiento a la comunidad local cuando lo	Realizar un cronograma de visitas a la comunidad destacando fechas especiales para entregar presentes a sus miembros	Gerente General

		soliciten.		
		Apoyar el entrenamiento de líderes comunitarios para que capaciten a otros miembros de la comunidad en el rescate, conservación y mantenimiento de su herencia cultural	Realizar capacitaciones en: técnicas de guianza, manejo de alimentos y temas turísticos a los miembros de la comunidad para que a su vez puedan entrenar a los demás colaboradores del proyecto	Gerente General/ Área de Ventas y Operaciones
	Respeto a las culturas y poblaciones locales	Respetar los planes de manejo de territorios comunitarios y los planes de vida de las comunidades indígenas y campesinos	Consultar permanentemente a los líderes comunitarios acerca de las restricciones de actividades turísticas que debe tomar en cuenta la Tour Operadora en su gestión	Gerente General/ Área de Ventas y Operaciones
AMBIENTAL	Uso racional del agua	Reducir el uso de agua	Campañas de ahorro mediante rótulos reciclados con mensajes amigables con el ambiente	Toda el personal
	Uso racional de la energía	Reducir el uso de energía eléctrica	Campañas de ahorro mediante rótulos reciclados con mensajes amigables con el ambiente	Todo el personal

			Cambio de focos normales a focos ahorradores en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures	Gerente General
			Cambio de computadores de escritorio por laptops que consumen menos energía	Gerente General
	Protección de la biodiversidad y áreas naturales	Proteger a los ecosistemas naturales y evitar la pérdida de diversidad biológica con la operación sostenible de la empresa	Elaborar planes de prevención y mitigación de impactos negativos por actividades turísticas en los principales destinos en los que opera la empresa	Área de Ventas y Operaciones
	Gestión integral de desechos	Reducción del desecho predominante en la oficina (papel) y reutilización	Implementar el reciclaje de papel dentro de la oficina / Campañas de reciclaje socializadas con el personal y con los clientes	Todo el personal
	Contaminación	Reducción de contaminación por materiales no biodegradables	Implementar el uso de materiales de limpieza no contaminantes en el baño como jabón biodegradable, vinagre y limón para limpieza de inodoro, desinfectante de manos	Gerente General

3.7. Indicadores

Tabla 10. Indicadores. Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	EJE	OBJETIVO	INDICADOR
EMPRESARIAL	Política de sostenibilidad	Cumplir con los lineamientos de sostenibilidad de la empresa	(#) Número de documentos escritos que contengan las directrices de sostenibilidad
	Gestión de la calidad	Mejorar la satisfacción de los clientes.	(%) Porcentaje de clientes satisfechos por los servicios adquiridos en la Tour Operadora Latin Adventures
		Reducir las quejas	(%) Porcentaje de quejas reducidas de los clientes de la Tour Operadora Latin Adventures
	Gestión de recursos humanos	Maximizar el buen desempeño del equipo de trabajo	(%) Porcentaje de empleados con un desempeño eficiente de acuerdo a su puesto de trabajo
	Gestión de seguridad	Reducir la accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales)	(%) Porcentaje de accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales) en la Tour Operadora Latin Adventures

	Gestión de comunicación y mercadeo	Lograr un posicionamiento efectivo en mercados internacionales	(#) Número de páginas web bien posicionadas a nivel internacional
	Gestión de proveedores	Contratar proveedores de servicios que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de calidad	(%) Porcentaje de proveedores de servicios contratados que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de calidad
	Educación para la sostenibilidad	Lograr un comportamiento sostenible tanto a nivel empresarial como en nuestros clientes, empleados y comunidades aliadas	(%) Porcentaje de empleados con conocimientos y aplicación de prácticas sostenibles (%) Porcentaje de miembros de comunidades aliadas capacitados en temas de desarrollo sostenible (%) Porcentaje de clientes con experiencias sostenibles en sus visitas
SOCIO-CULTURAL		Definir el área de influencia de la empresa	(#) Número de provincias del Ecuador definidas como áreas de influencia de la Tour Operadora Latin Adventures
		Definir y establecer los mecanismos de	(#) Número de contratos legales firmados en el

		relacionamiento con la población	cual se definan los mecanismos de relacionamiento con la poblaciones locales que se involucren en el proyecto de turismo vivencial
	Rescate y protección del patrimonio histórico -cultural	Promover el respeto a las zonas de acceso restringido, que las actividades de la empresa no atenten contra los sitios sagrados o de patrimonio cultural.	(#) Número de códigos elaborados que promuevan el respeto a zonas de acceso restringido, sitios sagrados y lugares que representen al patrimonio cultural
		Adoptar e implementar políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados	(#) Número de códigos elaborados que promuevan la implementación de políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados
	Legalidad y ética de prácticas laborales	Promover la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.	(#) Nómina de empleados elaborada que promueva la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos
		Adoptar y difundir las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes.	(#) Número de códigos elaborados que difundan las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes

Contribución al desarrollo local	Articular el funcionamiento de la empresa con la economía local para apoyar su desarrollo (vincular productores de alimentos locales, artesanos, transportistas, alojamiento.	(#) Número de organizaciones comunitarias que sean proveedores de productos y servicios eco turísticos para Latin Adventures
	Exhibición de artesanías típicas y suvenires elaborados por la comunidades locales a manera de adorno y decoración en la Tour Operadora Latin Adventures	(#) Número de lugares decorados con artesanías típicas y suvenires elaborados por las comunidades locales que trabajan con la Tour Operadora Latin Adventures0
	Proveer oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.	(#) Número de Paquetes Turísticos creados: en los que se provea oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.
	Fomentar la participación activa de las comunidades locales en la actividad turística mediante la generación de empleos directos o indirectos.	(#) Número de Hojas de Funciones elaboradas por competencias para los colaboradores del proyecto “Turismo Vivencial Maca Cruz Grande- Quilotoa” entre

			ellos: guías, cocineros, encargados del alojamiento, encargados de las actividades y encargados de las artesanías
		Donar equipamiento y materiales del establecimiento a la comunidad local cuando lo soliciten.	(%) Porcentaje de equipamiento y materiales donados que sean necesarios para una operación turística de calidad por parte de la comunidad Maca Cruz Grande
		Apoyar el entrenamiento de líderes comunitarios para que capaciten a otros miembros de la comunidad en el rescate, conservación y mantenimiento de su herencia cultural	(#) Número de personas capacitadas pertenecientes a las comunidades locales para brindar servicios turísticos comunitarios con la Tour Operadora Latin Adventures
	Respeto a las culturas y poblaciones locales	Respetar los planes de manejo de territorios comunitarios y los planes de vida de las comunidades indígenas y campesinos.	(%) Porcentaje de comunidades aliadas a la empresa respetadas en su forma de vida (%) Porcentaje de territorio de las comunidades respetado en cuanto a restricciones en la operación turística

AMBIENTAL	Uso racional del agua	Reducir el uso de agua	(%) Porcentaje de consumo mensual reducido
	Uso racional de la energía	Reducir el uso de energía eléctrica	(%) Porcentaje de consumo mensual reducido
		Cambio de focos normales a focos ahorradores en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures	(#) Número de focos normales reemplazados por focos ahorradores de energía
		Cambio de computadores de escritorio por laptops que consumen menos energía	(#) Número computadores de escritorio reemplazados por laptops de menor consumo energético
	Protección de la biodiversidad y áreas naturales	Proteger a los ecosistemas naturales y evitar la pérdida de diversidad biológica con la operación sostenible de la empresa	(%) Porcentaje de áreas naturales protegidas con los programas de prevención y mitigación de impactos de la empresa
	Gestión integral de desechos	Reducción del desecho predominante en la oficina (papel) y reutilización	(%) Porcentaje de papel reutilizado
	Contaminación	Reducción de contaminación por materiales no biodegradables	(%) Porcentaje de materiales de limpieza contaminantes reemplazados por materiales naturales y biodegradables

3.8. Fuentes de verificación

Tabla 11. Fuentes de verificación. Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	EJE	OBJETIVO	ESTRATEGIA	MEDIO DE VERIFICACIÓN
EMPRESARIAL	Política de Sostenibilidad	Cumplir con los lineamientos de sostenibilidad de la empresa	Documentar las directrices a seguir para lograr una gestión y operación sostenible en la tour operadora	Política de Sostenibilidad escrita
	Gestión de la calidad	Mejorar la satisfacción de los clientes	Crear encuestas de satisfacción para los clientes que indiquen con una escala numérica el grado de conformidad que muestren por los servicios prestados	Encuestas de satisfacción
		Reducir las quejas	Crear formularios de quejas y sugerencias para los clientes y realizar planes de mejora en caso de tener resultados negativos	Formulario de quejas y sugerencias
	Gestión de	Maximizar el buen	Documentar los procesos, procedimientos y	Profesiogramas escritos

	recursos humanos	desempeño del equipo de trabajo	manuales de trabajo para el personal	
	Gestión de seguridad	Reducir la accidentabilidad (accidentes e incidentes laborales, enfermedades profesionales)	Designación de Responsable de SST que ejecute Campañas de Seguridad y Salud en el Trabajo	Informe de Seguridad y Salud en el Trabajo/ Material de Campaña
	Gestión de Comunicación y Mercadeo	Lograr un posicionamiento efectivo en mercados internacionales	Elaborar material promocional acerca de los nuevos productos sostenibles que se ajusten a la necesidad de los clientes y exponerlos en medios online y de manera directa	Página web/ Material promocional
	Gestión de proveedores	Construir una cartera de proveedores de servicios que apliquen en su gestión prácticas sostenibles y de	Evaluación y reevaluación de proveedores sostenibles previo a contratos y convenios	Fichas de evaluación y reevaluación de proveedores

		calidad		
	Educación para la sostenibilidad	Lograr un comportamiento sostenible tanto a nivel empresarial como en clientes, empleados y comunidades aliadas	Realizar programas de educación para la sostenibilidad (talleres, capacitaciones, etc) dirigidas a clientes y comunidades	Documentos de planificación de talleres y capacitaciones/ Hojas de asistencia
SOCIO-CULTURAL	Rescate y protección del patrimonio histórico cultural	Definir el área de influencia de la empresa	Desarrollar rutas turísticas que promuevan el ecoturismo en las provincias del Ecuador en que opera Latin Adventures	Paquetes turísticos
		Definir y establecer los mecanismos de relacionamiento con la población	Creación de un contrato legal con un representante de cada familia de la comunidad que especifique las funciones de cada una de las partes	Contrato legal firmado por ambas partes
		Promover el respeto a las zonas de acceso restringido, que las actividades de la empresa	Desarrollar un “Código de conducta de un turista responsable” y entregarle al turista en cada compra que realice en la Tour	“Código de conducta de un turista responsable”

		no atenten contra los sitios sagrados o de patrimonio cultural.	Operadora	
		Adoptar e implementar políticas específicas para la protección del patrimonio histórico y cultural de los sitios visitados	Desarrollar un “Código de conducta de un turista responsable” y entregarle al turista en cada compra que realice en la Tour Operadora	“Código de conducta de un turista responsable”
	Legalidad y ética de prácticas laborales	Promover la igualdad de género, el trabajo con dignidad y el respeto de los derechos humanos.	Seleccionar al personal tanto de la Tour Operadora como de la Comunidad en igualdad de condiciones	Nómina de empleados
		Adoptar y difundir las políticas de la empresa en contra de la explotación sexual, sobre todo de niños y adolescentes.	Desarrollar un Código de Ética Profesional en la Tour Operadora y socializarlos constantemente	Código de ética profesional

	Contribución al desarrollo local	Articular el funcionamiento de la empresa con la economía local para apoyar su desarrollo (vincular productores de alimentos locales, artesanos, transportistas, alojamiento.	Selección de proveedores (organizaciones comunitarias) de actividades eco turísticas y de turismo comunitario	Listado de organizaciones comunitarias
			Exhibición de artesanías típicas y suvenires elaborados por la comunidades locales a manera de adorno y decoración en las cabañas y en la Tour Operadora Latin Adventures	Fotografías de la decoración
		Proveer oportunidades para la convivencia y el contacto de los visitantes con las comunidades locales, en las que éstas puedan mostrar su modo de vida, costumbres, arte e historia.	Crear dos paquetes turísticos “Full day Turismo Vivencial” y “Turismo Vivencial 2D/1N” con la Comunidad Maca Cruz Grande- Quilotoa	Itinerarios de los paquetes turísticos

		Fomentar la participación activa de las comunidades locales en la actividad turística mediante la generación de empleos directos o indirectos.	Desarrollar hojas de funciones por competencias para cada uno de los colaboradores del proyecto: guías nativos, cocineros, encargados de actividades, etc	Hojas de funciones por competencias
		Donar equipamiento y materiales del establecimiento a la comunidad local cuando lo soliciten.	Realizar un cronograma de visitas a la comunidad destacando fechas especiales para entregar presentes a sus miembros	Fotografías, facturas de compra
		Apoyar el entrenamiento de líderes comunitarios para que capaciten a otros miembros de la comunidad en el rescate, conservación y mantenimiento de su	Realizar capacitaciones en: técnicas de guianza, manejo de alimentos y temas turísticos a los miembros de la comunidad para que a su vez puedan entrenar a los demás colaboradores del proyecto	Proyecto de Turismo Comunitario – Vivencial con la Comunidad Maca Cruz Blanca/ Hojas de asistencia/ Certificados de capacitación

		herencia cultural		
	Respeto a las culturas y poblaciones locales	Respetar los planes de manejo de territorios comunitarios y los planes de vida de las comunidades indígenas y campesinos	Consultar permanentemente a los líderes comunitarios acerca de las restricciones de actividades turísticas que debe tomar en cuenta la Tour Operadora en su gestión	Rutas, programas de actividades, sugerencias de turismo
AMBIENTAL	Uso racional del agua	Reducir el uso de agua	Campañas de ahorro mediante rótulos reciclados con mensajes amigables con el ambiente	Carta de pago de agua/ Rótulos de ahorro de agua
	Uso racional de la energía	Reducir el uso de energía eléctrica	Campañas de ahorro mediante rótulos reciclados con mensajes amigables con el ambiente	Carta de pago de luz/ Rótulos de ahorro de agua
			Cambio de focos normales a focos ahorradores en la oficina de la Tour Operadora Latin Adventures	Facturas de compra

			Cambio de computadores de escritorio por laptops que consumen menos energía	Facturas de compra
Protección de la biodiversidad y áreas naturales	Proteger a los ecosistemas naturales y evitar la pérdida de diversidad biológica con la operación sostenible de la empresa		Elaborar planes de prevención y mitigación de impactos negativos por actividades turísticas en los principales destinos en los que opera la empresa	Planes de prevención y mitigación de impactos negativos
Gestión integral de desechos	Reducción del desecho predominante en la oficina (papel) y reutilización		Implementar el reciclaje de papel dentro de la oficina / Campañas de reciclaje socializadas con el personal y con los clientes	Cajón de hojas reusables para registros de pasajeros e impresiones necesarias
Contaminación	Reducción de contaminación por materiales no biodegradables		Implementar el uso de materiales de limpieza no contaminantes en el baño como jabón biodegradable, vinagre y limón para limpieza de inodoro, desinfectante de manos	Factura de compra de los productos

3.9. Presupuesto

Presupuesto de inversión

Tabla 12. Presupuesto de inversión. Elaboración: Carolina Pinto

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Juego de mesa con 4 sillas (26 pax)	7	200,00	1400,00
Base/cama 2 plazas y media (10 pax)	5	150,00	750,00
Base/cama 1 plaza y media (4 pax)	4	85,00	340,00
Camas literas 1 plaza y media (12 pax)	6	195,00	1170,00
Closet	10	120,00	1200,00
Veladores	10	45,00	450,00
Colchones 2 plazas y media	5	280,00	1400,00
Colchones 1 plaza y media	16	120,00	1920,00
Juegos de sábanas	42	28,00	1176,00
Almohadas	26	5,00	130,00
Cobertores 2 plazas y media	5	35,00	175,00
Cobertores 1 plaza y media	16	29,00	464,00
Cobijas	21	18,00	378,00
Basureros pequeños (elaborados por la Comunidad Maca Cruz Grande)	10	15,00	150,00
Espejos con marco (elaborados por la Comunidad Maca Cruz Grande)	21	20,00	420,00
Cuadros con marco (elaborados por la Comunidad Maca Cruz Grande)	24	25,00	600,00

Alfombras (estera)/ habitaciones (elaboradas por la Comunidad Maca Cruz Grande)	10	2,50	25,00
Alfombras (artesanales)/baños (elaborados por la Comunidad Maca Cruz Grande)	10	9,00	90,00
Juegos de sanitarios (Inodoro, bidet, lavatorio)	10	198,36	1983,60
Juegos de cubiertos (6 pax)	5	42,00	210,00
Vasos jugo (26 pax)	52	1,02	53,04
Platos soperos (26 pax)	26	5,85	152,10
Plato fuerte (26 pax)	26	6,22	161,72
Plato postre (26 pax)	26	3,08	80,08
Tazas (26 pax)	26	4,16	108,16
Plato pequeño (café desayuno)	26	4,11	106,86
Plato mediano (desayuno)	26	3,48	90,48
Posillero mermelada	7	1,54	10,78
Posillero mantequilla	7	1,54	10,78
Plato fruta (desayuno)	26	3,90	101,40
Posillero ají	7	2,31	16,17
Azucarero	7	9,89	69,23
Posillero café	7	9,89	69,23
Tetera	7	20,69	144,83
Bandejas	4	29,00	116,00
Juego de ollas (4 ollas)	1	120,00	120,00
Juego de sartenes (3 sartenes)	1	64,00	64,00
Juego de utensilios (cuchara, espumadera, espátula, colador y 3 cuchillos)	1	59,00	59,00
SUBTOTAL			15965,46
<i>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y TECNOLÓGICOS</i>			
Laptops	3	740,00	2220,00

Infocus	1	300,00	300,00
SUBTOTAL			2520,00
EQUIPOS DE COCINA			
Cocina industrial (con válvula, manguera, tanque de gas)	1	310,50	310,50
Refrigeradora	1	850,00	850,00
Microondas	1	230,00	230,00
SUBTOTAL			1390,50
EQUIPOS ACTIVIDADES RECREACIONALES			
Botas de caucho	26	17,00	442,00
Ponchos de agua	26	4,00	104,00
Equipo de equitación (casco, rodilleras, coderas)	26	90,00	2340,00
Equipos de seguridad ciclismo	26	90,00	2340,00
Bicicletas rock shock 100 mm PRIMAXI	10	1200,00	12000,00
SUBTOTAL			17226,00
TERRENO (INVERSIÓN DE LA COMUNIDAD)			
Terreno Superficie 5.000 metros cuadrados (\$5,00* metro cuadrado)	1	25000,00	25000,00
SUBTOTAL			25000,00
INFRAESTRUCTURA			
Construcción de réplicas de cabañas de paja	12	3000,00	36000,00
SUBTOTAL			36000,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Generador eléctrico	1	1260,78	1260,78
Bomba de gasolina	2	495,00	990,00
Rollo de "tubería virgen" (100 metros)	1	94,00	94,00

Galón de gasolina	5	3,00	15,00
Biotanque séptico de 2000 litros	1	635,00	635,00
Breakers	3	4,93	14,79
Caja de breakers	1	36,61	36,61
Cable concéntrico (rollo 100 metros)	1	300,00	300,00
SUBTOTAL			3346,18
UNIFORMES			
Uniformes personal Latin Adventures	4	240,00	960,00
Uniformes personal Comunidad	7	200,00	1400,00
SUBTOTAL			2360,00
SUBTOTAL INVERSION			103808,14
MENOS TERRENO INVERSION COMUNIDAD			25000,00
TOTAL			78808,14

ANÁLISIS:

La implementación de prácticas de turismo sostenible en la Tour Operadora Latin Adventures requiere de un presupuesto de inversión de \$78 808,14; monto en el cual han sido considerados todos los insumos, muebles, enseres y demás artículos necesarios para poner en marcha las nuevas actividades sostenibles enunciadas en este proyecto.

La inversión costa de dos partes: la inversión para la implementación de cabañas ecológicas manejadas por la comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa, con una capacidad máxima estimada de 26 huéspedes, para quienes se han considerado todos los muebles y enseres en este presupuesto; y la inversión para todos los artículos y equipos necesarios para la operación de los nuevos tours que desarrollará la agencia, los cuales estarán relacionados con el ecoturismo.

La suma total de toda la inversión da como resultado un monto de \$103 808,14; sin embargo a este valor se le ha restado el valor del terreno de 5.000 metros cuadrados que corresponde a \$25 000,00; el mismo que será asumido por la comunidad Maca Cruz Grande al poner a disposición un terreno de su propiedad mediante un convenio o acuerdo de servicios, el cual permitirá a la Tour Operadora implementar las cabañas y desarrollar actividades turísticas que incluyan la participación de la comunidad para

obtener un beneficio mutuo. Siendo así \$78 808,14 el total necesario que tendrá que cubrir La Tour Operadora Latin Adventures a través de inversionistas para la realización de este proyecto.

Presupuesto de gastos y costos

Tabla 13. Presupuesto de gastos y costos año 1. Elaboración: Carolina Pinto.

PRESUPUESTO DE GASTOS Y COSTOS													
GASTOS Y COSTOS	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
MANO DE OBRA INDIRECTA													
Administrador en Quilotoa	452,75	452,75	452,75	452,75	452,75	452,75	452,75	818,75	452,75	452,75	452,75	905,50	
Designado sostenibilidad en la agencia (aumento de sueldo)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	
Aporte Patronal (IESS)	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	60,75	
Vacaciones	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	20,83	
Provisión	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	

SUBTOTAL	776,00	776,00	776,00	776,00	776,00	776,00	776,00	1142,00	776,00	776,00	776,00	1228,75	10130,75
MANO DE OBRA DIRECTA													
Guía 1	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	
Guía 2	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	
Cocinero	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	
Mesero	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	
Ama de llaves	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	
Auxiliar	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	
Aporte Patronal (IESS)	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	266,81	
Vacaciones	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	91,50	
Provisión	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	183,00	
SUBTOTAL	2529,77	2529,77	2529,77	2529,77	2529,77	2529,77	2529,77	4725,77	2529,77	2529,77	2529,77	4518,23	34541,75
PAGO A PROVEEDORES													
Asesoría	120,00	420,00	120,00	420,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capacitaciones													
Talleres (oficina,	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	240,00	350,00	0,00	0,00	

comunidad)														
Alimentos (restaurante)	180,00	90,00	99,00	81,00	57,00	81,00	165,00	183,00	90,00	45,00	81,00	132,00		
Renta caballos	100,00	100,00	120,00	120,00	100,00	100,00	200,00	200,00	200,00	160,00	160,00	200,00		
Alimentos (comunidad /pamba mesa)	120,00	108,00	120,00	92,00	60,00	20,00	160,00	200,00	96,00	60,00	64,00	120,00		
Tour aprendizaje	112,00	84,00	98,00	84,00	28,00	28,00	140,00	168,00	84,00	42,00	56,00	98,00		
Tours comunitarios	189,60	240,60	167,10	239,10	73,50	68,70	199,50	225,30	213,00	197,10	108,30	165,00		
SUBTOTAL	821,60	1042,60	724,10	1036,10	318,50	297,70	864,50	976,30	923,00	854,10	469,30	715,00	9042,80	
GASTOS ADMINISTRATIVOS														
Permisos y Licencias	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Patente de Áreas Protegidas	0,00	0,00	420,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

Acuerdo de servicios legal con un representante de cada familia (7 familias de la Comunidad Maca Cruz Grande)	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Plan de contingencia	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
SUBTOTAL	3500,00	0,00	420,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3920,00
GASTOS PUBLICIDAD														
Posicionamiento en línea de	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	

productos sostenibles														
Folletos sostenibles	65,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
SUBTOTAL	331,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	3262,73
BENEFICIOS SOCIALES														
Junio "Día del niño" (Comunidad/ juguete/ refrigerio)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	160,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Navidad (Comunidad/ funda de caramelos/ refrigerio)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00	
Mayo "Día del trabajador" (Oficina/ almuerzo de	0,00	0,00	0,00	0,00	60,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

integración)														
Diciembre (Oficina/ cena y canasta navideña)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	180,00	
SUBTOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	60,00	160,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	380,00	600,00
MATERIALES OFICINA														
Materiales de limpieza no contaminantes (vinagre, limón)	50,00	0,00	0,00	25,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00	0,00	
SUBTOTAL	50,00	0,00	0,00	25,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	25,00	0,00	150,00
SERVICIOS BÁSICOS														
Luz (Mantenimiento generador)	15,00	15,00	15,00	65,00	15,00	15,00	15,00	65,00	15,00	15,00	15,00	15,00	65,00	
Botellones de agua	250,00	75,00	75,00	75,00	75,00	150,00	250,00	175,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00	
Biodigestor	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00	

Mantenimiento														
Teléfono Celular (aparato+ saldo 2 celulares)	80,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	
Agua (Mantenimiento tuberías, grifos/ Oficina)	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	
SUBTOTAL	360,00	120,00	120,00	170,00	135,00	195,00	295,00	270,00	185,00	170,00	170,00	620,00	2810,00	
TOTAL														64458,03

ANÁLISIS:

El presupuesto de costos y gastos anual ha sido realizado en base a proyecciones, tomando como referencia los 2 años pasados en cuanto a flujo de clientes y gastos de la Tour Operadora Latin Adventures. En este presupuesto se ha considerado a 7 personas de la comunidad Maca Cruz Grande del Quilotoa quienes se encargarían de la operación de las actividades turísticas y el manejo del alojamiento en Quilotoa, entre ellos un administrador que tendrá un sueldo más alto que los otros trabajadores en la comunidad que recibirán el sueldo básico unificado. También se ha considerado un aumento de sueldo para la persona que se encargue de gestionar las practicas eco turísticas en la tour operadora, para optimizar gastos, no se ha considerado un contrato nuevo; sino la asignación de estas actividades a un trabajador ya contratado por la empresa. Se ha considerado también el costo de capacitaciones y talleres en su mayoría para las personas de la comunidad que van a integrarse al trabajo en Quilotoa, asignando un presupuesto mensual por 6 meses, las mismas que serán realizadas en los meses de temporada baja para no interrumpir la operación turística. En cuanto a los pagos a proveedores, se ha considerado que los gastos más altos se los realizará en los meses de Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre (aproximadamente 45 turistas por mes); esto según la referencia de los dos años anteriores en los cuales ha habido más afluencia de turistas por lo tanto se incurriría en más gastos para la oferta de servicios, Septiembre y Octubre reflejaron un nivel de visita medio (aproximadamente 35 turistas por mes), y los demás meses mostraron un nivel de visita bajo (aproximadamente 28 turistas por mes); cabe recalcar que los alimentos serán comprados directamente a los productores comunitarios a precios cómodos, debido a que la preparación de los platos y la renta de sus servicios también representará un ingreso para ellos. Los otros gastos y costos se han dividido entre permisos, licencias y documentación necesaria para poder iniciar la operación; así como también los gastos de mantenimiento de los artículos y equipos necesarios para la operación en la comunidad y en la empresa. En el presupuesto también fueron considerados los agasajos en fechas especiales tanto para trabajadores comunitarios como para el personal de la agencia, con un total aproximado de 50 personas. Todas estas cantidades han arrojado un resultado de \$64 458,03 que representaría el monto estimado anual de costos y gastos para este proyecto.

Flujos de caja

Tabla 14. Flujo de caja año 1. Elaboración: Carolina Pinto.

FLUJO DE CAJA AÑO 1													
FLUJO DE CAJA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL AÑO 1
INGRESOS OPERACIONALES													
Alojamiento (\$70 x pax/tres comidas)	700,00	700,00	840,00	840,00	700,00	700,00	1400,00	1400,00	1400,00	1120,00	1120,00	1400,00	12320,00
Almuerzos (\$12)	480,00	240,00	264,00	216,00	156,00	216,00	420,00	456,00	240,00	120,00	216,00	348,00	3372,00
Cenas (\$12)	240,00	120,00	132,00	108,00	72,00	108,00	240,00	276,00	120,00	60,00	108,00	180,00	1764,00
Cabalgatas (\$65)	650,00	650,00	780,00	780,00	650,00	650,00	1300,00	1300,00	1300,00	1040,00	1040,00	1300,00	11440,00
Tour Biking(\$60)	840,00	780,00	1080,00	720,00	480,00	300,00	1800,00	1500,00	1200,00	720,00	840,00	900,00	11160,00
Almuerzo con la comunidad / Pamba Mesa(\$20)/ Adicional al full day	600,00	540,00	600,00	460,00	300,00	100,00	800,00	1000,00	480,00	300,00	320,00	600,00	6100,00
Tour intercambio experiencias(\$75)	1125,00	975,00	1125,00	900,00	525,00	150,00	1500,00	1875,00	900,00	525,00	600,00	1125,00	11325,00

Tour aprendizaje (\$70)	560,00	420,00	490,00	420,00	140,00	140,00	700,00	840,00	420,00	210,00	280,00	490,00	5110,00
Tour cosecha y preparación platos típicos (\$40)/ Adicional al full day	240,00	200,00	280,00	200,00	160,00	80,00	400,00	480,00	200,00	120,00	160,00	320,00	2840,00
Tour plantas medicinales (\$25) /Adicional al full day	500,00	550,00	625,00	500,00	250,00	200,00	400,00	450,00	350,00	225,00	200,00	225,00	4475,00
Cena con la comunidad / creencias religiosas ritual (\$25)/ Adicional al full day	625,00	625,00	675,00	550,00	250,00	200,00	750,00	875,00	500,00	300,00	200,00	250,00	5800,00
Tour siembra árboles (\$15)/ Adicional al full day	375,00	150,00	150,00	150,00	150,00	75,00	150,00	150,00	120,00	90,00	90,00	150,00	1800,00
Tour danza y música (\$15)/ Adicional full day	225,00	180,00	240,00	180,00	90,00	60,00	270,00	285,00	180,00	165,00	150,00	195,00	2220,00

Tour de reciclaje y elaboración artesanías (\$25)	375,00	350,00	300,00	250,00	150,00	100,00	400,00	450,00	300,00	200,00	175,00	350,00	3400,00
Tour visita áreas de conservación (\$65)	2600,00	2600,00	2730,00	2535,00	975,00	650,00	1950,00	2925,00	1950,00	1170,00	1430,00	1950,00	23465,00
TOTAL INGRESOS	10135,00	9080,00	10311,00	8809,00	5048,00	3729,00	12480,00	14262,00	9660,00	6365,00	6929,00	9783,00	106591,00
EGRESOS OPERACIONALES													
GASTOS DE VENTAS													
Biodigestor (mantenimiento)												400,00	400,00
Botellones de agua	250,00	75,00	75,00	75,00	75,00	150,00	250,00	175,00	125,00	125,00	125,00	125,00	1625,00
Luz (Mantenimiento generador)	15,00	15,00	15,00	65,00	15,00	15,00	15,00	65,00	15,00	15,00	15,00	65,00	330,00
Pintura ecológica (botes) /oficina	17,35	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17,35
Duchas	260,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	260,00
Focos ahorradores	22,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	22,00

Teléfono Celular (aparato+ saldo 2 celulares)	80,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	410,00
Materiales de limpieza no contaminantes (vinagre, limón)	50,00	0,00	0,00	25,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00			25,00	0,00	150,00
Agua (Mantenimiento tuberías, grifos/ Oficina)	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	15,00	0,00	0,00	0,00	0,00	45,00
Subtotal gastos de ventas	709,35	120,00	120,00	195,00	135,00	195,00	345,00	270,00	185,00	170,00	195,00	220,00	3259,35	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN														
Permisos y Licencias	2500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2500,00
Contrato legal con un representante de cada familia (7 familias de la Comunidad Maca Cruz Grande)	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00

Patente de Áreas Protegidas	0,00	0,00	420,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	420,00
Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo (con capacitación)	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	350,00
Plan de contingencia (con capacitación)	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	350,00
Subtotal gastos administración	3500,00	0,00	420,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3920,00
SUELDOS													
Administrador en Quilotoa	452,75	452,75	452,75	452,75	452,75	452,75	452,75	818,75	452,75	452,75	452,75	905,50	6251,75
Designado sostenibilidad en la agencia (aumento)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2400,00
Guía 1	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	4674,33
Guía 2	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	4674,33

Cocinero	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	4674,33
Mesero	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	4674,33
Ama de llaves	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	4674,33
Auxiliar	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	331,41	697,41	331,41	331,41	331,41	662,82	4674,33
Aporte Patronal (IESS)	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	327,56	3930,77
Vacaciones	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	112,33	1348,00
Provisión	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	224,67	2696,00
Subtotal Sueldos	3305,77	3305,77	3305,77	3305,77	3305,77	3305,77	3305,77	5867,77	3305,77	3305,77	3305,77	5746,98	44672,50
Subtotal gastos operacionales	7515,12	3425,77	3845,77	3500,77	3440,77	3500,77	3650,77	6137,77	3490,77	3475,77	3500,77	5966,98	51851,85
EGRESOS NO OPERACIONALES													
Muebles y Enseres	15965,46	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15965,46
Suministros de oficina	43,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	43,70
Equipos de computación y tecnológicos	2520,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2520,00
Equipos de cocina	1390,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1390,50

Insumos médicos	41,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	41,80
Equipos actividades recreacionales	17226,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17226,00
Infraestructura	36000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	36000,00
Maquinarias y equipos	3346,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3346,18
Uniformes	2360,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2360,00
Publicidad	331,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	3262,73
Subtotal gastos no operacionales	79225,12	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	266,48	82156,37
DEPRECIACIONES														
Infraestructura (36000,00)	1800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1800,00
Muebles y enseres (15965,46)	1596,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1596,54
Equipos de computación y tecnológicos (2520,00)	839,91	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	839,91

Equipos de actividades recreacionales (17226,00)	1722,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1722,60
Maquinarias y equipos (4736,68)	473,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	473,66
Subtotal depreciaciones	6432,71	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6432,71
AMORTIZACIONES														
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	93172,95	3692,25	4112,25	3767,25	3707,25	3767,25	3917,25	6404,25	3757,25	3742,25	3767,25	6233,46	140440,93	
FLUJO DE CAJA (Utilidad)	-83037,95	5387,75	6198,75	5041,75	1340,75	-38,25	8562,75	7857,75	5902,75	2622,75	3161,75	3549,54	-33849,93	

ANÁLISIS:

El flujo de caja del primer año se ha realizado tomando como referencia los dos años anteriores en cuanto al flujo de visitantes que ha recibido la Tour Operadora Latin Adventures, siendo Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre, los meses más altos en cuanto a visitas (aproximadamente 45 turistas por mes); Septiembre y Octubre medios (aproximadamente 35 turistas por mes), y los demás meses bajos (aproximadamente 28 turistas por mes). En este sentido se ha estimado que los mismos turistas realizan varias actividades durante su estadía en Ecuador, teniendo como máximo un aproximado de 15 a 18 días para visitar los diferentes atractivos. En los meses bajos se ha estimado llenar la mitad de la capacidad del alojamiento en Quilotoa que en este caso serían alrededor de 13 pasajeros; y en los meses altos se ha estimado alrededor de 22 pasajeros; los mismos que podrían aportar ingresos con el consumo de almuerzos, cenas y otras actividades en el área. El precio sugerido para el alojamiento sería de \$70.00 por persona, considerando el precio rack que ofrece la competencia, en este caso \$40.00 un precio referencial por un servicio clase turista y \$80.00 el precio máximo que se ofrece en el área por un servicio tipo turista superior.

En cuanto a los otros tours que han sido añadidos, se ha considerado el mismo flujo de clientes antes mencionado, considerando que su precio (\$60.00 - \$70.00) es un precio aplicable de 3 pax en adelante para mantener la ventaja competitiva y a la vez ser rentables. A su vez los tours de precios más bajos (\$20.00- \$15.00) se consideró que podrían ser añadidos como actividad adicional a otro full day, ya que así no se encarecería tanto el producto para el pasajero pero se podría generar un ingreso adicional tanto para las comunidades como para la tour operadora.

En cuanto a los egresos se han considerado los mantenimientos y depreciaciones correspondientes a cada artículo y equipo, siendo únicamente los equipos de computación los cuales deberán ser reemplazados después de los 3 años, añadiendo un nuevo gasto. Con todos estos valores el flujo de caja refleja una utilidad con signo negativo equivalente a \$-83 037,95 en el primer mes, por todos los egresos generados para la implementación; y a su vez reflejando valores positivos a partir del segundo mes; dando como utilidad al final del año un valor negativo de \$-33 849,93.

A continuación se presentará un análisis de los 5 años del proyecto, en los cuales se ha considerado el 3.65% de inflación anual para generar resultados.

Tabla 15. Flujo de caja 5 años. Elaboración: Carolina Pinto.

FLUJO DE CAJA 5 AÑOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Alojamiento (\$70 x pax/tres comidas)	12320,00	12769,68	13235,77	13718,88	14219,62
Almuerzos (\$12 c/u)	3372,00	3495,08	3622,65	3754,88	3891,93
Cenas (\$12c/u)	1764,00	1828,39	1895,12	1964,29	2035,99
Cabalgatas (\$65 x pax)	11440,00	11857,56	12290,36	12738,96	13203,93
Tour Biking (\$60 x pax)	11160,00	11567,34	11989,55	12427,17	12880,76
Almuerzo con la comunidad / Pamba Mesa(\$20,00)/ Adicional al full day	6100,00	6322,65	6553,43	6792,63	7040,56
Tour intercambio experiencias (\$75 x pax)	11325,00	11738,36	12166,81	12610,90	13071,20
Tour aprendizaje (\$70 x pax)	5110,00	5296,52	5489,84	5690,22	5897,91
Tour cosecha y preparación platos típicos (\$40 x pax)/ Adicional al full day	2840,00	2943,66	3051,10	3162,47	3277,90
Tour plantas medicinales (\$25 x pax) /Adicional al full day	4475,00	4638,34	4807,64	4983,12	5165,00
Cena con la comunidad / creencias religiosas ritual (\$25 x pax)/ Adicional al full day	5800,00	6011,70	6231,13	6458,56	6694,30
Tour siembra árboles (\$15 x pax)/ Adicional al full day	1800,00	1865,70	1933,80	2004,38	2077,54

Tour danza y música (\$15 x pax)/ Adicional al full day	2220,00	2301,03	2385,02	2472,07	2562,30
Tour de reciclaje y elaboración artesanías (\$25 x pax)	3400,00	3524,10	3652,73	3786,05	3924,25
Tour visita áreas de conservación (\$65 x pax)	23465,00	24321,47	25209,21	26129,34	27083,06
TOTAL INGRESOS	106591,00	110481,57	114514,15	118693,92	123026,24
EGRESOS					
OPERACIONALES					
GASTOS DE VENTAS					
Biodigestor (mantenimiento)	400,00	414,60	429,73	445,42	461,68
Botellones de agua	1625,00	1684,31	1745,79	1809,51	1875,56
Luz (Mantenimiento generador)	330,00	342,05	354,53	367,47	380,88
Pintura ecológica (botes) /oficina	17,35	0,00	0,00	0,00	0,00
Duchas	260,00			288,47	
Focos ahorradores	22,00	22,80	23,64	24,50	25,39
Teléfono Celular	410,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Materiales de limpieza no contaminantes (vinagre, limón)	150,00	155,48	161,15	167,03	173,13
Agua (Mantenimiento tuberías, grifos/ Oficina)	45,00	46,64	48,34	50,11	51,94
SUBTOTAL GASTOS DE VENTAS	3259,35	3025,88	3123,18	3512,51	3328,58

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Permisos y Licencias	2500,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Contrato legal con un representante de cada familia (7 familias de la Comunidad Maca Cruz Grande)	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Patente de Áreas Protegidas	420,00	435,33	451,22	467,69	484,76
Reglamento Interno de Seguridad y Salud en el Trabajo (con capacitación)	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Plan de contingencia (con capacitación)	350,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SUBTOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	3920,00	735,33	751,22	767,69	784,76
SUELDOS					
Administrador en Quilotoa	6251,75	6479,94	6716,46	6961,61	7215,71
Designado sostenibilidad en la agencia (aumento de sueldo)	2400,00	2487,60	2578,40	2672,51	2770,06
Guia 1	4674,33	4844,94	5021,78	5205,08	5395,06
Guia 2	4674,33	4844,94	5021,78	5205,08	5395,06
Cocinero	4674,33	4844,94	5021,78	5205,08	5395,06
Mesero	4674,33	4844,94	5021,78	5205,08	5395,06
Ama de llaves	4674,33	4844,94	5021,78	5205,08	5395,06
Auxiliar	4674,33	4844,94	5021,78	5205,08	5395,06
Aporte Patronal (IESS)	3930,77	4074,24	4222,95	4377,09	4536,85
Vacaciones	1348,00	1397,20	1448,20	1501,06	1555,85
Provisión	2696,00	2794,40	2896,40	3002,12	3111,70
SUBTOTAL SUELDOS	44672,50	46303,04	47993,11	49744,85	51560,54

SUBTOTAL GASTOS OPERACIONALES	51851,85	50064,25	51867,51	54025,05	55673,88
EGRESOS NO OPERACIONALES					
Muebles y Enseres	15965,46				
Suministros de oficina	43,70	45,30	46,95	48,66	50,44
Equipos de computación y tecnológicos	2520,00			2795,94	
Equipos de cocina	1390,50				
Insumos médicos	41,80	43,33	44,91	46,55	48,25
Equipos actividades recreacionales	17226,00				
Infraestructura	36000,00				
Maquinarias y equipos	3346,18				
Uniformes	2360,00			2618,42	
Publicidad	3262,73	3381,82	3505,26	3633,20	3765,81
SUBTOTAL GASTOS NO OPERACIONALES	82156,37	3470,44	3597,11	9142,77	3864,49
DEPRECIACIONES					
Infraestructura (36000,00)	1800,00	1710,00	1624,50	1543,27	1466,11
Muebles y enseres (15965,46)	1596,54	1436,89	1293,20	1163,88	1047,49
Equipos de computación y teconológicos (2520,00)	839,91	559,97	373,33		931,89
Equipos de actividades recreacionales (17226,00)	1722,60	1550,34	1395,30	1255,77	1130,19
Maquinarias y equipos (4736,68)	473,66	426,30	383,67	345,30	310,77
SUBTOTAL DEPRECIACIONES	6432,71	5683,50	5070,00	4308,22	4886,45
AMORTIZACIONES					
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

SUBTOTAL AMORTIZACIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	140440,93	59218,19	60534,62	67476,04	64424,82
FLUJO DE CAJA (Utilidad)	-33849,93	51263,38	53979,53	51217,88	58601,43

ANÁLISIS:

El flujo de caja elaborado por los 5 años refleja el incremento de las utilidades a conforme avanza el tiempo, cambiando de valor negativo en el primero año a valores positivos en los años siguientes, generado así utilidades por las actividades implementadas.

Tiempo de recuperación de la inversión

Tabla 16. Tiempo de recuperación de la inversión. Elaboración: Carolina Pinto.

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
Presupuesto de inversión	78808,14	
Saldo año 1	-33849,93	
Saldo año 2	51263,38	
Saldo año 3	53979,53	
Saldo año 4	51217,88	122610,86
Saldo año 5	58601,43	

ANÁLISIS:

El análisis que se desarrolla a continuación es el que determina la factibilidad del proyecto al reflejar la recuperación de la inversión financiera en menos de 5 años. Según los valores enunciados, al sumar los saldos positivos de los años 1, 2, 3 y 4 se obtiene un valor de \$122 610,86, el cual es mayor que la inversión inicial equivalente a \$78 808,14, siendo el año 4 el periodo en el cual se recuperaría el monto invertido inicialmente. Esto determina la viabilidad del proyecto no solo por generar utilidades

monetarias sino por generar un impacto positivo a nivel ambiental y social al generar plazas de empleo tanto directo como indirecto a los miembros de comunidades de escasos recursos y al invertir en actividades y prácticas más sostenibles que a la larga representarán una optimización de recursos y una reducción de costos operacionales.

Punto de equilibrio

Tabla 17. Punto de equilibrio año 1.
años. Elaboración: Carolina Pinto.

EGRESOS AÑO 1	
Egresos mes 1	93172,95
Egresos mes 2	3692,25
Egresos mes 3	4112,25
Egresos mes 4	3767,25
Egresos mes 5	3707,25
Egresos mes 6	3767,25
Egresos mes 7	3917,25
Egresos mes 8	6404,25
Egresos mes 9	3757,25
Egresos mes 10	3742,25
Egresos mes 11	3767,25
Egresos mes 12	6233,46
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1	11670,08

Tabla 18. Punto de equilibrio 5
Elaboración: Carolina Pinto.

EGRESOS ANUALES	
Egresos año 1	140440,93
Egresos año 2	59218,19
Egresos año 3	60534,62
Egresos año 4	67476,04
Egresos año 5	64424,82
PUNTO DE EQUILIBRIO 5 AÑOS	78418,92

ANÁLISIS

Según los cuadros enunciados se estima llegar al punto de equilibrio cuando se genere \$11 670,08 al primer año; y \$78 418,92 en los cinco años, que es el mínimo de ingresos requerido para cubrir los egresos.

Análisis de Inversiones

Tabla 19. Análisis de inversiones. Elaboración: Carolina Pinto.

PROYECTOS		Proy 1
DESEMBOLSO		-78.808
FLUJOS NETOS DE CAJA PREVISTOS	PER1	33.850
	PER2	51.264
	PER3	53.980
	PER4	51.218
	PER5	58.601

V.A.N.		116.038
% descuento	5,00%	
% inflación	3,00%	

T.I.R.	50,29%
---------------	---------------

T.I.R. sobre inflación	45,91%
-------------------------------	---------------

ANÁLISIS

La tasa interna de retorno que arrojaría el proyecto está valorada por un 45,91%, Al comparar este valor con el porcentaje de tasa activa y tasa pasiva que dan los Bancos hasta la fecha que corresponde a un 7% y 9%, se puede concluir que el proyecto es factible, al tener un retorno de inversión más alto que la Banca.

CAPÍTULO IV

4. IDENTIFICACIÓN DE CADENAS DE VALOR SOSTENIBLES

4.1. Identificación de proveedores turísticos sostenibles

¿Qué es una cadena de valor?

La cadena de valor está conformada por los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista.

¿De qué se compone una cadena de valor?

La cadena de valor turística se compone de cuatro eslabones:

- El primer eslabón se refiere a la comunicación y la información sobre el destino, que se brinda a los potenciales visitantes en sus países o lugares de residencia. Es el punto de partida principal en el cual se trata de posicionar el destino en la mente del consumidor a través de intangibles para dar paso a todos los procesos productivos posteriores que integran la cadena de valor.
- El segundo eslabón tiene que ver con la comercialización de los servicios que componen el turismo una vez que el visitante ha tomado la decisión de viajar. Es muy importante en este eslabón el canal de distribución que en este pueden ser: la venta de paquetes turísticos a mayoristas y minoristas, las Agencias de Viaje, los Sitios Web especializados, los medios de prensa y otros canales de distribución, como por ejemplo, las líneas aéreas, los medios de transporte en todas sus variantes, los servicios individuales de los hoteles, las rentadoras de autos, los parques temáticos, los seguros las tarjetas de crédito, entre otros.
- El tercer eslabón lo constituye la producción de bienes y servicios consumidos por los visitantes durante su estadía. Éstos últimos son brindados por el gobierno nacional, departamental o local y son consumidos por los visitantes directamente en el país de visita.
- Por último el cuarto eslabón es la gestión de la post venta o pre nueva venta del destino, actividad que se realiza para la fidelización de los clientes.

En este sentido para lograr la sostenibilidad de la empresa, es necesario que la mayoría de proveedores de la cadena de valor cumplan con ciertos criterios de prácticas

amigables con el ambiente e inclusión social; los cuales llevarán a la empresa a transformar toda su oferta turística en productos de turismo consciente que atraigan a más mercados internacionales de acuerdo a las nuevas tendencias de turismo. Obteniendo como producto final un estándar sostenible propio de la empresa que sirva para motivar y promover el desarrollo de prácticas sostenibles por otras empresas del gremio. A continuación se expone la cadena de valor de la Tour Operadora Latin Adventures y a partir de ello se detallan los criterios que deberá cumplir cada proveedor para ser considerado proveedor permanente de la empresa:

Gráfico 14. Cadena de valor de la Tour Operadora Latin Adventures.

Elaboración: Carolina Pinto.



Eslabones y criterios de la cadena de valor de Latin Adventures 2016

Tabla 20. Eslabones y criterios de la cadena de valor de Latin Adventures.

Elaboración: Carolina Pinto.

ESLABÓN	CRITERIO
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	Servicios de alojamiento que apliquen un código de ética sostenible.
	Servicios de alojamiento que den a conocer a sus clientes y colaboradores sus políticas sostenibles y promuevan su implementación.
	Servicios de alojamiento que brinden capacitación a su personal acerca de temas de sostenibilidad e impulsen la aplicación de estas prácticas en su gestión.
	Servicios de alojamiento con instalaciones, mobiliarios y equipos en perfecto estado de mantenimiento y limpieza.
	Servicios de alojamiento que en caso de ofrecer servicios alimenticios incluyan en su menú platos típicos de la región, menú vegetariano y requerimientos alimenticios especiales previo a solicitud; dando prioridad a la preparación con alimentos frescos que no contengan preservantes. La preparación de los alimentos debe estar totalmente garantizada en cuanto a higiene y sanidad.
	Servicios de alojamiento que incluyan en su operación animales de carga, que los mismos estén es perfecto estado de salud.
	Servicios de alojamiento que apoyen económica y socialmente a proyectos de desarrollo comunitario.
	Servicios de alojamiento bien posicionados en el mercado sostenible, que informen a los clientes a través de la red sobre sus productos y servicios sostenibles.
	Servicios de alojamiento que utilicen en su cadena de valor mayoritariamente a productores y proveedores sostenibles.
	Servicios de alojamiento que incluyan en su personal

	operativo y de mando a pobladores de la localidad debidamente capacitados para brindar buenos servicios.
	Servicios de alojamiento que aseguren la integridad de las comunidades a través de la creación de códigos de conducta en conjunto con los pobladores para brindar directrices a los clientes acerca de las formas de comportamiento que no afecten el desenvolvimiento de las comunidades locales.
	Servicios de alojamiento que respeten el uso, por parte de su personal, de los idiomas y trajes típicos de su etnia, comunidad o región.
	Servicios de alojamiento que cuenten con el consentimiento de las comunidades locales para su inclusión en actividades turísticas.
	Servicios de alojamiento que exhiban en su decoración, arquitectura o productos elementos representativos de las culturas locales, respetando los derechos de propiedad intelectual de sus creadores.
	Servicios de alojamiento cuyas construcciones no afecten ni produzcan alteraciones a los sitios de patrimonio histórico, sagrado ni arqueológico.
	Servicios de alojamiento que utilicen en su gestión dispositivos para ahorro de agua y energía.
	Servicios de alojamiento que puedan incluir en sus duchas y grifos aireadores para ahorrar agua.
	Servicios de alojamiento que limiten el uso de luces encendidas durante la noche.
	Servicios de alojamiento que eviten que se realicen actividades contaminantes cerca de sus fuentes de abastecimiento propias en caso de tenerlas.
	Servicios de alojamiento que utilicen en su mayoría fuentes de energía alternativas como paneles solares en el caso de los lodges.

	Servicios de alojamiento cuya iluminación no afecte el comportamiento ni el hábitat de las especies silvestres.
	Servicios de alojamiento que no alimenten animales silvestres para integrarlos a su actividad turística.
	Servicios de alojamiento que den preferencia a la utilización de plantas nativas para la decoración de sus áreas verdes.
	Servicios de alojamiento que cumplan con todas las disposiciones y regulaciones de las áreas naturales cerca de las cuales operen o realicen sus actividades turísticas.
	Servicios de limpieza que incluyan en su mantenimiento productos de limpieza biodegradables en lugar de contaminantes y doten a sus huéspedes con los mimos para su aseo diario.
	Espacios que posean tratamiento de aguas grises y aguas negras, por ejemplo: pozos sépticos.
	Servicios de alojamiento que no contaminen fuentes de agua cercanas con desechos generados en los mismos.
	Servicios de alojamiento que utilicen productos naturales y orgánicos para el cuidado de sus áreas verdes en lugar de pesticidas y agroquímicos.
	Servicios de alojamiento que realicen un manejo adecuado de desechos tóxicos y contaminantes.
	Servicios de alojamiento que posean un sistema de manejo de aguas residuales que funcione de manera eficiente.
	Servicios de alojamiento que mitiguen los efectos contaminantes provocados por sus aguas residuales.
	Servicios de alojamiento que empleen envases reutilizables, rellenables o reciclables para todo tipo de productos.
	Servicios de alojamiento que utilicen papel reciclable en todos los casos posibles como promoción de sus productos, vouchers, etc.

		Servicios de alojamiento que eviten el uso de materiales desechables.
		Servicios de alojamiento que cuenten con separadores de desechos y que los mismos sean destinados adecuadamente, manejados y reutilizados en la medida de lo posible según cada tipo.
		Servicios de alojamiento que reemplacen sustancias perjudiciales, plaguicidas, desinfectantes de piscina, pinturas, materiales de limpieza; por productos inocuos. Y que a su vez realicen un manejo adecuado de químicos.
SERVICIOS DE GUIANZA	DE	Servicios de profesionales con títulos afines al ecoturismo, ecología, medio ambiente.
		Servicios de profesionales cuya ideología esté acorde a la filosofía de la empresa y demuestren su ética y cuidado al medio ambiente.
		Servicios de guías nativos con conocimientos precisos del área que manejan y buena predisposición para trato al cliente.
SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	DE	Servicios de restauración que utilicen aparatos eficientes que no requieran el uso de mucha agua.
	Y	Servicios de restauración que laven sus verduras, frutos y demás alimentos en recipientes para evitar el desperdicio de agua.
		Servicios de restauración que tengan una buena distribución y ubicación de sus electrodomésticos, ubicando siempre las neveras y congeladores lejos de los focos de calor.
		Servicios de restauración que no limiten el menú ofreciendo solamente especies escasas como opciones de platos típicos o menú.
		Servicios de restauración que ofrezcan alimentos hechos en su empresa o que contengan envolturas biodegradables.
		Servicios de restauración que no utilicen materiales

	desechables y que suministren agua potable en jarras de vidrio y los demás alimentos en vajillas bien mantenidas.
	Servicios de restauración que compren alimentos, vegetales y demás productos alimenticios a los productores locales.
	Servicios de restauración que adquieran productos elaborados con material biodegradable y reciclable.
SERVICIOS DE TRANSPORTE AÉREO, MARÍTIMO Y TERRESTRE	Servicios de transporte que empleen tecnologías alternativas y consuman menos energía.
	Servicios de transporte que implementen acciones para reducir la emisión de gases.
	Servicios de transporte masivo que cumplan con estándares de calidad.
	Servicio de transporte con animales de carga, que mantengan una ética de respeto al animal, con el descanso adecuado para el mismo, alimentación, cuidados médicos, etc.
AGENCIAS DE VIAJES Y OTROS SERVICIOS DE RESERVA	En su mayoría agencias de viajes y servicios de reserva que hayan ganado reconocimientos como certificados de Rainforest Alliance, Smart Voyager, Certificado de Excelencia en Trip Advisor.
	En su mayoría agencias de viajes y servicios de reserva que incluyan en su oferta paquetes eco turísticos.
	En su mayoría agencias de viajes que apliquen en su gestión y operación prácticas sostenibles.
ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS	Espacios que cultiven en su mayoría plantas nativas de la región en lugar de exóticas, para promover la siembra y evitar la introducción de especies.
	Espacios que cuiden su vegetación con abonos naturales tipo compost, evitando los agroquímicos.
	Espacios que impulsen el cuidado medioambiental de formas alternativas evitando rotulación que destruya el paisaje.
	Espacios que posean tratamiento de aguas grises y aguas

	<p>negras, por ejemplo: pozos sépticos.</p> <p>Espacios que posean biojardineras en los cuales puedan reutilizar sus aguas negras ya tratadas.</p> <p>Espacios que utilicen sensores de movimiento y temporizadores para apagar automáticamente las luces y evitar el desperdicio de energía.</p> <p>Espacios que utilicen al máximo la luz solar y aprovechen la energía de manera eficiente cuando sea necesaria.</p> <p>Espacios que posean contenedores separadores de basura y también para reciclaje.</p> <p>Espacios que utilicen pizarras informativas y no letreros ni publicidad impresa.</p> <p>Espacios que no mantengan animales silvestres en cautiverio, a menos que el lugar y el personal sean autorizados y cuente con las facilidades necesarias para albergarlos y cuidarlos.</p>
SERVICIOS PUBLICITARIOS	<p>Servicios publicitarios es línea, posicionamiento de página web, google adWords, etc.</p> <p>En minoría publicidad impresa siempre y cuando sea elaborada de manera ecológica por ejemplo con papel hecho con el bagazo de caña en lugar de árboles; o con papel o material biodegradable o reciclable.</p>
SERVICIOS DE ALQUILER	<p>Servicios de alquiler de transporte para grupos, no</p>
BIENES CARACTERÍSTICOS DEL TURISMO NACIONAL	<p>Atractivos turísticos registrados en el PANE que expongan y practiquen de manera eficiente las regulaciones propuestas por el Ministerio del Ambiente</p> <p>Atractivos turísticos que posean en gran cantidad belleza paisajística bien mantenida y conserven culturas y formas de vida locales.</p> <p>Atractivos cuya infraestructura turística no dañe el medio ambiente, ni interrumpa el correcto desenvolvimiento de especies animales y vegetales que en ella se alojen.</p>

La identificación de proveedores turísticos sostenibles se desarrollará a través de un proceso de selección para mejorar el desempeño de los proveedores en cuanto a la sostenibilidad económica, ambiental y social de la empresa, así como también para integrarla con los criterios sostenibles del Estándar de la empresa y brindar a los clientes la mejor opción del servicio turístico.

El proceso de selección se aplicará a todos los proveedores ya sean privados, locales, comunitarios, etc, que estén dispuestos a prestar sus servicios a la empresa para evaluarlos como candidatos, seleccionar las mejores opciones y controlar su desempeño periódicamente.

La identificación de proveedores sostenibles se realizará en base a una ficha con requerimientos de calidad y sostenibilidad, que el proveedor evaluado deberá cumplir en su mayoría para ser considerado dentro de la cadena de valor de la Tour Operadora Latin Adventures.

Los elementos a evaluarse han sido incluidos en la FICHA DE EVALUACION para la selección de los mejores proveedores Y REEVALUACION DE PROVEEDORES que será analizada posteriormente para verificar si el proveedores efectivamente mantiene sus buenas prácticas turísticas.

Es necesario tomar en cuenta que para los proveedores locales tendrá más peso su desempeño en cuanto a inclusión de actividades propias de la localidad y sus buenas prácticas turísticas.

4.2. Identificación de actividades turísticas sostenibles

A continuación se realizará un check list de los criterios que deben ser tomados en cuenta para el desarrollo de actividades sostenibles en una tour operadora, se determinará si Latin Adventures cumple o no cumple con estos criterios en su operación y posteriormente dependiendo de los resultados se re direccionará el desenvolvimiento de las mismas tomando en cuenta los ejes de las sostenibilidad para transformarlas en actividades sostenibles.

Tabla 21. Identificación de actividades turísticas sostenibles.

Elaboración: Carolina Pinto.

ÁMBITO	REQUERIMIENTO	CUMPLE	NO CUMPLE
EMPRESARIAL	Material informativo sostenible y relevante para uso de los turistas		X
	Personal capacitado en términos y frases locales para usos del turista		X
	Elaboración de paquetes turísticos sostenibles		X
	Personal capacitado eficiente y efectivo en temas medioambientales		X
SOCIAL	Convivencia con la comunidad	X	
	Aprendizaje desde y hacia la comunidad		X
	Apreciación y valoración de alimentos y productos naturales locales	X	
	Respeto por las creencias y forma de vida de la comunidad	X	
	Valoración de conocimientos curativos de la gente nativa		X
	Respeto y participación en festividades locales		X
AMBIENTAL	Conservación de la naturaleza y biodiversidad		X
	Reciclaje y reutilización de desechos		X
	Mitigación de impactos de huella ecológica		X
	Uso de medios de transporte alternativos para evitar la emisión de gases de efecto invernadero		X

EJE EMPRESARIAL

➤ ACTIVIDADES TURISTICAS SOSTENIBLES PARA LA GESTIÓN Y OPERACIÓN DE LA EMPRESA:

Actividades dentro de la empresa para mejorar la sostenibilidad en la gestión y operación:

- Recopilación de frases, modismos, nombres gastronómicos, nombres comunes de animales y plantas, nombres históricos de zona y elaboración de folletos en material reciclado para poner a disposición de los turistas para sus visitas a comunidades y a atractivos interesantes en los que puedan utilizar estos términos.
- Capacitación al personal para que puedan realizar un intercambio de información con los turistas, así los visitantes podrán comunicarse con ciertos términos nativos con los pobladores por ejemplo (buenos días, por favor, gracias).
- Elaboración de paquetes turísticos para grupos pequeños, tomando en cuenta por lo menos dos de los tres ejes de sostenibilidad para aplicar en cada excursión, ya sea actividades que beneficien al ámbito social, empresarial o ambiental.
- Capacitación al personal para lograr una interpretación ambiental efectiva que a más de explicar, eduque al turista para conservar.

EJE SOCIAL

➤ ACTIVIDADES TURISTICAS SOSTENIBLES PARA CONVIVENCIA CON LA COMUNIDAD:

Tours diarios enfocados en la comunidad en los cuales se puedan realizar actividades como:

- Visita a comunidades locales para aprender acerca de su forma de vida.
- Almuerzos típicos con la comunidad en los que se explique el contenido nutricional del plato y los rasgos culturales de la zona.
- Charlas con la comunidad para intercambio de experiencias o leyendas tanto extranjeras con nacionales, traducidas por un guía que domine los dos idiomas. Para esta actividad es necesario ubicar a las personas clave ya sea ancianos nativos o personas conocedoras de los mitos importantes locales.

- Aprendizaje de idioma tanto nativo como extranjero para pobladores y visitantes extranjeros.
- Cosecha o compra de frutas, verduras, granos y otros productos naturales locales en mercados indígenas o locales para preparación de platos típicos con la comunidad, con la libertad de que los clientes escojan lo que desean para cocinar en su desayuno, almuerzo o cena.
- Caminatas guiadas en búsqueda de plantas medicinales con explicación de su significado local y su preparación de aguas aromáticas curativas con la comunidad.
- Cenas o almuerzos con la comunidad para exposición y explicación de sus creencias religiosas.
- Participación de los turistas extranjeros en festividades locales con explicación del origen y modo de celebración de las fiestas y ceremonias, siempre y cuando la comunidad permita su participación u observación de las mismas.
- Intercambio de danzas y música tradicional, en el cual la comunidad pueda presentar sus manifestaciones artísticas con su respectivo significado local y posteriormente el turista también pueda manifestar una muestra de su cultura ya sea en danza o música y explique su significado a la comunidad.

EJE AMBIENTAL

➤ ACTIVIDADES TURISTICAS SOSTENIBLES PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA:

Tours diarios enfocados al cuidado medioambiental en los cuales se puedan realizar actividades como:

- Siembra de árboles nativos con turistas extranjeros con explicación de cada especie para mitigación de impactos ambientales en los senderos y demás infraestructura apta para el turismo. Posteriormente se mantendrá el contacto del turista con el árbol sembrado para crear un vínculo fuerte entre el país, la tour operadora y el cliente.
- Reciclaje de desechos para elaboración de artesanías con la comunidad.
- Tours en bicicleta por carretera para visitar diferentes atractivos en la ciudad y evitar el uso de vehículos que emiten gases de efecto invernadero.

- Remo de canoas en ríos para apreciar flora y fauna acompañados por guías nativos para evitar el uso de canoas a motor.
- Visitar lugares dedicados a la conservación de especies de animales o plantas para inculcar estos principios en los turistas como mariposarios, centros de rescate de animales, etc.

4.3. Identificación de comunidades con prácticas sostenibles

- *RINCANCIE (Eco- Turismo Comunitario en el Alto Río Napo del Ecuador)*

RICANCIE es una red de nueve comunidades quichuas en el alto Napo, dentro de la Reserva de Biósfera del Parque Nacional “Gran Sumaco-Sumaco Galeras”; que han establecido un programa eco turístico basado en el respeto al medio ambiente y a la cultura de quienes conforman la organización. Los ingresos económicos están destinados a cubrir las necesidades de la comunidad. A su vez este programa integra a todos sus miembros: hombres, mujeres y jóvenes que quieren aportar al desarrollo turístico de su localidad.

Poseen guías certificados por el Ministerio de Turismo, que promueven la participación activa de turistas en la elaboración de artesanías, trabajos comunitarios como mingas en las chacras, muestras de caza tradicional y bailes típicos, curaciones con plantas medicinales ejecutadas por el yachak (curandero), caminatas a sitios naturales como cascadas, cuevas y miradores, paseos en canoa a motor o remo, paseos nocturnos y caminatas guiadas por la selva primaria.

RICANCIE también permite realizar estudios antropológicos, sociológicos o de ciencias naturales en ciertas comunidades como Chuva Urcu, Galeras, Río Blanco, Pacto Sumaco; estas comunidades poseen cabañas para albergar a los turistas y se brinda apoyo logístico por parte de sus habitantes para los estudios requeridos.

- *“LAS GRUTAS DE GABRIEL” Operadora de Turismo Familiar Kichwa de la Amazonía.*

Grupo de guías líderes indígenas del Tena que ofrecen servicios turísticos involucrando a su comunidad en los que desarrollan diferentes actividades como: elaboración de artesanías con pepas de la selva e hilo natural, cerámica, curaciones y masajes con plantas medicinales, visita a las comunidades Huaorani y Kichwa, exploración de las

cuevas de Jumandy, rafting, kayak, visita al Gran Cañón del río Jondachi y Ñachi Yacu, elaboración de cerámica, visita al centro de rescate de animales, etc.

Ofrecen tours desde 1 hasta 11 días en diferentes lugares como: Coca Limoncocha, Reserva Yusupino, Coca Pañacocha, Río Napo, etc. Estos tours incluyen alojamiento en cabañas o camping, alimentación, guías nativos, transporte terrestre y en canoas, botas y pochos para lluvia.

- *RUNATUPARI*

Operadora de Turismo rural comunitario conformada por la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi (UNORCAC) y cuatro comunidades indígenas del cantón Cotacachi. El objetivo principal de esta operadora es brindarle al huésped un contacto directo con la naturaleza y sobretodo enriquecerlo con una convivencia intercultural. Todos los ingresos de RUNATUPARI son destinados a mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales a través de los cabildos o la UNORCAC.

Esta organización ofrece tours desde 1 día hasta 18 días, visitando diferentes lugares de la Costa, Sierra y Oriente, dependiendo del itinerario que se escoja, estos tours incluyen: transporte privado, guías locales, comidas, alojamiento, entradas a los atractivos. Los turistas son recibidos por familias anfitrionas las cuales les brindan hospedaje y alimentación, las mismas están capacitadas y preparadas para recibir a turistas que tengan algún tipo de dieta especial o restricción alimenticia.

- *RED DE TURISMO COMUNITARIO “SARAGURO RIKUY”*

Operadora de Turismo Comunitario conformada por las comunidades Ñamarín, Oñakapak, Gera, Ilincho, Lagunas y Chamental, dedicada a desarrollar una forma de turismo que permite que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad indígena de Saraguro; conocer acerca de las culturas centenarias, compartir y realizar actividades garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, el patrimonio y los derechos naturales y territoriales de las nacionalidades y los pueblos. Los servicios turísticos los brindan las familias indígenas quienes comparten sus viviendas con los turistas o visitantes y permiten conocer a fondo sus costumbres, su forma de vida y sus conocimientos. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y desarrollan las explicaciones y excursiones con los visitantes. Las ganancias del turismo se establecen según las necesidades y prioridades de las comunidades resueltas

en asambleas comunitarias, como por ejemplo para proyectos sociales, de salud, medio ambiente y cultura. Dentro de los paquetes que ofrecen se destacan:

- ✓ *La ruta artesanal*: Recorrido por diferentes talleres artesanales en distintas comunidades.
- ✓ *Campamento en Chamental*: Camping de una noche en la cálida comunidad de Chamental donde el sol está garantizado.
- ✓ *Kapac- Ñan- Trekking*: Ritual de energización, trekking y charla sobre justicia comunitaria.
- ✓ *Chamental, Encanto Natural*: Excursión en bicicleta a Chamental, comunidad campesina con ambiente de costa.
- ✓ *Ruta del Wajango*: Recorrido por la comunidad de Gera y degustación de su bebida tradicional, el Wajango.

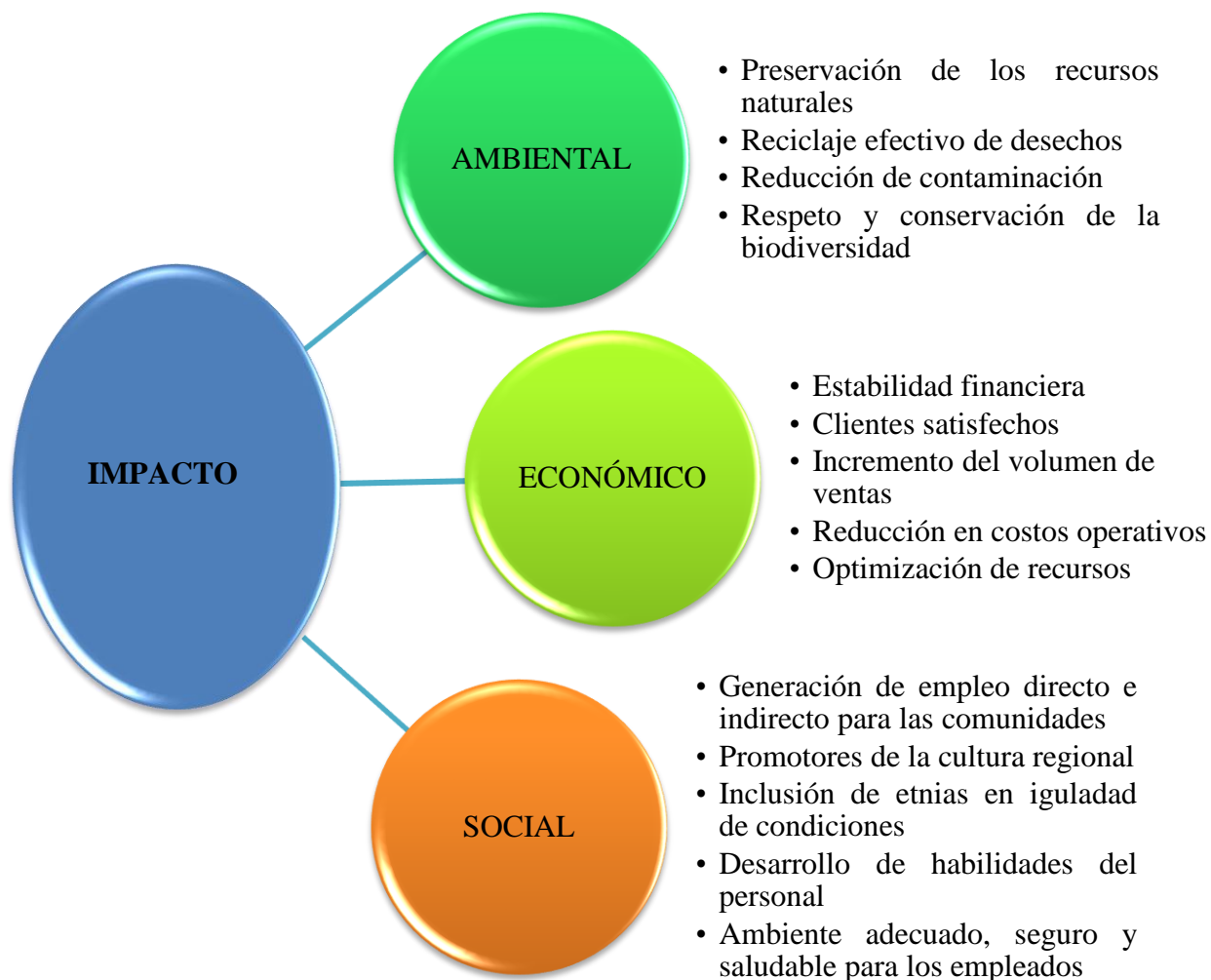
- *PURUHA RAZURKU*

La Corporación de Desarrollo Comunitario y Turismo de Chimborazo (CORDTUCH), es la organización dueña de la Operadora Puruhá Razurku y está conformada por 17 organizaciones locales de turismo comunitario de la provincia de Chimborazo. A través de la CORDTUCH sus miembros han logrado capacitarse y conseguir proyectos a favor del fortalecimiento de sus actividades. La operadora se creó por y para las organizaciones comunitarias, que han visto en el turismo una actividad alternativa que les permita vivir en armonía con la naturaleza y fortalecer su cultura, constituyéndose de esta forma para la organización en el centro de comercialización que facilita a sus socios la venta de los productos de turismo comunitario. Esta oferta permitirá a los turistas vivir una experiencia cultural compartiendo con los indígenas del Chimborazo su forma de vida, cultura y tradiciones. En su mayoría se ofrecen paquetes de dos días una noche que tienen precios de entre US\$120 y US\$200, son tres entornos para disfrutar: “Taita Chimborazo, El último hielero”, “La Nariz del Diablo, Monte Cóndor Puñuna” y “El Sangay, el Volcán Sagrado”.

CAPÍTULO V

5. IDENTIFICACIÓN DEL IMPACTO

Gráfico 15. Identificación del impacto. Elaboración: Carolina Pinto.



5.1. Económico

La Tour Operadora Latin Adventures al desarrollar prácticas empresariales adecuadas que aseguren el mantenimiento y crecimiento de la empresa en el tiempo y al involucrar a productores, proveedores y prestadores de servicios locales que puedan dotarlo de los servicios y productos necesarios para su operación estaría reduciendo sus costos operativos y optimizando sus recursos; lo cual fusionado a la oferta de paquetes turísticos innovadores, sostenibles y socialmente inclusivos, incrementarían el número

de visitantes a la misma. Aumentando así el volumen de ventas y generando más utilidades no solo para la agencia y sus empleados sino también para las comunidades y proveedores sostenibles colaboradores y a su vez generando beneficios económicos reales (ganancia, ahorro e inversión). Dentro de los impactos en el ámbito económico se destacan:

- ✓ Reducción de costos operativos.
- ✓ Incremento de volumen de ventas.
- ✓ Incremento en la eficiencia del personal.
- ✓ Reducción de gastos para material de oficina.
- ✓ Incremento de oferta turística innovadora y sostenible para la demanda internacional.
- ✓ Incremento de la satisfacción del cliente.
- ✓ Reducción de quejas.

5.2. Ambiental

La operación sostenible que genere la Tour Operadora Latin Adventures en los destinos representará un impacto positivo en los recursos naturales que se verán menos afectados por la actividad turística. Dentro de los impactos en el ámbito ambiental destacan:

- ✓ Mitigación de impactos ambientales a través de la reforestación de áreas naturales.
- ✓ Reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero provocadas por la operación de la empresa.
- ✓ Reducción de la acumulación de desechos gracias a la reutilización y reciclaje
- ✓ Buen manejo de desechos sólidos.
- ✓ Reducción de la contaminación por uso de energías y medios de transporte alternativos.
- ✓ Reducción de utilización de especies de animales y plantas exóticos para fines alimenticios y recreativos para el turismo.
- ✓ Áreas Protegidas respetadas y tratadas de acuerdo a las leyes.
- ✓ Respeto a las áreas verdes al considerar la capacidad de carga de cada sitio de visita con grupos pequeños de turistas.
- ✓ Reducción en la utilización de energía y agua en la oficina y en la operación de la tour operadora.

5.3. Social

El impacto social que tendrá la aplicación de prácticas sostenibles en la gestión y operación de la Tour Operadora Latin Adventures será positivo para el desarrollo de la comunidad Maca Cruz Grande en Quilotoa al crear empleos directos e indirectos para 30 familias involucradas en las actividades de turismo vivencial. Así mismo se mejorará la calidad de vida de los pobladores al dotarles de equipos y herramientas útiles para el aprendizaje de niños y adolescentes como pizarrones y computadores para la escuela que serán incentivos entregados por La Tour Operadora Latin Adventures que apadrina el proyecto.

De igual manera al realizar la selección de proveedores, actividades y comunidades con prácticas sostenibles se estará aportando con el desarrollo social de quienes ofrecen estos servicios, siendo en su mayoría comunidades que tratan de desarrollarse turísticamente a través de la recepción de turistas nacionales e internacionales que motiven a los pobladores a prepararse y a seguirse adentrando en ámbitos turísticos con el fin de educarse y brindar servicios de calidad que represente un beneficio mutuo tanto para ellos mismos como para los turistas que los visitan.

Este trabajo en conjunto creará un ambiente de buenas relaciones no solo entre tour operadora y comunidad, sino también con cliente, que al ver el desarrollo fomentado en el lugar de trabajo con la comunidad unida a la actividad turística, sentirá que puede integrarse culturalmente con el lugar; y a su vez podrá realizar una promoción con otros visitantes para visitar el país o podrá adquirir una motivación más para regresar.

- ✓ Comunidades indígenas y ancestrales respetadas e incluidas en la operación de la empresa con un trabajo digno y justo.
- ✓ Fuentes de empleo creadas en el ámbito turístico.
- ✓ Costumbres y formas de vida revalorizadas y respetadas.
- ✓ Educación de niños y adolescentes apoyada y subsidiada por el apoyo turístico.
- ✓ Patrimonios y sitios naturales sagrados respetados y conservados.
- ✓ Profesionales internos y externos conscientes y capacitados en temas sostenibles.
- ✓ Incremento de ingresos económicos para las comunidades.
- ✓ Oportunidades de negocios y micro emprendimientos propios para las localidades.
- ✓ Oportunidades abiertas de desarrollo de profesionales nativos en temas turísticos.

- ✓ Promoción de micro emprendimientos locales a nivel internacional gracias a la visita de turistas extranjeros.
- ✓ Revalorización de comidas típicas, ceremonias ancestrales y festividades de alto valor local para las comunidades.
- ✓ Pobladores educados y capacitados en temas generales y temas turísticos.
- ✓ Proyectos e iniciativas locales apoyadas económicamente gracias a los ingresos registrados por turismo en la tour operadora.
- ✓ Buena promoción del destino turístico al integrar más entidades al desarrollo de un turismo sostenible que promulgue un ambiente más limpio y una sociedad más inclusiva.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- ✓ Un desempeño operativo sostenible únicamente se puede lograr a través de una armoniosa combinación entre los tres ejes de la sostenibilidad, económicamente rentable, socialmente inclusivo y ambientalmente amigable. Cada eje por separado no funciona, se requiere su unión para lograr una operación eficiente y de calidad.
- ✓ Los criterios a ser tomados en cuenta para lograr un turismo sostenible a los que una empresa debe aspirar son: la planificación eficaz para la sostenibilidad, la maximización de los beneficios sociales y económicos para las comunidades locales, el mejoramiento del patrimonio cultural, y la reducción de impactos negativos en el ambiente.
- ✓ Una educación sostenible no solo para los empleados sino también para los clientes es también un valor agregado y un medio de promoción del destino a nivel internacional no solo por enriquecer la experiencia del visitante sino por transformar la mente de los viajeros en turistas conscientes y responsables que conserven los atractivos naturales y sociales para que otras generaciones puedan apreciarlos.
- ✓ Las buenas prácticas turísticas como: buen manejo de desechos, reducción de uso de energía y agua, reutilización y reciclaje generan un ahorro significativo para la empresa al optimizar recursos y educar a empleados y clientes para conservar.
- ✓ La reducción de la contaminación de las empresas turísticas supone un ambiente más limpio para sus habitantes, un hábitat más sano para sus especies silvestres y una buena imagen del destino turístico a nivel internacional.
- ✓ Un turismo sostenible únicamente se puede alcanzar cuando se puede fusionar el disfrute de áreas verdes, atractivos naturales y áreas protegidas junto con el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de las comunidades aledañas, logrando un turismo inclusivo y respetuoso para todos.

- ✓ Un turismo sin prácticas responsables con el ambiente puede suponer grandes años en las áreas y atractivos naturales, provocando erosión de suelos, daños en el hábitat de especies silvestres, cambios de comportamiento y migración de animales, extinción de especies, etc; provocando la disminución de visitas a esas áreas y al destino.
- ✓ El turismo de naturaleza ha tenido un gran crecimiento en los últimos años; por lo tanto un buen manejo del mismo representaría un apoyo a la conservación de la naturaleza ya que a su vez representaría un incentivo económico para que los pobladores protejan y conserven su biodiversidad.
- ✓ La Tour Operadora Latin Adventures a través de la implementación de prácticas sostenibles en su gestión y operación podrá optimizar recursos y generar más ingresos para la empresa.
- ✓ La nueva oferta turística que podría generar Latin Adventures a sus clientes logrará diferencias a la Tour Operadora de otras agencias y actores turísticos informales.
- ✓ La vinculación de la Comunidad Maca Cruz Grande a la operación de la tour operadora Latin Adventures, tendrá gran acogida por parte de turistas internaciones, como fue reflejado en el estudio de mercado; al brindar más alternativas turísticas a la demanda y al tener la certeza que se generarán ingresos para mejorar la calidad de vida de sus miembros.
- ✓ El proyecto de implementación de prácticas sostenibles en la Tour Operadora Latin Adventures es factible, debido a que recuperará la inversión en un periodo menor a 5 años, en los cuales se generará plazas de empleo directo e indirecto, se aumentará el flujo de visitas y se incrementará los ingresos.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Es imprescindible para el éxito del proyecto que la Tour Operadora aproveche al máximo los atractivos naturales y culturales que posee el Ecuador, a fin de poder incluir más actividades en su oferta turística, siempre y cuando mantenga los cuidados ambientales pertinentes.
- ✓ Se recomienda mantener una muy buena relación con todas las comunidades que se visite en las excursiones, para poder realizar futuros acuerdos de vinculación e incrementar el alcance del proyecto a futuro.

- ✓ Es muy importante socializar toda la información referida a turismo sostenible con todos los miembros de la empresa y trabajadores comunitarios para poder caminar hacia un mismo objetivo y aplicar los principios de seguridad, sostenibilidad y responsabilidad planteados en la política de sostenibilidad.
- ✓ Se recomienda visitar constantemente los atractivos que incluyan comunidades indígenas en un paquete turístico, para asegurarse del buen desenvolvimiento de la operación y corregir posibles falencias.
- ✓ Se recomienda poner especial énfasis en la búsqueda de inversionistas o fundaciones internacionales que apoyen proyectos de desarrollo comunitario para poder iniciar el proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Arnould, E., Price, L. y G. Zinkhan, (2002), Consumers 1st edn, New York, McGraw Hill.
- Ashworth, G. y J. Tunbridge, (2000), The Tourist–Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City, Amsterdam, Pergamon.
- Bigné, J., Font, X., L. Andreu, (2000), Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo, Recuperado 23 noviembre de 2015 en <https://books.google.com.ec/books?id=0zQylYo7i2oC&printsec=frontcover&dq=Marketing+de+destinos+tur%C3%ADsticos:+an%C3%A1lisis+y+estrategias+de+desarrollo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj54sW2lKfJAhVMNiYKHUiACw8Q6AEIGzAA#v=onepage&q=Marketing%20de%20destinos%20tur%C3%ADsticos%3A%20an%C3%A1lisis%20y%20estrategias%20de%20desarrollo&f=false>, Madrid, Editorial ESIC.
- Blanco, M., (2004), Gestión Ambiental Camino al Desarrollo Sostenible, Recuperado 24 noviembre 2015 en https://books.google.com.ec/books?id=-Js3T3not98C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false, Editorial EUNED.
- Calvi, M., (2006), Lengua y comunicación en el español del turismo, Recuperado 23 noviembre de 2015 en https://books.google.com.ec/books?id=JuLyTKccjeMC&pg=PA14&dq=experiencia+del+turista&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-j_nWlKfJAhVLRiYKHV-oDuIQ6AEIOTAF#v=onepage&q=experiencia%20del%20turista&f=false, Editorial Arco Libros, Madrid.
- Correa, A., (2010), Ciudades, turismo y cultura. Nuevas perspectivas para el desarrollo equitativo de las ciudades, Buenos Aires, La Crujía.
- Crosby, A. y A. Moreda, (1996), Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales, Recuperado 04 Diciembre 2014 en <http://books.google.com.ec/books?id=fJjLja7vG7kC&pg=PA58&dq=turismo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=3tiAVOaLAsqVyATDuYGwDw&ved=0CCMQ6AEwAg#v=onepage&q=turismo%20sostenible&f=false>, Editado por CEFAT, España.
- Crouch, G., Perdue, R. y H. Timmermans, (2004), Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure, Estados Unidos, CABI Publishing.
- De Juana, J., (2009), Energías renovables para el desarrollo, España, PARANINFO.

- De La Calle, M., (2006), La ciudad histórica como destino turístico, España, Editorial Ariel S.A.
- Foxall, G. y R. Goldsmith, (1994), Consumer Psychology for Marketing, Londres, Routledge.
- Foxall, G., (1990), Consumer Psychology in Behavioral Perspective, Londres, Routledge.
- Global Sustainable Tourism Council, (2012), Los Criterios Globales de Turismo Sostenible para Hoteles y Tour Operadores Versión 2, 23 febrero 2012, Recuperado 15 Septiembre 2015 en <file:///C:/Users/user/Downloads/Criterios%20Globales%20de%20Turismo%20Sostenible%20GSTC%20H-TO%20version%202.pdf>, Madrid.
- González, M. y C. León, (2010), Turismo Sostenible y Bienestar Social, Recuperado 05 Enero 2015 en <https://books.google.com.ec/books?id=EDAo6ThGYNUC&pg=PA40&dq=turismo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=gwOTVPa7LtHkgwS9qYHADw&ved=0CDUQ6AEwBg#v=onepage&q=turismo%20sostenible&f=false>, Erasmus Ediciones, Barcelona.
- Gutierrez, J., (2013), El turismo que vemos y contamos Técnicas de investigación social aplicadas al turismo, Recuperado 23 noviembre de 2015 en https://books.google.com.ec/books?id=Q5LGIzeAbl0C&pg=PT98&dq=EXPERIENCIA+DEL+TURISTA&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwik_siihafJAhVHTSYKHThwB24Q6AEIKDAC#v=onepage&q=EXPERIENCIA%20DEL%20TURISTA&f=false, Edición digital Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.
- Jiménez, L., (2013), Ecoturismo Oferta y desarrollo sistémico regional, Recuperado 02 Diciembre 2014 en <http://books.google.com.ec/books?id=rXQAAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ecoturismo&hl=es&sa=X&ei=wGB3VNeOLcehNr2PgpAN&sqi=2&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=ecoturismo&f=false>, Ecoe Ediciones, Bogotá.
- Ministerio de Turismo del Ecuador, (2011), La experiencia turística en el Ecuador, Recuperado 16 Septiembre 2013 en http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf, Quito- Ecuador.

- Ministerio de Turismo del Ecuador, (2014), Principales indicadores de turismo Mayo 2014, Recuperado 08 Enero 2015 en http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf, Quito.
- Ministerio de Turismo del Ecuador, (s.a.), La experiencia turística en el Ecuador Cifras esenciales de turismo interno y receptor, Recuperado 27 Noviembre 2015 en <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>, Quito-Ecuador.
- Ministerio de turismo del Ecuador, (s/a), La experiencia turística en el Ecuador Cifras esenciales del turismo interno y receptor, Recuperado 08 Enero 2015 en http://issuu.com/rmedina09/docs/minis_turismo_folleto_espanol_compl?e=1283074/3395781, Quito.
- Ministerio de Turismo, (2015), Representantes del Ministerio de Turismo y tour operadores de Ecuador generan alianzas con el sector turístico de EE.UU. y Canadá, Recuperado 02 Septiembre 2015 en <http://www.turismo.gob.ec/representantes-del-ministerio-de-turismo-y-tour-operadores-de-ecuador-generan-alianzas-con-el-sector-turistico-de-ee-uu-y-canada-2/>, Quito-Ecuador.
- Parra, D., (2007), Quito: La alianza patrimonio y turismo, En: Cantero, P., Ruiz, E., Valcuende, J., Escalera, J., Cantero, P., Roselló, V., Ballesteros, E., Solís, D., Cardoso, F., Zenteno, M., Torres, L. y A. Galarza, Cuadernos Docentes Culturas, Identidades y Gestión Turística, Cuenca, Imprenta General Talleres Gráficos de la Universidad de Cuenca.
- Pérez, M., (2003), La guía del Ecoturismo O cómo Conservar la Naturaleza a través del Turismo, Recuperado 04 Diciembre 2014 en <http://books.google.com.ec/books?id=1bMSAQAAQBAJ&pg=PA47&dq=ecoturista&hl=es-419&sa=X&ei=E7WAVJ-RFcyqggSv-YD4Cw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=ecoturista&f=false>, Ediciones Mundi-Prensa, España.
- PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, (2012), Análisis Sectorial del Turismo, Recuperado 08 Enero 2015 en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_AS2012_TURISMO.pdf, Quito.




- Programa de Turismo Sostenible Rain Forest Alliance, (2008), Buenas Prácticas para turismo sostenible, Recuperado 05 Enero 2015 en http://www.rainforest-alliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide_spanish.pdf, Guatemala.
- Quesada, R., Fontana Y., Sánchez, A., y C. Fonseca, (2011), Gestión de Empresas Turísticas Sostenibles, Recuperado 28 Octubre 2014 en http://books.google.com.ec/books?id=UAv3agDGM1IC&pg=PA63&dq=agencias+de+viajes+sostenibles&hl=es&sa=X&ei=NPJHVOTOKI_MggTvIICIDA&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q=agencias%20de%20viajes%20sostenibles&f=false, Editorial Universidad Estatal a Distancia San José, Costa Rica.
- Quito Turismo, (2013), Quito, nominada como destino que lidera Sudamérica en “WorldTravelAwards”, Recuperado 29 Septiembre 2013 en <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/component/search/?searchword=premios%20a%20Quito&searchphrase=all&Itemid=7>, Quito- Ecuador.
- Rainforest Alliance, (2015), Estándar para Tour Operadoras Receptivas, Recuperado 01 Marzo 2016 en <http://www.rainforest-alliance.org/business/sites/default/files/uploads/3/TO-03-Esta%CC%81ndar-para-Tour-Operadoras-Receptivas-27Ene2015.pdf>, New York.
- Ramos, P., (2007), Uso eficiente y sostenible de los recursos naturales, Recuperado 27 Noviembre 2014 en <http://books.google.com.ec/books?id=Wo72oDCVbMYC&pg=PA155&dq=inicios+del+turismo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=6HBzVJqrDsSmNpX2gZgP&ved=0CDMQ6AEwBA#v=onepage&q=inicios%20del%20turismo%20sostenible&f=false>, Ediciones Universidad de Salamanca, España.
- Ramos, P., y P. Ramos, (2005), Gestión del Medio Ambiente, Recuperado 06 Noviembre 2014 en http://books.google.com.ec/books?id=dPxuBH4WoA4C&pg=PA231&dq=agencias+de+viajes+sostenibles&hl=es&sa=X&ei=TMlbVPSYCKrLsAT2_oLgDQ&ved=0CFEQ6AEwCA#v=onepage&q=agencias%20de%20viajes%20sostenibles&f=false, Editorial Universidad de Salamanca, España.
- Reyes, B., (2002), Turismo Sostenible, Recuperado 01 Diciembre 2014 en http://books.google.com.ec/books?id=sDW9yzGZZ5sC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false, Editorial IEPALA, España.

- Salkind, S., (1999), Métodos de investigación, México, PRENTICE HALL.
- Sardón, J., (2003), Energías renovables para el desarrollo, Recuperado 18 Abril 2014 en http://books.google.com.ec/books?id=NyvcConR-xoC&pg=PR15&dq=importancia+de+las+energias+renovables&hl=es&sa=X&ei=NDNTU_uFIpLnsASkpILgCA&ved=0CEQQ6AEwAQ#v=onepage&q=importancia%20de%20las%20energias%20renovables&f=false, Editorial Paraninfo.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, (2013), Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Recuperado 18 febrero de 2015 en <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-7.-garantizar-los-derechos-de-la-naturaleza-y-promover-la-sostenibilidad-ambiental-territorial-y-global>, Quito-Ecuador.
- Sistema Institucional de Indicadores Turísticos, (2013), Llegadas de turistas al DMQ Datos 2012-2013, Recuperado 27 de abril de 2014 en <http://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito-en-cifras-2013.pdf>, Quito-Ecuador.
- Sonali, K., (2007), Tourism Management in 21 st Century, La India, Global Media.
- Such, M., (2008), Turismo rural y desarrollo local, Recuperado 2 Diciembre 2014 en http://books.google.com.ec/books?id=NjEMwcliAC&pg=PA40&dq=agencias+de+viajes+sostenibles&hl=es&sa=X&ei=NPJHVOTOKI_MggTvIICIDA&ved=0CD0Q6AEwAw#v=onepage&q=agencias%20de%20viajes%20sostenibles&f=false, Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha, España.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta de satisfacción al cliente

CUSTOMER SATISFACTION SURVEY	LOW 1	MEDIUM 2	HIGH 3
NAME:		
CITY/STATE WHERE YOU CURRENTLY LIVE		
Overall, how satisfied are you with the service you recieved?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
How did you hear about us?		
To what extent did the services meet your expectations?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
How courteous and attentive was our staff?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Did you recieve services in the time expected?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
Would you use our services again?	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
How could we have served you better?		

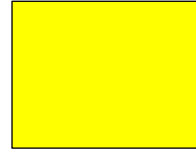
<p>How likely is it that you would refer a friend to us?</p>	<p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 1 2 3</p>
<p>If you would like to be contacted, please put your contact information here:</p>	<p>  </p>

Anexo 2. Formulario de quejar y sugerencias

COMPLAINTS, CLAIMS AND SUGGESTIONS

DATE/FECHA:.....

- Complaint/Queja
- Claim/ Reclamo
- Suggestion/ Sugerencia



Customer Information/ Información del cliente:

Last Name/ Apellido:.....

Name/ Nombre:.....

Nationality/ Nacionalidad:.....

Email:.....

Please describe the situation or suggestion

Por favor describa la situación o sugerencia:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

If our services did not generate any complaints or claims please write a ok in the yellow box

Si nuestros servicios no generaron ninguna queja o reclamos por favor escribe un OK en el cuadro amarillo

Thank you! 😊

Anexo 3. Ficha de evaluación y reevaluación de proveedores

FICHA DE EVALUACION Y REEVALUACION DE PROVEEDORES

1. DATOS DE EMPRESA EVALUADA

Razón Social:			
RUC:			
Actividad Económica:			
Teléfono:		Celular	
E-Mail:		Pag web	
Dirección			
Provincia:		Ciudad	

PERSONA RESPONSABLE

Nombre y apellido			
Teléfono		E mail	

DETALLE DE LOS PRODUCTOS / SERVICIOS OFERTADOS AL OPERADOR TURISTICO

Alimentos y bebidas	Alojamiento	Transporte	Guía	Otros	
----------------------------	--------------------	-------------------	-------------	--------------	--

1.	
2.	
3.	
4.	

2. EVALUACION INICIAL FECHA EVALUACION:

¿Dispone de permiso de funcionamiento vigente?

Si

No

¿Es una organización de turismo comunitario o proveedor local?

Si

No

¿Dispone de certificaciones o reconocimientos?

Si

No

Cual:

Indicar las principales acciones en las que su empresa aplica prácticas de sostenibilidad social, económica y ambiental:

ÁMBITO	ACCIONES
SOCIAL	
ECONÓMICO	
AMBIENTAL	

1. Su empresa dispone de medios adecuados para la entrega del producto/servicio al cliente?

Especificar:

2. ¿Qué métodos utiliza para el control de la calidad de sus productos/ servicios?

Especificar:

3. ¿Tiene la empresa un sistema de gestión de la calidad para los productos/servicios que están siendo evaluados?

SI NO

		La empresa se encuentra en proceso de implementar el sistema.
		Tiene un sistema certificado o reconocido de calidad de acuerdo a normas.

4. ¿Tiene la empresa disposiciones para la gestión ambiental, de seguridad y relaciones con la comunidad?

SI NO ESPECIFIQUE

			La empresa tiene disposiciones documentadas para el cuidado ambiental
			Tiene disposiciones documentadas para la prevención de riesgos laborales
			La empresa tiene disposiciones documentadas para las relaciones con la comunidad

5. ¿Dispone de procedimientos para la atención al cliente?

SI NO

		La empresa tiene disposiciones documentadas para la gestión de quejas y reclamos?
		La empresa tiene disposiciones documentadas para la gestión de recomendaciones?
		Tiene disposiciones documentadas para medir la satisfacción de los clientes?

RESULTADO DE APROBADO REPROBADO APROBADO
 EVALUACION: CON
 CONDICION

Para mantener la sostenibilidad de la empresa con el tiempo es necesario realizar un análisis posterior de cada proveedor. En este caso sería recomendable hacerlo anualmente mediante una ficha de REEVALUACIÓN DE PROVEEDORES con un nuevo formulario. Cada característica se evaluará entre 1 y 5 según la tabla. Se consolidarán los valores y se tomará la decisión de:

- a) Aprobado si es mayor a 21. Se comunica al proveedor.
- b) Aprobado con condición si la calificación esta entre 15 y 21. Se comunica al proveedor el resultado y se le compromete para que mejore su servicio en los parámetros de baja calificación.
- c) Reprobado si es menor a 15. Se lo elimina de la lista y comunica al proveedor.

La parte del formulario de Reevaluación se muestra a continuación:

3. REEVALUACION

FECHA:

PERIODO DE EVALUACION:

CARACTERISTICA	PERCEPCION				
	Excelente 5	Muy Bueno 4	Bueno 3	Regular 2	Malo 1
Los precios se mantuvieron					
Se cumplieron los plazos o tiempos de entrega					
Los productos / servicios estuvieron de acuerdo a lo contratado.					
Se recibió algún adicional a lo contratado.					
El personal a cargo tuvo un desempeño con el pasajero:					
El proveedor mantiene o ha implementado prácticas sostenibles en su gestión ya sea con la comunidad, el medio ambiente, o en su gestión y operación?					
El manejo de quejas, reclamos o sugerencias estuvo:					

RESULTADO DE REEVALUACION: APROBADO Mayor a 22

REPROBADO Menor a 14

APROBADO CON CONDICION Entre 15 y 21