



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“TURISMO COMUNITARIO COMO IMPULSOR DEL DESARROLLO
TURÍSTICO”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTOR: CUASQUE ILES JAVIER EDISON

DIRECTOR/TUTOR: PhD. ACOSTA ANDINO BYRON FABRICIO

IBARRA, 2020

Resumen ejecutivo

El objetivo de esta investigación es determinar el nivel de desarrollo turístico de las comunidades locales de Imbabura, así como los impactos que genera en la población. Para el desarrollo de esta investigación se usaron dos herramientas de recolección de datos: entrevistas a 15 representantes que son parte de la organización que ofertan el Turismo Comunitario, y encuestas a 25 residentes de la zona que no ofertan el turismo las cuales fueron establecidas como la muestra. Los resultados revelan que son las costumbres y tradiciones del pueblo indígena, las actividades turísticas de mayor demanda por lo que señalaron la necesidad de dominar al menos un idioma extranjero. Los datos revelan que el Turismo Comunitario es una manera de generar ingresos económicos que permiten mejorar el nivel de vida de las familias que ofrecen servicios turísticos, además ha influido considerablemente en la recuperación de la cultura ancestral misma que tienen que ver con la vestimenta y el idioma local; así como en la conservación del entorno natural con programas sustentables. Bajo este concepto los recursos ambientales de la comunidad se encuentran dentro de una posición bastante favorable, para lograr este estado se han plantado varias especies de árboles nativos. Igualmente, las familias muestran que la mejor manera de coordinar y alcanzar los propósitos programados dentro de la organización es el trabajo en equipo. En cuanto al apoyo recibido para el desarrollo turístico, aparecen criterios que indican la poca vinculación de las entidades públicas en el ejercicio del Turismo Comunitario, pues las familias indican la necesidad de motivarse para mejorar sus emprendimientos los cuales permitirán impulsar la economía local. En cuanto a la opinión de los residentes, presentan una satisfacción con el aspecto medioambiental; sin embargo, se muestran descontentos con el desarrollo turístico, ya que concuerdan con la opinión de las familias que ofertan el turismo resaltando la ausencia de apoyo gubernamental e interés de los mismos pobladores. En cualquier caso, el residente de la comunidad percibe de manera positiva los impactos relacionados con los aspectos socio-cultural y ambiental. En cuanto al impacto

económico, los pobladores demuestran una opinión desfavorable debido al incremento del precio de la vivienda, como el de las actividades comerciales. Sin embargo, son conscientes de la presencia de productos turísticos en la comunidad que pueden incrementar el desarrollo turístico. Para potenciar el Turismo Comunitario de manera sostenible es importante la integración local, gubernamental y privada, que permita extender los beneficios que puedan percibir las zonas que oferten esta actividad turística a corto y a largo plazo, así como promover que sus emprendimientos se fundamenten en el respeto al patrimonio cultural y la convivencia en armonía con la naturaleza.

PALABRAS CLAVE: Turismo comunitario, desarrollo, sostenibilidad, cultura, economía.

Abstract

This research aims to determine the level of tourism development in rural communities of Imbabura, as well as the impacts that this practice generates on the population. For this research, two information-gathering tools were applied: interviews with 15 representatives of organizations that offer community tourism, and 25 surveys with inhabitants of the sector that do not offer tourism-related services. Results reveal that the indigenous customs and traditions are the most demanded tourist activities; so they pointed out the need to speak at least one foreign language. Results show that Community tourism is a way to generate economic income for the improvement of the standard of living of families offering these services, considerably influencing the recovery of ancestral culture, clothing, and the local native language; as well as the conservation of the natural environment with sustainable programs. Under this concept the environmental resources of the community are in a favorable position, to achieve this goal, native trees have been planted. In respect of the support for tourism development, some opinions indicate the lack of involvement of public entities in the exercise of Community Tourism, since the families indicate the need to be

motivated to improve their entrepreneurship, which will help to boost the local economy. Regarding the opinion of the residents, they feel satisfied with the environmental aspect; However, they are dissatisfied with tourism development. Since they agree with the opinion of the families involved, highlighting the absence of government support and interest from the inhabitants themselves. The impacts related to socio-cultural and environmental aspects are perceived positively by the community. Regarding the economic impact, the inhabitants show a negative sentiment due to the increase in the price of housing, as well as of commercial activities. However, they are aware of the presence of products in the community that can increase tourism development. To promote this type of tourism, social integration is important, which extends the benefits that can be perceived by the areas that offer touristic services in the short and long term, as well as promoting this project based on respect for cultural heritage and coexistence in harmony with nature.

Keywords: Community tourism, development, environmental, culture, economy.

ACEPTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de representante del Ph.D. Byron Fabricio Acosta Andino, dentro de la Universidad Técnica del Norte y asignado por las Autoridades pertinentes, como Director del trabajo de grado presentado por el egresado, **CUASQUE ILES JAVIER EDISON**, para optar por el título de **INGENIERO COMERCIAL**, cuyo tema es: **“TURISMO COMUNITARIO COMO IMPULSOR DEL DESARROLLO TURÍSTICO”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometida a la presentación pública.



.....
MSc. VINICIO GUERRA MIÑO
REPRESENTANTE – DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100386095-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CUASQUE ILES JAVIER EDISON		
DIRECCIÓN:	IBARRA		
EMAIL:	eddiles4@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0992129849

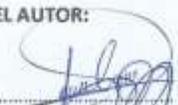
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"TURISMO COMUNITARIO COMO IMPULSOR DEL DESARROLLO TURÍSTICO"		
AUTOR (ES):	CUASQUE ILES JAVIER EDISON		
FECHA: DD/MM/AAAA	14/05/2020		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO COMERCIAL		
ASESOR /DIRECTOR:	Ph.D ACOSTA ANDINO BYRON FABRICIO		

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de agosto de 2020

EL AUTOR:


JAVIER CUASQUE

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo	2
Abstract	3
Introducción	9
1. Objetivos	10
1.1. General	10
1.2. Específicos.....	11
2. Pregunta de investigación.....	11
3. Marco teórico	11
3.1. Turismo Comunitario	11
3.2. Componentes del Turismo Comunitario	13
3.3. Potencialidades turísticas	15
3.4. Dificultades del desarrollo turístico.....	17
3.5. Motivadores del Turismo Comunitario	19
3.6. Estrategias de gestión y control del Turismo Comunitario	21
3.7. Infraestructura y servicios	24
4. Procedimientos metodológicos.....	25
4.1. Enfoque y alcance del estudio	25
4.2. Unidad de análisis	25
4.3. Periodo de referencia.....	26
4.4. Diseño de los instrumentos de recolección de datos	26
4.5. Procedimiento de recolección de datos	28
4.6. Procedimiento de análisis de datos.....	29
5. Análisis y discusión.....	30
5.1. Potencial turístico y problemas de desarrollo.....	31
5.2. Motivadores del Turismo Comunitario	34
5.3. Estrategias de gestión y control.....	36
5.4. Infraestructura y servicios	38
5.5. Aspecto sociodemográfico del poblador	41
5.6. Características del producto turístico	42
Conclusiones	49
Recomendación	53
Bibliografía.....	53

ANEXOS.....	57
-------------	----

Índice de tablas

Tabla 1: Modalidades, características y actividades turísticas	12
Tabla 2: Rol del sector público en la planificación y desarrollo turístico	16
Tabla 3: Estrategias, programas y actividades para la implementación del producto de naturaleza.....	23
Tabla 4: Indicadores sociodemográficos de los pobladores	42
Tabla 5: Análisis de la varianza de los niveles de la oferta turística	45
Tabla 6: Análisis de la varianza de la percepción del efecto positivo del turismo	48
Tabla 7: Análisis de la varianza de la percepción de los efectos negativos del turismo	49
Tabla 8: Instrumento de validación de datos.....	59

Índice de figuras

Figura 1: Nivel de satisfacción del poblador.....	43
Figura 2: Niveles de la oferta turística	44
Figura 3: Percepción del efecto positivo del turismo	46
Figura 4: Percepción del efecto negativo del turismo	47

Introducción

El turismo se ha transformado en una de las actividades económicas que generan mayores ingresos monetarios derivado de la operación de 23.933 empresas que ofrecen servicios turísticos en donde la actividad que tiene más del 50% de participación es de alimentos y bebidas y solamente el 0.16% se relacionan con el Turismo Comunitario, es decir 38 establecimientos (MINTUR, 2018). En Perú el Turismo Comunitario crece cada vez más, y ha generado que el 12% de la población estén en capacidad de forjar un empleo y satisfacer sus necesidades a través del desarrollo de esta actividad (MINCETUR, 2018). Dentro del ranking mundial los países con mayor destino turístico son Asia y el Pacífico; a nivel de Latinoamérica está México seguida por Brasil (UNWTO, 2017). Para Vinasco (2017); Oyarzun & Taucare (2018); MINCETUR (2018) el Turismo Comunitario es un modelo de gestión orientado al impulso de la economía, a la mejora de la calidad de vida y bienestar social, y a la protección del medio ambiente.

Según Cañada (2011) el Turismo Comunitario es una forma de turismo que involucra especialmente a familias que habitan en el sector rural, mediante varias estructuras organizativas que incluye a los grupos involucrados en la actividad turística, ejerce un papel importante en el avance, manejo y división de los beneficios. Para López & Sánchez (2009) esta tipología de turismo se enfoca como actor primordial en la propia agrupación local. Misma que a través de los ingresos generados por la actividad turística, invierten en mejorar la infraestructura y los espacios físicos de la zona (Revista Líderes, 2017). Además, permite que la población rural pueda satisfacer las necesidades vitales como son la educación, la alimentación o el acceso a la salud y por otro lado recuperar su cultura y tradición (Jiménez, 2017; Ayuda en Acción, 2017). A su vez Mendoza, Figueroa, & Lucila (2015) señalan que el Turismo Comunitario no está exento de riesgos, debido a que un campesino no está acostumbrado a experimentar el ser un turista, peor aún ofrecer servicios turísticos, o en la mayoría de casos el desconocer las formas de iniciar o manejar un

negocio viable. Por lo que Ndivo & Cantoni (2016) aseguran que las comunidades deben aplicar medidas centradas para superar las barreras que obstaculizan su participación en el mercado turístico.

Actualmente el turismo comunitario se ha convertido en una de las fuentes de ingreso más importantes para las familias campesinas que residen cerca de las zonas que poseen atractivos turísticos, por tal motivo López & Sánchez (2009); Castillo & Sánchez (2017) determinaron las opiniones de los habitantes en relación al turismo comunitario sobre los impactos que el mismo genera en la comunidad y en su vida personal, los resultados mostraron que no tienen una opinión favorable sobre la situación económica del país pero son conscientes del potencial que existe y que podría aportar riqueza y generar puestos de trabajo. Otro estudio buscó conocer la contribución del turismo en los ingresos de las unidades familiares de una comunidad en la cual los resultados mostraron que los ingresos por la actividad turística son marginales y que solamente se benefician los dueños (Mendoza et al., 2015). Jiménez (2017) determinó el proceso para el desarrollo de un producto turístico con dos formas de gestión: turismo solidario y comunitario, a través de los resultados se comprobó que existe una población con altos índices de necesidades básicas insatisfechas con interés en sobresalir aprovechando su riqueza natural y cultural. De acuerdo con lo anterior el objetivo de esta investigación es determinar el nivel de desarrollo del turismo comunitario en las comunidades locales de Imbabura, así como los impactos que genera en la población.

1. Objetivos

1.1. General

- Determinar el nivel de desarrollo turístico de las comunidades locales de Imbabura

1.2. Específicos

- Explicar las potencialidades turísticas que ofrecen los sectores locales y los problemas que dificultan el desarrollo del turismo.
- Describir los motivadores de la realización del Turismo Comunitario.
- Identificar las estrategias usadas en la gestión y control del Turismo Comunitario
- Analizar la infraestructura y los servicios ofrecidos a los turistas.

2. Pregunta de investigación

¿Cuál es el nivel de desarrollo del turismo comunitario en las comunidades locales?

3. Marco teórico

3.1. Turismo Comunitario

Debido a los cambios que se está generando dentro del sector turístico ocasionados por la excesiva demanda de destinos específicos que estén enfocados a ofrecer un tipo de turismo no convencional (rural, verde, sostenible, comercio justo, natural, ambiental, cultural) surge un nuevo tipo turístico que a través de intercambiar conocimiento, compartir la experiencia de la comunidad local; y dar a conocer el entorno natural y cultural del medio donde se realice se lo defina como Turismo Comunitario (Sariego, 2014).

Como se mencionaba en el contexto anterior el Turismo Comunitario o community-based tourism es una forma de turismo en donde la comunidad local posee el poder de fomentar, participar, gestionar y manejar los recursos que existe dentro de ella. Por ejemplo, la FEPTCE (2018) lo define como la vinculación de la comunidad con sus visitantes a través de una imagen intercultural, mediante la participación solida de cada persona; garantizando una administración eficiente de los recursos naturales, patrimoniales, culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos

indígenas y campesinos, fomentado que los beneficios sean distribuidos justamente para todos. Para demostrar cual es la constitución de la comunidad en el marco del desarrollo de esta actividad turística, es importante que sea asimilada como una forma organizativa que involucra la participación de todos sus habitantes con carácter de decisión propias; la comunidad no es un objeto, más bien es una forma (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, & del Campo, 2008). En la Tabla 1, se resume el propósito de realizar el viaje o las actividades que están dentro la modalidad turística definida como Turismo Comunitario, según Ivanova & Ibáñez (2012):

Tabla 1: Modalidades, características y actividades turísticas

Modalidad turística	Categoría	Actividad
Turismo Alternativo	Turismo rural	<ul style="list-style-type: none"> – Talleres artesanales – Etnoturismo – Ecoarqueología – Agroturismo – Preparación y uso de medicina tradicional – Talleres y disfrute gastronómico – Fotografía rural – Aprendizaje de dialectos – Vivencias místicas

Fuente: Ivanova & Ibáñez (2012, p. 18-20)

El Turismo Comunitario en las zonas rurales de la provincia está integrada por servicios e insumos muy variados, la inclusión social es un factor muy importante en la generación del beneficio turístico. En este sentido las comunidades tienen una cadena de extraordinarios paisajes naturales, las riquezas culturales, la gastronomía y la integración de los habitantes hacia el cuidado del medio ambiente; las cuales independientemente del interés comunitario generan que sectores como el comercio y el transporte se vinculen al fomento de la actividad turística. Por lo que Burgos (2016) indica que independientemente del tipo de producto o servicio siempre que se desarrolle una actividad deben generar un espacio próspero en la que las personas de forma individual o colectiva estén en el libre derecho de ejercer oportunidades de emprendimiento que posteriormente puedan

aportar al incremento de la productividad del lugar, de acuerdo a sus intereses; así como el desarrollo colectivo que conlleva características relativas a la equidad, participación e iniciativas sostenibles. Ubicando al Turismo Comunitario como una modalidad que es parte del Turismo Vivencial, pues el turista experimenta frente a sus ojos las actividades o servicios vinculadas con la vida diaria del poblador de un lugar en específico (Montalván, 2016).

Según Flores et al. (2016) las actividades mencionadas en la Tabla 1: Modalidades, características y actividades turísticas deben integrarse a la participación continua entre los habitantes del lugar y los turistas, los cuales se vinculan a la inserción y progreso local. Una vez que ocurra la cooperación de estos dos actores dentro de la acción turística se cumplirá con el modelo de Turismo Comunitario. La aplicación del valor agregado dentro de la promoción del patrimonio natural, cultural, social y gastronómico son aquellos que los hacen ver como los ideales generando la búsqueda de estos servicios por los demandantes (García & Doumet, 2017).

Todas las tareas de gestión y esquemas de control deben estar orientadas a formar una comunicación confiable; es decir, una retroalimentación que permita conocer en detalle los resultados obtenidos incluyendo en ello a la participación mutua existente entre las personas y la actividad generadora del lugar (Oyarzun & Taucare, 2018). Como lo señala Ruiz et al. (2008), a lo largo de los años en el Ecuador la actividad turística ha ocupado la tercera posición antecedida por la explotación petrolera y la producción del banano, pues el estado ecuatoriano es reconocido como uno de los países latinoamericanos que mayor biodiversidad y patrimonio cultural posee.

3.2. Componentes del Turismo Comunitario

Según Jiménez (2017); Castillo & Sánchez (2017); Kekutt (2017) mencionan que el Turismo Comunitario se compone en tres dimensiones, las cuales son:

- Dimensión económica: busca el beneficio para que las comunidades puedan mejorar la infraestructura turística que serán gestionadas por los habitantes de la zona a largo plazo, así como la generación de fuentes de trabajo, reduciendo porcentualmente la pobreza.
- Dimensión sociocultural: busca la adaptación de turista con la cultura, tradiciones y estilo de vida teniendo en cuenta el valor del respeto, mismo que permita concientizar lo importante de mantener viva las culturas ancestrales para las generaciones futuras.
- Dimensión medioambiental: busca proteger la naturaleza de los daños ocasionados y su vez su uso de forma consiente, pues, es un factor fundamental para el desarrollo del turismo comunitario.

Los aspectos económico y social según Ruiz et al. (2008) señalan que estas se apoyan en cadena, puesto que el medio económico impulsa la creación de vínculos sociales, mientras que el aspecto social es un factor que puede potenciar a la actividad o destino turístico.

La finalidad del Turismo Comunitario es que las comunidades alejadas del sector urbano busquen el desarrollo local a través de la promoción de las riquezas mediante iniciativas que incluyan a los habitantes del sector en la administración de sus proyectos o emprendimientos turísticos (Flores, Cunha, & Christoffoli, 2016); (Burgos, 2016). La creación de un vínculo entre los establecimientos de la comunidad, de servicios y hospedaje; ofertas adicionales que de igual manera estén sirviendo como un programa de desarrollo social y sostenible son motivos para ejecutar la actividad turística (Cioce, Bona, & Ribeiro, 2007); (Flores et al., 2016).

Según menciona Vinasco (2017) en Latinoamérica, la realización de una actividad que no esté vinculada a la parte agrícola genera un promedio del 40% de empleos en los sectores rurales, los cuales derivan de servicios solicitados por dueños de grandes actividades como la albañilería, la

comercialización de productos propiamente producidos o por otros, y la actividad turística generada.

3.3. Potencialidades turísticas

Mediante la gestión del Turismo Comunitario se evidencia la generación de empleo en los sectores rurales, haciendo que estos obtengan ingresos de acciones que no estén netamente relacionadas con la agricultura; es decir, que estas agrupaciones se beneficien de la combinación de varias actividades económicas (Vinasco, 2017). Por ejemplo, la dimensión medioambiental implica una serie de procesos que incluye el manejo de los recursos naturales mediante la sostenibilidad y el mantenimiento de la biodiversidad biológica (Vinasco, 2017); (Kekutt, 2017). Al mismo tiempo la cooperación de los habitantes, la obtención de beneficios para los mismos, la autogestión propia y el modelo de la intervención local e ideas turísticas que implementan, son parte de la iniciativa para el desarrollo apropiado de la comunidad, los cuales permiten ofrecer diferentes servicios turísticos (Inostroza, 2008). Como señalan Castillo & Sánchez (2017) el Turismo Comunitario siendo una actividad que de origen a varias fuentes de trabajo y que este genere el crecimiento de las comunidades; es necesario que los residentes realicen una planificación de las mejoras y perjuicios al que pueden verse influenciadas, a través de la toma de decisiones oportunas en donde el principal factor sea el desarrollo. Como parte de las fortalezas turísticas el liderazgo y el desempeño de diferentes asociaciones en torno al desarrollo estratégico permite tener un nivel de adecuación y mejores circunstancias de la gestión con resultados a largo plazo sin dejar de tomar en cuenta su importancia (Kekutt, 2017).

Al referirse a la actividad turística como atractiva y de oportunidad de progreso para las localidades, ésta debe evitar una serie de obstáculos incluyendo en ello el no excluir a las demás actividades que los habitantes de las comunidades realizan; por ejemplo, la agricultura, la ganadería y el arte,

las cuales se han establecido como una fuente principal de ingresos monetarios en los sectores rurales y campesinos, haciendo que la operación del Turismo Comunitario no sea la única base de sustento; sino que se convierta en una tarea complementaria siendo parte de todas las actividades turísticas mencionadas (Inostroza, 2008); (Torres, Pilco, & Peña, 2016); (Vinasco, 2017); (Pfeiff, Cristina, Souza, & Monteiro, 2018).

Además de que los pobladores del sector rural y campesino administren los recursos a través de su propio modelo de gestión como se mencionaba anteriormente, Burgos (2016) menciona que los organismos públicos deben intervenir en el mejoramiento de la actividad turística, mediante el desarrollo de enseñanzas al impulso del Turismo Comunitario, permitiendo a las comunidades enfatizarse acerca de la importancia de cuidar el medio donde estos residen, los recursos naturales que poseen y de las diferentes culturas que puedan evidenciarse. Flores et al. (2016) menciona que si el sector público y privado mantienen una comunicación precisa, eventualmente contribuirán a resolver problemas de dialogo, comercialización y administración. Acerca de la participación del sector público Kekutt (2017) señala que estos deben ejercer liderazgo y que es un factor indispensable para el mejoramiento estratégico sostenible, y que estos desempeñan un rol vital dentro de la programación y el perfeccionamiento del Turismo Comunitario, como se muestran en la Tabla 2:

Tabla 2: Rol del sector público en la planificación y desarrollo turístico

Pilares	Actividades
Económico	Coordinar un sector empresarial en base a la gestión comunitaria dentro de la actividad turística.
Medioambiental	Manejar recursos públicos, mediante la planificación del uso del suelo.
Sociocultural	Poseer la capacidad de fomentar actuaciones para manejar de manera más fácil.

Fuente: Kekutt (2017)

Entonces surge la necesidad de que las comunidades rurales deben integrarse a participar en la actividad turística, Oyarzun & Taucare (2018) explican que los beneficios que pueden obtener de ello son: económicos, oportunidades de trabajo, mejoramiento de la infraestructura, instalaciones y servicios, una planificación eficiente de los recursos mismos que ayuden a reducir los impactos negativos en el medio ambiente que se pueda originar en relación a la ejecución de la actividad turística.

Según Bonilla (2018) menciona que además de obtener beneficios económicos procedente del turismo, las comunidades generan valores como son la amistad, la generosidad, la responsabilidad y el respeto, la humildad, tolerancia y la solidaridad. Estos valores permitirán a que la relación con el turista sea más importante y valedera.

3.4. Dificultades del desarrollo turístico

Dentro de la actividad del turismo, Inostroza (2008) menciona la existencia de dos tipos: el primero hace referencia al Modelo Segregado en el que se integran a prácticas productivas basadas en el cultivo del banano, café y cacao, convirtiendo a las empresas de grandes capitales como las predominantes, haciendo que la población del lugar se convierta en mano de obra poco valorada. Aquí se emplean los principios establecidos por Taylor y Ford, como son la división moderna del trabajo y la producción en serie, ofreciendo servicios turísticos a bajos precios y generando el turismo masivo hacia estos lugares. El segundo es el Modelo Integrado, el cual vincula a las pequeñas y medianas empresas, por lo que el Turismo Comunitario está dentro del modelo integrado y en este caso no aplica los principios de Ford, ya que la actividad turística a más de ser un tipo de turismo no convencional genera mayor experiencia e integra a actores como los propios habitantes y los turistas. Es importante resaltar que, si existe abuso de poder y una incorrecta

distribución de la riqueza puede verse afectada la manera en que una necesidad pueda ser satisfecha o que posiblemente genere desconformidad y una mala relación entre las partes (Flores et al., 2016). Bajo el paradigma de que, si no se busca la conservación de los recursos naturales, el sector no podrá generar rentabilidad e implicaría la incapacidad de no poder potenciar sus patrimonios (Torres et al., 2016). Flores et al., (2016) indica que si la población habita en zonas inadecuadas y estas no puedan integrarse dentro del mercado turístico, corren el riesgo de que niños y jóvenes tengan que laborar bajo formas de aprovechamiento no adecuadas y en casos extremos que se ocasione la discriminación de la vida social y educativa. A su vez, como lo indica Inostroza (2008) el visitante no debe criticar el estilo de vida de los habitantes, mucho menos hacer grabaciones de la pobreza con la que este se enfrenta, ya que en Latinoamérica y dentro de ella el Ecuador está compuesto por pueblos y nacionalidades indígenas, agricultores campesinos que sufren de la falta de servicios básicos en la mayoría de casos dificultando el buen vivir (traducida al idioma Kichwa del Ecuador como “sumak kawsay”).

Como lo describe Mendoza et al., (2015) posiblemente, un campesino no ha percibido algún tipo de experiencia turística, lo cual hace que este no pueda satisfacer a las necesidades de los demandantes, incluyendo en ello la falta del conocimiento en la gestión de emprendimientos o sencillamente para suponer, implantar o manejar un negocio. Para aclarar este concepto Jiménez (2017) demuestra que la población rural necesita mayor capacitación enfocados al desarrollo turístico y dentro de ello las alternativas de acción que puedan generar, y de los diferentes destinos que se van generando con el tiempo en la cual si no se ofertan servicios de calidad no se podrá alcanzar el éxito del proyecto turístico.

En ese contexto, por más de que se realicen actividades turísticas en los sectores rurales, si estas no planifican y ejecutan de la manera correcta, no podrán promover el desarrollo económico de las familias y del sector (Pfeiff et al., 2018).

De acuerdo con la UNWTO (2017) señala que los impactos negativos más comunes a los que está expuesta la dimensión socioeconómica como parte del Turismo Comunitario, son las siguientes: la pérdida de la autenticidad cultural, incremento en el precio de la propiedad y por el uso del suelo, y que los únicos beneficiados por esta actividad turística sean únicamente los dueños de estos emprendimientos. Además Pilquimán (2016) en su estudio señala que los pobladores son conscientes de las diferencias y problemas que ocasiona la actividad turística, ya que estos se orientan en la competencia por hacer uso de los territorios ancestrales sin tomar en cuenta los riesgos a los que el medio ambiente se expone, por ejemplo el aumento de basuras y ruidos.

3.5. Motivadores del Turismo Comunitario

Los motivadores del Turismo Comunitario según Torres et al. (2016) los definen en seis componentes que se detallan a continuación:

- *Saberes comunitarios*: este se relaciona con la identidad y cultura propia de las comunidades mismas que poseen una amplia variedad de conocimientos que pueden ser puestas a mantener y cultivar en beneficio del bienestar local.
- *Conexión comunitaria*: las comunidades al poseer su propio reglamento interno precisan el cumplimiento de las reglas con responsabilidad a las tareas asignadas.
- *Trabajo en equipo*: la organización se hace mediante un conjunto de personas que tienen un fin en común, el logro de uno o varios objetivos planteados, en donde cada integrante contribuye con ideas que se suman a las acciones del equipo.
- *Visión social de progreso humano*: sea a corto o largo plazo, si la idea de progreso no es planificada en forma colectiva, sería difícil encontrar la prosperidad de las sociedades.
- *Creación de confianza en propios y extranjeros*: el turista posee la concepción de disfrutar e ilustrarse del poblador local.

- *Seguridad del desarrollo de la comunidad*: involucra la cooperación en el trabajo de la comunidad y de forma externa con las diferentes agencias turísticas para promocionar el mercado.

Además de los componentes descritos, el Turismo Comunitario implica una vivencia directa entre el turista y la localidad mediante una relación más profunda con los habitantes misma que se traduce en un proceso de vínculo cultural, partiendo del vivir diario de la persona, de la gastronomía del lugar, algún tipo de danza folclórica, o música tradicional, el paisaje, entre otros elementos más, son las que llaman la atención de los turistas (Bonilla, 2018). Por ejemplo, Pilquimán (2016) menciona en su estudio que el Turismo Comunitario en varias comunidades en Chile se ha convertido en una estrategia de supervivencia que abarca: primero la firmeza en proteger los espacios amenazados por interés públicos o privados que no tienen algún vínculo con la actividad turística, y segundo la revalorización de buenos conocimientos culturales como una maniobra para enfrentar el aprovechamiento incorrecto de los recursos.

Cabe destacar que la característica del turista actual es la de demandar servicios turísticos innovadores, sostenibles, y amigables con el ambiente, la biodiversidad originaria del lugar que incluya a especies únicas y el cuidado del medio ambiente o de los recursos que los pobladores utilizan para ofertar esta actividad (Vinasco, 2017). Calderon (2008) expresa que los intereses actuales para realizar el Turismo Comunitario se basan en las exigencias de que los valores y el estilo de vida de las comunidades rurales se expongan al turista de manera novedosa, y que estas zonas cuenten con espacios en la cuales el demandante se sienta parte de la naturaleza, sintiéndose uno con ella olvidándose de problemas como el stress derivada de la vida cotidiana urbana. Pilquimán (2016) determina que en la actividad turística quienes más intervienen son la población adulta más que la población joven; además, de que estos actores poseen iniciativas de turismo que una a todos los pobladores.

Para Borges (2017) la oferta turística parte de:

- *Atractivo que la comunidad posea:* sean estos, social, cultural, natural, o eventos, con el fin de atraer la inclinación de los turistas hacia estas actividades.
- *Transporte:* medio necesario para el desplazamiento de un lugar visitado a otro.
- *Hospedaje y alimentación:* estar en buenas condiciones en donde los individuos que pasen a utilizar de estos servicios se sientan satisfechos.
- *Servicios de apoyo:* dentro de este grupo están la seguridad comunitaria y pública, los centros de atención, la disponibilidad de los servicios básicos.
- *Comercialización:* capacidad de ofertar estos destinos turísticos a través de alianzas con agencias, las redes sociales o plataformas digitales.

Para garantizar y mejorar la imagen de la comunidad, Pfeiff et al. (2018) señala que además de que los beneficios obtenidos por la actividad turística sean destinadas a mejorar el saneamiento de las calles de las poblaciones, mediante programas ambientales que prioricen como elemento sustancial la educación ambiental, haciendo que el sector de una buena impresión a los individuos. Se puede decir entonces que no hay ninguna normativa pública que programe ordenada y sistemáticamente las actividades del Turismo Comunitario (Rodríguez, 2018).

3.6. Estrategias de gestión y control del Turismo Comunitario

La importancia de la gestión de los recursos que la comunidad posea, se caracteriza en que deben estar orientadas a mejorar el desarrollo socioeconómico del lugar, garantizando a su vez la conservación del patrimonio cultural (Orgaz, 2013); (Rodríguez, 2018). Para Félix (2018) el éxito empresarial no depende únicamente del atractivo medio ambiental o cultural, sino de las diferentes situaciones socio-organizaciones; es decir, en donde exista alianzas estratégicas, disponibilidad de personal y de capital, y los sistemas organizativos propios de lugar, y a su vez que exista un

control directo de la comunidad en la programación y manejo de las iniciativas, siendo la misma comunidad la propietaria del emprendimiento turístico (Inostroza, 2008). Por ejemplo, Flores et al. (2016) en su estudio demuestran que en el sector rural de Brasil, el Turismo Comunitario genera ingresos mucho más que la propia actividad agrícola, debido a que la labor familiar agrupada a más de poseer frutos de la siembra, estas han presentado señales bastantes positivas en la contribución de beneficios para toda la unidad familiar. Por lo tanto, es indispensable que se tomen medidas concretas en beneficio del desarrollo turístico local y sean los pobladores quiénes participen en la toma de decisiones, la evaluación y el seguimiento (Inostroza, 2008). Burgos (2016), menciona que actualmente este modelo turístico es potenciado en su mayoría por las comunidades indígenas, grupos étnicos y habitantes del sector rural, permitiendo que ellos sean los protagonistas en la planificación y control de la actividad turística.

Las funciones administrativas que deben realizar los líderes de las agrupaciones componen uno de los elementos más destacados, ya que estos se encargan de proveer insumos a todas las familias que forman parte del Turismo Comunitario, evitando el mal uso de los recursos en sus prácticas lucrativas (Félix, 2018). Según Vinasco (2017) menciona que la efectiva administración de los recursos brinda resultados de desarrollo para infraestructura, educación, salud, carreteras, comunicación, y sobre todo el empleo para mujeres y jóvenes dentro de la actividad turística.

Pilquimán (2016) explica que las formas de gestión familiar deben promover la importancia que tiene el turismo tanto como el turista, ya que estos serán los que les van a permitir mejorar los aspectos señalados por Vinasco (2017). Jiménez (2017) menciona que se debe establecer un plan turístico como primera opción para la puesta en marcha del turismo, para que los integrantes puedan observar de que atractivos están ofertándose a los visitantes. Pfeiff et al. (2018) demuestra que es necesario la implantación de un plan de gestión en el que se demuestren los procedimientos a realizar, con la finalidad de alcanzar la sustentabilidad turística y la vez minimizar los daños y

perjuicios que se puede ocasionar al ambiente y a las personas que visiten el lugar. Es importante que se inserte en los programas de gestión, la conservación de los valores culturales y ancestrales, alinear la participación de los involucrados en el cuidado del medio ambiente y de los atractivos expuestos a los visitantes, para una mejor utilización responsable y razonable de los recursos (Vinasco, 2017). En la Tabla 3 podemos observar las estrategias y programas que Jiménez (2017) presenta como resultado de su estudio para generar bienes y servicios con éxito:

Tabla 3: Estrategias, programas y actividades para la implementación del producto de naturaleza

Estrategias	Programas
Estrategia 1: Adecuar y mejorar las potencialidades turísticas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa para la selección de los atractivos, la infraestructura turística y la comunidad que va a participar. 2. Programa para el mejoramiento de los atractivos seleccionados y planta turística.
Estrategia 2: Efectuar acciones para desarrollar el turismo de naturaleza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de desarrollo de un producto ecoturístico. 2. Programa de desarrollo de un producto agroturístico.
Estrategia 3: Desarrollar el turismo comunitario y solidario en el territorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de análisis de los lineamientos nacionales de turismo comunitario.
Estrategia 4: Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano del territorio en lo referente al turismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa municipal de capacitaciones para la gestión del turismo.
Estrategia 5: Incentivar la aplicación de certificaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de reconocimiento de las certificaciones.
Estrategia 6: Implementar estrategias de seguridad para los visitantes en el territorio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de seguridad del territorio. 2. Programa de turismo responsable y sostenible.
Estrategia 7: Consolidar estrategias de promoción y comercialización lideradas por la Junta de Acción Comunal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de aplicación de la Política de Promoción y Mercadeo del Turismo. 2. Programa de comercio electrónico. 3. Plan de evaluación
Estrategia 8: Diseñar paquetes turísticos enfocados en turismo solidario y comunitario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programa de desarrollo de los posibles paquetes turísticos en el territorio. 2. Programa de comercialización de paquetes turísticos.

Fuente: Jiménez (2017, pp. 257–259)

3.7. Infraestructura y servicios

La participación comunitaria en el turismo, puede ser representada como una herramienta que permite obtener beneficios de empleo, social y económicos, que brinden la oportunidad de mejorar la infraestructura y los servicios para la comunidad y el entorno ambiental, mediante la gestión efectiva de los recursos (Oyarzun & Taucare, 2018). Por ello Orgaz (2013) revela que los servicios para la generación de la actividad turística deben cumplir con los requerimientos necesarios para el desarrollo sostenible, protegiendo conocimientos ecológicos que ayuden al cuidado y mejoramiento de los recursos naturales, la diversidad biológica, la flora y fauna, mediante los siguientes criterios: tener precaución; adoptar medidas respecto al accionar humano; usar recursos que no deterioren la calidad ambiental; establecer límites razonables de uso; y aplicar el principio “quien contamina paga”. Por ejemplo, en otros países se han adoptado medidas con el objetivo de fortalecer los productos y destinos turísticos contribuyendo al mejoramiento del Turismo Comunitario así como lo indica Burgos (2016):

- Proyectos sustentables, que propician la cooperación entre las comunidades cercanas para gestionar los recursos turísticos.
- Patrimonio nativo como elemento sustancial, favoreciendo el desarrollo de productos turísticos en coordinación con las comunidades locales.
- Directrices que impulsen el desarrollo del Turismo Comunitario, a través de la búsqueda de herramientas para mejorar los recursos turísticos, como a mejorar los espacios en donde se genera el movimiento turístico.

En el Ecuador, según Inostroza (2008) los paquetes de servicios turísticos enfocados a convivir con las personas de las diferentes localidades, se han convertido en las más significativas y competitivas, puesto que se puede adquirir a costos óptimos alojamiento, transportación y

alimentación haciendo que el turismo bajo la modalidad de Turismo Comunitario, Turismo rural o Turismo de convivencia, todas encaminadas a relacionarse con la naturaleza, la cultura y el estilo de vida de los indígenas y campesinos sean parte del beneficio mutuo. En su investigación Pfeiff et al. (2018) sugiere que se deberían crear eventos, poner mayor énfasis en fiestas tradicionales, ferias de productos gastronómicos, u organizar eventos artísticos con el fin de atraer turistas, para que la actividad turística se mantenga activa y no solamente en fechas determinadas. Por ejemplo Flores et al. (2016) explica que es indispensable la aplicación de nuevos proyectos que incluyan el mejoramiento continuo de la infraestructura rural y la capacidad de ofrecer servicios por los pobladores hacia los visitantes.

4. Procedimientos metodológicos

4.1. Enfoque y alcance del estudio

Para determinar el nivel de desarrollo turístico de las comunidades locales de Imbabura la presente investigación tiene un enfoque mixto, de alcance descriptivo. El enfoque de la investigación es mixto, ya que recoge, analiza y relaciona datos cuantitativos y cualitativos. En relación al alcance de la investigación, es un estudio descriptivo debido a que específicamente se pretende medir el nivel de desarrollo turístico a través de instrumentos que inicialmente fueron validados y de las variables descritas en la investigación.

4.2. Unidad de análisis

La unidad de análisis será la comunidad de San Clemente que tiene 20 organizaciones que ofertan el Turismo Comunitario en donde se aplicaron las entrevistas. Adicionalmente se realizarán encuestas a los pobladores de la misma comunidad que no forman parte de las agrupaciones que ofrecen los servicios turísticos para identificar su percepción en relación a la actividad turística y

al desarrollo local. Los habitantes que serán tomados en cuenta son aquellos que son denominados como jefes de familia y que pertenecen a la población en edad de trabajar (PET) que están en posibilidad de incursionar en alguna actividad turística que representa al 70.5% o 171 habitantes (INEC, 2018); (GAD-PLE, 2015), de las cuales se seleccionó al grupo que es parte de la Población Económicamente Activa (PEA) que representa el 68.1% del total. La cantidad de habitantes de dicho grupo es de 82 personas de las cuales solamente el 30.5% pertenece a la población productiva (GAD-PLE, 2015), dando como resultado 25 habitantes, con base a esa población la muestra es de 13 hombres (50.06%) y 12 mujeres (49.94%), por lo que se aplicará un total de 25 encuestas.

4.3. Periodo de referencia

Respecto al periodo de levantamiento de la información, los datos se refieren a los meses comprendidos entre abril y mayo de 2019.

4.4. Diseño de los instrumentos de recolección de datos

Se utilizará el instrumento de recolección de datos desarrollado en base al marco teórico propuesto en el capítulo anterior. El primer instrumento que se utilizará para la recolección de la información será la entrevista. Para lo cual se aplicará un cuestionario de 35 preguntas (ANEXO 1). La entrevista medirá cinco variables: 1) Potencial turístico y problemas de desarrollo (pregunta 1-6), 2) Motivadores del Turismo Comunitario (pregunta 7-11), 3) Estrategias de gestión y control (pregunta 12-18), 4) Infraestructura y servicios (19-29), 5) Perfil socio-demográfico (pregunta 30-35). Las variables “Potencial turístico y problemas de desarrollo”; “Motivadores del Turismo Comunitario”; “Estrategias de gestión y control”; “Infraestructura y servicios”; “Socio-demográfica”, a investigar fueron establecidas de acuerdo a los puntos señalados en el marco teórico.

El segundo instrumento de recolección de datos que se utilizará será la encuesta. En este caso se aplicará un cuestionario de 19 preguntas (ANEXO 3). Se utilizará el instrumento de recolección de datos desarrollado por Castillo & Sánchez (2017). La encuesta medirá tres variables: 1) Perfil socio-demográfico (pregunta 1-9), 2) Características y desarrollo del producto turístico (pregunta 10-16), 3) Perfil turístico del residente (pregunta 17-19). Para la construcción de las preguntas que medirán las variables “Socio-demográfica”; “Características y desarrollo del producto turístico”; y “Perfil turístico del residente” se utilizó el instrumento de Castillo & Sánchez (2017).

Para validar los instrumentos de recolección de datos, estos fueron analizados en primera instancia por un compañero de aula y por dos expertos del área (Un docente o un técnico) con el objetivo de determinar si las preguntas estaban correctamente formuladas, se entendían, y estas estaban encaminadas a recolectar información de cada una de las variables definidas. Para la validación de las preguntas se utilizó el protocolo establecido (ANEXO 2). Los expertos encargados en validar los instrumentos de recolección tanto para la entrevista como para la encuesta, fueron tres docentes de la carrera de Turismo los cuales poseían conocimientos en senderismo, proyectos y medio ambiente.

En el caso de la entrevista, la primera versión del cuestionario constaba de 38 preguntas, cuatro fueron eliminadas, seis modificadas y una incluida durante el proceso de construcción y validación de la herramienta. Por otro lado, el cuestionario de la encuesta constaba de 23 preguntas, cuatro fueron eliminadas, siete fueron modificadas y una fue incluida durante el proceso de construcción y validación de la herramienta.

Como último proceso de la validación de datos y antes de realizar el levantamiento de la información se aplicaron las pruebas piloto, en donde la entrevista se aplicó a uno de los integrantes de la organización que ofrecen los servicios turísticos, y por otro lado se aplicaron tres encuestas a las personas que no forman parte de la organización de Turismo Comunitario y que se encuentran

dentro de la población productiva de la zona. Una vez aplicada la prueba piloto de los cuestionarios se encontraron ciertos errores ortográficos que posteriormente se procedió a corregirlos.

4.5. Procedimiento de recolección de datos

El tiempo que se demoró en la recolección de datos fue alrededor de un mes. Para proceder con la aplicación de las entrevistas se indicó y realizó la petición al representante de todas las organizaciones que ofertan el Turismo Comunitario en la zona, en la cual manifestaba de que se espere hasta la siguiente semana mencionando que se mantendrá en contacto y que se adelantaría informando a los demás integrantes o en lo posible esperar hasta la próxima reunión en donde todos los integrantes estén presentes y que pueda dar a conocer el objetivo de la entrevista.

En vista de que no hubo ninguna comunicación con el representante de la organización se procedió a contactarse telefónicamente, en donde se estableció la fecha en la que el entrevistador deberá acercarse. Una vez llegada la fecha pactada y ya en la reunión se informó a los demás integrantes acerca del proceso de aplicar la entrevista, acto seguido la directiva de la organización indicó la importancia de la vinculación de las entidades educativas con las comunidades. La presidenta de la organización aprobó la autorización para proceder con el levantamiento de la información a partir de la segunda semana de mayo de 2019, mencionando también que el entrevistador se acerque a los hogares de estas familias que ofrecen los servicios turísticos. Ciertos entrevistados presentaban dudas o no entendían algunas preguntas debido a que existían algunos errores léxicos o de sintaxis, las cuales fueron aclaradas con el fin de recibir la información requerida.

Antes de aplicar las encuestas a los pobladores que no ofrecen servicios turísticos, se investigó por medio de los mismos moradores la manera de localizarlos para proceder con la aplicación de los formularios, que posterior a completar la encuesta se revisaba detalladamente para detectar posibles inconsistencias en las respuestas y poder corregirlas en el mismo instante.

Los datos que se recolectaron de las entrevistas serán transcritos a través de un software debido a que la información fue grabada para guardar todas las respuestas dadas por los entrevistados, mismos que finalizadas las transcripciones serán analizadas de acuerdo al proceso de investigación. Las transcripciones se encuentran en el Anexo 4. En el caso de las encuestas estas serán ingresadas a un programa de computador (Excel) para su debido análisis.

De los 20 integrantes de las organizaciones que ofrecen servicios turísticos, solamente se entrevistaron a 15 representantes, puesto que tres de ellos se retiraron del grupo y dos personas no se encontraban en circunstancias de responder a los cuestionarios; además de que la información descrita por los entrevistados empezaba a redundar, es decir, las respuestas fueron las mismas a partir de cierto número de entrevistado; la duración de la entrevista se realizó en un promedio de 35 minutos por cada representante. Por otro lado, se logró completar la aplicación de las encuestas a las 25 personas establecidas como la muestra; el tiempo promedio de duración de la encuesta fue de 8 minutos.

4.6. Procedimiento de análisis de datos

Luego de haber recolectado y procesado toda la información, posteriormente los datos fueron analizados a través de análisis de contenido y estadística descriptiva. Para lo cual se clasificaron en dos partes: a) análisis de la entrevista, la misma que contiene cuatro secciones que indican el desarrollo de la oferta turística; b) análisis de la encuesta, comprendida en dos secciones que detallan la percepción del residente acerca del desarrollo turístico de la zona. Los datos serán analizados a través de estadística descriptiva y análisis entre grupos de género utilizando la prueba t-Student.

5. Análisis y discusión

En este capítulo se realizan los análisis de las entrevistas aplicadas a los integrantes de la organización que ofertan el Turismo Comunitario como también se detallarán los impactos que generan el ejercicio turístico en la población mediante datos obtenidos por las encuestas en este caso aplicadas a los pobladores que no pertenecen a la organización. Por lo que el capítulo se divide en 6 secciones (cuatro que abarcan los datos obtenidos de las entrevistas y dos que tratan acerca de las encuestas), la primera demuestra el “potencial turístico y problemas de desarrollo”, en donde se puntualizan los lugares y actividades que son más requeridas por los visitantes y por otro lado las dificultades que se han presentado durante la operación turística indicando cómo lo han solucionado.

La siguiente sección “motivadores del turismo comunitario”, demuestra las razones por las que las familias se han dedicado a ofrecer el servicio turístico dentro de la comunidad de San Clemente. Así como los beneficios que perciben de la actividad del Turismo Comunitario.

Por otro lado, en la sección tercera “estrategias de gestión y control”, se describen las diferentes tácticas que se han tomado para manejar el movimiento turístico comunitario dentro de la organización mediante una distribución de turistas de acuerdo a sus exigencias. Como también el perfeccionamiento de las habilidades a través de capacitaciones o ayudas recibidas por entidades públicas y privadas.

Como cuarta sección “infraestructura y servicios” se presenta las condiciones con las que cuentan los recursos de la zona dentro de ella señalando los servicios turísticos que poseen las familias, su situación económica y qué políticas se aplican para la conservación de su patrimonio cultural y ancestral. Cuáles son los cambios originados por el desarrollo turístico, la vinculación con los miembros de la comunidad y la percepción que tienen estas familias sobre el Turismo Comunitario a futuro.

En las siguientes dos secciones se hablan sobre el perfil sociodemográfico del residente y las características del desarrollo turístico indicando el grado de satisfacción del desarrollo del turismo que tienen los pobladores de la zona.

5.1. Potencial turístico y problemas de desarrollo

Como se señalaba en el capítulo de los procedimientos metodológicos, se aplicaron 15 entrevistas a las diferentes familias que son parte de la organización que oferta el Turismo Comunitario, teniendo así la intervención de 6 mujeres y 9 hombres entre 18 y 56 años de edad, en su mayoría residiendo más de los 20 años en la zona.

De acuerdo a los datos demostrados en las entrevistas, se evidencia que los turistas disfrutaban del convivir con la familia que ofrecen los servicios turísticos los cuales serán indicados en una de las siguientes secciones, adquirir la experiencia de las actividades que realizan los pobladores, es la causa que más impacto genera en los turistas, es decir, son las costumbres y las tradiciones del pueblo indígena que atraen a los visitantes en su mayoría. Así como uno de los entrevistados lo afirma “Vienen a hacer las mismas actividades que nosotros a diario hacemos, por ejemplo, el tema de la... dependiendo de la temporada, a cosechar maíz o a sembrar maíz o a cavar papas en fin...” (Líder de la organización), por su parte otro entrevistado señala “las mujeres hacemos en artesanías en bordado entonces quieren conocer cómo es hacer un bordado ellos mismos, se vienen algunos quieren llevar ellos ya haciendo a su prenda de vestir si es hombre o mujer ellos mismo quieren llevar hecho” (Líder de familia 15). Por otro lado, algunos entrevistados indicaron que asisten también los aficionados por realizar actividades de aventura que incluyen cabalgatas, caminatas y sobre todo asensos por las montañas que rodean a la comunidad tal como lo indica otro de los entrevistados “el Taita Imbabura es un lugar podríamos considerar como un atractivo turístico en

donde realizamos caminatas eh bueno cabalgatas también dentro de la comunidad hay senderos, eh también podríamos utilizar, aunque esta fuera de San Clemente” (Líder de familia 10).

En el caso de las dificultades que se han presentado en el desarrollo turístico, cinco de los 15 entrevistados indicaron que han percibido que la insuficiencia de conocimientos patrimoniales impiden potenciar la transferencia de saberes con los visitantes así como lo asegura el entrevistado “Eh... las dificultades serían más bien en darle importancia o en una explicación del porqué realizamos, conocemos muy poco del valor de nuestras vidas, de nuestra cosmovisión, de nuestra identidad esa es más bien una dificultad” (Presidenta de la directiva de la organización), mientras que cuatro personas mencionan la necesidad de aprender al menos un idioma universal para mantener una comunicación eficiente con los turistas, argumento que es afirmado por un entrevistado “A veces con la comunicación, a veces por lo que no se entiende sería un poco, hay medio dificultades por eso si sería mejor de aprender a nosotros idioma de ellos...” (Líder de familia 7), así mismo señalaron la importancia de poseer aliados que brinden ayudas financieras o formativas para mejorar los sitios que se ofertan, tal como lo indica un entrevistado “...nosotros para esta actividad no hemos recibo ningún tipo de ayuda, diríamos ayudas financieras de hacia afuera o instituciones públicas nada....” (Líder de familia 3).

De acuerdo a los datos obtenidos, seis de los 15 entrevistados aseguran que el idioma ha sido un factor notable que genera inconvenientes haciendo que la familia no pueda dar respuesta a las necesidades del visitante según menciona un entrevistado “...nos daba vergüenza así conversar que ya que ahora sí lo que nosotros preparamos les gustará o no les gustará para todo eso era bien no daba recelo...” (Líder de familia 15), de la misma forma uno de los entrevistados menciona que las críticas destructivas forman malestares psicológicos “nosotros hemos sido mal visto pero sin sin ninguna razón porque ya digo no es que yo puedo vivir encima de los plásticos todo pero si tomamos en cuenta después nuestras tierras cómo iban a estar o sea nunca pensaron” (Líder de

familia 12). Sin embargo, cuatro personas mencionan que no tienen algún tipo de afectación, tal como lo menciona uno de ellos “hemos buscado gente que sabe del tema y nos hemos capacitado...” (Presidenta de la directiva de la organización)

De acuerdo a los datos obtenidos de las entrevistas, 13 de los 15 entrevistados indican que el trabajo en equipo y la auto preparación han sido las alternativas de solución más efectivas para enfrentar a los problemas, así como lo afirma un entrevistado “Aquí hemos tomado la solución más que todo en grupo que debemos trabajar más que todo conjuntamente trabajamos unido...” (Líder de familia 4), así mismo dos de los entrevistados mencionan que en primera instancia la inversión de los recursos para mejorar los lugares turísticos es lo más importante y por otro lado la precaución que se debe dar al factor alimenticio de los visitantes, tal como lo indicó un entrevistado “...hay visitantes que llegan de su país el primer día están aquí entonces debemos tener mucho cuidado...” (Líder de familia 13).

Finalmente se identificaron cinco alternativas que pueden impulsar al desarrollo turístico, uno de ellos y el que más relevancia tiene es el de incentivar a las demás comunidades a participar u ofrecer servicios turísticos, mencionados por los entrevistados; entre las demás opciones están que la propia comunidad busque o innove los productos turísticos, que las autoridades gubernamentales se involucren en esta actividad, que se recupere las costumbres y tradiciones ancestrales y darse a conocer al público, como lo menciona uno de ellos “...necesitaríamos más publicidad lo que es marketing” (Líder de la organización), así mismo otro entrevistado explica "...incorporar nuevas familias talvez no diríamos con las mismas actividades que nosotros estamos haciendo más bien buscar familias que tienen diferentes habilidades cada persona tiene su habilidad entonces buscar alternativas de que se integren más personas con diferentes cosas...” (Líder de familia 11).

5.2. Motivadores del Turismo Comunitario

En relación a la segunda sección se dialogaron preguntas afines con los motivos para que las familias se dediquen a ofrecer el servicio turístico en la comunidad. También se preguntó acerca del oficio al que se dedicaban antes de ofertar el turismo. Así como los beneficios que perciben de la actividad turística.

Según los datos recolectados de la entrevista, siete personas mencionaron que su principal motivo fue la necesidad de crear una fuente de trabajo dentro su entorno local, indicando que en la actualidad toda la familia está integrada en ofrecer los servicios de turismo comunitario; por otra parte, cuatro entrevistados indicaron que el rescatar las costumbres y tradiciones fue su principal razón, y mientras que tres personas mencionaron la importancia de lograr la sustentabilidad y la armonía con la naturaleza, tal como lo mencionó una de las entrevistadas “no es para nosotros el Sumak Kawsay tener una casa de lujo, tener unos carros de lujo, tener esto así ¡no!, sino para nosotros era un vivir en armonía en comunidad” (Líder de familia 3).

Respecto a la profesión dedicada antes de ofertar el turismo y de acuerdo a los datos obtenidos se identificaron que las actividades a las que se dedicaban antes de introducirse en el campo turístico en primer lugar y el cual fue mencionado por ocho entrevistados es la actividad artesanal (bordados y carpinterías), así lo afirma un entrevistado “Bueno yo también me dedicaba a la agricultura sembraba y de mi trabajo después de esto mi trabajo era la carpintería y yo hacía muebles también esa habilidad si me ha ayudado a mejorar aquí en la casa...” (Líder de familia 12). Las demás actividades que se pudieron identificar son la albañilería, servicios de limpieza, la agricultura y la panadería. Como lo explica un entrevistado “...es la agricultura que nos dedicamos la mayor parte de esta comunidad...” (Líder de familia 14).

En el caso de los servicios que ofrecen las familias integradas dentro del grupo de Turismo Comunitario están respectivamente entre las más mencionadas: primero y aquel que coincide con

todos los entrevistados, es la alimentación seguida por los hospedajes ofrecidos, también están los servicios de guías por los diferentes sectores y senderos de la zona, este último ya sea por medio de cabalgatas o a través de bicicletas que en su paso el visitante puede observar las artesanías elaboradas dentro y fuera de la comunidad, así como lo mencionó un entrevistado “...hacemos un plan de actividades, ya planificamos la hora de llegada para que las familias estén listas, que tengamos un sitio de encuentro y de ahí ya planificamos con las actividades que nomás vamos a hacer ello...” (Líder de familia 15).

Por último, en relación a los beneficios que genera el Turismo Comunitario la mayoría de las personas entrevistadas manifestaron de percibir una ayuda económica, como lo afirmó un entrevistado que ofrece hospedaje “haber primero un beneficio digamos económico, o sea hemos mejorado lo que éramos antes hace hace 17 años, hemos mejorado la cuestión, estas las condiciones de vida de las familias, el resto es el mejoramiento ambiental...” (Líder de la organización). Indican también que la transferencia de saberes y conocimientos es otro de los beneficios que han percibido en varias familias subrayando que trabajar con extranjeros hizo que se dieran cuenta de la importancia de mantener los saberes ancestrales y que estos permitan intercambiar culturas con los visitantes, así como lo menciona un entrevistado “...el beneficio sería lo que valoré lo que es lo nuestro, nuestra cultura, nuestra tradición...” (Encargado de guías). Por otra parte, indicaron que el ejercicio turístico en la comunidad ha generado que los adolescentes rescaten su cultura y como no también la presentación del entorno natural, es decir, que la comunidad se mantenga limpia, y con muchas áreas verdes. A este concepto, se lo puede justificar los resultados del estudio realizado por Burgos (2016), en el que indica que es una actividad que permite recuperar las costumbres y tradiciones únicas dependiendo del sector.

5.3. Estrategias de gestión y control

Dentro de esta sección se abordan las diferentes tácticas que se han tomado para manejar el movimiento turístico comunitario en la organización. Como también el desarrollo de las habilidades a través de capacitaciones o ayudas recibidas por entidades públicas, privadas o por los mismos integrantes con las diferentes familias que son parte de la estructura turística en la comunidad.

En relación a las capacitaciones que han recibido durante la operación turística se pudo distinguir que la atención al cliente es la que predomina sobre todas, así mismo se pudo observar que se han preparado en temas relacionados con la gastronomía (manipulación de alimentos), cómo mejorar las habitaciones, también en técnicas de guías, primeros auxilios, idiomas, y la cosmovisión andina, así como lo mencionó uno de los entrevistados "...estaba en cursos que le tocó en el turismo como estaba antes todito estaba aquí de Riobamba, estaba de aquí de Quito de Mindo así en todos lados iba en esos talleres con todos que estaban participando..." (Líder de familia 7); por otro lado, tres de los 15 entrevistados mencionan que no han recibido capacitaciones, pero que las habilidades las adquirieron mediante la observación y la práctica. Como lo afirmó un entrevistado "Para trabajar en esta actividad no, no he recibido, solo mirando así no más" (Encargado de guías). Respecto al apoyo que existe dentro de la organización, los actores entrevistados indicaron que la forma de cómo se apoyan los grupos de trabajo es por medio de dos procesos: a) los grupos realizan reuniones en las que discuten sobre acciones para coordinar, distribuir y mejorar los servicios turísticos, como lo menciona un entrevistado "...hemos venido trabajando bastante para nosotros poder mejorar seguir mejorando cada día para que los clientes estén bien y regresen contentos y para el futuro para que ellos puedan volver..." (Líder de familia 13), b) se han dado sugerencias a las familias con nuevas ideas. Aunque en algunos casos estas sugerencias no siempre son tomadas en cuenta.

En relación al origen del visitante se pudo distinguir que los norteamericanos son los que más visitan la comunidad, seguido por los canadienses. Por otra parte, de los países europeos los que predominan son alemanes, franceses y algunos de Asia. De igual manera señalaron la presencia de visitantes del Ecuador, así como lo afirmó una entrevistada “tenemos tal vez el 1% nacionales” (Presidenta de la directiva de la organización).

De acuerdo a la forma de relacionarse efectivamente con los visitantes la gran mayoría de los entrevistados mencionaron que la amabilidad y la confianza han sido los factores que han permitido lograr una alianza con las demás personas, como menciona un entrevistado “...siempre tomo mucho en cuenta desde nuestros abuelos mmm, es, pienso que siempre tenemos esa amabilidad natural de tener nosotros no, que cada persona que venga sea un turista o no sea un turista siempre acogemos con amabilidad siempre” (Bordador).

En cuanto a la forma de cómo se mide la satisfacción de los turistas, todos los entrevistados coincidieron en que principalmente se lo hace fijándose en la felicidad reflejada en el rostro de los turistas al momento de despedirse de las familias, para ellos esta es una forma que expresa confianza, tal como lo afirma un entrevistado “...pienso que la satisfacción está en que ellos a voluntad de ellos siempre expresan un agradecimiento así muy... con palabras diríamos no, un agradecimiento por haber conocido esta, este lugares y que van a volver luego y han vuelto...” (Bordador). Solamente algunos entrevistados mencionaron que poseen un documento en el cual se registran los comentarios citados por los turistas.

Como última pregunta de la sección, seis de los 15 entrevistados mencionaron que los proyectos sustentables que ayuden tanto al desarrollo de la comunidad como de la organización de Turismo Comunitario son muy importantes, puesto que solo así se podrá integrar a todos los habitantes de la comunidad dentro de la actividad turística, en lo posible incrementando actividades que vincule el bienestar del ambiente, así lo mencionó un entrevistado “para que se mejore lo que es el

desarrollo aquí en el turismo sería bueno implementar todo lo que es, nuevos atractivos pero basados desde nuestra vivencia o sea nada de que venga a interferir en nuestra vivencia”. (Presidenta de la directiva de la organización).

Cabe mencionar que según indicaron los entrevistados, las únicas instituciones que han ofrecido ayuda en diferentes cuestiones es el FEPP y la UTN.

5.4. Infraestructura y servicios

En esta sección se trataron preguntas como las condiciones con las que cuentan los recursos turísticos señalando aquellos que poseen las familias, la situación económica, políticas aplicadas para la conservación del patrimonio cultural y ancestral. Aquellas que identificaron los cambios originados por el desarrollo turístico, la vinculación con los miembros de la comunidad y la percepción que tienen estas familias sobre el Turismo Comunitario a futuro.

Por ello señalaron que los recursos en su mayoría se encuentran en una posición bastante favorable para la actividad turística, como lo afirmó una entrevistada “...los espacios verdes es toda la comunidad en las condiciones también hemos trabajado bastante y ahorita pienso que hemos logrado sacar adelante a la comunidad también al grupo, aunque nos han hablado nos han criticado, pero estamos trabajando.” (Líder de familia 4).

La reforestación es otro de los temas que más se han puesto en práctica, ya que para ello se han plantado muchas especies de plantas nativas y la vez han tratado de mantener un estricto cuidado respecto a la basura en estos espacios, así lo afirmó un entrevistado “Cuidado del medio ambiente si, ahí si no, no quemar pues, más o menos en eso veranos, eso sería más o menos de medio ambiente por ejemplo sembrar plantas, más plantas nativas más que todo...” (Líder de familia 7).

Del mismo modo, las familias que están vinculadas en actividades como la gastronomía, el hospedaje, artesanía, alquiler de caballos y bicicletas, guías y presentaciones de grupos

musicales o de danza, deben involucrarse permanentemente en seguir mejorando los recursos por el bien de la comunidad. Dentro de este contexto 13 de los 15 entrevistados indicaron que no poseen un tiempo determinado solamente para la actividad turística sino más bien estén o no estén los visitantes el factor tiempo es dedicado a las demás actividades como la agricultura, el aseo o la remodelación de los hogares. Así como lo aseguró una entrevistada "...bueno sería también a diario porque siempre estamos trabajado en nuestras casitas, sería para la actividad turística y para la familia, no sería netamente solo para la actividad turística sino para la familia que trabajamos a diario..." (Líder de familia 5).

En relación al mejoramiento de la situación económica de los entrevistados, estos mencionaron que al obtener ingresos del turismo ellos lo invierten en mejorar sus hogares, en la educación, la alimentación, la salud, es decir, destinan el recurso económico a mejorar su estilo de vida, tal como lo afirmó un entrevistado "...si nos ha entrado un poco más de recursos así podemos nosotros distribuir en nuestra familia como en la educación como tal vez un poco más en calidad de vida de la familia mismo pienso de que es mejor..." (Líder de familia 13); mientras que una persona consideró a la situación económica como innecesario, sino más bien manifestó que para él lo importante es el respeto a las plantas, subrayando que lo sustancial es vivir en armonía con la madre naturaleza.

Se identificaron tres situaciones en las cuales han influido las políticas señaladas por la organización al desarrollo de la actividad. La primera y aquella que coincide en la mayoría de los entrevistados es la cultura de arrojar la basura en los lugares respectivos, reciclar y reutilizar para crear un ambiente más sano en la zona. Según lo dicho por un entrevistado "si vemos una basura o un plástico que esté por ahí nosotros recogemos y ponemos en un tacho de basura y se ve el entorno más limpio no..." (Bordador); así mismo otro factor indicado es el cuidado que se le da a la naturaleza, es decir, las familias están tratando de dejar a un lado el uso de químicos en la

producción de sus hortalizas; como también prohibiendo el uso de sustancias como el alcohol evitando una mala imagen del sector, así como lo señala uno de los entrevistados “...estamos haciendo un abono mejorado aquí mismo en la comunidad, se llama bocachi... y muchos insumos más contra plagas y insectos, y esas cosas con plantas nativas de aquí del sector mismo, aja...” (Encargado de guianzas). En esta parte es importante recalcar lo señalado por un entrevistado el cual explicó que los visitantes europeos son más conscientes con el cuidado de la flora, algo que en los visitantes nacionales es muy distinto insistiendo en que la cultura ecuatoriana tiende a ser más destructiva.

Por ello es importante mencionar que los cambios que han generado el ejercicio del turismo en la comunidad son muy positivas, ya que se pudo identificar que al menos las familias que ofertan el Turismo Comunitario han logrado recuperar el valor cultural indígena, incluidas la vestimenta y el idioma, así lo determinó un entrevistado “...más bien el turismo nos ayuda a fortalecer lo que es nuestra identidad hay más grupos de música por ejemplo hay grupos de danza y el turismo ha sido el que ha fortalecido esto...” (Presidenta de la directiva de la organización); así mismo coincidieron que se ha fortalecido la puntualidad y el respeto con los demás. También señalaron que varios jóvenes y adultos de la comunidad se han involucrado directa o indirectamente en la actividad turística, ya que ofrecen productos como café de haba, o realizan ferias un día específico en la semana ofertando sus productos orgánicos, otros ofreciendo servicios de música o danza tradicional; además algunos entrevistados opinaron que la actividad turística es un motor que está cambiando la conciencia hasta de los niños, haciendo que estos se preocupen acerca de la imagen del sector, así lo mencionó una entrevistada “...los niños habían reunido todos al carro le habían... de La Esperanza al carro le habían acorralado y le habían hecho coger la basura del piso que ponga en el basurero, entonces los niños pequeños de la escuela hacen eso...” (Líder de familia 3).

Por último en relación a la visión que tienen a futuro acerca del desarrollo turístico de la comunidad. La coordinación y las alianzas estratégicas con el resto de las comunidades permitirá mejorar al desarrollo turístico, opinan algunos entrevistados, mostrando el camino a seguir a las futuras generaciones para que ellos tomen las riendas de estos emprendimientos, como lo señaló un entrevistado "...deben mantener como patrimonio de la familia para que éste no se termine porque esto es un fuente de trabajo y deberíamos ir siempre hemos estado poco poco incrementando cuánto preparando a otras familias para que vayan otras familias también integrando..." (Líder de familia 15); otro criterio importante es que se diversifiquen las actividades, se busquen un nuevo atractivo sustentable y con identidad propia a través de la innovación permitiendo la llegada de más turistas; por otro lado dos personas entrevistadas mencionaron que por el crecimiento poblacional de las zonas urbanas los sectores rurales que ofertan el turismo se verán amenazadas y limitadas para ofrecer los servicios turísticos, así lo determinó un entrevistado "...yo veo que tal vez nos vienen encima las construcciones de la ciudad, las urbanizaciones y no sé cómo al final va a ser, creo que nos toca aplicar un... ya un sistema de que hasta aquí no más llegan..." (Encargado de guías).

5.5. Aspecto sociodemográfico del poblador

En relación al aspecto sociodemográfico de los pobladores que no pertenecen al grupo que ofertan el turismo los cuales fueron tomados como la muestra, se observa en la Tabla 4 que la mayoría de los encuestados son residentes de la comunidad de San Clemente que habitan en el lugar por más de 20 años (88%). En el caso del nivel de preparación la mayoría posee estudios secundarios, sin embargo, existen personas que han completado la primaria y el nivel superior los cuales poseen el mismo porcentaje (20%). Gran parte de los encuestados (96%) señalan que dominan el idioma español y solamente una persona indica su especialización en el inglés. De la misma manera se

puede observar un porcentaje significativo (48%) que poseen un ingreso mensual equivalente al salario básico (\$395).

Tabla 4: Indicadores sociodemográficos de los pobladores

Variables	Grupo	%	Variables	Grupo	%	
Genero	Masculino	52%	Estudios finalizados	Sin estudios	-	
	Femenino	48%		Estudios primarios	20%	
Lugar de residencia	Chirihuasi	4%		Secundaria/Bachillerato	48%	
	San Clemente	96%		Superior/Universitaria	20%	
	La Magdalena	-		Otros	12%	
	Zuleta	-		Idiomas que domina	Español	96%
	Angochagua	-			Inglés	4%
Años de residencia	Menos de 2 años	-			Portugués	-
	De 2 a 6 años	4%		Italiano	-	
	De 7 a 10 años	-		Otros	-	
	De 11 a 20 años	8%	Nivel de ingreso mensual	Menos de \$395	48%	
	Más de 20 años	88%		\$395 - \$700	32%	
		\$700 - \$1200		16%		
		\$1200 - \$1500		-		
			Más de \$1500	4%		

5.6. Características del producto turístico

De la misma manera se trató de identificar el valor que les dan los pobladores a los servicios afines con la oferta turística en la comunidad, por lo que se aplicó una escala de Likert con cinco alternativas (1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Aceptable, 5-Completamente). De tal modo que los resultados se muestran mediante un promedio dividido en dos segmentos (Hombres y Mujeres), en donde los datos demuestran que los hombres sienten mayor satisfacción con dos aspectos en general: primero con la unión social y segundo con el aspecto medioambiental; sin embargo, en el caso de las mujeres colocan a la satisfacción medioambiental como la primera, seguida por las oportunidades de entretenimiento como espacios verdes. Los aspectos menos valorados por ambos grupos son los que tienen que ver con los servicios básicos y el internet (Figura 1).

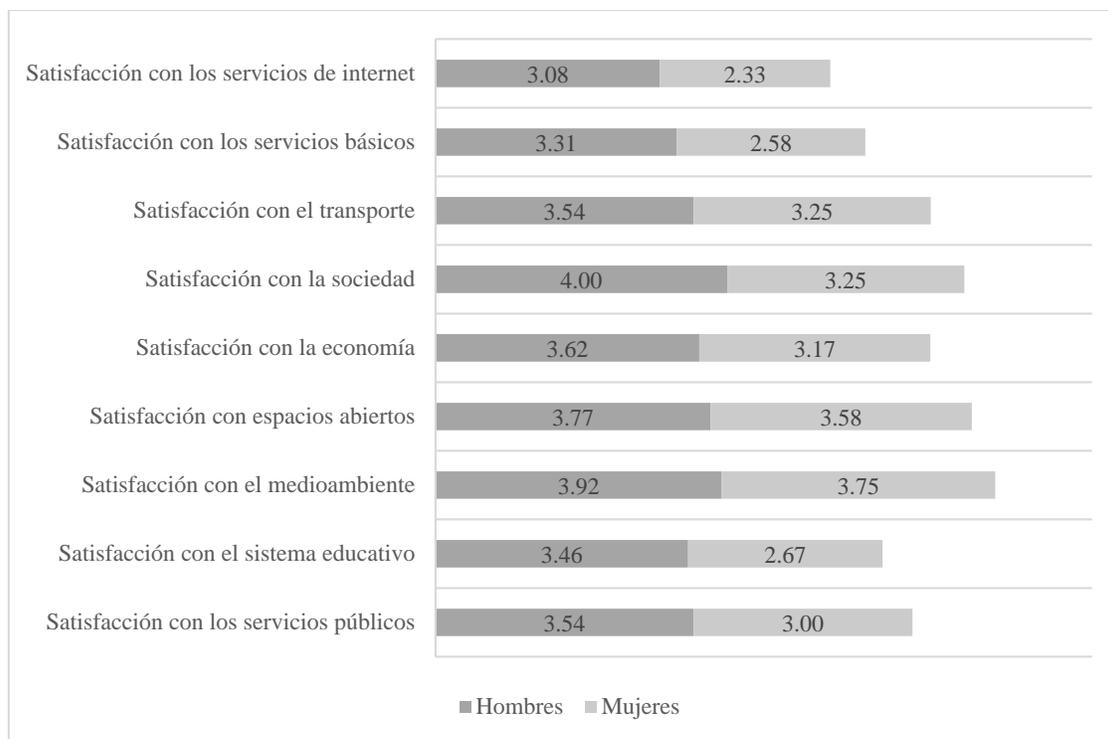


Figura 1: Nivel de satisfacción del poblador

En relación al crecimiento de la oferta turística en la comunidad se pudo evidenciar que los residentes de la población aprecian que el turismo se ha desarrollado medianamente, calificando a este elemento con una puntuación de 3.36 (algo). Este resultado puede ser efecto de la falta de apoyo de las autoridades en involucrarse en actividades vinculadas con la comunidad y puede también derivarse de la falta del interés de los mismos pobladores. De igual manera se trató de estimar la percepción del potencial de la comunidad turísticamente por los encuestados donde se obtuvo un resultado que no sobrepasa la valoración 4 (bastante), por lo que los mismos pobladores mencionaron la existencia de productos turísticos que no han sido propuestos a los visitantes, pero que la vivencia ancestral indígena y artesanías son las que hacen que la comunidad sea destacada como un destino turístico.

Asimismo, en la Figura 2 se observa la percepción del poblador con los aspectos vinculados con la oferta turística de la comunidad para lo cual se aplicó una escala de Likert que contiene cinco

opciones (1-Muy Malo, 2-Regular, 3-Bueno, 4-Muy Bueno, 5-Excelente). Como resultados se observa que los dos grupos consideran como buenos y muy buenos a los aspectos afines a la actividad del turismo. Los encuestados del género masculino valoran con una calificación de cuatro a los aspectos tales como la seguridad que existe en la zona, la hospitalidad de los habitantes y la conservación de la flora y fauna de la comunidad. En el caso de las mujeres consideran que la flora; la fauna y la limpieza del lugar son los aspectos que mejor realce proporcionan a la comunidad. De igual manera se puede observar que las actividades culturales son estimadas con una puntuación muy considerable coincidiendo con los resultados obtenidos por Castillo & Sánchez (2017). Estos elementos son esenciales para la oferta del Turismo Comunitario, ya que la preservación del entorno natural y cultural permitirán mejorar el desarrollo económico de quienes estén involucrados en esta actividad (Orgaz, 2013). Por otro lado, los aspectos menos valorados por los pobladores son la restauración y las telecomunicaciones.

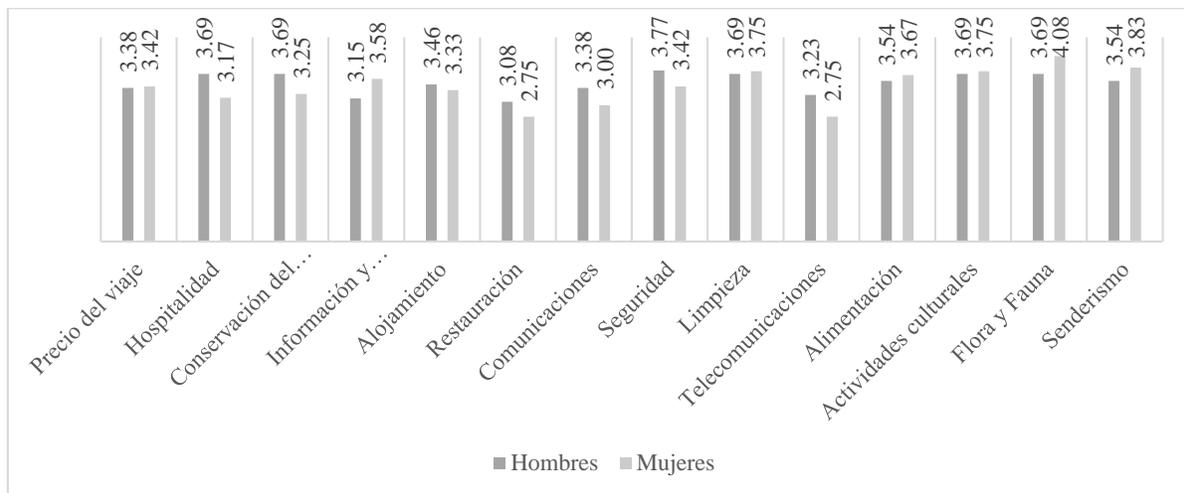


Figura 2: Niveles de la oferta turística

Al realizar la comparación entre el género masculino y femenino se puede distinguir que no existe una diferencia notable entre los dos grupos, y que para su respectiva verificación se realizó el análisis de la varianza, en donde los resultados del cálculo de la prueba t-Student ningún valor fue menor al nivel de confianza <0.05 , es decir no existe una diferencia estadísticamente significativa

de la percepción de los aspectos vinculados con la actividad turística de la comunidad sea del género masculino o femenino.

La Tabla 5 muestra el análisis de la varianza de los niveles de la oferta turística, donde se observa que no existe ninguna variable que tenga alguna diferencia entre los grupos (Hombres y Mujeres).

Demostrando que todas las variables poseen el mismo nivel de percepción.

Tabla 5: Análisis de la varianza de los niveles de la oferta turística

VARIABLES	T-Student*
Precio del viaje	0.9427737
Hospitalidad	0.30043475
Conservación del entorno	0.33947228
Información y señalización	0.2067288
Alojamiento	0.7337335
Restauración	0.52650886
Comunicaciones	0.30240803
Seguridad	0.34540905
Limpieza	0.860017
Telecomunicaciones	0.14477549
Alimentación	0.70362093
Actividades culturales	0.78206263
Flora y Fauna	0.34579223
Senderismo	0.51761158

*Nivel de confianza 0.05

Adicionalmente, se ha medido el nivel de satisfacción que poseen los pobladores de la zona con el desarrollo turístico mediante impactos ligados con la economía, socio cultural y ambiental, agrupándolos dentro de factores positivos y negativos. Partiendo de aquello se puede observar que los habitantes expresan un grado de conformidad de manera positiva, principalmente con los impactos socio cultural y los que tienen que ver con el ambiente. En su mayoría recalando a aquellos como el mejoramiento de espacios protegidos, así como el sentido de pertenencia hacia la comunidad, la protección del medioambiente. En cuanto a los impactos económicos, la recuperación de la costumbre y el mejoramiento del nivel de vida son aquellos que mayor importancia tienen a diferencia de las demás (Figura 3).

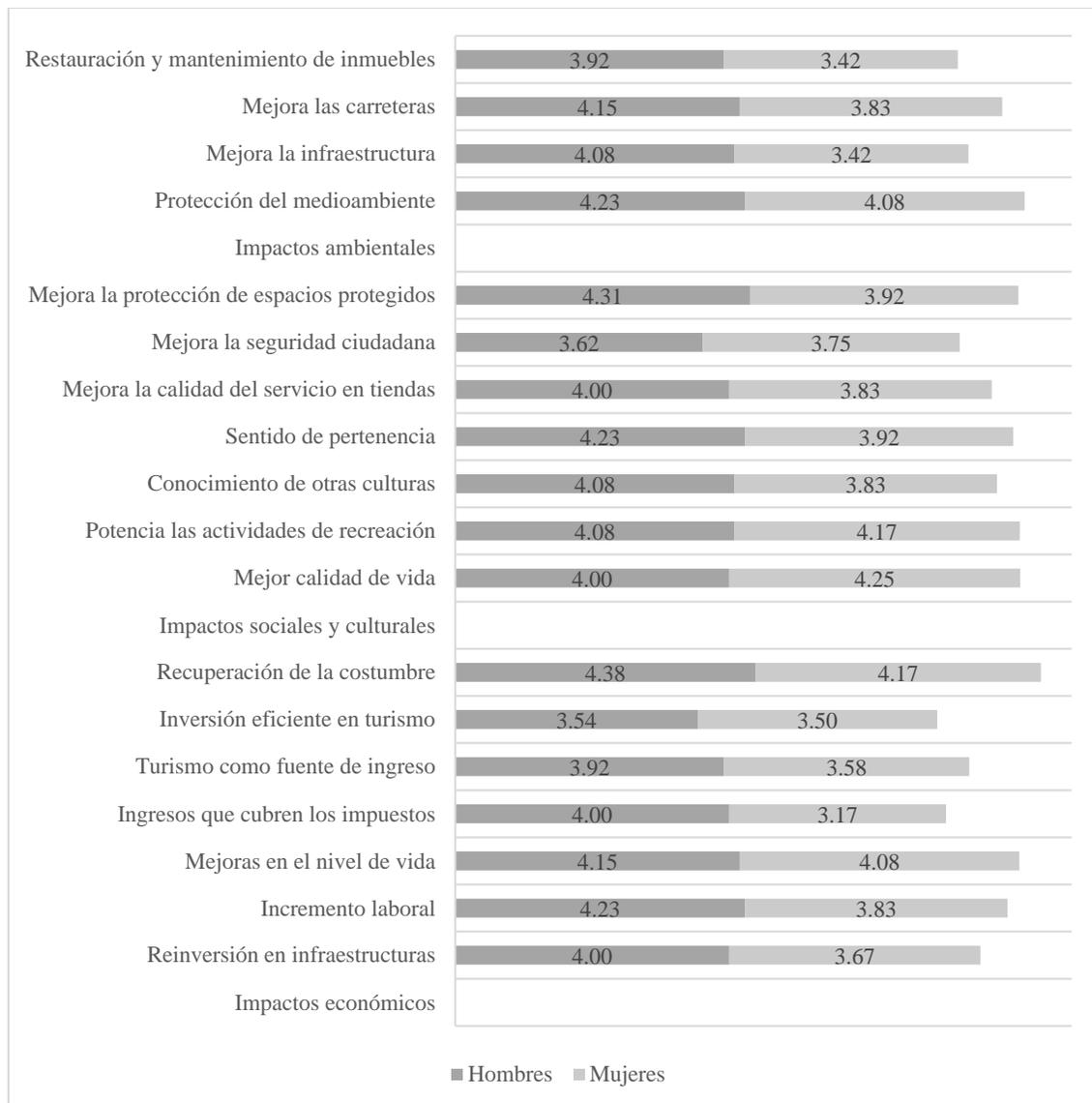


Figura 3: Percepción del efecto positivo del turismo

Del mismo modo, la Figura 4 indica la apreciación negativa de los residentes con los impactos anteriormente señalados. Por lo tanto, se puede observar que ambos grupos perciben que la oferta turística en la zona genera un leve incremento del precio de la vivienda, como también el incremento del precio de las actividades comerciales (3.31). Estos resultados coinciden con otras investigaciones que estudian los impactos que genera la actividad del Turismo Comunitario en la zona (Castillo & Sánchez, 2017). De igual manera el impacto ambiental es otro aspecto que genera incertidumbre en las residentes del género femenino puesto que ellas consideran que la presencia

de visitantes aumenta la contaminación ambiental (desechos, agua, aire y ruidos) (2.92). Además, se puede observar que los pobladores aprecian que el turismo no es generador de problemas como el vandalismo y alcoholismo; en su mayoría los encuestados del sexo masculino señalan que los visitantes gozan de mayor privilegio a diferencia de los propios pobladores de la zona.

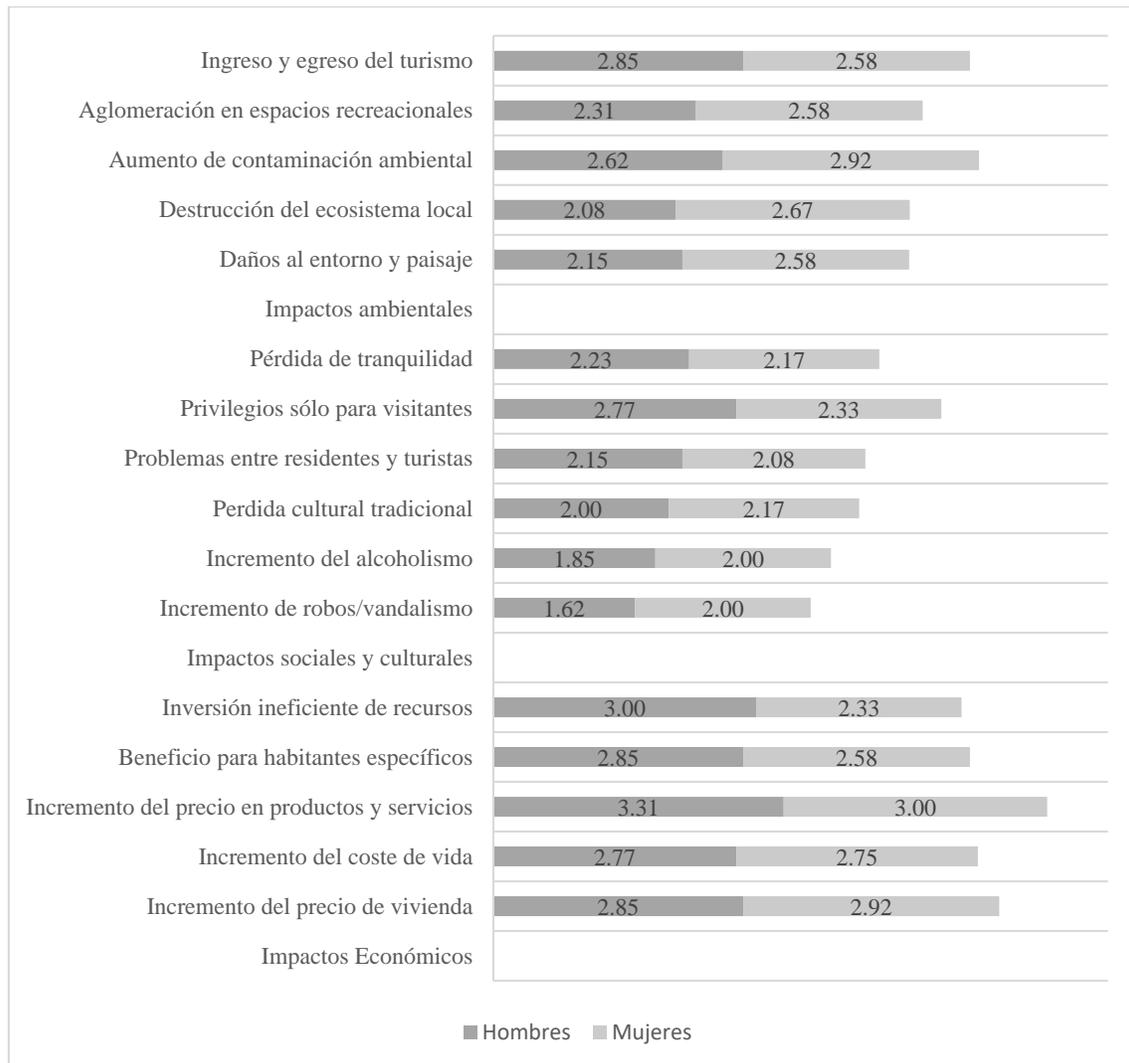


Figura 4: Percepción del efecto negativo del turismo

Dentro de la comparación realizada entre los dos grupos se puede observar que dentro de la percepción positiva de la actividad turística no existe una diferencia considerable. Para justificar esta comparación de los dos grupos (hombres y mujeres) se efectuó el análisis de la varianza, en donde al realizar el cálculo de la prueba t-Student se tiene un resultado de $t(25) = 2.06$;

$p=0.02254123 < 0.05$, demostrando la existencia de una diferencia estadísticamente significativa de los impactos económicos de ambos grupos.

No obstante, en la Tabla 6 se presenta el análisis de la varianza de la percepción del efecto positivo del turismo, donde se observa que dentro del impacto económico solamente la variable ingresos que cubren los impuestos posee una diferencia. A pesar de la diferencia señalada, se muestra que las demás variables poseen el mismo nivel de importancia.

Tabla 6: Análisis de la varianza de la percepción del efecto positivo del turismo

Impacto	Variable	t-Student*
Económicos	Reinversión en infraestructuras	0.65675598
	Incremento laboral	0.47806095
	Mejoras en el nivel de vida	0.82703393
	Ingresos que cubren los impuestos	0.02254123*
	Turismo como fuente de ingreso	0.57774163
	Inversión eficiente en turismo	0.76550924
	Recuperación de la costumbre	0.60467384
Sociales y Culturales	Mejor calidad de vida	0.43565749
	Potencia las actividades de recreación	0.64029738
	Conocimiento de otras culturas	0.70912899
	Sentido de pertenencia	0.59506292
	Mejora la calidad del servicio en tiendas	1
	Mejora la seguridad ciudadana	0.55234823
	Mejora la protección de espacios protegidos	0.48335118
Ambientales	Protección del medioambiente	0.74682801
	Mejora la infraestructura	0.21842768
	Mejora las carreteras	0.4350463
	Restauración y mantenimiento de inmuebles	0.39279188

*Nivel de confianza 0.05

De igual manera al realizar la comparación entre los grupos masculino y femenino, en el caso de la percepción de los efectos negativos del turismo al igual que el caso de los efectos positivos se puede observar que no existe una diferencia significativa, para verificar este resultado se realizó el análisis de la varianza, los cuales se puede observar en la Tabla 7, el cual muestra el cálculo de la prueba t-Student el cual indica que existe una diferencia estadísticamente significativa dentro del impacto económico con un resultado de $t(25) = 2.06$; $p=0.0483 < 0.05$. En el caso de los demás impactos (socio culturales, y ambientales) los resultados del análisis de la varianza indican que no existe una diferencia significativa y que todas las variables tienen el mismo nivel de percepción e importancia.

Tabla 7: Análisis de la varianza de la percepción de los efectos negativos del turismo

Impacto	Variable	T-Student*
Económicos	Incremento del precio de vivienda	0.85401464
	Incremento del coste de vida	0.95237311
	Incremento del precio en productos y servicios	0.50413246
	Beneficio para habitantes específicos	0.24513184
	Inversión ineficiente de recursos	0.04831592*
Sociales y Culturales	Incremento de robos/vandalismo	0.11913377
	Incremento del alcoholismo	0.51664384
	Perdida cultural tradicional	0.30791307
	Problemas entre residentes y turistas	0.66713591
	Privilegios sólo para visitantes	0.41819279
	Pérdida de tranquilidad	0.8079642
Ambientales	Daños al entorno y paisaje	0.1 4661682
	Destrucción del ecosistema local	0.059903
	Aumento de contaminación ambiental	0.3 1158165
	Aglomeración en espacios recreacionales	0.23306466

*Nivel de confianza 0.05

Del análisis de la varianza de cada uno de los efectos, se puede señalar que dentro del impacto económico positivo la variable ingresos que cubren los impuestos y en el caso del impacto económico negativo la variable inversión de recursos ineficiente son aquellos que mayor grado de percepción ha generado en los dos grupos encuestados con resultados que estadísticamente son significativos. No obstante, el encuestado percibe al desarrollo del Turismo Comunitario como un tipo de beneficio personal.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue determinar el nivel de desarrollo turístico de las comunidades locales de Imbabura, construyendo una base de datos mediante la aplicación de herramientas que permitan conocer el proceso e impactos de desarrollo del Turismo Comunitario.

Se identificó que las potencialidades turísticas que ofrecen los sectores locales son aquellas relacionadas con las costumbres y tradiciones autóctonas de la zona, la cercanía a los volcanes como el Imbabura o el Cubilche es otro de los factores que genera el movimiento de visitantes en la comunidad sin embargo, la comunidad posee recursos suficientes en los que se podría generar nuevas potencialidades como la diversificación de las artesanías de madera, implementar el Canopy o el Parapente, deportes que son parte de las actividades de aventura para que el nivel del desarrollo

turístico esté dentro de un escenario próspero. Respecto a los problemas que dificultan el desarrollo del turismo la pérdida de la cultura local, los escasos conocimientos en idiomas extranjeros, el poco apoyo recibido por las instituciones públicas y privadas, son las que mayor repercuten en la disminución al mejoramiento del desarrollo turístico local; a pesar de ello, el trabajo en equipo de los participantes que ofertan el turismo ha sido efectivamente la solución para enfrentarse a las dificultades.

Respecto a los motivadores de la realización del Turismo Comunitario en la zona, la necesidad de poseer una fuente de trabajo, rescatar y conservar la cultura indígena; así como aquellas que se relacionan con la protección del entorno natural fueron las razones sustanciales para que se oferte el turismo en la comunidad; además de que las habilidades (albañilería, carpintería, panadería, agricultura, limpieza, bordados, docencia) obtenidas antes de situarse dentro del ejercicio turístico estimularon su participación. Estas experiencias deben ser las que permitan potenciar su estilo de vida, alimentación, artesanías y senderos que darán paso al crecimiento del visitante y a su vez alcanzar situarse dentro de un nivel alto de desarrollo turístico. Además, resultó claro que el beneficio del turismo son el ingreso económico, la transferencia de saberes y conocimientos; así como la recuperación de la cultura en la juventud actual y un mayor grado de involucramiento dentro de la conciencia ambiental.

En cuanto a las estrategias de gestión y control del Turismo Comunitario se identificó que se han capacitado en temas vinculados con la atención al cliente, la gastronomía, primeros auxilios y cursos de idiomas; cabe mencionar que anteriormente existió una relación con la UTN el cual fue bueno y que a su vez permitió expandir las ideas de innovación y mejora de platillos gastronómicos por los mismos involucrados en la organización. Las constantes reuniones han sido una manera efectiva de programar las acciones para coordinar, distribuir y mejorar los servicios turísticos ofertados a visitantes que asisten a la comunidad que en su mayoría son de Norteamérica, Europa

y Asia. Los componentes fundamentales que han contribuido a que tanto la familia que oferta el turismo como el visitante gocen de una relación efectiva son la amabilidad y la confianza prestada por ambas partes, pues estos son aquellos que han generado la satisfacción en los turistas haciendo que expresen una felicidad palpable por las familias, expresión que ha sido utilizada como forma para medir el agrado con los servicios recibidos. El Turismo Comunitario es una actividad que requiere de la construcción de proyectos sustentables que ayuden a todos los residentes de una comunidad.

En relación a la infraestructura y los servicios ofrecidos a los turistas como último factor que fue analizado, se observa que las condiciones de los recursos para ofrecer el turismo están dentro de una posición favorable, pues las familias se interesan en mejorar progresivamente el estado de la flora y fauna de la comunidad con programas de reforestación y mantenimiento. Estos esquemas son aplicados bajo una normativa que incide al cuidado ambiental. Respecto a los servicios ofrecidos se identificó a aquellas que son mayormente demandadas por los visitantes entre ellas están la gastronomía, el hospedaje, las artesanías, presentaciones musicales o de danza, guianza y caminatas en caballos y actividades de aventura en bicicletas; estas actividades generan ingresos económicos que son destinados al mejoramiento de los espacios turísticos, del mismo modo para cubrir las necesidades básicas de las familias.

Por otro lado, en relación a los aspectos sociodemográficos del poblador que no ofrece servicios turísticos se observó que la mayoría residen por más de los 20 años en la zona los cuales tienen estudios secundarios que perciben un nivel de salario básico.

De acuerdo con los grupos divididos para determinar el grado de satisfacción de la oferta turística en la zona se identificó que los encuestados perciben un alto valor de bienestar generados por la actividad turística considerando a la seguridad, la hospitalidad y la conservación del medio natural con una opinión favorable. Además, los residentes señalan que el nivel de desarrollo turístico ha

sido medianamente, pues se debe a la falta de interés del mismo poblador, así como el poco apoyo recibido por terceros. Sin embargo, en relación a la información recolectada a los pobladores de la comunidad que no actúan en la organización del Turismo Comunitario son conscientes del potencial turístico existente en la comunidad. Respecto a la apreciación positiva de los impactos económicos, el residente valora sobre todo al aspecto que tiene que ver con los ingresos que cubren los impuestos como (terreno, vivienda), y en el caso de la apreciación negativa de igual manera coincide con el aspecto económico, la inversión ineficiente de los recursos, es la que más repercute de la operación turística; los impactos sociales y ambientales poseen el mismo grado de importancia.

Entonces, San Clemente es un lugar que ha conseguido potenciar el Turismo Comunitario de manera sostenible generando que el poblador se sienta satisfecho con la actividad; es así que a través de los resultados de las entrevistas y encuestas se puede observar que es necesaria la vinculación de las comunidades, sus habitantes, las autoridades públicas u organizaciones privadas, pues solo así se logrará innovar e incrementar los productos turísticos a largo plazo.

Finalmente, en relación al nivel de desarrollo turístico de la comunidad, esta se encuentra dentro de un rango medio, debido a que existen potencialidades turísticas que pueden ser implementadas; existen dificultades como el idioma y la pérdida de la cultura ancestral las mismas que podrían ser solucionadas con los beneficios obtenidos de la operación turística como parte de los motivadores del Turismo Comunitario. En cuanto a las estrategias de gestión y control turístico las familias tienen su propio método de trabajo el cual permite que siga mejorando la actividad del turismo. En cuestión a la infraestructura y servicios, si poseen los recursos suficientes mismos que impulsan el crecimiento turístico en la zona.

Recomendación

Se identificó que las familias que ofertan el Turismo Comunitario saben los procedimientos a seguir para brindar el mejor servicio a los turistas, pero sin embargo es necesaria la implementación de instrumentos formales de medición de sugestión y desempeño que permita conocer la satisfacción del visitante.

Bibliografía

Ayuda en Acción. (2017). Turismo comunitario, sinónimo de progreso y crecimiento. Retrieved November 30, 2018, from <https://ayudaenaccion.org/ong/blog/america-latina/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento/>

Bonilla, M. (2018). Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. *Investigación y Análisis*, 20–23.

Borges, A. (2017). *CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO*. São Paulo: SENAC.

Burgos, R. (2016). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Hallazgos*, 13(26), 193–214.

Calderon, F. (2008). SOSTENIBILIDAD Y PLANIFICACION: EJES DEL DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE. *DELOS Revista Desarrollo Local Sostenible*, 3 (8), 1–11.
Retrieved from www.eumed.net/rev/delos/08

Cañada, E. (2011). Turismo comunitario, un espacio en disputa. Retrieved December 2, 2018, from <http://www.albasud.org/noticia/es/246/turismo-comunitario-un-espacio-en-disputa>

Castillo, A., & Sánchez, S. (2017). DESARROLLO TURÍSTICO EN CABO VERDE EN BASE AL TURISMO COMUNITARIO Actitudes de los residentes, 26, 644–661.

Cioce, C., Bona, M., & Ribeiro, F. (2007). Turismo comunitario: proyecto piloto montaña “beija-flor dourado” (micro valle del rio sagrado, Morretes, Parana). *Turismo*, 9(41), 249–266.

Félix, M. (2018). De campesinos indígenas a promotores de turismo. la experiencia del Ejido San

- Cristóbal Hidalgo, México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 15, 247–274.
- FEPTCE. (2018). ¿QUÉ ES EL TURISMO COMUNITARIO? Retrieved December 4, 2018, from <https://feptceoficial.wixsite.com/feptce/turismo-comunitario-1>
- Flores, Y., Cunha, F., & Christoffoli, A. (2016). TURISMO RURAL COMUNITARIO Gestión familiar y estrategias de consolidación en el Estado de Santa Catarina (Brasil). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25, 576–596.
- GAD-PLE. (2015). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PDOT , DE LA PARROQUIA “ LA ESPERANZA ” 2015-2019. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*, 109.
- García, N., & Doumet, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar , provincia de Manabí , Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13, 105–116.
- INEC. (2018). *ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO ENEMDU*. Quito.
- Inostroza, G. (2008). APORTES PARA UN MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA REGIÓN ANDINA. *Gestión Turística*, 77–90.
- Ivanova, A., & Ibáñez, R. (2012). *Medio ambiente y política turística en México* (Primera Ed). México.
- Jiménez, J. (2017). TURISMO SOLIDARIO Y COMUNITARIO EN CHAGUANÍ Y PULÍ (CUNDINAMARCA), UNA ALTERNATIVA ECONÓMICA SUSTENTABLE. *Revista Turismo y Sociedad*, xx, 249–264. <https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n20.14>
- Kekutt, E. B. (2017). El desarrollo de las economías regionales bajo la mirada de un turismo sustentable y de calidad de la gestión pública, (4), 256–261.
- López, T., & Sánchez, S. (2009). TURISMO COMUNITARIO Y GENERACIÓN DE

- RIQUEZA EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO. *Revesco*, (99), 85–103. Retrieved from <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0909330085A/18701>
- Mendoza, M., Figueroa, E., & Godínez, L. (2015). Turismo Comunitario pro-pobre en el ejido El Rosario, Reserva de la Biosfera de la Mariposa Monarca. *Revista*, 29, 92–119. Retrieved from <http://rperiplo.uaemex.mx/>
- MINCETUR. (2018). Ministra Silva: Turismo rural comunitario genera 12% de empleabilidad en zonas que desarrollan esta actividad. Retrieved December 2, 2018, from <https://www.mincetur.gob.pe/ministra-silva-turismo-rural-comunitario-genera-12-de-empleabilidad-en-zonas-que-desarrollan-esta-actividad/>
- MINTUR. (2018). Establecimientos Registrados. Retrieved November 28, 2018, from <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Montalván, P. (2016). TURISMO COMUNITARIO: ANALISIS DEL DESARROLLO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA RURAL SAN LORENZO , CANTÓN MANTA , ECUADOR. *Magazine de Las Ciencias*, 1(1), 19–32.
- Ndivo, R., & Cantoni, L. (2016). Rethinking local community involvement in tourism development. *Annals of Tourism Research*, 57, 275–278. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2015.11.014>
- Orgaz, F. (2013). EL TURISMO COMUNITARIO COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE DESTINOS SUBDESARROLLADOS. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38, 14.
- Oyarzun, F., & Taucare, H. (2018). EL CAMBIO DE PARADIGMA EN EL TURISMO SUSTENTABLE Las implicancias para su gestión. *Documentos Especiales*, 27, 140–157.
- Pfeiff, G. K., Cristina, I., Souza, M. De, & Monteiro, M. C. (2018). TURISMO Y

- DESARROLLO LOCAL SUSTENTABLE Factores limitantes y potencialidades de la playa de Ajuruteua en el Estado de Pará, Brasil. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 27, 716–736.
- Pilquimán, M. (2016). EL TURISMO COMUNITARIO COMO UNA ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en la Región de los Ríos (Chile). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25, 439–459.
- Revista Líderes. (2017). Una operadora de turismo de 11 comunidades. Retrieved December 2, 2018, from <https://www.revistalideres.ec/lideres/operadora-turismo-comunidades-chimborazo-puruha.html>
- Rodríguez, S. (2018). TURISMO COMUNITARIO EN COLOMBIA : ¿RETÓRICA DE ESTADO? *Revista Turismo y Sociedad*, xx, 195–212.
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Pasos*, 6(3), 399–418.
- Sariego, I. (2014). ESPACIOS TURÍSTICOS RURALES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: EL TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL PERÚ. *Turismo y Patrimonio*, 9556, 47–62.
- Torres, J., Pilco, S., & Peña, C. (2016). El turismo comunitario en Ecuador: potencialidades y realidades. Retrieved February 10, 2019, from <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/10/lorenzo.html>
- UNWTO. (2017). Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2017. <https://doi.org/10.18111/9789284419043>
- Vinasco, M. (2017). Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 8, 95–107.

ANEXOS

Anexo 1:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

OBJETIVO

Actualmente estoy desarrollando un proyecto de investigación acerca de la Incidencia del Turismo Comunitario como Impulsor del desarrollo Turístico en las comunidades locales de Imbabura. Agradecemos sinceramente su colaboración al respondernos a este cuestionario.

Las respuestas serán tratadas de forma seguida tal que se garantice el anonimato de las respuestas.

CUESTIONARIO

El objetivo de las preguntas 1 a 6 es determinar el potencial turístico que ofrecen los sectores locales y los problemas que dificultan el desarrollo del turismo.

1. ¿Qué lugares o actividades son los más solicitados por los turistas?
2. ¿Qué tipo de dificultades se han presentado en el desarrollo de esta actividad?
3. ¿Porque cree que ocurren estos inconvenientes?
4. ¿Cómo han afectado estos problemas a su actividad?
5. ¿Qué acciones a tomado para solucionar los problemas?
6. ¿Qué acciones se deberían tomar para dar un mayor impulso al turismo comunitario?

El objetivo de las preguntas 7 a 11 es describir los motivadores de la realización del Turismo Comunitario.

7. ¿Qué le motivo a ofrecer el servicio de turismo comunitario?
8. ¿A qué actividad se dedicaba usted antes de ofrecer este tipo de servicio turístico?
9. Actualmente ¿Alguien más de su familia está vinculada con la actividad turística?
10. ¿Qué tipo de servicios turísticos ofrece?
11. ¿Qué beneficios obtiene de la actividad del turismo comunitario?

El objetivo de las preguntas 12 a 18 es identificar las estrategias usadas en la gestión y control del Turismo Comunitario.

12. ¿Qué tipo de capacitaciones ha recibido?
13. ¿Qué temas se han tratado en las capacitaciones?
14. ¿De qué manera se apoya a los grupos o equipos de trabajo para incrementar la eficacia organizacional?
15. ¿Los visitantes que asisten a la comunidad de qué origen son?
16. ¿Cuál ha sido el medio que le ha permitido relacionarse efectivamente con las personas?
17. ¿Cómo mide la satisfacción de los turistas con los servicios recibidos?
18. ¿Qué proyectos comunitarios ayudarían a incrementar el desarrollo del turismo y la economía del país?

El objetivo de las preguntas 19 a 29 es analizar la infraestructura y los servicios ofrecidos a los turistas.

19. ¿Cuáles son los servicios turísticos que se ofertan en la comunidad?
20. ¿Cuáles son las condiciones con las que cuentan los recursos de la zona para el desarrollo turístico?
21. ¿Cuáles han sido las motivaciones que le ha permitido participar en el desarrollo del turismo en su zona?
22. ¿Cuánto tiempo dedica diariamente a la actividad turística?
23. ¿Cree usted que ha mejorado su situación económica? ¿Por qué?
24. ¿Qué tipo de acciones se han tomado para conservar su patrimonio cultural?
25. ¿Qué tipo de políticas se aplican sobre el cuidado del medio ambiente?
26. ¿Cómo afectan estas políticas a su actividad?
27. ¿Qué cambios en valores, comportamientos y prácticas culturales y medioambientales ha generado el desarrollo turístico?
28. ¿De qué manera se han involucrado los miembros de su zona en relación a la actividad turística?
29. ¿Cuál es el criterio que a futuro tiene usted acerca desarrollo turístico de su zona?

Perfil socio-demográfico

- a. Género: Hombre ___ Mujer ___
- b. Edad:
De 18 a 30 años ___ De 31 a 43 años ___ De 44 a 56 años ___ De 57 a 64 años ___ Más de 64 años ___

- c. Indicar cuántos años lleva residiendo en la zona:
 Menos de 2 años___ De 2 a 6 años___ De 7 a 10 años___ De 11 a 20 años___
 Más de 20 años___

- d. Nivel de estudios finalizados:

Sin estudios	
Estudios primarios	
Secundaria/Bachillerato	
Superior/Universitaria	
Otros:	

- e. Idiomas que domina:

Español	
Inglés	
Portugués	
Italiano	
Otros:	

- f. ¿Dónde se situaría usted en los siguientes niveles de renta mensual neta?

Menos de 500 dólares___ 600-1000 dólares___
 1000 a 1500 dólares___ 1500-2000 dólares___
 Más de 2000 dólares___

Muchas gracias por su tiempo...

Anexo 2:

Tabla 8: Instrumento de validación de datos

¿La pregunta es clara, se entiende?	SI ()	NO ()
¿La pregunta está formulada en función del objetivo planteado?	SI ()	NO ()
Si la respuesta es NO, ¿Cómo debería se planteada/modificada?		

Anexo 3:



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

OBJETIVO

Reciban un atento y cordial saludo, a la vez le solicitamos comedidamente, se digne responder las preguntas que aparecen a continuación. Su información será muy confidencial y de mucha utilidad para el proceso de la investigación de la Incidencia del Turismo Comunitario como Impulsor del desarrollo Turístico en las comunidades locales de Imbabura.

“GRACIAS”

INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente las siguientes preguntas
- Marque con una (X) en la respuesta que usted considere correcta
- Por favor no manche ni tache sus respuestas
- Utilice una sola alternativa

CUESTIONARIO

Perfil socio-demográfico

1. Genero:

Hombre___Mujer___

2. Lugar de residencia:

- Chirihuasi___
- San Clemente___
- La Magdalena___
- Zuleta___
- Angochagua___

3. Indique cuántos años reside en la zona:

Menos de 2 años___ De 2 a 6 años___ De 7 a 10 años___ De 11 a 20 años___

Más de 20 años___

4. Nivel de estudios finalizados:

Sin estudios	
Estudios primarios	
Secundaria/Bachillerato	
Superior/Universitaria	
Otros:	

5. Idiomas que domina:

Español	
Inglés	
Portugués	
Italiano	
Otros:	

6. ¿Dónde se situaría usted en los siguientes niveles de ingreso mensual neto?

Menos de 395 dólares ___ 395-700 dólares ___
 700 a 1200 dólares ___ 1200-1500 dólares ___
 Más de 1500 dólares ___

7. ¿Su trabajo está vinculado a la actividad turística? Si responde SI, indique la actividad.

Si ___ No ___

8. ¿Le gustaría trabajar en el futuro en el sector turístico? ¿Porque?

Si ___ No ___

9. ¿En su entorno familiar algún miembro está vinculado a la actividad turística de la localidad?

Si ___ No ___

Opinión sobre características y desarrollo del producto turístico

10. ¿De los siguientes aspectos, en qué nivel de satisfacción se encuentra usted?

(1-Nada, 2-Poco, 3-Regular, 4-Aceptable, 5-Completamente)

SATISFACCION GENERAL CON SU COMUNIDAD	1	2	3	4	5
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con los servicios públicos (Protección contra incendios, Servicios sociales y de bienestar, Protección policial, Gobierno Local, Servicios de salud pública) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con el sistema educativo (Escuelas públicas, Cursos universitarios, Formación profesional) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con el medioambiente (Geografía física o terreno, Limpieza del medioambiente, Clima y tiempo, Apariencia de los lugares del sector) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con las oportunidades de entretenimiento (Espacios abiertos) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con la economía (Comercios, Coste de la vida, Vivienda (precio y disponibilidad), Oportunidades de empleo) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con unión social y oportunidades sociales (Unión social, cultura asociativa, participación ciudadana) 					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con los servicios de transporte (responda abajo) 					
Transporte					
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con dotaciones de suministros (responda cada una abajo) 					
Servicios básicos (alcantarillado, agua y electricidad)					
Internet					

11. ¿Cuánto ha mejorado la oferta turística en la comunidad a diferencia de años anteriores?
 Nada___ Poco___ Algo___ Bastante___ Mucho___
 Exprese la principal razón

12. ¿Qué servicios ofrecería para incrementar el número de turistas en su comunidad?
 a. Hospedaje
 b. Restaurantes
 c. Espacios Verdes
 d. Áreas de recreación
 e. Otros_____

13. ¿Considera que su comunidad es suficientemente conocida a nivel turístico?
 Nada___ Poco___ Algo___ Bastante___ Mucho___
 Exprese la principal razón

14. Califique de 1 a 5 (1-Muy Malo, 2-Regular, 3-Bueno, 4-Muy Bueno, 5-Excelente) los siguientes aspectos relacionados con la oferta turística de su comunidad:

	1	2	3	4	5
Precio del viaje					
Hospitalidad					
Conservación del entorno					
Información y señalización					
Alojamiento					
Restauración					
Comunicaciones					
Seguridad					
Limpieza					
Telecomunicaciones					
Alimentación					
Actividades culturales					
Flora y Fauna					
Senderismo					

15. ¿En qué medida considera que el desarrollo turístico le puede beneficiar a usted personalmente?
 Nada___ Poco___ Algo___ Bastante___ Mucho___

16. ¿En qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes efectos del desarrollo turístico en su localidad? (1-Muy en desacuerdo, 2-En desacuerdo, 3-Ni de acuerdo Ni desacuerdo, 4-De acuerdo, 5-Muy de acuerdo)

PERCEPCIÓN DE LOS EFECTOS POSITIVOS DEL TURISMO	1	2	3	4	5
Impactos Económicos					
Mejora de la inversión, más desarrollo y mejores infraestructuras					
Incremento de las oportunidades de empleo					

Contribución a la mejora de los ingresos y nivel de vida					
Mejora general de los ingresos del lugar a los impuestos					
El turismo es una de las principales fuentes de ingresos de la economía del lugar					
El dinero invertido por las administraciones para atraer más turistas al lugar es una buena inversión					
El turismo contribuye a recuperar la costumbre tradicional					
Impactos sociales y culturales					
Mejora de la calidad de vida					
Potencia la oferta de actividades culturales y de recreación					
Mayor conocimiento de otras culturas/ países/ regiones					
Los habitantes del lugar se sienten más orgullosos de pertenecer a ella					
	1	2	3	4	5
Mejora de la calidad del servicio en los hogares que ofrecen servicios de hospedajes, tiendas, alimentación y convivencia de la zona					
Mejora en el nivel de la protección policial y contra incendios					
Mejora la protección de espacios y áreas naturales					
Impactos ambientales					
Mayor protección del medioambiente					
Mejora de infraestructuras (abastecimiento de agua, electricidad, teléfono, etc.)					
Mejora de las carreteras					
Más apoyo a la restauración y mantenimiento de edificaciones					
PERCEPCIÓN DE LOS EFECTOS NEGATIVOS DEL TURISMO					
Impactos económicos					
Incremento del precio de la vivienda					
Incremento del coste de vida					
Incremento del precio de los productos y servicios					
Beneficio sólo para un pequeño número de habitantes					
Los beneficios generados por la actividad turística revierte en empresas y personas de fuera del lugar					
Impactos sociales y culturales					
Incremento de los robos/vandalismo					
Incremento alcoholismo					
Cambio/pérdida de la cultura tradicional					
Problemas de convivencia entre residentes y turistas					
El turista goza de privilegios que el residente no tiene					
Pérdida de tranquilidad en la zona					
Impactos ambientales					
Daños al entorno y al paisaje					
Destrucción del ecosistema local					
Aumento de la contaminación ambiental (basuras, aguas, aire y ruidos)					

Molesta masificación de espacios de uso y disfrute					
EN GENERAL LOS BENEFICIOS DERIVADOS DEL DESARROLLO TURÍSTICO SUPERAN LOS COSTES					

Perfil Turístico del Residente

17. Indicar zonas geográficas que han visitado:

Nunca he salido de la zona en que resido	
He visitado otros lugares de la provincia de Imbabura	
Algunos lugares fuera de la provincia	
Algunos lugares fuera del país	
Otros destinos:	

(Si la respuesta a esta cuestión es la segunda opción. Se formularán las siguientes preguntas del cuestionario, de lo contrario el cuestionario finaliza aquí)

18. Señale que lugares de Imbabura conoce:

- Ibarra___
- Otavalo___
- Urcuquí___
- Pimampiro___
- Atuntaqui___

19. ¿Porque motivos se ha desplazado a otros lugares?

- Turismo___ Visitar familia/amigos___ Trabajo o negocios___ Estudio___
- Otros (p.ej. deporte) _____

“GRACIAS POR SU GRATA COLABORACIÓN”