

MÓDULO V:

COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO COMUNITARIO.

Guianza Comunitaria (Inglés básico)

Datos Generales

Contrato N.º: IEPS-PROFECPIAM-027-2025.

Objeto: “Servicios de capacitación para mejoramiento de habilidades personales y profesionales para los PIAM (UIP IBARRA) II FASE”.

Contratista: CONSORCIO IGSi-AVEGA PARA
CAPACITACIÓN Y DESARROLLO.

RUC: 1891813151001.

Fecha de contrato: 05 de diciembre de 2025



Tabla de contenido

1. Presentación del Módulo.....	4
2. Objetivo del Módulo.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
3. Resultados de Aprendizaje del Módulo.	5
4. Contenidos del Módulo.....	6
5. Metodología del Módulo.	9
6. Actividades Formativas del Módulo.....	9
7. Tarea Evaluativa del Módulo (Evaluación Formativa).....	10
8. Ficha de Trabajo del Módulo.....	10
9. Recursos y Herramientas Tecnológicas.....	10
10. Cierre del Módulo.....	10
Bibliografía:.....	10

Curso: Guianza Comunitaria (Inglés Básico)

Duración referencial: 10 horas.

Modalidad: Asincrónica.

Enfoques transversales:

- Equidad económica.
- Comercio justo.
- Sostenibilidad.

1. Presentación del Módulo

El Módulo V, *Comercialización y Desarrollo Económico Comunitario (Inglés Básico)*, Módulo de cierre e integración del curso de Orientación Comunitaria, se centra en mejorar las habilidades económicas y comerciales de las comunidades, utilizando el turismo comunitario. Esa comercialización se convierte en un marco colaborativo con respecto a los valores comunitarios, la identidad cultural y la sostenibilidad territorial a través de la colaboración.

En cuanto al turismo comunitario, la comercialización se esfuerza por crear un ingreso justo y sostenible, hacer crecer la economía local y contribuir al bienestar de la comunidad en general para mitigar que los beneficios sean retenidos por unos pocos actores y asegurar que los recursos generados por las actividades turísticas se compartan equitativamente.

El módulo cubre todos los métodos elementales de promoción y comercialización de la comunidad, construyendo experiencias turísticas auténticas, estableciendo tarifas justas y asegurando la distribución de beneficios comunitarios. También destaca la importancia de la ética económica, la transparencia y la responsabilidad compartida como un principio fundamental del desarrollo económico comunitario. Además, combina la aplicación del inglés básico en el uso funcional para los procesos de comercialización, con énfasis en la presentación simple de experiencias turísticas, respuestas a preguntas básicas de los visitantes y promoción inicial de productos comunitarios.

Adicionalmente, el Módulo V promueve un espíritu de toma de decisiones conjunta y trabajo comunitario, haciéndolo sostenible y preservando recursos naturales como el patrimonio natural y cultural, fomentando la planificación y la construcción de redes y contactos con actores externos (como agencias de viajes, instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales) para aumentar la comercialización y visibilidad de las iniciativas comunitarias tanto a nivel nacional como internacional. Tal coordinación es importante si los

beneficios del turismo, continúan beneficiando a la comunidad y apoyando el crecimiento general de la comunidad territorio.

Por otro lado, el módulo destaca la formación continua proporcionada a los participantes para que puedan adaptarse a la evolución del mercado turístico y responder eficazmente a lo que los visitantes quieren y lo que los turistas esperan, protegiendo aún la cultura y la identidad.

Al combinar el inglés básico, les permite hablar de manera más directa y comprensiva con los turistas extranjeros como una forma de promover más ampliamente junto con el aumento de la calidad de la experiencia del visitante y también fortaleciendo la confianza comunicativa en las capacidades comerciales de la comunidad. Así, el módulo también fomenta procesos sostenibles de crecimiento que equilibrarían el crecimiento económico con la preservación cultural y ambiental.

2. Objetivo del Módulo

Objetivo General

Desarrollar capacidades para la promoción, comercialización y gestión económica de experiencias de turismo comunitario, aplicando principios de equidad, sostenibilidad y beneficio colectivo.

Objetivos Específicos

- Comprender la importancia de la comercialización ética en el turismo comunitario.
- Aplicar estrategias básicas de promoción y marketing comunitario.
- Diseñar experiencias de turismo comunitario coherentes con la identidad local.
- Establecer tarifas justas y modelos de distribución equitativa de beneficios.
- Utilizar expresiones básicas en inglés para la presentación de productos turísticos.

3. Resultados de Aprendizaje del Módulo.

Al completar el módulo, el participante podrá:

- Explicar los principios de la comercialización comunitaria.
- Diseñar una experiencia básica de turismo comunitario.
- Aplicar criterios para definir tarifas justas.
- Reconocer modelos de distribución de beneficios comunitarios.
- Utilizar vocabulario básico en inglés para la promoción turística.

4. Contenidos del Módulo

TEMA 5. COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO COMUNITARIO.

Subtema 5.1 Promoción y marketing de experiencias comunitarias (uso de redes, ferias, alianzas)

La promoción y el marketing de experiencias comunitarias, son instrumentos estratégicos para posicionar la oferta turística local en el mercado, desarrollar economías locales y atraer a turistas que aprecian su identidad cultural y natural. En el turismo comunitario, el marketing se centra en seleccionar mercados responsables con especial respeto a la sostenibilidad, el respeto intercultural y la convivencia armoniosa con la comunidad anfitriona local.

A diferencia del enfoque tradicional, el marketing comunitario se basa en la narrativa del territorio, la historia de la identidad comunitaria y la autenticidad de sus prácticas comunitarias, así como en una interacción de valores como la cosmovisión, la historia local, la organización social y los valores de reciprocidad, ayudando a evitar la folclorización y mantiene a la comunidad en control de la imagen y la experiencia en sí misma.

Como referencia el **Ministerio de Turismo del Ecuador** señala que:

(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2024). Art. 1, Art. 3, literal e, Art. 4, literal a, b, f.



“La promoción del turismo comunitario debe resaltar la identidad cultural, la participación comunitaria y la sostenibilidad de las experiencias turísticas”

Fuente: Elaboración propia. 2025.

Subtema 5.2 Modelos de ingresos, tarifas justas y distribución comunitaria de beneficios.

Las tarifas justas y los mecanismos de ingresos transparentes, son una característica clave del desarrollo económico comunitario. Las tarifas no solo deben financiar los gastos generales, sino también pagar las contribuciones a la comunidad, ser pagadas de manera justa y crear un excedente de dinero para reinvertir en la comunidad, ya sea por razones sociales o ambientales.

En el turismo comunitario, la equidad puede determinarse teniendo en cuenta:

- Costos directos (alimentos, suministros, transporte, guía, mantenimiento);
- Costos indirectos (administración, promoción, capacitación, reemplazo de equipos);
- Donaciones comunitarias (minga, tiempo de organización, control territorial);
- Margen de sostenibilidad (re inversión, fondo comunitario, conservación).

Según Scheyvens (2002):



Fuente: Elaboración propia. 2025.

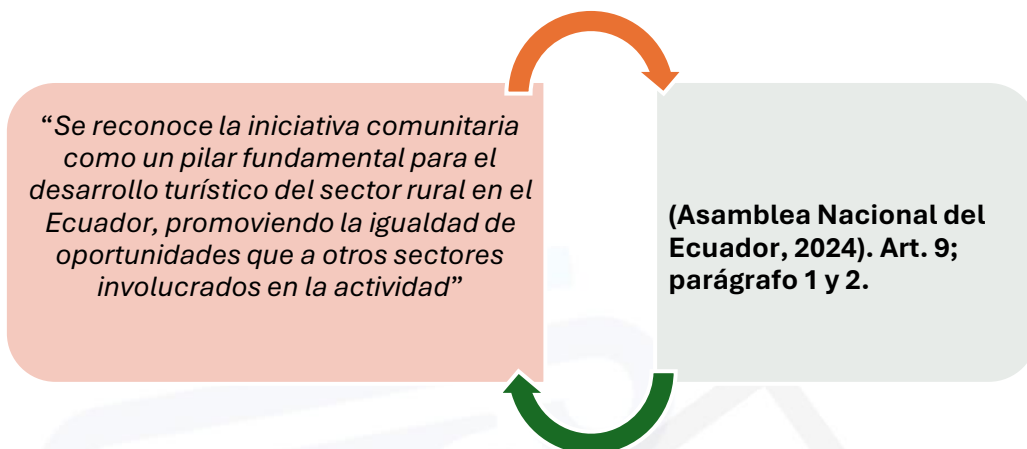
Esto quiere decir que, si el mercado está siendo impulsado por unos pocos actores y si la actividad económica se filtra hacia intermediarios externos con una incapacidad para revertir a la comunidad en la práctica, el turismo deja de ser comunitario y la posibilidad de conflictos internos es alta.

En el turismo comunitario, los ingresos se comparten esencialmente entre las siguientes fuentes:

- Fondos comunitarios: se aparta un porcentaje para proyectos prioritarios (agua, educación, infraestructura turística, conservación), y se destina a un fondo común.
- Pagos directos a las familias involucradas: pago por servicios prestados (alimentos, alojamiento, guía, artesanías, etc.)
- Reinversión en proyectos sociales y ambientales: la preservación de senderos, señalización, limpieza comunitaria, capacitación, fortalecimiento organizacional.

Genera justicia interna, disminuye rivalidades y promueve la cohesión social siempre que el registro, la rendición de cuentas y el control social se gestionen a través de asambleas comunitarias.

La **Ley de Turismo** define la sostenibilidad como los principios rectores de la actividad turística, estableciendo lo siguiente:



Fuente: Elaboración propia. 2025.

Subtema 5.3 Ética económica y desarrollo local sostenible.

La ética económica comunitaria incluye valores como la solidaridad, la transparencia y la corresponsabilidad y reciprocidad. En el turismo comunitario, la economía no solo se trata de ganar, sino también de sostener el modelo de desarrollo local que beneficia el desarrollo compartido en lugar de la acumulación individual.

Basado en esto, se requerirá que el turismo:

- Honre los convenios comunitarios y los protocolos operativos internos;
- Evite prácticas abusivas como el sobreprecio, engañar a los visitantes o explotar a los trabajadores;
- Garantice que la comercialización no dañe la cultura o la convivencia comunitaria;
- Avance el consumo local y la economía solidaria (insumos y servicios de la comunidad).

La **Ley de Turismo** reconoce el turismo como un medio para mejorar el desarrollo y el bienestar de las comunidades anfitrionas, y define en:

“Promover y fomentar estrategias de cooperación que permitan la ejecución de proyectos de turismo comunitario;”

(Asamblea Nacional del Ecuador, 2024). Art. 7. Numeral 16.

Fuente: Elaboración propia. 2025.

En realidad, el desarrollo de una economía comunitaria sostenible apunta a:



Fuente: Elaboración propia. 2025.

La ética económica, también requiere transparencia en la administración: registro de ingresos, distribución clara, rendición de cuentas regular de la administración y un mecanismo para la resolución de conflictos. Este factor es de crucial importancia para mantener la confianza con la comunidad y para mantener la existencia de la empresa turística.

5. Metodología del Módulo.

El módulo se construye a través de un modelo de programa activo-participativo e intercultural y se secuencía en cuatro secciones:

- **Experiencia:** Identificación de Servicios y Productos de Turismo Comunitario.
- **Reflexión:** Evaluación de programas de marketing y compartición de beneficios.
- **Conceptualización:** Marketing comunitario, precios, economía, ética.
- **Aplicación:** Propuesta básica para una experiencia de turismo comunitario.

6. Actividades Formativas del Módulo.

- Identificación participativa de experiencias de turismo comunitario.
- Taller sobre diseño de productos de turismo comunitario.
- Ejercicio práctico sobre cálculo de precios justos.
- Simulación de presentación sencilla de la experiencia (incluyendo inglés elemental).

7. Tarea Evaluativa del Módulo (Evaluación Formativa)

Tarea 5: Propuesta de experiencia turística comunitaria.

El participante elaborará una Propuesta de Experiencia Turística Comunitaria, incluyendo descripción del producto, actividades, tarifa referencial y modelo de distribución de beneficios.

Instrumento: Rúbrica de propuesta.

Peso referencial: Parte del 40 % de la evaluación formativa.

8. Ficha de Trabajo del Módulo.

Ficha 5 - Producto Turístico Comunitario

- Nombre de la experiencia
- Descripción de actividades
- Público objetivo
- Tarifa referencial
- Distribución comunitaria de beneficios
- Mensaje promocional (español / inglés básico)

9. Recursos y Herramientas Tecnológicas

Se plantea que sean herramientas de fácil aplicación conforme a las comunidades PIAM, las cuales pueden ser adaptables a:

- Google Classroom (material y tareas)
- Canva (afiche o publicación promocional)
- Google Sheets (cálculo de tarifas)
- WhatsApp (audios de práctica de presentación)
- Educaplay / Wordwall (vocabulario en inglés básico)

10. Cierre del Módulo

El Módulo V, integra los conocimientos adquiridos en el curso y aumenta la preparación de las comunidades para gestionar de manera ética y sostenible el aspecto económico del turismo comunitario. Este módulo consolida al guía comunitario como un actor clave en el desarrollo local, capaz de promover experiencias auténticas, generar ingresos justos y contribuir al bienestar colectivo de la zona.

Bibliografía:

- Asamblea Nacional del Ecuador. (2024). *Ley de Turismo*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). *Lineamientos para el desarrollo del turismo comunitario*.

- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Tourism and community development*. UNWTO.
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*. Pearson Education.

