



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**“FACTORES ECONÓMICOS Y TERRITORIALES DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS
PARA LA DINAMIZACIÓN DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO EN LOS CANTONES DE ALAUSÍ Y GUANO.”**

Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Magíster en Gestión de Empresas
Turísticas

AUTOR:

Carlos Andrés Bastidas Aráuz

TUTOR:

MSc. Mónica Pérez Zulueta Angelina.

ASESOR:

MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

IBARRA – ECUADOR

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, MSc. Mónica Pérez Zulueta Angelina., certifico que el estudiante Carlos Andrés Bastidas Aráuz con cedula de identidad N.º 0604088401 ha elaborado bajo mi tutoría la sustentación del trabajo de grado titulado “FACTORES ECONÓMICOS Y TERRITORIALES DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS PARA LA DINAMIZACIÓN DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN LOS CANTONES DE ALAUSÍ Y GUANO.”: año 2021-2022.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodologías dispuesta en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación a la sustentación para la calificación respectiva.

Ibarra, 9 de noviembre del 2023

MSc. Mónica Pérez Zulueta

Angelina.

C.I. 1753941275

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a todas las personas que me han ayudado a cumplir mis metas durante toda mi vida mis padres; a mis maestros por ser los guías en el sendero del saber.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por permitirme culminar un sueño y enseñarme que el éxito no únicamente se mide por los logros alcanzados en la vida, sino por lo que hemos tenido que superar para llegar a donde estamos.

A mis Tutoras MSc. Mónica Pérez Zulueta Angelina y MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga por su entrega en mi aprendizaje, por compartir su sabiduría experiencia y compromiso en mi proyecto de investigación.

A mis padres, por ser mi guía y fortaleza para realizar todos mis proyectos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO
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 ciudadanía:	0604088401
Apellidos y nombres:	Carlos Andrés Bastidas Aráuz
Dirección:	Riobamba, Darque 13-58 Boyacá
Email:	carlosandre_008@outlook.com
Teléfono fijo:	032969798
Teléfono celular:	0996990099

Datos de la obra	
Título:	FACTORES ECONÓMICOS Y TERRITORIALES DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS PARA LA DINAMIZACIÓN DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO EN LOS CANTONES DE ALAUSÍ Y GUANO. AÑO 2021-2022
Autor:	Carlos Andrés Bastidas Aráuz
FECHA:	04/10/2023
Programa:	Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado <input checked="" type="checkbox"/>
Título por el que opta:	Magíster en Gestión de Empresas Turísticas
Asesor/Director	MSc. Mónica Pérez Zulueta Angelina.

2. CONSTANCIA

El autor Carlos Andrés Bastidas Aráuz, manifiesta 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 es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 9 de noviembre de 2023

Carlos Andrés
Bastidas Aráuz
C.I. 0604088401

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I	13
1. EL PROBLEMA	13
1.1. Planteamiento del problema	13
1.2. Antecedentes.....	15
1.3. Objetivo General	16
1.3.1. Objetivos específicos.....	16
1.4. Justificación.....	16
CAPÍTULO II.....	18
2. MARCO REFERENCIAL	18
2.1. MARCO TEÓRICO	18
2.1.1. Conceptualización del turismo	18
2.1.2. Definición de Turismo.....	19
2.1.3. Turismo contemporáneo: una nueva definición	20
2.1.4. Caracterización del turismo.....	22
2.1.5. Producto Turístico	23
2.1.6. Evaluación de la actividad turística.....	26
2.1.7. Dinamización del turismo Rural.....	29
CAPÍTULO III.....	34
3. MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Descripción del área de estudio/Grupo de estudio	34
3.2. Enfoque y tipo de investigación	34
3.2.1. Enfoque de Investigación	34
3.2.2. Tipo de Investigación	34
3.3. Procedimientos	35
CAPITULO IV.....	36
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	36
4.1. Evaluación histórica crítica del turismo rural en la provincia de Chimborazo.	36
4.1.1. El Turismo Comunitario en el Ecuador.....	36

4.1.2. La Provincia de Chimborazo	38
4.1.3. El Turismo Comunitario en la Provincia de Chimborazo	39
4.2. Análisis de emprendimientos turísticos rurales	47
4.2.1. Emprendimientos del Cantón Alausí.....	48
4.2.2. Emprendimientos del cantón Guano	53
4.3. Análisis de los emprendimientos de turismo comunitario	66
4.3.1. Visitantes Registrados	66
4.4. Describir los factores económicos y territoriales de los espacios turísticos de la provincia de Chimborazo	76
4.4.1. Entrevistas a actores Clave.....	76
4.4.2. Perspectiva Ampliada y Clarificación de los Factores territoriales y económicos en el Turismo Comunitario en Chimborazo.....	85
CAPÍTULO V	87
5. PROPUESTA.....	87
5.1. Plan de acción con enfoque estratégico para promover el desarrollo del turismo comunitario en los cantones Alausí y Guano, provincia de Chimborazo.....	87
5.1.1. Introducción.....	87
5.1.2. Objetivos de la Propuesta	87
5.2. Análisis FODA priorizado.....	88
5.2.1. Fortalezas priorizadas	88
5.2.2. Oportunidades Priorizadas	88
5.2.3. Debilidades Priorizadas	89
5.2.4. Amenazas Priorizadas	90
5.3. Estrategias resultado del análisis FODA	91
5.3.1. Estrategias FO	91
5.3.2. Estrategias FA	92
5.3.3. Estrategias DO.....	94
5.3.4. Estrategias DA.....	95
5.4. Análisis PESTEL.....	96
5.4.1. Estrategias PESTEL	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101

Conclusiones	101
Recomendaciones	102
REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	103
ANEXOS	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Atractivos de turismo comunitario inventariados en el 2004	44
Tabla 2	Proyectos turísticos comunitarios operando entre el 2004 y el 2012.....	45
Tabla 3	Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias FO	91
Tabla 4	Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias FA	92
Tabla 5	Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias DO.....	94
Tabla 6	Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias DA.....	95
Tabla 7	Hoja de Ruta Matriz PESTEL.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Número de Atractivos turísticos por cantón 2004	42
Figura 2	Porcentaje de Manifestaciones Culturales y Atractivos Naturales	43
Figura 3	Comunidad de Nizag	50
Figura 4	Infraestructura de Hospedaje y restaurante en la comunidad de Nizag.....	51
Figura 5	Restaurante - Comedor de la Comunidad de Nizag	51
Figura 6	Comunidad de Calshi.....	54
Figura 7	Ingreso al Emprendimiento Turístico de Calshi	55
Figura 8	Infraestructura de Alimentación y Hospedaje en la Comunidad de Calshi	57
Figura 9	Comunidad de Razu Ñan (Pulingui).....	58
Figura 10	Ingreso al Emprendimiento Turístico Razu Ñan	60
Figura 11	Infraestructura de hospedaje y alimentación del emprendimiento Turístico Razu Ñan.....	60
Figura 12	Almacén de artesanías del emprendimiento Turístico Razu Ñan.....	61
Figura 13	Infraestructura de talleres de la Asociación de Mujeres.....	61
Figura 14	Comunidad de Calshi.....	62
Figura 15	Ingreso al emprendimiento Turístico Artesa Chuquipogüio	63
Figura 16	Infraestructura del emprendimiento Turístico Artesa Chuquipogüio.....	65
Figura 17	Número de visitantes registrados en los últimos cinco años (2017).....	66
Figura 18	Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por sexo.....	67
Figura 19	Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por edad.....	68
Figura 20	Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por tiempo de estadía	69
Figura 21	Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por Nivel de satisfacción	71

RESUMEN

El turismo comunitario ha demostrado ser una alternativa importante en algunos sectores de la Sierra Ecuatoriana teniendo al momento un papel esencial en el desarrollo de las zonas rurales ofreciendo oportunidades económicas mientras preserva el patrimonio cultural y natural. Sin embargo, en la provincia de Chimborazo el Turismo comunitario no se desarrolla en la misma intensidad. Con el propósito de determinar cuáles son los aspectos que condicionan esta situación se realizó la investigación "Factores económicos y territoriales de los espacios turísticos para la dinamización del turismo rural en la provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano". El trabajo se enfocó en analizar en profundidad los aspectos críticos que impactan este sector vital. Mediante una metodología inclusiva que incorporó la revisión de datos históricos, análisis geospaciales, observación directa y entrevistas con actores locales clave, así como la opinión de un experto en turismo obteniéndose resultados valiosos. En este sentido se reveló la evolución del turismo rural en la provincia en las últimas dos décadas y destacaron factores económicos y territoriales determinantes para los espacios turísticos. Además, la investigación evaluó la capacidad de resiliencia de los emprendimientos, más allá de los insumos y recursos. Los hallazgos llevaron a conclusiones que subrayan la importancia de la capacitación, promoción y mejora de las condiciones locales para fortalecer la oferta turística y la capacidad de adaptación ante diversos desafíos a enfrentar. Se realizó una propuesta estratégica que busca impulsar este sector y empoderar a las comunidades locales en su gestión y desarrollo. Esta propuesta promueve empleos sostenibles y la mejora de la calidad de vida, mientras se preserva el valioso patrimonio cultural y natural de Chimborazo para las generaciones futuras. El estudio proporciona una visión completa y alentadora del turismo comunitario en Chimborazo, con el potencial de catalizar un cambio positivo en las áreas rurales de la provincia.

Palabras clave: turismo comunitario, desarrollo rural, resiliencia, patrimonio cultural, provincia de Chimborazo.

ABSTRACT

Community tourism has proven to be a significant alternative in certain sectors of the Ecuadorian Sierra and currently plays a vital role in the development of rural areas, offering economic opportunities while preserving cultural and natural heritage. However, in the province of Chimborazo, community tourism hasn't developed with the same intensity. In order to determine the factors influencing this situation, the research "Economic and Territorial Factors of Tourism Spaces for the Revitalization of Rural Tourism in the Province of Chimborazo in the Cantons of Alausí and Guano" was conducted. This study focused on a comprehensive analysis of critical aspects affecting this essential sector. Through an inclusive methodology that encompassed the review of historical data, geospatial analysis, direct observation, interviews with key local stakeholders, and input from a tourism expert, valuable results were obtained. The research unveiled the evolution of rural tourism in the province over the past two decades, highlighting key economic and territorial factors shaping tourism spaces. Additionally, the research assessed the resilience capacity of enterprises, extending beyond inputs and resources. The findings led to conclusions emphasizing the significance of training, promotion, and local conditions improvement to strengthen the tourism offering and adaptability in the face of various challenges. A strategic proposal is presented to boost this sector and empower local communities in its management and development. This proposal promotes sustainable employment and improved quality of life while preserving Chimborazo's valuable cultural and natural heritage for future generations. This study offers a comprehensive and promising perspective on community tourism in Chimborazo, with the potential to catalyze positive change in the province's rural areas.

Keywords: community tourism, rural development, resilience, cultural heritage, Chimborazo province.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Bajo la óptica de la dinamización de la actividad turística en territorios, y considerando los criterios pertinentes para un análisis de la gestión integral de la calidad en las empresas y proyectos de desarrollo turístico a nivel rural que se han realizado en la provincia de Chimborazo y conociendo que los beneficios de estos proyectos no han sido consecuentes con las inversiones realizadas, se hace necesario establecer la relación existente entre los factores territoriales y económicos presentes en los espacios en donde se ha desarrollado la actividad turística, en función de los criterios problemáticos que se presentan a continuación:

Por las características socio culturales, la dinamización de la actividad turística en la provincia de Chimborazo ha resultado ser un reto complejo. Esta afirmación se hace considerando que la base fundamental para la actividad está definida por los atractivos naturales y los recursos culturales y etnográficos que están en la provincia, esto significa que el potencial turístico se encuentra en los territorios en los cuales la presencia de población indígena es mayoritaria. Por su parte la actividad turística requiere para su desarrollo una serie de elementos complementarios que permiten la estructuración de un producto con las características como para ser comercializado, que es el objetivo fundamental para darle sustentabilidad a la oferta (Tayupanda N. , 2018).

En este contexto se pueden proponer algunos de los factores sustanciales que durante un largo tiempo se han constituido en los obstáculos para promover con éxito la actividad turística en la provincia de Chimborazo. Ya, desde las dos últimas décadas del siglo XX, se empezó hablar de la actividad turística como una alternativa sustentable para las organizaciones campesinas, tomando en cuenta que la orientación de la actividad turística a nivel mundial estaba dando un giro importante en la búsqueda de destinos con características orientadas al turismo etnográfico y de naturaleza (Espeso, 2019).

En este sentido, las primeras organizaciones que comenzaron a promover la actividad fueron las ONG, que a través de sus programas de desarrollo agrícola integraron de forma

transversal la idea del turismo rural, que posteriormente sería acogido por los gobiernos seccionales y las instituciones públicas, situación que fue creciendo paulatinamente hasta convertirse en una oferta infaltable en los programas de gobierno y en las campañas políticas (Ramos, 2016)

Sin embargo, la situación en cuatro décadas no ha cambiado considerablemente en la provincia de Chimborazo, a pesar de que se han hecho algunos esfuerzos importantes buscando alternativas para integrar la actividad en las organizaciones campesinas, a través de la Corporación de Turismo de Chimborazo (CORTUCH); es así que todas las instituciones públicas de gobernanza integraron departamentos explícitamente orientados a la actividad turística y en Chimborazo, las dos principales Universidades UNACH y ESPOCH, además de otras particulares como la UNIANDES crearon carreras vinculadas a la actividad turística (Carguaytongo, 2017)

Por su parte, las ONG, antes de su masivo retiro de la provincia desde principios del 2010, dejaron sentadas algunas bases y políticas organizacionales que permitieron a los gobiernos seccionales continuar con los procesos de integración de la actividad turística en las organizaciones campesinas de la provincia de Chimborazo (Gavilanez, 2017). A pesar de todo el esfuerzo descrito, y los ingentes recursos asignados a los proyectos turísticos, los resultados han sido muy escasos. Presentándose la actividad turística en la provincia de Chimborazo, como una propuesta detrás de la cual no existen las voluntades para sacar adelante.

Esto se puede evidenciar en una serie de emprendimientos en las comunidades indígenas que han sido financiados por entidades públicas y privadas; nacionales e internacionales, orientados a la capacitación y a la construcción de infraestructura turística, pero que en la actualidad se encuentran sin funcionar, en proceso de deterioro, muchos de ellos no han sido terminados o se han destinado para otras actividades muy distintas para las que fueron diseñadas, demostrándose por parte de las organizaciones campesinas muy poco interés.

En este sentido se presenta un problema de planificación y corresponsabilidad, tanto de las comunidades campesinas, como de los gobiernos seccionales y locales, así como también de las instituciones que financian estos proyectos, al no garantizar a través de una adecuada planificación su sostenibilidad, que comienzan con un alto grado de motivación, pero que en poco tiempo van decayendo hasta prácticamente desaparecer y quedar en el olvido. Bajo estos

criterios problemáticos, se propone esta investigación orientada al análisis de los factores económicos y territoriales de los espacios turísticos en la provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano.

1.2. Antecedentes

El turismo se presenta como una importante alternativa para el desarrollo sustentable de los países en vías de desarrollo contribuyendo a dinamizar las economías a través de integrarse como un eje transversal en otras actividades económicas fomentando el trabajo productivo en otras áreas. Este argumento es una importante alternativa para comunidades y grupos sociales que fundamentan su economía en la productividad rural (Díaz, 2017)

La provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano, por sus características socio productivas es un espacio territorial con una marcada vocación agrícola y pecuaria, sin embargo las políticas estatales favorecen escasamente a los productores, siendo los campesinos de la sierra centro uno de los grupos humanos del Ecuador con los más altos índices de pauperismo (Peralta et al., 2020), frente a ello se han propuesto una serie de soluciones, entre ellas el turismo como alternativa sustentable, se han realizado algunos intentos para desarrollar actividades turísticas durante ya casi cuatro décadas, sin embargo el éxito alcanzado ha sido escaso y se han perdido ingentes cantidades de recursos económicos, y trabajo.

En este sentido los futuros trabajos a realizar requieren contar con una base argumentativa importante para encaminar los procesos para la implementación de actividades turísticas (Díaz, 2017), de ahí que, se realizó la presente investigación denominada Factores Económicos y territoriales de los espacios turísticos para la dinamización del turismo rural en la Provincia de Chimborazo en los cantones Alausí y Guano, partiendo de una análisis bibliográfico con estudios relacionados a la investigación, para luego, establecer los contactos necesarios con las organizaciones e instituciones vinculadas a la actividad turística y que han venido trabajando en la provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano por algún tiempo.

Los resultados obtenidos de la investigación, sobre los factores económicos y territoriales vinculados a la actividad turística en la provincia de Chimborazo, se presentan como una herramienta fundamentada en una base de datos significativa, para la planificación,

organización y evaluación de las actividades turísticas en la provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano, siendo este un documento de sólida orientación para evitar cometer los errores que detuvieron el desarrollo del turismo rural en las comunidades de la provincia de Chimborazo.

En este contexto se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Los factores económicos y territoriales permiten la dinamización del turismo rural en la provincia de Chimborazo?

1.3. Objetivo General

- Analizar los factores económicos y territoriales de los espacios turísticos en la provincia de Chimborazo en los cantones Alausí y Guano.

1.3.1. Objetivos específicos

- Realizar una evaluación histórica crítica del turismo rural en la Provincia de Chimborazo.
- Describir los factores económicos y territoriales de los espacios turísticos de la provincia de Chimborazo.
- Proponer acciones para la dinamización del Turismo rural en la provincia de Chimborazo.

1.4. Justificación

Considerando que la apropiación de los medios de producción agrícolas por parte de las industrias alimentarias está limitando cada vez más las alternativas para la sobrevivencia de los pequeños agricultores que venden sus productos en los mercados sin ninguna ventaja competitiva (Franco et al., 2019). El turismo se presenta como una alternativa importante para el desarrollo sustentable de los sectores rurales en el mundo, la actividad turística se ha vuelto mucho más dinámica y se abre a infinidad de posibilidades, en la búsqueda de satisfacer los requerimientos cada vez más específicos de los turistas, que buscan

experiencias significativas, por otro lado, la conciencia ambiental y social que se ha generado en los últimos años a través de los medios de globalización y la necesidad de desconcentrar la actividad turística de los destinos masivos por efecto de la Pandemia del COVID 19, hacen necesario redescubrir las potencialidades turísticas a través de un análisis de la economía y los territorios en los espacios turísticos.

En este sentido, esta investigación es relevante, ya que permitirá entender los factores que han obstaculizado el desarrollo del turismo rural en la provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano, y cuáles han sido las situaciones en que se han venido dando las corresponsabilidades del accionar de los actores involucrados. Los resultados obtenidos permitirán entender las dinámicas políticas sociales y sobre todo económicas y territoriales que han formado parte de los procesos históricos en la carrera por promover y desarrollar las actividades turísticas en los sectores rurales de la provincia de Chimborazo.

La investigación a desarrollar se constituirá en una fuente de información importante de los procesos vinculados a la actividad turística en la provincia, ya que se buscará estructurar un documento en el que se describan los mecanismos utilizados por las instituciones públicas y privadas y los organismos nacionales, regionales y locales, así como las organizaciones de financiamiento en la propuesta de alternativas en los cantones Alausí y Guano, que se han considerado con potencial turístico.

Por otro lado, se establecerán los niveles de desarrollo alcanzados por la actividad turística, en la provincia, reflejados por los rendimientos económicos obtenidos, así como el nivel de sustitución que la actividad turística a impuesto frente a otras actividades productivas, como la agricultura y la ganadería, así como las acciones que se han realizado para lograr la interacción entre estas actividades con el turismo y cuáles han sido las ventajas obtenidas y cuales los errores cometidos.

Esta investigación es factible considerando que se contará con el apoyo de los gobiernos locales y provinciales para obtener información, así como con la información de los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, en los que se establecen los lineamientos de los diferentes GAD en relación con el desarrollo Turístico. Se cuenta además con los recursos logísticos y financieros necesarios para llevar adelante el trabajo de investigación

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Conceptualización del turismo

El turismo es una de las empresas de más rápido crecimiento en el mundo moderno. De acuerdo al informe de la Organización Mundial del Turismo (2022), el número de turistas entre 1950 a 2018 aumentó de 25 millones en 1950 a 1400 millones en 2018, lo que representa un aumento de más de 50 veces. Según las previsiones de la Organización Mundial de Turismo, se espera que para el 2030 el número de turistas supere los 1.800 millones de personas (OMT, 2022). En la mayoría de países del mundo el turismo constituye una parte significativa de sus economías, en por lo menos una docena de ellos es la principal base de la economía. No es de extrañar que el fenómeno del turismo atraiga la atención de gobiernos, gobiernos locales, empresarios e igualmente numerosos investigadores.

Cuanto más aumenta el volumen del turismo mundial y el mercado turístico se desarrolla con mayor dinamismo, los beneficios económicos vinculados a él provocan un aumento en el interés por los estudios sobre el tema. Sin embargo, la propia definición de turismo implica una serie de problemas con los investigadores se han encontrado, es difícil encontrar una definición de turismo universalmente reconocida por todos los investigadores (Gil et al., 2020).

Esto se debe a la naturaleza multidisciplinar del propio turismo, así como a la existencia de muchos enfoques que se ha desarrollado en torno a su estudio. La misma palabra "turismo" en español es una copia del adjetivo francés Touristique, derivado del sustantivo tourisme. Al igual que el turismo francés y el turismo inglés, provienen de la palabra tour que significa "desvío" o "retorno". estudios dedicados a la investigación y descripción del término 'turismo se usa indistintamente, vinculando conceptualmente todas cuestiones relacionadas con el turismo (Pedregal, 2020).

Al estructurar la conceptualización del turismo, se encontró que, entre las múltiples formas de explicarlo, son constantes las siguientes características básicas; Desplazamiento,

ausencia de coerción, ausencia de relación con el trabajo y periodicidad, este último aspecto asociado a la necesidad de regresar al lugar de residencia. Partiendo del análisis de estos cuatro elementos, se podría definir el turismo como un viaje voluntario fuera de casa, de un mínimo de un día, no relacionado con el trabajo y con retorno al lugar de residencia antes de un año.

2.1.2. Definición de Turismo

El término turismo hace referencia a todas las formas de viaje que no están relacionados con el trabajo o el cambio de residencia, tanto en el país de origen como en el extranjero (Cunalata et al., 2021). A su vez, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), especifica que "el turismo incluye todas las actividades de las personas que viajan y se hospedan con fines de ocio, negocios u otros fines no más de un año sin interrupción fuera de su entorno diario, excluidos los viajes cuyo objetivo principal sea una actividad lucrativa".

Para permitir las comparaciones entre las estadísticas turísticas internacionales, el Consejo de la Liga de las Naciones en 1937 propone la primera definición oficial relacionada con el turismo internacional, según este criterio, el término "turista" es "cualquier persona que viaje por un período de 24 horas o más en un sitio que no sea su residencia permanente" (Dachary et al., 2018). Por lo tanto, se puede llamar turista a una persona que ha permanecido en un lugar dado por al menos un día, es decir, un mínimo de una noche de alojamiento, a las personas que permanecen en un lugar determinado por un tiempo más corto se les denomina excursionistas o visitantes.

Junto con los cambios sociales y culturales, así como el cambio de accesibilidad al transporte y el aumento de la riqueza, en la actualidad al turismo se lo entiende de muy diversas maneras. Por lo que, se puede afirmar que el turismo es parte inseparable de la cultura de masas, es una forma de escapar de los quehaceres cotidianos y de la complejidad de los sistemas productivos, permite conocer nuevas culturas, acercarse a la naturaleza y conocer los nuevos valores del entorno en el que otras personas se desenvuelven. De ahí que el turismo contemporáneo es tratado simultáneamente como un fenómeno psicológico, social, económico, espacial y cultural (Morales, La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa., 2018).

Por su parte, la definición de la OMT (2022) fue pensada como una referencia para la

investigación de economistas, políticos y operadores turísticos y fue creada principalmente con fines estadísticos. Propone de forma simple y tratando de alinearse con los estándares internacionales en la medida de lo posible, que el turismo cubre todas las actividades de las personas que viajan y residen fuera del país de residencia permanente por placer, negocios u otros fines por más de 24 horas y no más de un año.

A lo largo de los años, la definición de turismo fue concebida por representantes de diversas disciplinas vinculadas a la actividad, como resultado de lo cual surgieron muchas interpretaciones del concepto a partir de múltiples enfoques de investigación interdisciplinarios. Economistas, historiadores, geógrafos, psicólogos o sociólogos perciben y describen la industria turística de manera diferente, pero en dependencia de la definición que establece al turismo como un fenómeno, que integra los aspectos económicos, culturales, sociales, espaciales y psicológicos que pueden incluirse u omitirse en la definición (Arias, 2020)

Las primeras definiciones de turismo tenían en cuenta principalmente el hecho del desplazamiento y la estancia fuera del lugar de origen, los conceptos turísticos contemporáneos, junto con el desarrollo de las actividades turísticas, se amplían para incluir aspectos socioeconómicos, que incluyen vínculos frecuentes entre el ocio y las cuestiones profesionales, e incluyen los viajes con fines religiosos, sociales, de negocios, de salud, científicos, deportivos y otros, siempre que tengan un destino distinto al lugar de residencia o trabajo.

2.1.3. Turismo contemporáneo: una nueva definición

Pinassi y Ercoilani, (2017). describen al turismo como el conjunto de fenómenos asociados con los viajes y la estancia de personas que permanecen temporal y voluntariamente fuera de su entorno cotidiano, incluidas, en particular, las interacciones económicas y sociales entre los operadores turísticos, los proveedores de servicios directos, la población local y los propios turistas. Esta definición hace referencia a la relación entre el turista y el entorno al que llega, sobre los vínculos con la comunidad local y sobre la conexión económica de estos componentes. Una serie de consideraciones relacionadas con el fenómeno multifacético que es definitivamente el turismo, tienen en cuenta la concepción de Pedregal (2020), según la cual el turismo incluye todas las relaciones y fenómenos relacionados con el turismo (Pinassi &

Ercoilani, 2017).

El enfoque multifacético y posmoderno del turismo surge de las nuevas expectativas de los viajeros que no solo quieren relajarse, sino también experimentar, sentir, participar en algo nuevo sin contentarse con la simple recreación o el descanso (Schenkel, 2019). Estas expectativas influyeron en el desarrollo de nuevas formas de turismo, que incluyen, entre muchas otras, el ecoturismo, el agroturismo, el turismo comunitario, el turismo de salud, o la visita a los bienes de un receptor mediante sistemas de turismo (Morales, La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa., 2018).

El nuevo turismo a finales de la segunda década del siglo XXI, como toda sociedad posmoderna, se caracteriza por elecciones, tendencias, valores y estrategias similares. En los términos más simples, la sociedad posmoderna, a veces utilizada indistintamente con los términos posindustriales o la sociedad de la información, se caracteriza tanto por el consumismo como por el individualismo, la globalización, y la mercantilización de la cultura a través de las expresiones populares de la población (Vinuesa, 2018).

Desarrollo de nuevos movimientos sociales, emancipación de grupos sociales individuales, así como el mejoramiento de las formas de vida comunitaria en sociedades locales y en red, generan nuevas opciones, nuevas estrategias de adaptación, nuevas formas de trabajo, de descanso y por consiguiente nuevas formas de turismo (Arias, 2020).

El turismo también está influenciado y sujeto a tendencias y modas variables que inciden en el corto plazo en la aparición de nichos de mercado consistentes con las preferencias individuales o de grupos sociales específicos, culturalmente diversos, a menudo disímiles económicamente, lo que claramente se traduce en nuevas opciones de formas de turismo (Morales, La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa., 2018).

Es cierto que la definición moderna de turismo también debería tener en cuenta los fenómenos descritos anteriormente. Tomando en cuenta este criterio, considerando el traslado de personas con base las costumbres del turismo interno y renunciando a la definición de condición de permanencia superior a un día, el turismo se definiría como: viaje voluntario, trasladándose fuera del lugar de residencia permanente, para llegar al destino elegido por el viajero, que no sólo está relacionado con el desempeño de un trabajo remunerado.

2.1.4. Caracterización del turismo

2.1.4.1. Funciones del Turismo

El turismo tiene muchas características que les son inherentes. Una de ellas es la función de ocio, incluye el tiempo libre del trabajo y el estudio, se lleva a cabo fuera del hogar y es un escape del ritmo acelerado de la vida, el ruido y otros factores molestos. Las formas típicas de este tipo de turismo son las vacaciones y las visitas turísticas (Tirado, 2017)

La segunda función importante es la de salud. Su objetivo es mejorar la salud, la disposición física y mental, así como reducir los efectos negativos de la civilización. Esta función la desempeñan, entre otros, los viajes de sanación, las vacaciones, los viajes de turismo, así como el turismo especializado (Huertas et al., 2020).

El turismo también tiene una función educativa: despierta y satisface la curiosidad del mundo, está asociado con ingresar a nuevos círculos y grupos sociales, descubrir nuevos valores morales, formar una actitud adecuada hacia el entorno natural, así como rasgos positivos de carácter y personalidad (Pedregal, 2020). Esta función la realizan principalmente: campamentos, viajes escolares y campamentos de verano. La función educativa también es importante, ya que se refiere a la expansión del conocimiento sobre el mundo, la posibilidad de aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos, el descubrimiento de nuevos valores morales e intelectuales y el uso del conocimiento de lenguas extranjeras. Se realiza mediante diversos tipos de viajes de turismo, turismo activo, viajes escolares y viajes para aprender idiomas (Voronkova, 2019).

La función étnica también juega un papel muy importante, está relacionada con la búsqueda de las propias raíces, la crianza de la lengua materna y el aumento de la identidad nacional. Incluye visitas turísticas a tu lugar de origen (Espeso, 2019).

2.1.4.2. Tipos de turismo

Según Ledhesma (2018), se pueden identificar múltiples tipos de turismo en función del motivo del viaje. Estas categorías abarcan desde el turismo de ocio, enfocado en la relajación, hasta el turismo de incentivo, que se realiza como una recompensa laboral. Otros ejemplos incluyen el turismo educativo, de salud, de negocios, de compras, religioso, étnico,

social, especializado y alternativo, cada uno con un propósito y enfoque específico, ofreciendo a los viajeros una amplia gama de experiencias y oportunidades para satisfacer sus intereses y necesidades de viaje.

En la actualidad la oferta turística en el mundo se ha ido especializando considerablemente, respondiendo a las necesidades de una demanda que requiere de espacios y propuestas muy específicas, por lo que realizar una clasificación de los tipos de turismo más allá del motivo de viaje resulta complejo y extenso, en este sentido es necesario considerar que la provincia de Chimborazo se orienta a las formas de turismo étnico o comunitario, vinculado a propuestas culturales, agro productivas, ecológicas, deportes y otras relacionadas al turismo alternativo (Nicacio, 2017).

2.1.5. Producto Turístico

Se conoce como producto turístico a todos los bienes y servicios disponibles en el mercado que son adquiridos por el consumidor durante un viaje turístico y un conjunto de beneficios que el comprador logra en relación con la participación en él (Voronkova, 2019). Un producto turístico es también todo lo que los turistas compran, hacen y experimentan, desde que salen de su casa hasta que regresan de su viaje. El producto turístico es de naturaleza muy compleja y puede ser considerado en muchas categorías. Un producto turístico consiste en una amplia variedad de bienes y servicios tangibles e intangibles que se comercializan en el mercado (Huertas et al., 2020)

2.1.5.1. La estructura del producto turístico.

Los productos turísticos pueden satisfacer las necesidades de los turistas únicamente, por ejemplo, los servicios de guía, o las necesidades de los turistas y no turistas, por ejemplo, la cultura. Algunos bienes y servicios turísticos se compran en relación con el turismo, por ejemplo, ropa adecuada (2018). Un producto turístico incluye elementos tanto tangibles como intangibles. Por lo tanto, está compuesto por:

- Bienes materiales

- Infraestructura turística
- Atractivos turísticos naturales y culturales
- Equipamiento turístico y deportivo
- Recuerdos
- Servicios
 - Base de alojamiento
 - Alojamiento
 - Establecimientos de comida
 - Practicaje y guía de viajes turísticos
 - Eventos culturales
 - Alquiler de equipos turísticos
- Alrededores
 - Clima y tiempo
 - La imagen del lugar
 - Nuevas experiencias
 - Emociones e impresiones.
 - Nuevos contactos sociales

Desde la perspectiva del comprador, los bienes materiales y los servicios turísticos inciden directamente en la esfera material del turista, mientras que los elementos del entorno del producto turístico inciden principalmente en su esfera psicológica. Para un turista, el producto turístico será, por tanto, la suma de bienes tangibles e intangibles y experiencias que acompañan a un viaje turístico (Pinassi & Ercoilani, 2017).

Los componentes individuales del producto turístico juegan diferentes roles en la decisión de viajar del consumidor. Hay tres niveles de estructura del producto turístico: El núcleo del producto es una necesidad satisfecha por un turista en relación con un viaje turístico. Estos son los beneficios que obtiene el consumidor al tomar la decisión de viajar. El núcleo del producto no suele ser el objeto de la transacción, pero es la esencia del producto turístico. El núcleo de un producto turístico es, por ejemplo, satisfacer la necesidad de recreación (Ramírez, 2019).

Producto real: este es el objeto real de la transacción que realiza un turista al comprar un producto turístico. El producto real es un conjunto de elementos materiales, servicios, lugar y tiempo que determinan la naturaleza del producto. El producto real es, por ejemplo, un servicio de hotel.

Producto extendido - incluye un conjunto de beneficios adicionales que recibe un turista al adquirir un producto turístico. Son elementos adicionales que acompañan al producto, no siendo su elemento indispensable, pero aumentando su atractivo. Un producto extendido es, por ejemplo, la posibilidad de reservar online las entradas al museo (Verdecia, 2018)

Un producto turístico puede ser considerado desde la perspectiva de una empresa, como un conjunto de productos y servicios relacionados con la venta de productos y servicios turísticos, o desde la perspectiva de un turista, como atractivos valores turísticos que adquiere. Debido a su complejidad, los productos turísticos se pueden dividir en:

Productos simples: son productos turísticos únicos. Un producto turístico simple puede ser:
cosa - por ejemplo, guías, souvenirs, equipo turístico.

servicio - por ejemplo, punto de información turística, alojamiento, transporte público.

Productos complejos: son productos que incluyen otros productos o servicios. Los productos integrados incluyen:

evento - por ejemplo, peregrinación, festival, concierto, festival.

evento (paquete turístico) - por ejemplo, alojamiento + turismo (Pinassi & Ercoilani, 2017).

2.1.5.2. Motivos para comprar un producto turístico

Las decisiones de compra de un producto turístico están influenciadas por una serie de factores directos e indirectos, resultantes de las necesidades conscientes y subconscientes de los consumidores - turistas. Los motivos de compra de productos turísticos se pueden dividir en:

Motivos emocionales - son un conjunto de factores que tienen su origen en un impulso (Zarco & Morales, 2017).

. Los motivos emocionales para comprar un producto turístico incluyen:

- ambiciones - la mayoría de las veces relacionadas con la situación económica del

consumidor, o el grupo de referencia con el que se comparan.

- moda - incluye decisiones sobre la compra de productos, condicionadas por las tendencias actuales en el mercado.
- miedo: determina la actitud del comprador hacia el ahorro.
- sueños - son sentimientos y deseos subjetivos del consumidor en relación con la compra de bienes específicos.

Motivos racionales: estos son factores relacionados con necesidades específicas satisfechas por un producto turístico específico (Bueno & Meroño, 2017). Las razones racionales para adquirir un producto turístico son:

- Necesidad: la decisión de viajar es el resultado de un deseo de satisfacer una necesidad específica, por ejemplo, la necesidad de mejorar la salud.
- placer y comodidad - son percepciones subjetivas del consumidor relacionadas con la evaluación de la calidad de los productos en cuestión.
- beneficios de precio: la decisión de comprar está dictada por la atractiva relación precio-calidad del producto.
- servicio eficiente - define experiencias positivas del pasado relacionadas con el uso de un determinado producto o servicio.
- conveniencia - decisiones en las que la comodidad del comprador en relación con la compra y el uso del producto es más importante que sus otros aspectos, por ejemplo, el precio.

Para que un producto turístico resulte atractivo para los potenciales compradores (Pinassi & Ercoilani, 2017)

, debe cumplir las siguientes funciones:

- Usabilidad: debe satisfacer las necesidades específicas de los compradores,
- Coherencia: todos los elementos del producto turístico deben ser compatibles entre sí.
- Originalidad: debe destacarse de otros productos en el mercado.

2.1.6. Evaluación de la actividad turística.

La evaluación de la actividad turística es un proceso crítico que se lleva a cabo para determinar

el impacto económico, social y ambiental del turismo en una región o destino. La evaluación ayuda a los responsables de la toma de decisiones a comprender mejor cómo el turismo afecta al desarrollo local y cómo pueden maximizar sus beneficios mientras minimizan sus efectos negativos (Vanegas et al, 2017)

En términos económicos, la evaluación de la actividad turística implica medir los ingresos generados por el turismo en una región específica. Esto incluye no solo los ingresos directos como alojamiento, transporte y actividades recreativas, sino también los ingresos indirectos como compras realizadas por los visitantes en tiendas locales o restaurantes (González et al., 2020)

La evaluación social se enfoca en analizar las interacciones entre visitantes y residentes locales. Se evalúa si el aumento del número de visitantes tiene un impacto positivo o negativo sobre las relaciones sociales existentes entre ambos grupos. También se evalúa si hay algún cambio significativo en las normas culturales debido al contacto con personas de diferentes orígenes.

Finalmente, la evaluación ambiental busca determinar qué tipo de impacto está teniendo el turismo sobre el medio ambiente natural y cultural. En este sentido, se evalúan aspectos como calidad del aire y agua, uso eficiente del suelo, manejo adecuado de residuos sólidos e influencia sobre patrimonio cultural (Arnandis, 2017)

Para llevar a cabo esta tarea compleja es necesario utilizar diversas herramientas metodológicas tales como: encuestas a visitantes (turistas), entrevistas a empresarios del sector turístico; estudios documentales; observaciones participantes; mediciones objetivas mediante técnicas estadísticas; análisis de los impactos sobre la economía, el medio ambiente y la sociedad; entre otras (Zarco & Morales, 2017).

2.1.6.1. Evaluación del Turismo Comunitario

El turismo comunitario se refiere a la actividad turística que involucra a las comunidades locales en el desarrollo, gestión y beneficios económicos del turismo en su área. La evaluación de la actividad de turismo comunitario es fundamental para medir su impacto social, cultural, ambiental y económico (Arnandis, 2017).

Existen diferentes herramientas y métodos para evaluar el turismo comunitario. Uno de

ellos es el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que permite identificar los aspectos positivos y negativos del proyecto turístico desde una perspectiva interna y externa. Otra herramienta importante es la evaluación del impacto ambiental y social. Esta técnica analiza cómo afecta la actividad turística al medio ambiente local (flora, fauna, paisaje) así como a las condiciones socioeconómicas de las comunidades locales (empleo, ingresos) (Cayo & Apaza, 2017)

La medición de indicadores clave también puede ser útil para evaluar el éxito o fracaso del proyecto. Por ejemplo: número de visitantes por temporada; tasa de ocupación hotelera; promedio de gasto por visitante; grado de satisfacción del cliente. Además, se deben considerar aspectos culturales específicos relacionados con cada comunidad local involucrada en el proyecto. Se debe respetar sus tradiciones e identidad cultural mientras se fomentan oportunidades económicas sostenibles. Una evaluación adecuada del turismo comunitario permitirá un mayor entendimiento sobre su efectividad como modelo sostenible tanto desde un punto vista económico como social-cultural-ambiental.

2.1.6.2.. Evaluación de los Factores económicos y Territoriales en el Turismo comunitario.

El turismo comunitario se ha convertido en una alternativa de desarrollo sostenible para las comunidades locales, especialmente aquellas que dependen del sector agrícola y/o ganadero. La evaluación de los factores territoriales y económicos es fundamental para el éxito de esta actividad (García y otros, 2019).

En cuanto a los factores territoriales, se deben considerar aspectos como la ubicación geográfica, la accesibilidad al lugar turístico, la calidad del medio ambiente (aire limpio, agua potable), la diversidad cultural y natural del entorno, así como también la infraestructura disponible (alojamiento, transporte público).

Por otro lado, los factores económicos son igualmente importantes. Se debe evaluar el potencial turístico de la comunidad local en términos de su capacidad para ofrecer servicios adecuados a las necesidades del visitante. Además, es necesario analizar el impacto económico que generará el turismo comunitario en términos de empleo directo e indirecto y cómo afectará al comercio local (Pinassi & Ercoilani, 2017).

Es importante tener en cuenta que un factor clave en cualquier evaluación será siempre la participación activa y comprometida por parte de las comunidades locales involucradas. Esto incluye no solo a aquellos miembros directamente relacionados con actividades turísticas sino también a otros sectores productivos relevantes. Una evaluación completa y cuidadosa tanto de los factores territoriales como económicos permitirá diseñar estrategias efectivas para promover un desarrollo sostenible basado en el turismo comunitario que beneficie tanto a visitantes como a residentes locales.

2.1.7. Dinamización del turismo Rural

El turismo rural se refiere a las actividades turísticas que tienen lugar en áreas rurales, generalmente fuera de los centros urbanos y enfocadas en la naturaleza, el patrimonio cultural y la vida tradicional del campo. Este tipo de turismo tiene como objetivo fomentar el desarrollo sostenible de las comunidades locales al tiempo que ofrece una experiencia auténtica a los visitantes (Huertas et al., 2020). Con el propósito de dinamizar el turismo rural se sugieren los siguientes aspectos

2.1.7.1. Dinamización económica

La dinamización económica es un proceso mediante el cual se busca mejorar la economía local a través del impulso de diferentes sectores productivos. En el caso del turismo rural, esto puede implicar incentivar la creación de pequeñas empresas locales (como alojamientos o restaurantes), promover productos artesanales y gastronómicos típicos de la zona o desarrollar actividades relacionadas con la naturaleza (Espeso, 2019).

El turismo rural es una actividad económica que se ha convertido en una importante fuente de ingresos para muchas comunidades rurales (Ledhesma, 2018). Sin embargo, su éxito depende de varios factores que influyen en la dinamización económica del sector. Uno de los factores más importantes es el desarrollo y promoción adecuada de infraestructuras turísticas como alojamientos, restaurantes, senderos y otros servicios relacionados con el turismo.

Otro factor clave es la preservación del patrimonio natural y cultural local. Los visitantes buscan experiencias auténticas y únicas, por lo que proteger y respetar las tradiciones locales ayuda a atraer más turistas interesados en conocer la cultura local. Además, también es

importante fomentar actividades complementarias al turismo como eventos culturales o deportivos para generar un mayor interés entre los visitantes (Espeso, 2019). En definitiva, estos son algunos de los factores fundamentales para garantizar el éxito del turismo rural en cualquier región: infraestructuras adecuadas y bien promocionadas junto con la preservación del patrimonio natural y cultural local para ofrecer experiencias únicas e inolvidables a quienes deciden disfrutarlo.

2.1.7.2. Sostenibilidad ambiental

El turismo rural debe ser gestionado desde una perspectiva sostenible para garantizar su continuidad en el tiempo sin dañar los recursos naturales ni comprometer las condiciones socioeconómicas actuales o futuras. Es importante implementar prácticas responsables tanto por parte de los visitantes como por parte de los empresarios locales para reducir al mínimo posible su impacto negativo sobre el medio ambiente (García et al., 2019).

Existen varios factores que influyen en la dinamización de la sostenibilidad ambiental en el turismo rural. En primer lugar, es importante destacar el papel de los propios empresarios y emprendedores del sector, quienes deben tener una visión clara y comprometida con la protección del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales. Para ello, es necesario que implementen prácticas responsables y sostenibles en sus actividades turísticas, tales como el uso eficiente de energía y agua, gestión adecuada de residuos o promoción del transporte público (Arandis, 2017).

Por otro lado, también es fundamental contar con políticas públicas a nivel local o regional que fomenten e incentiven este tipo de prácticas sostenibles entre las empresas turísticas rurales (Díaz, 2017). Además, se debe promover una mayor conciencia entre los visitantes sobre la importancia del cuidado ambiental durante su estancia en estos lugares para garantizar un impacto positivo a largo plazo. La colaboración entre diferentes actores involucrados en el sector (empresas turísticas rurales, administraciones públicas locales y regionales) será clave para impulsar un modelo más responsable y respetuoso con el entorno natural (Huertas et al., 2020).

La dinamización de la sostenibilidad ambiental en el turismo rural dependerá de una combinación adecuada entre iniciativas empresariales y políticas públicas que promuevan

prácticas más responsables y conscientes con el medio ambiente. Asimismo, será necesario fomentar una cultura del cuidado ambiental entre los visitantes para lograr un impacto positivo a largo plazo (Pedregal, 2020). Solo así se podrá garantizar un desarrollo turístico sostenible en las zonas rurales que permita disfrutar de sus recursos naturales sin comprometer su conservación para generaciones futuras.

2.1.7.3. Participación comunitaria

La participación activa y responsable de las comunidades locales es fundamental para lograr una dinamización efectiva del turismo rural, ya que ellos son quienes conocen mejor su territorio y sus necesidades particulares. Se deben establecer canales adecuados para escuchar sus opiniones e involucrarlos en todas las etapas del proceso, desde la planificación hasta la gestión cotidiana.

La dinamización de la participación comunitaria en el turismo rural es un proceso complejo que está influenciado por diversos factores. Uno de los principales es la existencia de una comunidad local comprometida y dispuesta a colaborar en el desarrollo del turismo rural. Si la comunidad no está interesada o no se siente involucrada, será difícil generar iniciativas conjuntas y conseguir resultados positivos (Arnandis, 2017).

Otro factor importante es la existencia de infraestructuras adecuadas para el turismo rural, como alojamientos rurales, senderos señalizados, zonas recreativas o museos etnográficos. Estas infraestructuras son fundamentales para ofrecer al visitante una experiencia satisfactoria y atractiva que invite a volver y recomendar el destino. Además, también son importantes las políticas públicas orientadas al fomento del turismo rural y su implicación con los actores locales para definir estrategias compartidas (Pinassi & Ercoilani, 2017).

En este sentido, la colaboración entre los distintos actores implicados en el turismo rural es fundamental para lograr una dinamización efectiva de la participación comunitaria. Es necesario que exista un diálogo constante y fluido entre las administraciones públicas, empresas turísticas y la comunidad local para definir objetivos comunes y trabajar juntos en su consecución (Nicacio, 2017).

Asimismo, otros factores relevantes son el acceso a financiación o ayudas económicas destinadas al desarrollo del turismo rural, así como una buena gestión de los recursos naturales y culturales del territorio. La promoción adecuada del destino también es clave para conseguir una mayor visibilidad y atracción de visitantes interesados en conocer la cultura local (Schenkel, 2019) .

Son muchos los factores que influyen en la dinamización de la participación comunitaria en el turismo rural. Por ello, es importante contar con un análisis previo del territorio y sus características específicas antes de definir estrategias conjuntas que permitan aprovechar al máximo las potencialidades locales e impulsar el desarrollo sostenible a través del turismo rural (Verdecia, 2018). .

2.1.7.4. Marketing y promoción

El marketing y la promoción son esenciales para dar a conocer el turismo rural, ya que muchas veces estos destinos no cuentan con una gran visibilidad en los medios de comunicación tradicionales. Es importante desarrollar estrategias de marketing efectivas para llegar al público objetivo adecuado, utilizando canales digitales como redes sociales o páginas web especializadas (Cayo & Apaza, 2017) .

El turismo rural es una actividad que se ha convertido en un sector económico importante para muchas regiones del mundo. La dinamización del marketing y la promoción son factores clave para el éxito de este tipo de turismo, ya que permiten atraer a más visitantes y mejorar la experiencia del viajero. Entre los factores que influyen en la dinamización del marketing y la promoción en el turismo rural destacan:

En primer lugar, las nuevas tecnologías han revolucionado el modo en que los destinos rurales se comunican con sus potenciales clientes. Las redes sociales, por ejemplo, ofrecen una plataforma ideal para compartir información sobre alojamientos, actividades o eventos locales. Además, internet permite llegar a un público mucho más amplio y diverso sin necesidad de grandes inversiones publicitarias (Díaz, 2017).

Otro factor relevante es la calidad de los servicios ofrecidos por las empresas turísticas locales. El trato personalizado al cliente, una buena atención al detalle y un compromiso con

la sostenibilidad ambiental son elementos diferenciadores que pueden marcar la diferencia entre elegir un destino u otro. En definitiva, si se quiere dinamizar el marketing y promoción en el turismo rural es necesario apostar por unos servicios excepcionales capaces de generar experiencias únicas e inolvidables para los visitantes

2.1.7.5. Innovación tecnológica

Las nuevas tecnologías han tenido un impacto significativo en la dinamización del turismo rural. La creación de plataformas digitales y aplicaciones móviles ha permitido a los viajeros buscar información sobre destinos rurales, reservar alojamientos y actividades, e incluso planificar itinerarios personalizados. Además, las redes sociales se han convertido en una herramienta valiosa para promocionar el turismo rural y compartir experiencias entre viajeros.

Otro aspecto importante es la implementación de tecnología en los servicios ofrecidos por los establecimientos rurales. Por ejemplo, algunos alojamientos ya cuentan con sistemas inteligentes que permiten controlar la temperatura ambiente o la iluminación mediante dispositivos móviles. También existen iniciativas como el uso de drones para capturar imágenes aéreas de paisajes naturales o senderos que pueden ser utilizadas para fines publicitarios o informativos. En definitiva, las nuevas tecnologías están transformando positivamente el sector del turismo rural al facilitar su acceso y mejorar la experiencia del usuario.

Además, las nuevas tecnologías también están permitiendo a los propietarios de establecimientos rurales mejorar la gestión y promoción de sus negocios. La implementación de herramientas como software de reservas, sistemas de gestión hotelera o programas para el análisis del rendimiento y satisfacción del cliente son fundamentales para una correcta administración del negocio turístico rural.

Por otro lado, la realidad virtual se está convirtiendo en una herramienta muy útil para mostrar al viajero cómo será su experiencia antes incluso de llegar al destino. Las visitas virtuales a alojamientos rurales o actividades turísticas pueden ayudar a los viajeros a tomar decisiones más informadas sobre dónde hospedarse o qué hacer durante su estancia. Las nuevas tecnologías están transformando el sector turístico rural ofreciendo un mayor acceso y

mejorando la calidad del servicio tanto para los usuarios como para los propietarios (Espeso, 2019).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Descripción del área de estudio/Grupo de estudio

El trabajo de investigación se realizó en los cantones de Alausí y Guano de la provincia de Chimborazo, considerados los espacios territoriales en los cuales se ha determinado un mayor potencial turístico y en los que se han trabajado proyectos de desarrollo turístico rural relevantes, por lo que el grupo de estudio estará constituido por las organizaciones que han promovido y desarrollado la actividad turística en la provincia de Chimborazo. Estos dos cantones fueron nombrados pueblos mágicos por el Ministerio de Turismo porque poseen un gran potencial turístico.

3.2. Enfoque y tipo de investigación

3.2.1. Enfoque de Investigación

La Investigación propuesta tiene un enfoque mixto, considerando que el análisis a realizar se fundamentará en las acciones emprendidas por las instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales y los organismos seccionales, en relación con la actividad turística, por lo que se determinarán los niveles de intervención de forma subjetiva y se analizarán las causas y efectos de las intervenciones como evidencia circunstancial del éxito o fracaso de los emprendimientos turísticos. Es cualitativa porque la metodología cuantitativa se utiliza para recopilar y analizar datos numéricos relacionados con factores económicos y territoriales en los espacios turísticos de la provincia de Chimborazo en los cantones de Alausí y Guano.

3.2.2. Tipo de Investigación

La Investigación será de tipo descriptiva, ya que las variables en estudio no serán manipuladas, sino que se observarán como se han presentado a través del tiempo. Los datos se

presentarán en función de la información proporcionada por los actores.

La investigación es de tipo bibliográfica y documental, ya que los datos se obtendrán de informes de trabajo vinculados con el tema y será documental porque se realizará basada en la información registrada en planes, programas y proyectos turísticos, así como en informes y noticias obtenidas de primera mano.

La investigación será de campo, porque las actividades de investigación se realizarán en los sitios en los que sucedieron los hechos.

3.3. Procedimientos

Objetivo 1: Realizar una evaluación histórica crítica del turismo rural en la Provincia de Chimborazo.

Establecer el número de emprendimientos turísticos y en base a los datos encontrados realizar un muestreo intencional considerando el tiempo de existencia y servicio del y permanencia como emprendimientos

Aplicar la observación ayudada de la investigación de tipo bibliográfico y documental, ya que la información se obtendrá de informes de trabajo de investigación vinculados con el tema y será documental porque se realizará basada en la información registrada en planes, programas y proyectos turísticos.

Posterior a los datos anteriormente descritos con la data recolectada se realizará un análisis descriptivo de la información obtenida para la interpretación de la misma.

Objetivo 2: Describir los factores económicos y territoriales de los espacios turísticos de la provincia de Chimborazo:

La metodología empleada para identificar las necesidades esenciales percibidas consistió en la realización de entrevistas con miembros de las organizaciones mencionadas, la observación directa durante visitas a los sitios donde operan los emprendimientos y la revisión de investigaciones previas relacionadas con el mismo ámbito.

Se aplicará la técnica de entrevista mediante un cuestionario compuesto por 8 preguntas abiertas dirigidas a actores clave 4 administradores o propietarios de emprendimientos turísticos que han tenido relación con los emprendimientos desde su inicio y a un experto en turismo. Anexo (hoja de Vida) El propósito de estas entrevistas es obtener información sobre los servicios ofrecidos y las estrategias utilizadas para satisfacer las necesidades de los visitantes, así como identificar los desafíos que pueden estar afectando la rentabilidad a corto

y largo plazo de estos emprendimientos. La información recabada se procederá a analizar mediante el análisis descriptivo a interpretar la data.

Objetivo 3: Proponer acciones para la dinamización del Turismo rural en la provincia de Chimborazo.

Se triangulará la información que se recolectó de las técnicas de la entrevista, para conocer las fortalezas y debilidades que giran en torno a las variables económicas, territoriales de los espacios turísticos y de la variable de dinamización del turismo rural. Con la recolección de la información que proyecten los instrumentos se conocerá desde diferentes perspectivas el problema encontrados en el estudio directo de los actores involucrados para dar valor a los datos hallados, para posterior discutir los resultados obtenidos correlacionarlos y presentar lo más relevante que permita dar una mejor perspectiva ante la situación planteada.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Evaluación histórica crítica del turismo rural en la provincia de Chimborazo.

4.1.1. El Turismo Comunitario en el Ecuador.

El turismo comunitario en Ecuador ha experimentado un desarrollo constante desde los años 80, convirtiéndose en una actividad económica clave para el país. En sus inicios, la mayoría del turismo era convencional y estaba liderado por empresas privadas de turismo. Sin embargo, algunas comunidades comenzaron a explorar el turismo comunitario como una nueva propuesta hacia finales de esa década (Ramos, 2016) .

Esto implicó que las comunidades diseñaran, operaran y promocionaran sus propios programas y actividades turísticas. La iniciativa del turismo comunitario ha permitido a estas comunidades no solo generar ingresos económicos sino también preservar su cultura y patrimonio natural, convirtiéndose en una alternativa sostenible al turismo convencional (Voronkova, 2019).

Desde entonces, el turismo comunitario ha evolucionado y se ha consolidado como una actividad turística importante en Ecuador, atrayendo a viajeros que buscan experiencias auténticas y responsables. La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE, 2012) destaca la importancia del turismo comunitario para el desarrollo local y

sostenible de las comunidades indígenas, afrodescendientes y campesinas del país. En resumen, el turismo comunitario en Ecuador es un ejemplo exitoso de cómo el turismo puede ser una herramienta para promover la inclusión social, preservar la cultura y proteger el medio ambiente.

La Ley de Turismo 2002 reconoce la importancia del turismo comunitario y establece a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como su representante. La FEPTCE está formada por miembros de las comunidades involucradas, así como de federaciones y redes provinciales y regionales. Para ellos, el turismo comunitario es una actividad solidaria que promueve la participación activa de las comunidades desde una perspectiva intercultural, un manejo adecuado del patrimonio natural y cultural, y una distribución equitativa de los beneficios locales. Esta definición refleja tanto la necesidad económica y social en generar ingresos y empleo para combatir la pobreza, como también proteger los recursos naturales, revalorizar el patrimonio cultural local mediante ofertas turísticas gestionadas por las mismas comunidades con un enfoque especial en distribuir justamente los beneficios obtenidos.

El trabajo constante de la FEPTCE y las comunidades ha dado resultados positivos a partir del año 2005, con la presencia de 62 operadores de turismo comunitario respaldados por una nueva ley y políticas estatales que les otorgan voz propia en el ámbito nacional. El turismo comunitario no solo dinamiza el mercado interno y externo, sino que también contribuye a construir relaciones más equitativas al revalorizar prácticas, costumbres y saberes tradicionales propios de los pueblos ecuatorianos. A pesar del progreso alcanzado, este sector enfrenta problemas como la necesidad de profundizar su impacto en la Economía Popular y Solidaria para evitar un enfoque puramente economicista.

En los últimos años, el turismo ha ayudado a muchas comunidades a reconocer la importancia de sus recursos patrimoniales, tanto culturales como naturales y físicos. Además, han trabajado en mejorar las habilidades técnicas y empresariales de su población para competir mejor en un mercado globalizado. Desde el 2020, La pandemia de covid-19 ha tenido un impacto negativo en los emprendimientos de turismo comunitario, pero también ha llevado a la innovación y a la creación de nuevos productos turísticos para atraer al turista nacional que no era el principal cliente antes del brote (Bravo y otros, 2021)

Durante el año 2020, los emprendimientos comunitarios experimentaron una disminución significativa en sus ingresos debido a la pandemia. Sin embargo, en el transcurso del año 2021, algunos de estos negocios comenzaron a recibir un mayor número de turistas gradualmente. Se observó que las comunidades ubicadas cerca de zonas urbanas o pequeñas ciudades recibieron más visitantes nacionales que decidieron viajar a áreas rurales cercanas para evitar aglomeraciones y conectarse con la naturaleza mientras participaban en actividades vivenciales junto a las comunidades locales (Cantore et al., 2023).

4.1.2. La Provincia de Chimborazo

La provincia de Chimborazo se encuentra en la región central de la República del Ecuador, formando parte de la Sierra ecuatoriana. Geográficamente, es conocida por albergar al volcán Chimborazo, que, con una altitud de aproximadamente 6,263 metros sobre el nivel del mar, es considerado el punto más cercano al sol desde la superficie terrestre. Esta provincia está compuesta por diversos ecosistemas que van desde páramos hasta valles interandinos, lo que la convierte en un área de gran biodiversidad y riqueza natural (PDOT Chimborazo, 2021).

Desde el punto de vista económico y productivo, Chimborazo es una provincia diversificada. La agricultura es una de las principales actividades económicas, destacando la producción de tubérculos como la papa, así como de cereales como el maíz y la cebada. La ganadería también es relevante, especialmente la cría de bovinos, ovinos y porcinos. Además, la provincia ha visto un crecimiento en el sector manufacturero, especialmente en la producción de textiles y artesanías (PDOT Chimborazo, 2021).

En el ámbito turístico, Chimborazo es un destino que atrae tanto a aventureros como a aquellos interesados en la cultura y la historia. El volcán Chimborazo es un imán para montañistas y senderistas, ofreciendo diversas rutas de trekking y la posibilidad de alcanzar su cumbre. Las áreas circundantes al volcán son ideales para el ecoturismo, con una variedad de flora y fauna que incluye especies como la vicuña y el lobo de páramo.

Además del turismo de aventura, la provincia ofrece una rica experiencia cultural. Riobamba, la capital, es un centro histórico y cultural que cuenta con diversos museos, iglesias y mercados indígenas. La ruta del tren Nariz del Diablo es otra atracción que ofrece una experiencia única, permitiendo a los visitantes apreciar la impresionante geografía andina mientras se sumergen

en la historia del país. En resumen, Chimborazo es una provincia que combina de manera única la belleza natural con la riqueza cultural, ofreciendo una amplia gama de oportunidades para el turismo y la aventura (Logroño, 2023).

4.1.3. El Turismo Comunitario en la Provincia de Chimborazo

La Provincia de Chimborazo tiene varios atractivos turísticos que tienen las características de ser recursos sostenibles y contribuir y con un gran potencial para el desarrollo de la población local. El Plan de Ordenamiento Territorial de la provincia (PDOT) destaca el potencial del turismo para generar empleo e ingresos, así como dinamizar otros sectores económicos. Por lo tanto, se plantea la necesidad de formular un Plan de Desarrollo Turístico y un Plan de Marketing que guíen las decisiones políticas en esta materia.

4.1.3.1. La Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo CORTUCH

La CORDTUCH, organización líder en turismo comunitario en Chimborazo, ha estado en funcionamiento desde 2003 hasta la fecha actual en 2023. Se originó a partir de una reunión entre diversas comunidades campesinas e indígenas con el propósito de analizar su situación y promover el turismo como una estrategia para el desarrollo local sostenible y participativo. En la actualidad, la organización gestiona doce proyectos distribuidos en seis cantones, que no solo impulsan el turismo comunitario sino también emprendimientos productivos basados en técnicas ancestrales recuperadas. La gestión comunitaria del turismo por parte de CORDTUCH ha sido ampliamente reconocida a nivel provincial, nacional e internacional, considerándola como una organización representativa del Turismo Comunitario en la provincia de Chimborazo. Su objetivo principal es impulsar y consolidar las iniciativas turísticas de la comunidad para ampliar sus fuentes de ingreso de manera sostenible y participativa. Además, han establecido una metodología de inventario turístico para evaluar la calidad de los servicios en el turismo comunitario (Logroño, 2023).

En 2007, se llevó a cabo el PLANDETUR 2020 por solicitud del Ministerio de Turismo (MINTUR) con el fin de desarrollar el turismo sostenible en Ecuador. La metodología utilizada para evaluar los productos turísticos fue similar a la empleada previamente por Joseph Chias. Los resultados señalaron que no se produjeron cambios significativos en el Valor Potencial de

los productos debido a la falta de generación de nuevos productos turísticos en los cuatro años entre los dos estudios (Cejas & Yáñez, 2018).

En 2010, un equipo de investigación de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) realizó una consultoría para la Organización Mundial del Turismo (OMT), centrándose en caracterizar integralmente el potencial del turismo cultural en la provincia de Chimborazo utilizando la misma metodología y tres criterios adicionales: infraestructura y planta turística, situación organizativa y calidad de oferta, así como valoración del producto comunitario. Como resultado, se publicó un manual que sigue vigente llamado Manual Calidad Gestión Turismo Comunitario Ecuador (FEPTCE, 2010). Este manual definió cuatro áreas importantes para el turismo comunitario, incluyendo la participación comunitaria, el fortalecimiento organizativo, el desarrollo comunitario y el bienestar general de la comunidad. A pesar de su relevancia, no se han realizado investigaciones adicionales para evaluar cómo las comunidades de la Provincia de Chimborazo han incorporado el turismo comunitario.

El Ministerio de Turismo, como entidad rectora de la actividad turística, elaboró el Plan Sectorial de Turismo (PST 2021-2025) (MINTUR, 2021), que tiene como objetivo orientar el desarrollo del turismo hacia una demanda real y mejorar la infraestructura del país. Este plan se basa en políticas de planificación territorial y turística, diversificación de productos, promoción y marketing inteligente, comercialización y mercadeo. Su propósito es reactivar el turismo y convertirlo en una actividad económica sostenible que contribuya al bienestar y la riqueza del país.

A pesar de que se habían priorizado ciertos emprendimientos para el desarrollo turístico comunitario a nivel nacional, muchos de ellos se vieron afectados negativamente debido al confinamiento global causado por la pandemia. En los últimos dos años, las reformas y las iniciativas de desarrollo turístico han sido limitadas, ya que las prioridades del Estado se han centrado en otras áreas y actividades turísticas particulares en lugar de comunitarias. Como resultado, son pocos los emprendimientos a nivel nacional que han logrado mantenerse en estas circunstancias.

4.1.3.2. La importancia de un análisis retrospectivo del turismo Rural en Chimborazo (2004 / 2023).

El análisis retrospectivo del turismo rural en la Provincia de Chimborazo, desde su inicio en 2004 hasta la situación actual en 2023, revela una historia compleja y valiosa sobre los esfuerzos, desafíos y cambios experimentados en este sector. Comenzando en 2003, la creación de la Corporación de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORTUCH) marcó el inicio de un proceso de activación del turismo rural y comunitario en la provincia. Durante este período inicial, que se extiende hasta 2012, se observó un auge en los procesos de desarrollo turístico comunitario. Esto incluyó un aumento en el registro de emprendimientos y una mayor inversión tanto de organizaciones nacionales como internacionales (Logroño, 2023).

Sin embargo, a partir de 2013 y hasta la fecha actual, se ha registrado un proceso intermitente de desarrollo con resultados escasos y un abandono progresivo de varios proyectos turísticos. Varias razones han contribuido a esta situación, como la similitud en la oferta turística, la falta de infraestructura adecuada y la falta de interés local en el turismo rural (Tayupanda M. , 2018). Además, la pandemia de COVID-19, que comenzó en 2020, desarticuló aún más las estructuras frágiles del turismo rural en la provincia, ya que las restricciones de viaje y el declive en la demanda afectaron gravemente a la industria (Miranda et al., 2021)

A pesar de estos desafíos, el turismo rural sigue siendo una constante oferta política y una real alternativa para el desarrollo de las comunidades campesinas en Chimborazo. Las comunidades locales, mostrando resiliencia, están comenzando a asumir con determinación los efectos post pandemia y están explorando nuevas estrategias para revitalizar esta importante fuente de ingresos y preservación cultural (López et al., 2022). . La situación actual, aunque desafiante, ofrece oportunidades para replantear y fortalecer el enfoque del turismo rural en la provincia, promoviendo la diferenciación de la oferta, la inversión en infraestructura y la participación activa de la comunidad, con la esperanza de lograr un desarrollo más sostenible y beneficioso para todos los involucrados (Samaniego et al., 2022)

4.1.3.3. Situación del Turismo en el 2004

La ESPOCH, en colaboración con la Agencia Regional de Sierra Centro del Ministerio

de Turismo, llevó a cabo una consultoría para la realización de un inventario turístico de la provincia de Chimborazo (MINTUR / ESPOCH, 2004), identificándose 74 lugares turísticos con infraestructura y los servicios necesarios para convertirse en productos turísticos. Los datos se presentan en cuadros y gráficos según su ubicación geográfica, tipo de atracción (natural o cultural) y categorización jerárquica según el método utilizado por el MINTUR para inventarios turísticos. Los atractivos encontrados se distribuyeron por cantón de la siguiente manera:

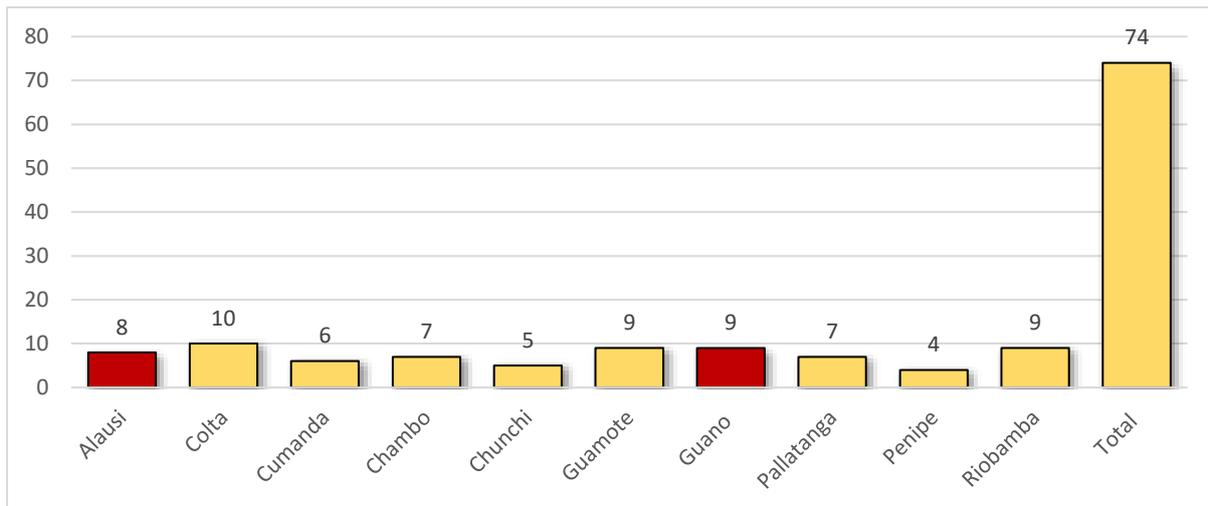


Figura 1 Número de Atractivos turísticos por cantón 2004

Fuente: Inventario Turístico 2004 ESPOCH - MINTUR

Se observa que los cantones con mayor cantidad de atractivos fueron Colta, Guamote Guano y Riobamba y el número total de 74 atractivo a nivel provincial es importante, destacar que la cantidad de atractivos turísticos no es el único factor determinante para el éxito del turismo en una región. Es necesario contar con infraestructuras adecuadas, servicios de calidad, seguridad y promoción efectiva para atraer visitantes y garantizar su satisfacción. Además, es fundamental considerar la sostenibilidad del turismo como una prioridad. Esto implica proteger los recursos naturales y culturales de la zona, involucrar a las comunidades locales en el desarrollo del turismo y fomentar prácticas responsables por parte de los visitantes, como lo asegurarán las recomendaciones del Inventario turístico de la ESPOCH y el MINTUR (2004). En resumen, si bien es positivo tener un gran número de atractivos turísticos en una región como Chimborazo, se deben tomar medidas adicionales para garantizar un desarrollo sostenible del sector turístico que beneficie tanto a las comunidades locales como al medio ambiente.

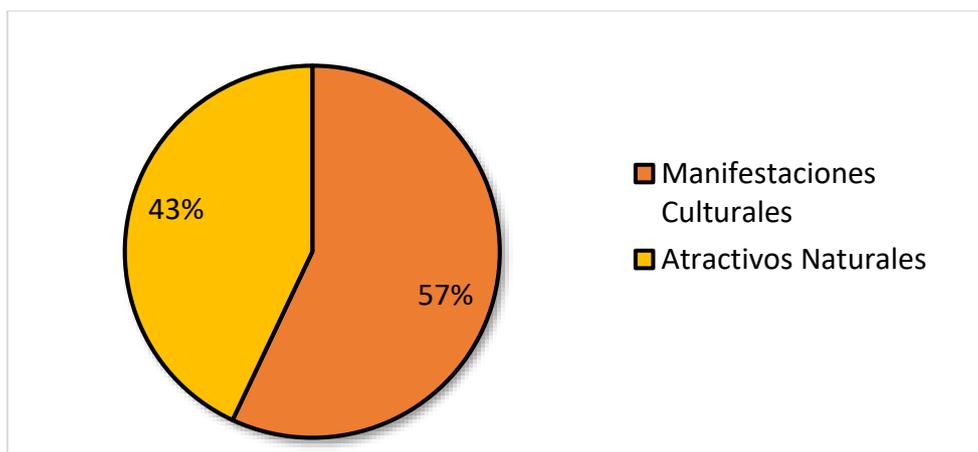


Figura 2 Porcentaje de Manifestaciones Culturales y Atractivos Naturales

Fuente: Inventario Turístico 2004 ESPOCH - MINTUR

De los atractivos turísticos encontrados 42 (57%) fueron de categoría Manifestaciones Culturales y 32 (43%) atractivos fueron inventariados en la categoría de Sitio Natural . La posesión de más atractivos culturales que naturales puede tener ventajas y desventajas. Por un lado, los atractivos culturales pueden ser una fuente importante de ingresos para la economía local, ya que los turistas están dispuestos a pagar por visitar museos, monumentos históricos y participar en eventos culturales. Además, los atractivos culturales pueden ayudar a preservar la identidad cultural y promover el patrimonio del lugar (MINTUR / ESPOCH, 2004).

Por otro lado, si se depende demasiado de los atractivos culturales como principal atracción turística, esto puede llevar al deterioro del medio ambiente natural debido al aumento del turismo masivo. Además, también existe el riesgo de convertir las tradiciones locales en productos comerciales sin respetar su autenticidad y significado original. En conclusión, poseer más atractivos culturales que naturales puede ser beneficioso siempre y cuando se logre encontrar un equilibrio adecuado entre ambos tipos de atracciones para garantizar un desarrollo sostenible del destino turístico (Salazar y otros, 2021)

Tabla 1

Atractivos de turismo comunitario inventariados en el 2004

Cantón	Número de atractivos turísticos	Tipo de atractivo		Jerarquía			
		Natural	Cultural	IV	III	II	I
Alausí	8	4	4		3	5	
Colta	10	3	7		1	9	
Cumandá	6	3	3			6	
Chambo	7	4	3			6	1
Chunchi	5	4	1			5	
Guamote	9	3	6	1	2	5	1
Guano	9	3	6	1		8	
Pallatanga	7	5	2			7	
Penipe	4	3	1		2	2	
Riobamba	9	0	9	1	2	6	
Total	74	32	42	3	10	59	2
Número							
Porcentaje		43%	57%	4.3%	13%	80%	2.7%

Fuente: Inventario Turístico 2004 ESPOCH - MINTUR

En la tabla 1 se observa que un mismo cantón puede tener tanto atractivos naturales como culturales, lo que amplía las posibilidades turísticas. Los sitios turísticos más comunes son los culturales, donde la cultura se utiliza como recurso turístico. El turismo de naturaleza está asociado al patrimonio natural, incluyendo formaciones físicas, biológicas, geológicas y paisajísticas excepcionales.

La tabla también indica que el 80% de los atractivos tienen una jerarquía II, es decir, son considerados interesantes para los turistas nacionales o internacionales. Los atractivos de jerarquía III representan el 13%, mientras que solo el 4% pertenece a la jerarquía IV. Estos últimos incluyen lugares como el Parque Nacional Sangay (nombrado Patrimonio Natural de la Humanidad en 1983), la Reserva de Producción Faunística y el Nevado Chimborazo (MINTUR / ESPOCH, 2004).

4.1.3.4. Proyectos Turísticos comunitarios entre el 2004 y el 2012

A pesar de que se reportaron en el inventario 74 atractivos naturales y manifestaciones culturales en la Provincia de Chimborazo, solo un pequeño número de comunidades se asociaron para formar la Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo "CORDTUCH" que con el tiempo logro desarrollar proyectos turísticos comunitarios. Desde su creación en 2002, CORDTUCH ha sido el único organismo dedicado al fomento del turismo comunitario en la región, pero ha enfrentado más desafíos que éxitos. Para la fecha en que se reportan los datos propuestos estaban operando 12 comunidades con proyectos turísticos comunitarios (Logroño, 2023), cada una con sus propias particularidades descritas detalladamente en los cuadros y gráficos siguientes.

Tabla 2

Proyectos turísticos comunitarios operando entre el 2004 y el 2012

Nº	Operación de Turismo Comunitario	Comunidad	Parroquia	Cantón
1	Nizag	Nizag	La Matriz	Alausí
2	Quilla Pacari	San Francisco de Cunuguachay	Calpi	
3	Casa Cóndor	Pulinguí San Pablo	San Juan	Riobamba
4	Ucasaj	San Juan	San Juan	
5	Cedein	Chinigua	San Juan	
6	Sumak kawsay	Palacio Real	Calpi	
7	Cedibal	Columbe	Columbe	Colta
8	Razu Ñan	Pulinguí Centro	San Andrés	
9	Artesa Chuquipogio	Santa Lucía	Chuquipogyo	Guano
10	Calshi	Calshi	San Andrés	
11	Agig	Guarguallá Chico	Cebadas	Guamote
12	San Pedro de Llucud	San Pedro de Llucud	La Matriz	Chambo

Fuente: (Logroño, 2023)

Los proyectos de turismo comunitario se enfocaron en seis cantones de la provincia de

Chimborazo, que juntos representan el 90,4% de su población según el Censo 2010 del Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) . Riobamba contaba con el mayor porcentaje, con un 49,2% de la población total. Guamote y Colta tenían aproximadamente un 9,85% y un 9,8%, respectivamente. Alausí representaba alrededor del 9,6%, mientras que Guano tenía apenas un 9,3%. Por último, Chambo tenía una proporción menor con solo el 2,6% de la población total. De acuerdo al censo del 2010, el 38% de la población provincial era indígena, de acuerdo a la tabla 2, la totalidad de los proyectos turísticos se encontraban en áreas rurales y comunidades quichua hablantes (Carguaytongo, 2017).

4.1.3.5. Situación del Turismo en la provincia de Chimborazo del 2013 al 2023

El análisis de los últimos 10 años, desde el 2012 al 2023 del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo arroja varias conclusiones importantes. En primer lugar, se observa que menos del 21% de los 74 emprendimientos registrados en 2004 han logrado mantenerse en funcionamiento durante esta década (Logroño, 2023) . Este fenómeno se atribuye a las siguientes razones : .

- 1) **Similitud en la oferta turística:** La similitud en la oferta turística en la provincia de Chimborazo se debe, en parte, a su ubicación geográfica. De acuerdo a Bravo et al., (2020), muchas de las comunidades rurales comparten paisajes impresionantes de montañas y naturaleza, y la gastronomía tradicional es común en toda la región, sin embargo, esta uniformidad puede resultar en una falta de atractivo diferenciador para los visitantes, ya que no encuentran experiencias únicas en cada destino. Además, la falta de innovación y creatividad en la diversificación de las actividades turísticas puede haber contribuido a esta similitud.
- 2) **Distancia y calidad de los servicios de acceso:** La distancia a los atractivos turísticos y la mala calidad de los servicios de acceso son problemas comunes en regiones rurales. En el caso de Chimborazo, su topografía montañosa y las limitaciones en las carreteras pueden dificultar el acceso a las comunidades rurales, lo que disuade a los turistas. Además, la falta de inversión en infraestructura y servicios turísticos puede afectar negativamente la experiencia del visitante y reducir la competitividad de la provincia en comparación con otras regiones (Tayupanda M. , 2018).

- 3) **Falta de interés de los pobladores locales:** La falta de interés de la población local en el turismo rural puede estar relacionada con la percepción de que esta actividad no genera beneficios significativos para la comunidad. La dependencia de organizaciones externas puede haber creado un sentimiento de apatía entre los habitantes locales, quienes pueden ver el turismo como una imposición en lugar de una oportunidad real de desarrollo económico y cultural (Dillon & Dillon, 2018).
- 4) **Papel de los jóvenes comuneros:** Aunque los jóvenes comuneros han intentado impulsar la actividad turística, enfrentan obstáculos importantes. La migración de jóvenes a las ciudades y al extranjero disminuye la mano de obra local disponible y reduce la continuidad en la gestión de los emprendimientos. Además, la falta de capacidad de autonomía para tomar decisiones estratégicas puede limitar el potencial de innovación y crecimiento de estos proyectos (Lanchimba, 2022)
- 5) **Comparación con otras provincias:** Provincias como Imbabura, Tungurahua, Loja y Azuay han logrado una mayor diversificación de la oferta turística, atraen inversiones y cuentan con una infraestructura de acceso más avanzada. Estas provincias también han promovido la identidad cultural como un elemento diferenciador, lo que ha contribuido al éxito de sus emprendimientos (Mullo y otros, 2019)
- 6) **Impacto de la pandemia:** La pandemia de COVID-19 ha tenido un efecto devastador en la industria turística a nivel global, y Chimborazo no ha sido la excepción. Las restricciones de viaje, el cierre de negocios y la disminución de la demanda han afectado aún más la viabilidad de los emprendimientos turísticos rurales en la provincia. Esto ha resaltado la necesidad de diversificar las fuentes de ingresos y mejorar la resiliencia de estos negocios ante eventos imprevistos (Cantore et al., 2023).

4.2. Análisis de emprendimientos turísticos rurales

El análisis de la situación de los proyectos turísticos rurales en Chimborazo se fundamentó en una combinación de observación directa, investigación bibliográfica y revisión documental para obtener una comprensión completa de la evolución y los desafíos enfrentados por esta alternativa de desarrollo comunitario.

La combinación de estos enfoques proporcionó una imagen integral de la situación de los

proyectos turísticos comunitarios. La observación directa permitió validar y contextualizar los datos recopilados a partir de fuentes bibliográficas y documentales, mientras que la investigación bibliográfica y la revisión documental ofrecieron un contexto histórico y político que ayuda a comprender los factores que han impactado en el desarrollo del turismo rural en la provincia, a través del análisis de los casos específicos estudiados, juntos, estos enfoques permiten un análisis más completo y basado en evidencia de la situación.

Dentro del contexto del análisis de los emprendimientos turísticos rurales en la provincia de Chimborazo, es esencial destacar la integración de la CORTUCH y la supervivencia de estas iniciativas en localidades específicas. Estos emprendimientos representan un enfoque valioso que merece atención especial, ya que ofrecen lecciones significativas para el desarrollo del turismo rural en la región.

En el Cantón Alausí, el emprendimiento "Nizag" ha logrado mantenerse a lo largo de los años. Esta perseverancia podría atribuirse a factores como la gestión efectiva, la calidad de los servicios ofrecidos o la capacidad de adaptación a las cambiantes condiciones del mercado. Examinar a fondo los aspectos que han contribuido al éxito de Nizag podría proporcionar valiosas lecciones para otros emprendimientos de la región.

En el Cantón Guano, los emprendimientos "Calshi," "Razu Ñan (Pulingui)," y "Artesa Chuquipogui " son ejemplos notables de resiliencia en un entorno desafiante. Su capacidad para resistir a los factores adversos, como la similitud en la oferta turística y las limitaciones de infraestructura, sugiere que han implementado estrategias efectivas de diferenciación, marketing, o desarrollo de experiencias únicas que atraen a los visitantes. Estudiar en detalle estas estrategias puede arrojar luz sobre las mejores prácticas para otros emprendimientos

4.2.1. Emprendimientos del Cantón Alausí

4.2.1.1. Descripción del Cantón Alausí

El cantón Alausí se encuentra en la provincia de Chimborazo, en la región central de Ecuador. Este cantón es especialmente conocido por su ubicación estratégica en la Sierra ecuatoriana, lo que lo convierte en un punto de conexión importante entre la Costa y la Amazonía. Geográficamente, Alausí se caracteriza por su topografía montañosa y valles profundos, lo que le confiere una belleza natural única y una diversidad de ecosistemas que van desde páramos

hasta zonas de bosque húmedo.

Desde el punto de vista económico, Alausí es un cantón que ha experimentado un desarrollo sostenido en los últimos años. La agricultura sigue siendo una de las principales actividades económicas, con cultivos como el maíz, la papa y varios tipos de frutas. Además, la ganadería y la pequeña industria, especialmente la artesanía, también contribuyen al tejido económico del cantón.

En el ámbito social y cultural, Alausí es un crisol de tradiciones y costumbres. La población es mayormente indígena y mestiza, lo que se refleja en la riqueza cultural del cantón. Festividades como el Carnaval y la Fiesta de San Pedro son eventos significativos que atraen a visitantes y muestran la identidad cultural de la región.

En cuanto a infraestructura y emergencias, es importante mencionar que Alausí ha enfrentado desafíos significativos en forma de desastres naturales, como deslizamientos de tierra, que han impactado a la comunidad y sus alrededores. Estos eventos han tenido implicaciones en la economía, la infraestructura y la vida cotidiana de los habitantes, lo que ha requerido respuestas y adaptaciones tanto a nivel local como gubernamental.

Desde la perspectiva turística, Alausí es quizás más conocido por la famosa ruta del tren Nariz del Diablo, una de las rutas de tren más espectaculares del mundo. Este recorrido ofrece vistas panorámicas impresionantes de la geografía andina y es una experiencia imperdible para cualquier visitante. Además, el cantón cuenta con varios atractivos naturales y culturales que lo convierten en un destino turístico enriquecedor, capaz de ofrecer desde aventuras al aire libre hasta inmersiones profundas en la cultura local (PDOT Municipal de Alausí, 2021) .

4.2.1.2. Comunidad de Nizag



Figura 3 Comunidad de Nizag
Fuente: Google Earth

La comunidad de Nizag, ubicada al sur de la provincia de Chimborazo en Ecuador, es un lugar acogedor con un clima templado que oscila entre los 10°C y 20°C. La zona montañosa ofrece una vegetación variada, desde bosques secos hasta páramos llenos de pajonales. Los habitantes se dedican principalmente a la agricultura y ganadería, aunque también son conocidos por sus artesanías elaboradas con lana de borrego y fibra de cabuya (Fuenmayor, 2023).

En el año 2009, la comunidad comenzó a trabajar en turismo comunitario mediante una asociación formada por 23 socios locales que ofrecen servicios turísticos gestionados directamente por ellos mismos. Además del centro artesanal donde se pueden adquirir las coloridas creaciones hechas con fibra de cabuya, se puede disfrutar del contacto con la naturaleza realizando caminatas ecológicas o visitando sitios arqueológicos cercanos como Ingapirca (Sagba, 2017)

Nizag es una opción interesante para aquellos viajeros que buscan experiencias auténticas y quieren conocer más sobre las culturas ancestrales ecuatorianas. Al hospedarse en alojamientos comunitarios podrán convivir con los lugareños y aprender sobre sus costumbres mientras degustan platos típicos preparados con productos orgánicos cultivados localmente. Sin duda

alguna, esta comunidad brinda la oportunidad única para descubrir lugares maravillosos fuera del circuito turístico tradicional.



Figura 4 Infraestructura de Hospedaje y restaurante en la comunidad de Nizag

Fuente: Tour Nizag



Figura 5 Restaurante - Comedor de la Comunidad de Nizag

Fuente: Tour Nizag

La situación turística en Nizag es una amalgama de potencial sin explotar y desafíos persistentes. En el lado positivo, la comunidad se destaca por su rica cultura indígena y la producción de artesanías de fibra de cabuya, elementos que añaden una dimensión única y atractiva a la experiencia turística. Estas características culturales, junto con los impresionantes paisajes naturales, hacen de Nizag un destino con un potencial turístico considerable.

Sin embargo, este potencial se ve obstaculizado por varios factores. Aunque la carretera de tercer orden que lleva a la comunidad es transitable, su calidad podría ser un factor disuasorio para algunos visitantes. Además, la falta de preparación de los anfitriones y la programación inadecuada de las actividades turísticas han contribuido a una experiencia que no está a la altura de las expectativas. Estos desafíos se ven exacerbados por la disminución significativa del turismo después de la pandemia, lo que ha impactado negativamente en la economía local.

Es crucial señalar que, a pesar de contar con servicios básicos como luz, agua y teléfono, la calidad de los servicios turísticos en general es baja. Esto representa una desconexión entre los recursos naturales y culturales de Nizag y la infraestructura y servicios que deberían complementarlos.

Nizag es un destino con un potencial turístico significativo que se ve limitado por varios desafíos. La combinación de su rica cultura indígena, la producción de artesanías únicas y los paisajes naturales impresionantes ofrece una base sólida sobre la cual se podría construir una industria turística próspera. Sin embargo, para lograr esto, es fundamental abordar las deficiencias en la calidad de los servicios turísticos, la preparación de los anfitriones y la infraestructura de acceso.

Aunque los elementos para un turismo comunitario exitoso están presentes, la falta de planificación y preparación ha restringido su impacto. Para que el turismo se convierta en un motor de desarrollo sostenible en Nizag, es crucial abordar estos desafíos de manera integral, lo que podría transformar la actividad turística en una fuente significativa de ingresos y bienestar para la comunidad.

El desarrollo sostenible del turismo en Nizag requerirá una estrategia integral que no solo mejore la infraestructura y los servicios, sino que también incorpore y valore las riquezas

culturales y naturales de la comunidad. Solo entonces se podrá aprovechar plenamente el potencial turístico de Nizag, beneficiando tanto a los visitantes como a la comunidad local.

4.2.2. Emprendimientos del cantón Guano

4.2.2.1. El Cantón Guano

El cantón Guano se ubica en la provincia de Chimborazo, en la región central de Ecuador. Geográficamente, se caracteriza por su diversidad de paisajes que incluyen zonas montañosas, valles y páramos. Esta variedad topográfica le confiere una riqueza ecológica notable, con una biodiversidad que abarca desde especies de flora y fauna de zonas altas hasta aquellas adaptadas a climas más templados.

Económicamente, Guano es un cantón que ha experimentado un desarrollo sostenible en los últimos años. La agricultura es una de las principales actividades económicas, destacando la producción de tubérculos, cereales y hortalizas. Además, la artesanía, especialmente la producción de alfombras y tapices, es otra fuente importante de ingresos para la comunidad. Estos productos son altamente valorados tanto a nivel nacional como internacional, lo que ha contribuido al crecimiento económico del cantón.

Culturalmente, Guano es un crisol de tradiciones y costumbres que reflejan la diversidad étnica de la región. La población es en su mayoría mestiza e indígena, y sus festividades, como las fiestas patronales y el Carnaval, son una muestra viva de la riqueza cultural del cantón. La música, la danza y la gastronomía local también son elementos que contribuyen a la identidad cultural de Guano.

Desde la perspectiva turística, Guano ofrece una variedad de atractivos que van desde lo natural hasta lo cultural. Entre los más destacados se encuentra la Laguna de Colta, un cuerpo de agua de origen glacial que es un imán para los amantes de la naturaleza. Además, la iglesia de Balbanera, la más antigua del Ecuador, es otro punto de interés que atrae a turistas interesados en la historia y la arquitectura. Las artesanías locales, especialmente las alfombras, también son un atractivo turístico que ofrece una experiencia de compra única.

El cantón Guano es una región con una riqueza geográfica, económica y cultural que lo convierte en un destino atractivo para una variedad de visitantes. Su potencial turístico es

amplio, y su desarrollo sostenible podría traer beneficios significativos tanto para la comunidad local como para la provincia de Chimborazo en su conjunto.

El cantón Guano, aunque rico en potencial turístico, presenta una distribución desigual de sus recursos y actividades turísticas. La mayor concentración de actividades y potencial turístico se encuentra en la cabecera cantonal de Guano, mientras que el desarrollo turístico en las áreas rurales ha sido escaso. Este desequilibrio se debe a varios factores, entre ellos las bajas asignaciones presupuestarias para el turismo rural, el escaso interés de los habitantes de los sectores rurales en desarrollar actividades turísticas, y las difíciles condiciones de infraestructura y servicios básicos en estas comunidades.

En este contexto, la falta de promoción turística para las áreas rurales del cantón Guano también juega un papel crucial. A pesar del gran potencial paisajístico y cultural en estas áreas, la falta de inversión y atención ha llevado a una subutilización de estos recursos. En resumen, para que Guano pueda aprovechar plenamente su potencial turístico, es necesario un enfoque más equilibrado que incluya tanto a la cabecera cantonal como a las áreas rurales, abordando los desafíos específicos que enfrenta cada una.

4.2.2.2. Emprendimiento Turístico de Calshi



Figura 6 Comunidad de Calshi

Fuente: Google Earth

La comunidad de Calshi, ubicada en la parroquia San Andrés del cantón Guano en la provincia de Chimborazo en las coordenadas: 1°33'05.4"S 78°44'47.4"W, presenta una riqueza

geográfica y topográfica notable. Conformada por zonas montañosas y valles, la comunidad tiene un potencial significativo para actividades agrícolas y turísticas. Sin embargo, esta diversidad geográfica también plantea desafíos en términos de accesibilidad e infraestructura, especialmente en lo que respecta a las vías de comunicación de segundo y tercer orden (PDOT Parroquia San Andres , 2021).

Económicamente, Calshi se centra en la agricultura y la ganadería como sus principales actividades productivas. Los cultivos más comunes son maíz, papas, habas y cebada, entre otros. A pesar de la riqueza en recursos naturales y la diversidad de suelos, la comunidad enfrenta desafíos significativos como la falta de capacitación técnica, el cambio climático y el acceso limitado a financiamiento. Estos factores han debilitado las actividades productivas, aunque se destaca una actitud emprendedora entre las familias y organizaciones locales (PDOT Parroquia San Andres , 2021)

En el ámbito social, la comunidad es parte de la Nación Puruhá y es bilingüe, hablando tanto kichwa como español. La cultura local se mantiene fuerte y se refleja en la organización social, las tradiciones y los trajes. Sin embargo, la comunidad enfrenta problemas relacionados con el mal estado de las vías y la falta de mejoras en las facilidades turísticas, lo que afecta su potencial para el desarrollo turístico (CORDUTCH, 2014).



Figura 7 Ingreso al Emprendimiento Turístico de Calshi

Fuente: Autor

En el contexto turístico, Calshi se destaca como un importante centro de turismo comunitario. La comunidad se encuentra a unos 20 minutos en vehículo desde la entrada principal a la comunidad La Esperanza, en Calshi Hiervabuena, donde se ubica la "Cabaña Calshi". Los visitantes pueden disfrutar de una variedad de actividades al aire libre, como caminatas y trekking por senderos naturales que rodean la comunidad. Entre los principales atractivos turísticos se encuentran la Cascada Cóndor Samana y la Peña de la Virgen (CORTUCH, 2014).

Adicionalmente, la comunidad ofrece hospedaje para hasta 8 personas y servicio de alimentación para un máximo de 20 personas. Los platos típicos, como las papas con cuy, están preparados con productos frescos cultivados por los propios habitantes locales. En cuanto a las rutas disponibles para trekking o caminatas, destacan la Cascada Cóndor Samana, la Ruta del Hielero Chimborazo y rutas dedicadas a plantas medicinales (Llanga, 2017).

Calshi es una comunidad con un gran potencial en diversas áreas, pero que necesita abordar varios desafíos para un desarrollo sostenible. El turismo, en particular, se presenta como una oportunidad significativa para diversificar la economía local y fortalecer la cohesión social. Sin embargo, para que esta actividad tenga un impacto positivo, es crucial una planificación cuidadosa y una inversión tanto en infraestructura como en capacitación.





Figura 8 Infraestructura de Alimentación y Hospedaje en la Comunidad de Calshi

Fuente: Autor

Uno de los desafíos más apremiantes que enfrenta Calshi en el desarrollo del turismo comunitario es la falta de una infraestructura adecuada y de un plan estratégico integral que permita la promoción y gestión de sus atractivos turísticos. Aunque la comunidad cuenta con sitios de interés natural y cultural, como la Cascada Cóndor Samana y la Peña de la Virgen, la falta de inversión en mejoras de las facilidades turísticas y en la promoción de estos sitios limita su potencial para atraer a un mayor número de visitantes (CORTUCH, 2014). Además, la falta de capacitación local en gestión turística y hospitalidad contribuye a que la comunidad no esté completamente preparada para ofrecer una experiencia turística de alta calidad.

Otro problema significativo es el estado de las vías de acceso a la comunidad, que son de segundo y tercer orden (P.O.T. San Andrés, 2014). Esto no solo afecta la accesibilidad, sino que también puede desalentar a los turistas potenciales que buscan comodidad y facilidad en su experiencia de viaje. A esto se suma el hecho de que, aunque los habitantes locales están dispuestos a compartir su cultura y tradiciones, existe un desconocimiento generalizado sobre cómo convertir estos elementos culturales en productos turísticos atractivos y sostenibles. Este conjunto de desafíos requiere una acción coordinada entre las autoridades locales, la comunidad y las organizaciones relacionadas con el turismo para desarrollar estrategias que permitan superar estas barreras y aprovechar plenamente el potencial turístico de Calshi.

4.2.2.3. Emprendimiento de Razu Ñan (Pulingui)



Figura 9 Comunidad de Razu Ñan (Pulingui)

Fuente: Google Earth

Pulinguí Centro es una comunidad indígena ubicada a pocos kilómetros de la ciudad de Riobamba, en la provincia de Chimborazo. Ubicada en el cantón Guano se distingue por su variado paisaje que abarca montañas y valles. Esta diversidad del terreno ofrece oportunidades para la agricultura y el turismo, aunque también plantea retos en cuanto a la accesibilidad y la infraestructura de la zona (PDOT Parroquia San Andres , 2021).

En el ámbito político, Pulingui forma parte del entramado administrativo del cantón Guano, lo que la somete a las directrices políticas tanto a nivel cantonal como provincial. Aunque la comunidad tiene un papel en el desarrollo local y la gestión de sus recursos naturales, enfrenta obstáculos en cuanto a su representación política y la asignación de recursos para su desarrollo.

Socialmente, Pulingui es una comunidad con fuertes lazos sociales, en gran parte debido a la importancia de las organizaciones locales y las tradiciones que han perdurado a lo largo del tiempo. No obstante, la comunidad se ve afectada por la migración de la población más joven hacia ciudades más grandes en busca de mejores oportunidades, lo que podría tener un impacto a largo plazo en su estructura social.

En el aspecto cultural, Pulingui es un crisol de costumbres y tradiciones que reflejan su rica herencia indígena. Las celebraciones locales, la música y la danza son elementos centrales de la identidad comunitaria. Aunque la artesanía local es una característica distintiva,

especialmente los tejidos y la cerámica, la comunidad enfrenta el desafío de mantener vivas estas tradiciones en medio de la influencia de la cultura occidental y la falta de incentivos económicos para los jóvenes.

Pulingui es una comunidad que, aunque rica en diversidad geográfica y cultural, enfrenta desafíos multifacéticos que van desde la representación política hasta la preservación de su patrimonio cultural. Su complejidad y potencial hacen de ella una comunidad que requiere una atención especial para garantizar un desarrollo sostenible y equitativo.

Esta zona es conocida por ser parte de la Reserva Faunística Chimborazo y ofrece diversas actividades turísticas como alojamiento, alimentación y guianza en diferentes rutas existentes. La población se dedica principalmente a las actividades agrícolas y pecuarias, aunque también hay quienes se dedican al comercio, construcción o artesanías.

En base a la información proporcionada por el GAD Municipal del Cantón Guano (PDOTM Guano, 2021) El emprendimiento turístico Razu Ñan se encuentra en la comunidad de Pullinguí, en la parroquia San Andrés, al norte del cantón Guano, en la provincia de Chimborazo. En las siguientes coordenadas geográficas; 1°34'17.5"S 78°44'54.6"W

Este proyecto se ubica a una altitud de 3.251 metros sobre el nivel del mar y a una distancia de 16 km o aproximadamente 20 minutos en vehículo desde Guano. Razu Ñan ofrece una experiencia integral para los visitantes. El hospedaje tiene una capacidad para albergar hasta 30 personas, y el servicio de alimentación puede atender hasta 40 personas. Las habitaciones son dobles, triples y cuádruples, y cuentan con camas literas. La alimentación se prepara con insumos producidos en la comunidad y se coordina según las preferencias del visitante.



Figura 10 Ingreso al Emprendimiento Turístico Razu Ñan
Fuente: Autor



Figura 11 Infraestructura de hospedaje y alimentación del emprendimiento Turístico Razu Ñan
Fuente: Autor

Además de los servicios básicos, Razu Ñan ofrece una serie de actividades que enriquecen la experiencia turística. Entre ellas se incluyen servicio de guianza, cabalgata, alquiler de transporte y alquiler de bicicletas. También se ofrecen actividades de trekking y demostraciones de técnicas artesanales. Las rutas de trekking disponibles son variadas, incluyendo la Ruta del Hielero de Chimborazo, los Refugios del Chimborazo y el árbol

solitario, todas con una duración de un día completo. También se ofrecen caminatas a varios atractivos dentro de la comunidad y explicaciones del proceso de tejido con lana de borrego y alpaca.

En resumen, Razu Ñan no solo ofrece un espacio para el descanso y la alimentación, sino que también proporciona una experiencia de convivencia comunitaria y una amplia gama de actividades que permiten a los visitantes sumergirse en la cultura y la naturaleza de la región.



Figura 12 Almacén de artesanías del emprendimiento Turístico Razu Ñan
Fuente: Autor



Figura 13 Infraestructura de talleres de la Asociación de Mujeres

Fuente: Autor

Es importante destacar que el turismo en esta zona tiene un impacto positivo en la economía local ya que son varias familias quienes trabajan juntas para brindar estos servicios. Los ingresos obtenidos son destinados a mejorar tanto la infraestructura turística como el bienestar económico de sus habitantes. En definitiva, Pulingú Centro ofrece una experiencia única e inolvidable donde los visitantes pueden aprender más sobre las costumbres y modos de vida ancestrales del pueblo Puruhá mientras contribuyen al desarrollo sostenible del lugar (Dillon & Dillon, 2018).

4.2.2.4. Emprendimiento Artesa Chuquipogio



Figura 14 Comunidad de Calshi

Fuente: Google Earth

La Comunidad Santa Lucía de Chuquipogio se encuentra en una ubicación geográfica privilegiada, en las faldas del volcán Chimborazo, en la provincia del mismo nombre. A 40 km de la ciudad de Riobamba y a una altitud de 3,554 metros sobre el nivel del mar, la comunidad se beneficia de un clima que varía entre los 8° y 16° C, con una precipitación media anual de 500 a 1000 mm. Este clima, junto con su suelo sub-húmedo, crea un entorno propicio para la agricultura, especialmente para cultivos como la papa, la oca, la haba y la cebada.

En el ámbito socioeconómico, la comunidad tiene una población estimada de 320 habitantes, según datos recopilados en talleres participativos. Las principales actividades económicas son la pecuaria y la agricultura, pero también se está desarrollando el turismo

comunitario como una fuente adicional de ingresos. Los residentes se dedican al cuidado de ganado vacuno y ovino, y a la crianza de especies menores, actividades que no solo satisfacen las necesidades de autoconsumo sino que también generan ingresos a través de la venta de estos productos.

En cuanto a infraestructura y servicios básicos, la comunidad está relativamente bien equipada. Aunque carece de un sistema de alcantarillado, la mayoría de las viviendas cuentan con pozos sépticos. Además, la comunidad tiene acceso a la energía eléctrica y a servicios de comunicación celular, lo que facilita la conectividad y el desarrollo. La seguridad es otro aspecto destacable; la comunidad se considera un lugar seguro para los residentes y los turistas, lo cual es un activo significativo para el desarrollo del turismo comunitario.

El turismo está emergiendo como una actividad económica relevante, aprovechando la ubicación estratégica de la comunidad para el ascenso a montañas como el Chimborazo y el Carihuairazo. Los atractivos naturales y la seguridad de la zona la convierten en un destino ideal para el turismo de aventura y comunitario. La comunidad ofrece diversas actividades al aire libre y está dispuesta a compartir su cultura y tradiciones, lo que añade un valor incalculable a su potencial turístico. Este desarrollo turístico se presenta como una oportunidad para diversificar la economía local y mejorar la calidad de vida de los residentes.



Figura 15 Ingreso al emprendimiento Turístico Artesa Chuquipoguo

Fuente: Autor

El Emprendimiento Turístico Artesa Chuquipogio es un ejemplo de cómo la comunidad puede organizarse para desarrollar actividades turísticas sostenibles y beneficiosas tanto para los visitantes como para los habitantes locales. Desde su creación en 1998, han trabajado incansablemente por promocionar sus atractivos naturales, culturales e históricos que rodean el majestuoso nevado Chimborazo. Sin embargo, debido a la falta de promoción y accesibilidad, aún no ha logrado alcanzar su máximo potencial turístico.

A pesar de las dificultades mencionadas anteriormente, la Asociación de Mujeres Visión Futura lidera con éxito este emprendimiento comunitario al ofrecer servicios turísticos como alojamiento en cabañas rústicas construidas con materiales autóctonos, alimentación típica andina preparada con productos orgánicos cultivados en sus huertos comunales y guianza especializada por senderos que llevan hacia miradores espectaculares del volcán Chimborazo.





Figura 16 Infraestructura del emprendimiento Turístico Artesa Chuquipogio

Fuente: Autor

El Emprendimiento Turístico Artesa Chuquipogio es una opción ideal para aquellos viajeros aventureros que buscan conocer más sobre la cultura local y disfrutar del paisaje natural único que ofrece esta zona ecuatoriana. Además de contribuir al desarrollo económico sostenible de la comunidad local mediante el fomento del turismo responsable (Carguaytongo, 2017).

4.3. Análisis de los emprendimientos de turismo comunitario

4.3.1. Visitantes Registrados

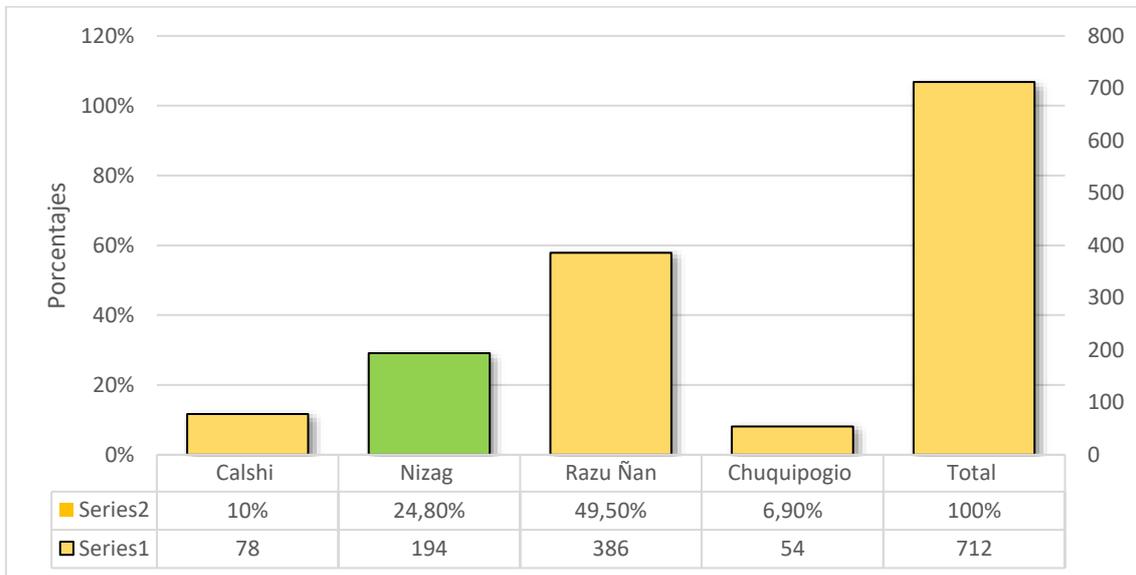


Figura 17 Número de visitantes registrados en los últimos cinco años (2017)

Fuente: Carguaytongo (2017)

Se puede observar que el emprendimiento con mayor cantidad de visitas es Ruza Ñan en Guano, con un 49.50% del total de visitas registradas. Le sigue el emprendimiento Nizag en Alausí, con un 24.80%. El tercer lugar lo ocupa Casi en Guano, con un 10%, y finalmente Chuquipogio en Guano registra solo un 6.90% de las visitas totales.

Estos porcentajes representan la proporción del total de visitantes que recibió cada comunidad durante los últimos cinco años en relación con el número total de visitantes registrado para las cuatro comunidades juntas.

4.3.2. Perfil de los Visitantes

4.3.2.1. Genero de los visitantes

A partir de los datos proporcionados por los emprendimientos sobre la distribución por género en cuatro comunidades. En general, se puede observar que el porcentaje de visitantes hombres es mayor que el de mujeres en todas las comunidades. Sin embargo, las diferencias no son muy significativas y oscilan entre 0.75% y 2.98%.

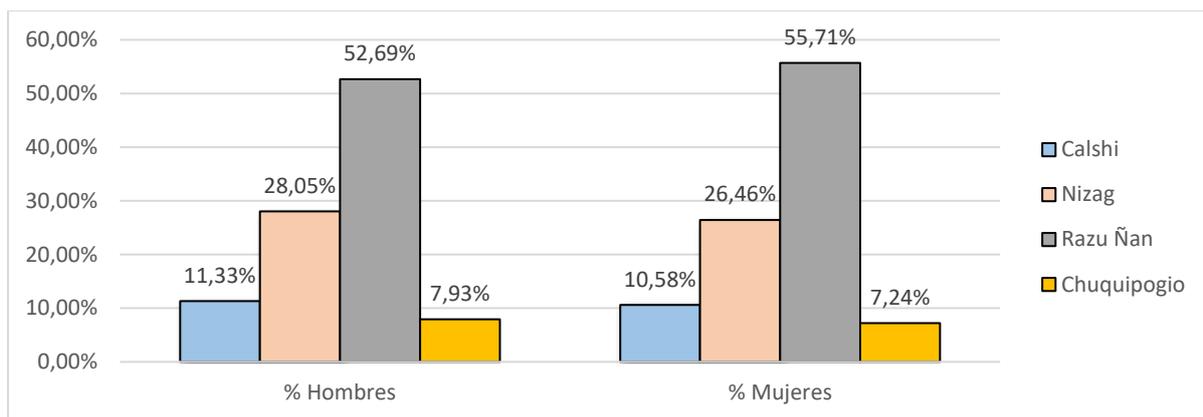


Figura 18 Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por sexo

Fuente: Carguaytongo (2017)

Dentro del grupo de hombres, se observa que en "Calshi" visitaron 40 hombres, lo que representa el 11.33% del total de visitantes de ese emprendimiento. Por su parte, en "Nizag," la cifra asciende a 99 hombres, lo que equivale al 28.05% del total de visitantes masculinos. En "Razu Ñan," se registraron 186 hombres, lo que constituye el 52.69% de los visitantes de género masculino. Finalmente, en "Chuquipogio," visitaron 28 hombres, representando el 7.93% de los visitantes hombres.

Ahora, al considerar el grupo de mujeres, en "Calshi" se contabilizan 38 mujeres, lo que corresponde al 10.58% del total de visitantes de ese emprendimiento. En "Nizag," se registran 95 mujeres, lo que equivale al 26.46% del total de visitantes femeninas. En "Razu Ñan," se encuentran 200 mujeres, representando el 55.71% de las visitantes de género femenino. Finalmente, en "Chuquipogio," se identificaron 26 mujeres, constituyendo el 7.24% del total de visitantes mujeres.

En cuanto a la evolución del turismo comunitario en cada comunidad, se pueden hacer algunas observaciones: En la Comunidad de Calshi, el porcentaje de visitantes ha sido relativamente estable durante los últimos cinco años, con una ligera tendencia al alza en el último año. El Emprendimiento Razu Ñan En la comunidad de Pulingui que presenta un mayor crecimiento en términos absolutos (y también relativos) durante estos cinco años. En este caso sí parece haber una tendencia clara al aumento del turismo comunitario. En la Comunidad de Chuquipogio el emprendimiento Artesa reporta los niveles más bajos tanto absolutos como relativos de visitantes a sus emprendimientos turísticos. Además, muestra una tendencia ligeramente descendente durante todo el periodo analizado (Logroño, 2023).

Los datos obtenidos en la comunidad de Nizag indican cierta estabilidad en el número de visitantes, aunque con un leve descenso hacia finales del periodo analizado. Cabe destacar que esta información solo da pistas generales sobre cómo está funcionando el turismo comunitario en estas cuatro comunidades y sería necesario, realizar un seguimiento más amplio para un estudio longitudinal en el que se recopilen más datos e información que permitan realizar un análisis completo y detallado sobre su situación actual y perspectivas futuras. Estas diferencias entre los porcentajes de hombres y mujeres que visitan cada emprendimiento pueden deberse a diversas razones, como la naturaleza de las actividades ofrecidas, la ubicación geográfica o las estrategias de marketing específicas para atraer a un género en particular .

4.3.2.2. Edad de los visitantes

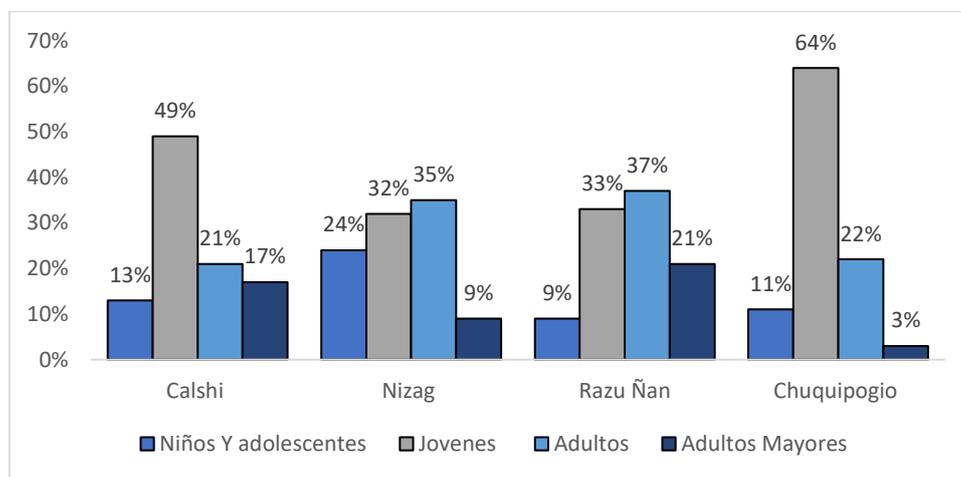


Figura 19 Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por edad

Fuente: Carguaytongo (2017)

El emprendimiento Calshi es el más visitado por jóvenes, con un 49% de turistas que se encuentran en esta etapa de la vida. Por otro lado, los niños y adolescentes representan el segundo grupo más numeroso en este lugar, con un 13%. En cuanto a los adultos mayores, su presencia es menor en comparación con otros grupos de edad.

El emprendimiento Nizag cuenta con una distribución más equilibrada entre las diferentes edades. Los adultos son quienes lo visitan en mayor medida (35%), seguidos por jóvenes (32%) y niños/adolescentes (24%). Es interesante destacar que solo el 9% de los turistas que visitan Nizag son adultos mayores.

En Razu Ñan, los jóvenes son quienes predominan como turistas (33%), mientras que tanto adultos como adultas/os mayores tienen una presencia similar del 37% y 21%,

respectivamente. Los niños y adolescentes constituyen solamente el 9% del total de visitantes.

Finalmente, Chuquipogio tiene una clara mayoría juvenil entre sus turistas (64%). El resto se divide principalmente entre adultos (22%) y niños/adolescentes (11%). La cantidad de adultas/os mayores es bastante reducida en este emprendimiento.

Los datos analizados reportados por Carguaytongo (2017) y Logroño (2023), se pueden observar que cada uno de estos cuatro emprendimientos presenta características particulares respecto a la distribución por edades de sus turistas. Mientras algunos tienen un público muy específico o segmentado según ciertas edades, otros cuentan con una variedad mayor en este aspecto. Esta información puede ser útil para diseñar estrategias enfocadas hacia determinados grupos etarios o bien para ampliar la oferta pensando en aquellos sectores que no están siendo tan atendidos.

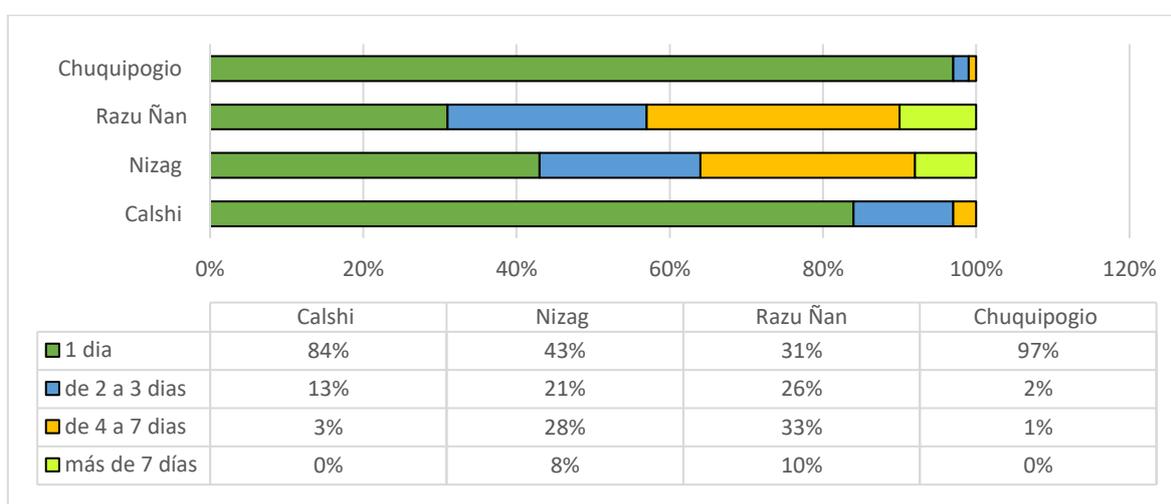


Figura 20 Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por tiempo de estadía

Fuente: Carguaytongo (2017) y Logroño (2023)

En el primer emprendimiento, Calshi, se puede observar que la gran mayoría de los turistas permanecen solo un día en su visita. El 84% de los visitantes tienen una estadía corta y esto podría ser indicativo de que la oferta turística no es muy amplia o variada para extender su estadía. Sin embargo, también podría deberse a la ubicación geográfica del lugar o al tipo de actividad ofrecida.

En Nizag, el segundo emprendimiento analizado, se puede notar una distribución más equilibrada entre las diferentes duraciones de estadía. Aunque el porcentaje mayoritario corresponde a aquellos turistas que permanecen solo un día (43%), hay un importante número

que opta por estancias más prolongadas. Este resultado sugiere una oferta turística con mayores posibilidades y variedades para los visitantes.

Por otro lado, en Razu Ñan se encuentra una proporción considerablemente alta (33%) de turistas que deciden quedarse entre cuatro y siete días en este emprendimiento comunitario. Esto indica que existe cierto nivel de atracción hacia este destino específico y probablemente tenga alguna característica diferencial respecto a otros lugares cercanos.

Finalmente, Chuquipogio presenta resultados interesantes ya que prácticamente todos sus visitantes deciden tener una estadía corta (97%). Este dato puede deberse a varias razones como lo pueden ser: limitaciones logísticas del lugar o incluso restricciones culturales relacionadas con la vida cotidiana del pueblo anfitrión.

La información proporcionada por Carguaytongo (2017) y Logroño (2023), permiten aseverar que la mayoría de los turistas optan por estadías cortas en los emprendimientos de turismo comunitario analizados. Sin embargo, es importante destacar que en algunos casos hay una proporción significativa de visitantes que deciden extender su estancia. Esto podría ser indicativo de una oferta turística más variada y atractiva para el público interesado.

Es necesario tener en cuenta que estos resultados pueden estar influenciados por factores como la ubicación geográfica, las actividades ofrecidas o incluso la capacidad logística del lugar para recibir visitantes. Por lo tanto, es importante seguir trabajando en mejorar la oferta turística y generar mayores incentivos para que los turistas decidan quedarse más tiempo (Cunalata et al., 2021).

En definitiva, aunque existen diferencias entre cada uno de los emprendimientos analizados respecto a las preferencias de duración de estadía por parte de los turistas, todos ellos presentan oportunidades claras para seguir mejorando e innovando en sus ofertas. Es fundamental continuar trabajando juntos y promoviendo el desarrollo sostenible del turismo comunitario como herramienta clave para impulsar el crecimiento económico y social en estas comunidades locales.

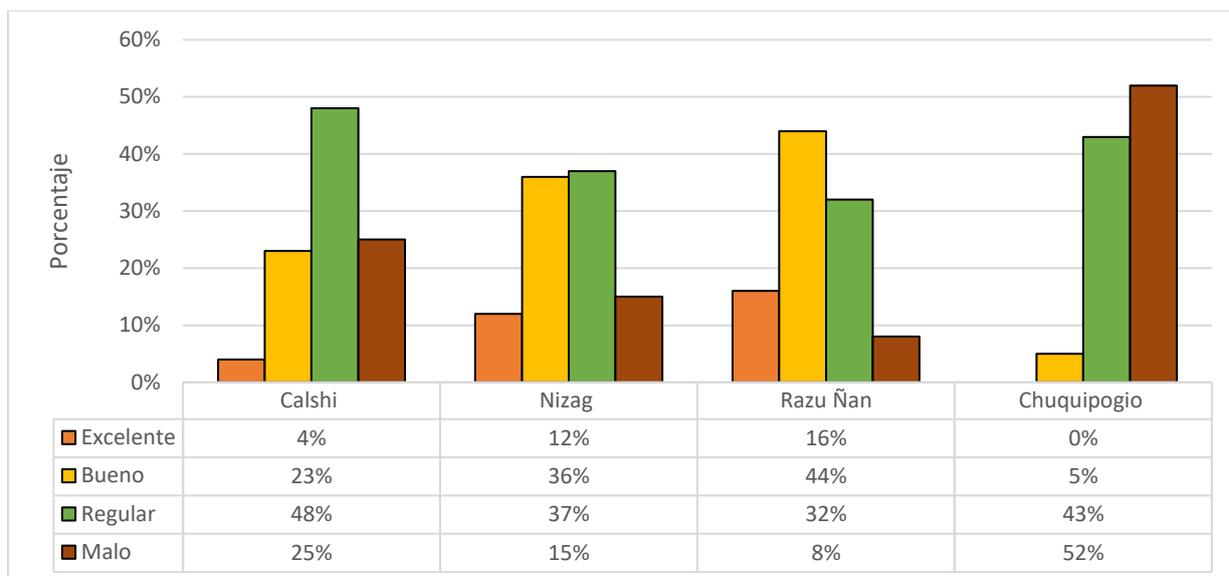


Figura 21 Porcentaje de visitantes registrados en los últimos cinco años por Nivel de satisfacción
Fuente: Carguaytongo (2017) y Logroño (2023)

En el emprendimiento Calshi, se observa que un 4% de los turistas consideraron su experiencia como excelente, mientras que un 23% la calificó como buena. Sin embargo, casi la mitad (48%) de los visitantes opinó que fue una estadía regular y un cuarto (25%) tuvo una mala experiencia. Estos resultados indican que en este lugar aún hay aspectos a mejorar para satisfacer a sus clientes.

Por otro lado, en Nizag las opiniones positivas son más frecuentes: el 12% consideró su visita como excelente y el 36% la valoró como buena. El porcentaje de turistas con experiencias regulares disminuye al 37%, pero aún hay un considerable número (15%) que no quedó satisfecho con lo ofrecido. En general, parece ser uno de los lugares más populares entre los cuatro emprendimientos.

Razu Ñan es otro sitio donde se destacan las evaluaciones positivas: el 16% dijo haber tenido una experiencia excelente y el 44% afirmó haber disfrutado su visita. Los comentarios regulares representaron un tercio del total (32%), mientras que solo un pequeño porcentaje (8%) tuvo una percepción negativa sobre esta opción turística comunitaria.

Finalmente, Chuquipogio es el único lugar donde ningún turista lo calificó como excelente y solo el 5% encontró algo bueno durante su estadía allí. La mayoría de los visitantes describieron su experiencia como regular (43%), pero sorprende ver cómo más de la mitad

(52%) declararon haber vivido momentos desagradables o insatisfactorios en este emprendimiento.

En conclusión, estos datos demuestran que cada uno de estos emprendimientos de turismo comunitario tiene sus fortalezas y debilidades en cuanto a la satisfacción del cliente. Los resultados también sugieren que Nizag, Razu Ñan y Calshi son opciones más populares entre los visitantes, mientras que Chuquipogio necesita mejorar significativamente su oferta para cumplir con las expectativas de sus clientes.

Además, se puede observar que la percepción de los turistas varía significativamente entre los cuatro emprendimientos. Mientras que en algunos lugares predominan las opiniones positivas, en otros son más frecuentes las evaluaciones regulares o negativas. Esto sugiere que cada lugar tiene una oferta y un estilo propio que atrae a ciertos tipos de turistas. Otro aspecto importante es el tiempo de estadía de los visitantes. Aunque no se especifica en qué categorías se dividen estos datos, sería interesante conocer si hay alguna relación entre el tiempo de permanencia y la satisfacción del cliente.

4.3.2.4. Necesidades Básicas sentidas con respecto al turismo comunitario

El análisis general de las necesidades básicas sentidas en los emprendimientos de turismo comunitario de las organizaciones Nizag, Calshi, Pulingui (Razu Ñan) y Artesa Chuquipogui se justifica por la importancia que tienen estas necesidades para el desarrollo sostenible y equitativo del turismo comunitario. Estas organizaciones buscan generar ingresos económicos a través del turismo, pero también buscan preservar su cultura y patrimonio natural. Por lo tanto, es necesario identificar cuáles son sus principales necesidades para poder diseñar estrategias que permitan satisfacerlas.

La metodología utilizada para determinar las necesidades básicas sentidas incluyó entrevistas con miembros de cada una de las organizaciones mencionadas, observación directa durante visitas a los lugares donde se desarrollan los emprendimientos y referencias de otras investigaciones relacionadas con el tema. A través de estas técnicas se pudo obtener información valiosa sobre las condiciones actuales en que operan estos emprendimientos, así

como también sobre sus principales desafíos y oportunidades.

En primer lugar, se identificó la necesidad básica sentida por estas organizaciones respecto a la capacitación técnica en áreas específicas como marketing turístico o gestión empresarial. Muchos miembros no cuentan con habilidades técnicas suficientes para administrar adecuadamente un negocio turístico. En segundo lugar, encontramos una gran demanda por parte de estas comunidades en cuanto al mejoramiento e infraestructura vial que facilite el acceso a sus territorios; esto afecta directamente al flujo del turismo hacia estos destinos. En tercer lugar, está la falta de financiamiento accesible que les permita mejorar sus infraestructuras, esto se debe a que la mayoría de estas organizaciones son comunidades con bajos recursos económicos. Finalmente, una necesidad básica sentida es la promoción y difusión de sus emprendimientos en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

a) Necesidades Básicas de Nizag

La comunidad de Nizag necesita fortalecer su organización para poder desarrollar un turismo comunitario sostenible y equitativo. Es importante integrar a hombres, mujeres y jóvenes en la planificación y ejecución de proyectos turísticos, ya que esto permitirá una distribución justa de los beneficios generados por el turismo. Para lograrlo, se requiere capacitación en liderazgo, negociación, relaciones humanas y equidad de género.

Otro aspecto fundamental es mejorar el producto del turismo comunitario. Esto implica capacitar a las personas en gastronomía local, atención al cliente, administración turística y elaboración de proyectos turísticos innovadores que puedan atraer a más visitantes. Asimismo, se debe fomentar la calidad de las artesanías locales como parte integral del patrimonio cultural e histórico del lugar.

Por último, resulta necesario mejorar los senderos existentes y señalarlos adecuadamente para garantizar la seguridad tanto de los visitantes como de los habitantes locales. La creación o mejoramiento de rutas ecoturísticas puede ser una excelente opción para diversificar la oferta turística e impulsar el desarrollo económico local.

En conclusión, para desarrollar un turismo comunitario exitoso en Nizag es fundamental fortalecer la organización interna con capacitaciones integrales; mejorar el

producto ofrecido con formaciones especializadas; fomentando las artesanías autóctonas e impulsando nuevos productos; así mismo debemos enfocarnos también en brindar mayor seguridad mediante la mejora constante del mantenimiento vial acorde al medio ambiente natural protegido donde está situada esta maravillosa comunidad rural andina Ecuatoriana.

b) Necesidades Básicas de Calshi

La comunidad de Calshi necesita fortalecer su capacidad organizativa y de autogestión para poder aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece el turismo comunitario. Es importante que los miembros de la comunidad reciban capacitación en áreas clave como guianza, gastronomía, atención al cliente, hospedaje, administración turística y contabilidad. De esta manera podrán ofrecer servicios de calidad a los visitantes y generar ingresos sostenibles para la comunidad.

Además, es necesario equipar adecuadamente la cabaña turística con mobiliario confortable y funcional para garantizar una experiencia satisfactoria a los visitantes. También se deben elaborar rutas y paquetes turísticos atractivos que muestren lo mejor del patrimonio cultural e histórico de la región. Estos productos deben ser promocionados eficazmente en diferentes medios digitales y tradicionales para llegar a un público amplio.

El desarrollo del turismo comunitario puede ser una excelente oportunidad para mejorar las condiciones económicas y sociales de la comunidad de Calshi. Para ello es fundamental invertir en capacitación técnica especializada tanto en aspectos técnicos como logísticos relacionados con el sector turístico; además se requiere diseñar ofertas complementarias integrales bien estructuradas dirigidas a distintas necesidades específicas del mercado objetivo (turistas).

c) Necesidades Básicas de Razu Ñan

La comunidad de Razu Ñan necesita consolidarse a través del turismo comunitario. Es importante que se capaciten en temas como liderazgo, relaciones humanas, equidad de género y valores para poder ofrecer un servicio integral y auténtico al turista. Además, es fundamental que conozcan la ley de comunas y aprendan a elaborar proyectos y negociaciones efectivas para el crecimiento sostenible de su actividad.

Otro aspecto clave es mejorar el producto del turismo comunitario mediante la capacitación en gastronomía, atención al cliente, administración turística y elaboración de proyectos específicos para esta actividad. Esto permitirá brindar una experiencia única e inolvidable al visitante.

La calidad de las artesanías locales también debe ser mejorada para convertirse en un elemento distintivo del destino. Para ello se necesitan talleres especializados donde los artesanos puedan perfeccionar sus técnicas en telares y tejidos con materiales propios como lana de borrego o paja de páramo. Asimismo, deben desarrollarse nuevas formas creativas utilizando otros elementos naturales como mullos o hojas de choclo.

Por último, es necesario mejorar los senderos y la señalización dentro del territorio comunal para facilitar el acceso a lugares emblemáticos e interesantes para los visitantes. Se sugiere además establecer alojamientos familiares que permitan una convivencia más cercana entre los habitantes locales y los viajeros.

En conclusión, Razu Ñan tiene grandes oportunidades para desarrollar un turismo comunitario exitoso si se trabaja en conjunto por mejorar diversos aspectos claves: desde la capacitación hasta la calidad artesanal pasando por el desarrollo adecuado e innovador de paquetes turísticos. Todo esto permitirá consolidar a la comunidad y mejorar su calidad de vida en un marco sostenible y responsable con el medio ambiente.

Necesidades Básicas de Chuquipogio.

La comunidad de Artesa Chuquipogio necesita fortalecer su organización para trabajar en actividades en conjunto que beneficien a la comunidad. Es importante que se realicen procesos sostenidos de capacitación para mejorar las habilidades y conocimientos necesarios para el turismo comunitario. De esta manera, podrán ofrecer servicios turísticos de calidad y generar ingresos económicos.

Otro aspecto fundamental es diseñar paquetes turísticos propios de la organización. Esto les permitirá diferenciarse de otras comunidades y ofrecer una experiencia única al visitante. Los paquetes deben estar enfocados en los recursos naturales, culturales e históricos del lugar.

Es necesario promocionar y comercializar los paquetes turísticos por la misma

comunidad. La difusión puede ser mediante redes sociales, páginas web o folletos informativos en puntos estratégicos dentro del territorio comunal.

Por último, es importante arreglar los senderos turísticos y señalización hasta las minas de hielo ya que esto mejorará la seguridad del visitante durante su recorrido por el territorio comunal.

En conclusión, si se logran implementar estos criterios con éxito se podrá satisfacer las necesidades básicas fundamentales de la Comunidad de Artesa Chuquipogio con respecto al turismo comunitario: generación de ingresos económicos a través del desarrollo sostenible del sector; valorización cultural e histórica local; fomento al trabajo colectivo entre sus habitantes; mejora en infraestructura vial para brindar un servicio seguro a los visitantes; todo ello redundando finalmente en una mejora significativa en la calidad vida social y económica para toda la comunidad.

4.4. Describir los factores económicos y territoriales de los espacios turísticos de la provincia de Chimborazo

4.4.1. Entrevistas a actores Clave

La realización de entrevistas a los administradores de emprendimientos de turismo comunitario y a un experto en el tema, resultado relevante para obtener información sobre los factores económicos y territoriales que influyen en el desarrollo del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo.

Las entrevistas a los administradores de los emprendimientos de turismo comunitario fueron esenciales para obtener una comprensión completa y auténtica de cómo esta actividad afecta a la comunidad local. Su experiencia, conocimiento y capacidad para expresar de manera precisa fueron fuentes clave de información y voz para la comunidad en la planificación y mejora continua del turismo comunitario.

En primer lugar, las entrevistas permitieron conocer cómo se están desarrollando estos emprendimientos y cuáles son las principales dificultades que enfrentan en cuanto a su sostenibilidad económica. Asimismo, la posibilidad de identificar la existencia oportunidades para mejorar la rentabilidad de estos negocios.

4.4.1.1. Entrevista a administradores de emprendimientos de turismo comunitario de los cantones Alausí y Guano

Pregunta 1. ¿Cómo describiría la relación de su emprendimiento con la comunidad local? ¿Han enfrentado algún desafío en este aspecto y cómo lo han abordado?

Administrador 1: Nuestra relación con la comunidad local es excelente, ya que somos una iniciativa comunitaria y trabajamos de manera colaborativa. Hemos enfrentado algunos desafíos en términos de coordinación y comunicación, pero los hemos abordado mediante reuniones periódicas y acuerdos claros.

Administrador 2: Nos enfocamos en trabajar estrechamente con la comunidad local desde el principio para asegurarnos de que nuestras actividades turísticas sean sostenibles e inclusivas. El principal desafío ha sido equilibrar las necesidades económicas del emprendimiento con las necesidades culturales y sociales de la comunidad, lo cual hemos logrado a través del diálogo constante.

Administrador 3: La relación entre nuestro emprendimiento y la comunidad local es fundamental para nosotros. Hemos enfrentado desafíos en términos de educación sobre el valor del turismo comunitario, así como algunas tensiones internas dentro de la propia comunidad. Sin embargo, hemos abordado estos problemas a través de talleres informativos y consultas constantes.

Administrador 4: Trabajamos muy cercanamente con nuestra comunidad local para garantizar su participación activa en todas las decisiones importantes relacionadas con nuestro emprendimiento turístico. Los principales desafíos han sido superar ciertas reticencias iniciales hacia el turismo por parte de algunos miembros más conservadores de la comunidad, lo cual hemos logrado mediante demostraciones prácticas sobre cómo pueden beneficiarse económicamente sin sacrificar sus tradiciones o valores culturales.

Análisis: En general, los cuatro administradores de emprendimientos turísticos comunitarios en la provincia de Chimborazo destacan la importancia de una estrecha relación con la comunidad local para el éxito y sostenibilidad del negocio. Todos ellos han enfrentado desafíos similares relacionados con la coordinación y comunicación entre las partes interesadas, así

como educar a algunos miembros de la comunidad sobre el valor del turismo comunitario. Sin embargo, cada uno ha abordado estos problemas mediante diferentes estrategias, desde talleres informativos hasta demostraciones prácticas. En cuanto a infraestructura para hospedaje y servicio de comida, no se proporcionaron detalles específicos más allá del hecho de que trabajan con comunidades locales para mantener sus iniciativas turísticas inclusivas y sostenibles.

Pregunta 2. ¿Cuáles son las principales ofertas turísticas que ofrece su emprendimiento a los visitantes? ¿Qué distingue su oferta de otros destinos turísticos en el cantón Guano?

Administrador 1: Ofrecemos experiencias auténticas de turismo comunitario, como caminatas por senderos ancestrales, visitas a hogares de familias locales y talleres artesanales. Lo que nos distingue es que somos una comunidad indígena con una rica historia y cultura.

Administrador 2: Nuestra oferta incluye excursiones en bicicleta por los paisajes montañosos, visitas a sitios arqueológicos y participación en actividades agrícolas. Nos diferenciamos al ser un emprendimiento dirigido exclusivamente por mujeres.

Administrador 3: En nuestro emprendimiento ofrecemos hospedaje en casas tradicionales de adobe, paseos a caballo y degustaciones gastronómicas de platos típicos. Lo que nos hace únicos es nuestra ubicación cerca del majestuoso volcán Chimborazo.

Administrador 4: Proporcionamos recorridos guiados para avistar aves endémicas, baños termales naturales y presentaciones culturales con danzas folklóricas. Nos destacamos al estar ubicados en el centro histórico del cantón Alausi y ofrecer vistas panorámicas impresionantes del cañón del río Chanchán.

Análisis: Los cuatro administradores de emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Chimborazo ofrecen experiencias únicas y auténticas a sus visitantes. Cada uno tiene su propia especialidad, como caminatas por senderos ancestrales, excursiones en bicicleta por paisajes montañosos o recorridos guiados para avistar aves endémicas. Además, cada uno cuenta con una infraestructura diferente para hospedaje y servicio de comida, que van desde casas tradicionales de adobe hasta degustaciones gastronómicas típicas. Lo que los hace destacar es su ubicación geográfica única cerca del majestuoso volcán Chimborazo o el centro

histórico del cantón Alausi. Todos ellos comparten un compromiso con el turismo sostenible y comunitario al mantener sus infraestructuras locales y trabajar directamente con las familias locales para brindar experiencias inolvidables a los visitantes.

Pregunta 3. En términos de necesidades, ¿cuáles son las áreas en las que su emprendimiento requiere mayor inversión o apoyo para seguir creciendo y mejorando sus servicios?

Administrador 1: Necesitamos más apoyo en la promoción de nuestro emprendimiento y en la capacitación del personal para brindar mejores servicios turísticos.

Administrador 2: Requerimos inversión en infraestructura turística, como alojamiento y restaurantes, así como asesoría técnica para mejorar nuestros productos turísticos.

Administrador 3: La capacitación constante del personal es fundamental para ofrecer un servicio de calidad. Además, necesitamos financiamiento para ampliar nuestra oferta de actividades turísticas.

Administrador 4: Es necesario contar con una mejor señalización y acceso a los sitios turísticos que ofrecemos. También requerimos mayor inversión en tecnología e innovación para mantenernos competitivos en el mercado.

Análisis: En general, los administradores de emprendimientos turísticos comunitarios en la provincia de Chimborazo coinciden en que necesitan apoyo y recursos para mejorar sus infraestructuras y servicios. Se destaca la importancia de la capacitación del personal, el financiamiento para ampliar las actividades turísticas ofrecidas y la inversión en tecnología e innovación para mantenerse competitivos. También se menciona la necesidad de una mejor señalización y acceso a los sitios turísticos. Estos aspectos son clave para mejorar su oferta turística y así atraer más visitantes a esta región andina del Ecuador, generando un impacto positivo en las comunidades locales involucradas en estos proyectos.

Pregunta 4 ¿Qué tipo de infraestructura para hospedaje y servicio de comida maneja en su emprendimiento y de qué manera la mantiene y para cuántas plazas es ?

Administrador 1 "En nuestro emprendimiento manejamos cabañas construidas con materiales locales y sostenibles, contamos con una cocina comunitaria donde se preparan los alimentos

típicos de la zona y promovemos el uso de productos orgánicos cultivados por las familias del lugar. Tenemos capacidad para 20 personas."

Administrador 2. "Nosotros ofrecemos alojamiento en casas familiares adaptadas para turistas, que conservan su estilo arquitectónico tradicional, pero cuentan con servicios básicos como agua caliente y electricidad. En cuanto a la comida, preparamos platos típicos de la región utilizando ingredientes frescos del mercado local. Contamos con 12 plazas disponibles."

Administrador 3. "Contamos con habitaciones confortables equipadas con baño privado y televisión por cable, además ofrecemos servicio de restaurante donde servimos platillos elaborados principalmente con productos orgánicos cosechados en nuestras huertas comunales; también contamos con un pequeño bar lounge para nuestros huéspedes. Tenemos capacidad para albergar hasta 30 personas"

Administrador 4. "Nuestro hospedaje es muy rústico ya que consiste en carpas equipadas y ubicadas en medio del bosque nativo, así nuestros visitantes pueden disfrutar directamente de la naturaleza sin afectarla demasiado . En cuanto a alimentación ,contamos un restaurante comunal donde se sirven platillos elaborados únicamente a base de productos agroecológicos producidos por nosotros mismos . Podemos recibir hasta unas 15 personas."

Análisis: Las cuatro respuestas muestran diferentes tipos de infraestructura para hospedaje y servicio de comida en emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Chimborazo. Se destacan prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, como el uso de materiales locales, productos orgánicos y energías renovables. También se enfatiza en ofrecer una experiencia auténtica al visitante a través del alojamiento en casas familiares o carpas ubicadas en medio del bosque nativo. La capacidad varía desde 12 hasta 30 personas, lo que sugiere un tamaño modesto pero acogedor para estos negocios locales que buscan promover el desarrollo económico sustentable mediante la participación activa de las comunidades rurales.

Pregunta 5. En cuanto a la administración del negocio, ¿cómo manejan el presupuesto y qué medidas toman para garantizar un flujo constante de ingresos durante todo el año?

Administrador 1: "Manejamos nuestro presupuesto de manera muy cuidadosa, siempre priorizando la inversión en mejorar nuestras instalaciones y servicios. Para garantizar un flujo

constante de ingresos durante todo el año, nos enfocamos en promocionar nuestros tours y actividades a través de redes sociales y asociaciones turísticas locales."

Administrador 2: "En cuanto al manejo del presupuesto, hacemos una planificación anual detallada que incluye gastos fijos como salarios y mantenimiento, así como también inversiones para mejorar nuestra oferta turística. Además, ofrecemos descuentos especiales en temporada baja para incentivar a los visitantes a venir en cualquier época del año."

Administrador 3: "Nosotros somos muy proactivos con la promoción del negocio. Realizamos campañas publicitarias tanto online como offline y trabajamos en colaboración con otras empresas locales para ofrecer paquetes turísticos completos. También incentivamos las reservas anticipadas con descuentos especiales."

Administrador 4: "Para nosotros es importante tener un control riguroso sobre los gastos operativos sin comprometer la calidad de nuestros servicios. Trabajamos constantemente para innovar nuestra oferta e implementar nuevas actividades que sean atractivas para diferentes tipos de viajeros. Asimismo, hemos establecido alianzas estratégicas con agencias de viajes internacionales para ampliar nuestro alcance fuera del país".

Análisis: Los cuatro administradores coinciden en la importancia de mantener un presupuesto equilibrado mientras se invierte adecuadamente en mejoras e innovación dentro del negocio. También hacen hincapié en la necesidad de diversificar su oferta turística y trabajar activamente para promover sus productos mediante diversas estrategias de marketing. La oferta de descuentos y paquetes turísticos es una medida común para atraer visitantes durante todo el año.

Pregunta 6. Hablando sobre rentabilidad, ¿cómo miden el éxito financiero de su empresa? Y si es posible, comparta algunos números clave.

Administrador 1: Medimos el éxito financiero a través del retorno de inversión y la rentabilidad neta. Algunos números clave son el ingreso total, los costos operativos y la utilidad neta.

Administrador 2: Evaluamos nuestro éxito financiero por medio de indicadores como la tasa interna de retorno y el margen de beneficio neto. Los números clave incluyen las ventas totales,

los gastos generales y los ingresos netos.

Administrador 3: Para medir nuestra rentabilidad, comparamos nuestros ingresos con nuestros gastos fijos mensuales. Además, tomamos en cuenta factores como la ocupación promedio y el costo por cliente.

Administrador 4: Consideramos una serie de métricas financieras para evaluar nuestra rentabilidad, incluyendo ROI (retorno sobre inversión) y TIR (tasa interna de retorno). Algunas cifras claves que utilizamos son las ganancias brutas, los costes laborales y otros gastos operativos relevantes.

Análisis: Los cuatro administradores de emprendimientos turísticos comunitarios en la provincia de Chimborazo miden el éxito financiero de sus empresas a través del retorno de inversión, la rentabilidad neta, la tasa interna de retorno y el margen de beneficio neto. También consideran factores como las ventas totales, los gastos generales, los ingresos netos, la ocupación promedio y el costo por cliente. Además, utilizan métricas financieras clave como las ganancias brutas, los costes laborales y otros gastos operativos relevantes para evaluar su rentabilidad. En general, estos administradores parecen tener un buen conocimiento sobre cómo medir el éxito financiero en sus negocios turísticos comunitarios.

Pregunta 7. Con respecto al marketing, cuéntenos acerca de algunas iniciativas exitosas que hayan implementado recientemente para promocionar su emprendimiento.

Administrador 1: Hemos utilizado las redes sociales para publicar fotos y videos de nuestras actividades turísticas, además de crear alianzas con agencias de viajes locales.

Administrador 2: Realizamos un evento gastronómico en el que invitamos a chefs reconocidos a cocinar platos tradicionales de nuestra comunidad. La difusión del evento nos permitió promocionar nuestro emprendimiento.

Administrador 3: Participamos en ferias turísticas nacionales e internacionales, donde presentamos nuestros servicios y productos. También hemos trabajado con redes sociales y personas especializados en turismo comunitario.

Administrador 4: Implementamos una estrategia de marketing digital mediante la creación de contenido relevante para nuestro público objetivo. Esto ha aumentado significativamente

nuestra visibilidad en línea y ha generado más reservas.

Análisis

Los cuatro administradores de emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Chimborazo han implementado diversas iniciativas exitosas para promocionar sus negocios. Han utilizado las redes sociales, creado alianzas con agencias locales, organizado eventos gastronómicos y participado en ferias turísticas nacionales e internacionales. Además, han trabajado con redes sociales y personas especializados en turismo comunitario y han implementado estrategias de marketing digital mediante la creación de contenido relevante para su público objetivo. Todas estas acciones les ha permitido aumentar su visibilidad en línea, generar más reservas y presentarse como opciones atractivas dentro del mercado del turismo comunitario.

Pregunta 8. Finalmente, hablemos sobre visión a futuro: en términos generales, ¿dónde ven ustedes al sector del turismo comunitario dentro del cantón Guano dentro de 5 años y cómo esperan contribuir al desarrollo sostenible del mismo?

Administrador 1: En cinco años esperamos que el turismo comunitario en Guano se haya consolidado como una actividad económica importante y sostenible, generando empleo y mejorando la calidad de vida de las comunidades. Esperamos seguir trabajando en alianza con otras organizaciones para promover un turismo responsable y respetuoso con la cultura y el medio ambiente.

Administrador 2: Nuestra visión es que el turismo comunitario sea reconocido a nivel nacional e internacional como una opción auténtica para conocer la cultura andina. Queremos ser líderes en ofrecer experiencias únicas a los visitantes, mientras contribuimos al desarrollo social, cultural y ambiental del cantón.

Administrador 3: Esperamos que en cinco años más personas reconozcan la importancia del turismo comunitario como herramienta de desarrollo local sostenible. Nosotros seguiremos apostando por este modelo de negocio ético y justo, donde todos ganan: las comunidades locales, los visitantes y nuestro planeta.

Administrador 4: La visión a futuro es crear un circuito turístico integral que incluya varias

iniciativas de emprendimientos comunitarios, enfocado en brindar experiencias auténticas a los visitantes interesados en aprender sobre nuestra cultura andina ancestral. Asimismo, queremos contribuir al bienestar económico del territorio local manteniendo nuestras tradiciones culturales vivas sin dañar nuestro entorno natural.

Análisis: En general, los cuatro administradores de emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Chimborazo tienen una visión a futuro similar para el sector del turismo comunitario en el cantón Guano y Alausí. Todos esperan que esta actividad económica se consolide y contribuya al desarrollo sostenible de las comunidades locales. Además, destacan la importancia de trabajar en colaboración con otras organizaciones y promover un turismo responsable y respetuoso con la cultura y el medio ambiente. Asimismo, buscan ofrecer experiencias auténticas a los visitantes interesados en aprender sobre la cultura andina ancestral sin dañar su entorno natural. En definitiva, estos administradores demuestran tener una visión estratégica a largo plazo para garantizar un crecimiento sostenible del turismo comunitario en los dos cantones.

4.4.1.2. Entrevista a un experto en emprendimientos de turismo comunitario

El análisis de la entrevista con el experto en turismo comunitario arroja luz sobre las razones detrás del bajo éxito del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo. El entrevistado resalta la importancia de la capacitación, la organización y la promoción efectiva como factores clave. También señala la falta de acceso a financiamiento como un obstáculo importante para mejorar la infraestructura turística en las comunidades.

El entrevistado reconoce la existencia de una brecha entre las expectativas cambiantes de los visitantes y lo que actualmente ofrecen las comunidades involucradas en el turismo comunitario. Subraya la necesidad de realizar estudios previos para comprender mejor las demandas del mercado y adaptar las ofertas en consecuencia.

Además, el papel del gobierno local en el desarrollo del turismo comunitario es fundamental según el entrevistado, quien destaca la importancia del apoyo gubernamental, la promoción y la colaboración en la creación de planes estratégicos.

El entrevistado también resalta la falta de conciencia entre las comunidades sobre los beneficios económicos y culturales del turismo comunitario y aboga por la sensibilización y la educación como soluciones.

Para fomentar una mayor participación de las comunidades en el turismo comunitario, el entrevistado enfatiza la necesidad de la inclusión activa desde el inicio en todas las decisiones y la importancia de la capacitación constante y la creación de asociaciones.

Por último, el entrevistado ve un futuro prometedor para el turismo comunitario en Chimborazo, destacando su riqueza cultural y natural como un atractivo clave. Sin embargo, enfatiza la importancia de continuar trabajando en conjunto con las comunidades para mejorar la oferta turística y aprovechar su potencial al máximo.

4.4.2. Perspectiva Ampliada y Clarificación de los Factores territoriales y económicos en el Turismo Comunitario en Chimborazo.

La evaluación de los emprendimientos turísticos comunitarios en la provincia de Chimborazo se centró en comprender su presencia y desarrollo en el territorio, así como su sostenibilidad económica a lo largo del tiempo. Aunque es cierto que en el marco teórico se mencionaron aspectos como la ubicación geográfica y la infraestructura, estos fueron abordados en un contexto más general y no necesariamente como factores determinantes en la supervivencia y el éxito a largo plazo de los emprendimientos.

En este análisis, los aspectos investigados y los resultados obtenidos se centran en la capacidad de los emprendimientos para establecerse en sus respectivos territorios y generar un impacto económico sostenible. Se observó que, a pesar de los desafíos económicos y territoriales circunstanciales, como la ubicación o la infraestructura, algunos emprendimientos han logrado sobrevivir y contribuir al desarrollo comunitario. Esto sugiere que, si bien es importante abordar los aspectos administrativos y mejorar la infraestructura cuando sea posible, la presencia a largo plazo y la sostenibilidad económica de los emprendimientos están influenciadas por factores más complejos.

Los resultados indican que la capacidad de adaptación, la participación activa de la comunidad y la búsqueda de estrategias creativas para generar ingresos son factores clave en

la supervivencia de los emprendimientos turísticos comunitarios en Chimborazo. Por lo tanto, la interpretación correcta de los datos muestra que, aunque los aspectos territoriales y económicos son importantes, la resiliencia y la capacidad de generación de ingresos son aún más cruciales para el éxito a largo plazo en el contexto del turismo comunitario en esta provincia.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA

5.1. Plan de acción con enfoque estratégico para promover el desarrollo del turismo comunitario en los cantones Alausí y Guano, provincia de Chimborazo

5.1.1. Introducción

La implementación de un plan de acción con enfoque estratégico para promover el desarrollo del turismo comunitario en los cantones Alausí y Guano, Provincia de Chimborazo, es una iniciativa clave para mejorar las condiciones socioeconómicas y culturales de estas comunidades. El análisis FODA y PESTEL realizado permitió identificar los principales desafíos que enfrentan estos emprendimientos y establecer acciones específicas para superarlos. La creación de una marca regional, la capacitación a los actores involucrados y el establecimiento de alianzas comerciales son algunas de las medidas propuestas. En definitiva, este proyecto representa una gran oportunidad no solo para impulsar el turismo comunitario, en estos sitios específicos, sino en otras comunidades que inician con un emprendimiento o que tienen dificultades en consolidarlo. Por otro lado, las iniciativas turísticas comunitarias también permitirán preservar patrimonios culturales e históricos únicos del Ecuador .

5.1.2. Objetivos de la Propuesta

5.1.2.1. Objetivo General de la Propuesta

Promover el desarrollo del turismo comunitario en los cantones Alausí y Guano, Provincia de Chimborazo, mediante la implementación de un plan de acción con enfoque estratégico que permita mejorar la oferta turística local y generar oportunidades económicas para las comunidades involucradas.

5.1.2.2. Objetivos específicos de la Propuesta

- Establecer las líneas de acción para fortalecer la promoción y comercialización de los emprendimientos de turismo comunitario a través de la generación de alternativas diferenciadas.
- Reorientar los procesos de los servicios ofrecidos por los emprendimientos mediante capacitaciones específicas para sus actores clave

- Determinar las acciones requeridas para establecer alianzas comerciales con empresas privadas para generar nuevas oportunidades económicas

5.2. Análisis FODA priorizado

5.2.1. Fortalezas priorizadas

- Patrimonio cultural y natural: Chimborazo cuenta con un rico patrimonio cultural y natural que debe ser protegido, conservado y promovido a través del turismo comunitario.
- Participación comunitaria: La participación activa de las comunidades locales es esencial para el éxito del turismo comunitario en Chimborazo.
- Sostenibilidad: El turismo comunitario debe ser desarrollado de manera sostenible, garantizando la conservación del medio ambiente, la cultura local y la economía de las comunidades.
- Experiencia auténtica: Los visitantes deben tener la oportunidad de experimentar una auténtica inmersión en la cultura local a través de actividades culturales, interacción con los habitantes locales y alojamiento en casas rurales o campamentos ecológicos.
- Desarrollo económico: El turismo comunitario debe ser una fuente generadora de ingresos para las comunidades locales, promoviendo el empleo directo e indirecto en el sector turístico.
- Accesibilidad: El turismo comunitario debe ser accesible a todos los visitantes mediante el establecimiento de infraestructuras adecuadas como caminos seguros, transporte público confiable y servicios básicos para los viajeros.

5.2.2. Oportunidades Priorizadas

- Sostenibilidad: El turismo comunitario debe ser sostenible a largo plazo, promoviendo la conservación del medio ambiente y la cultura local mientras se genera un ingreso para las comunidades locales.
- Desarrollo económico: La diversificación económica y el fomento del emprendimiento

son importantes para generar empleo e impulsar la economía local.

- **Promoción cultural:** La promoción de la identidad local y la atracción de turistas nacionales e internacionales mediante actividades culturales y gastronomía local pueden mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.
- **Infraestructura:** Es importante invertir en infraestructura adecuada para mejorar el acceso y los servicios ofrecidos por las comunidades locales que practican el turismo comunitario.
- **Cooperación intercomunitaria:** Las comunidades locales deben cooperar entre sí, compartir recursos y trabajar juntas para desarrollar una oferta conjunta atractiva para los visitantes.
- **Innovación y creatividad:** Se debe fomentar la innovación y creatividad para crear experiencias únicas que permitan destacarse frente a otros destinos turísticos emergentes.
- **Conservación patrimonial:** Es fundamental conservar el patrimonio cultural e histórico de Chimborazo como parte integral del desarrollo del turismo comunitario, lo que puede ser logrado a través de un trabajo conjunto entre público-privado.

5.2.3. Debilidades Priorizadas

- **Falta de infraestructura:** Esta debilidad puede ser prioritaria ya que una falta de infraestructura puede impedir el crecimiento del turismo en una región. Si no hay carreteras adecuadas, aeropuertos o servicios básicos como agua y electricidad, los turistas pueden evitar visitar la zona.
- **Limitaciones de acceso:** Las limitaciones de acceso pueden dificultar que los turistas lleguen a la región o se muevan dentro de ella. Esto podría incluir restricciones en el transporte público o un mal diseño urbano que dificulta el movimiento.
- **Falta de capacitación:** Los trabajadores del sector turístico necesitan estar capacitados para brindar un buen servicio al cliente y conocer la cultura local. La falta de capacitación puede llevar a experiencias negativas para los turistas y una mala reputación para la región.

- Competencia con empresas establecidas: Cuando hay empresas establecidas en una región, es difícil para las nuevas empresas competir con ellas debido a su ventaja competitiva establecida.
- Dependencia económica del sector: Si una región depende demasiado del turismo como fuente principal de ingresos, cualquier fluctuación en el mercado puede tener un impacto significativo en la economía local.
- Falta de promoción y marketing efectivo: Una buena estrategia publicitaria es importante para atraer a los turistas hacia una región específica y hacerla destacar frente a otras opciones.
- Impacto ambiental negativo: El impacto ambiental negativo causado por el turismo (como la contaminación) puede disuadir a algunos viajeros responsables ecológicamente y dañar irreversiblemente el medio ambiente local.

5.2.4. Amenazas Priorizadas

- Cambio climático: El cambio climático es una de las amenazas más importantes para el turismo ya que puede afectar a la estabilidad del clima y los patrones meteorológicos, lo que puede alterar la oferta turística. Además, puede generar desastres naturales como huracanes, inundaciones o sequías que pueden dañar la infraestructura turística y provocar cancelaciones de viajes.
- Desastres naturales: Los desastres naturales son una amenaza constante para el turismo ya que pueden dañar la infraestructura turística y afectar a la seguridad de los visitantes. Esto puede generar cancelaciones de viajes y disminuir la confianza en el destino.
- Inseguridad ciudadana: La inseguridad ciudadana es una amenaza importante para el turismo ya que afecta a la percepción de seguridad del destino y puede disuadir a los visitantes potenciales. Además, los actos delictivos pueden afectar directamente al turista y su experiencia en el destino.
- Competencia con otros destinos: La competencia con otros destinos es una amenaza constante para el turismo ya que se disputan un mercado cada vez más competitivo. Para mantenerse relevantes, los destinos deben innovar constantemente y ofrecer experiencias

únicas para diferenciarse.

- **Pandemias y enfermedades:** Las pandemias y enfermedades son una amenaza importante para el turismo ya que pueden provocar cierres de fronteras, cancelaciones masivas de viajes e incluso prohibiciones gubernamentales al movimiento internacional.
- **Políticas gubernamentales adversas:** Las políticas gubernamentales adversas son una amenaza importante para el turismo ya que pueden limitar el flujo de turistas al destino y afectar negativamente la economía local.
- **Cambios socioeconómicos locales:** Los cambios socioeconómicos locales pueden ser una amenaza para el turismo si no se manejan adecuadamente. Por ejemplo, un aumento en los precios de los servicios turísticos puede desalentar a los visitantes potenciales y disminuir la rentabilidad del sector.

5.3. Estrategias resultado del análisis FODA

5.3.1. Estrategias FO

Tabla 3 Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias FO

Estrategias	Objetivo	Acciones a Realizar	Responsable	Presupuesto (USD)	Tiempo de Ejecución (meses)
Desarrollo de Capacidades de las Comunidades Locales	Capacitar a las comunidades locales en la gestión y promoción del turismo comunitario.	- Organizar talleres de capacitación.	Equipo de capacitación	\$10,000	6
Promoción y Marketing del Turismo Comunitario	Aumentar la visibilidad y el interés en el turismo comunitario en la provincia de Chimborazo.	- Desarrollar un sitio web promocional. - Crear contenido en redes sociales. - Participar en ferias de turismo.	Equipo de marketing	\$15,000	12
Establecimiento de Alianzas Estratégicas	Colaborar con organizaciones locales y gubernamentales para fortalecer el turismo comunitario.	- Identificar y contactar posibles socios. - Negociar acuerdos y alianzas.	Gerente de alianzas	\$8,000	9

Estrategia FO 1: Fomentar la promoción cultural y el turismo sostenible a través de la participación comunitaria. Esta estrategia busca aprovechar la fortaleza de la participación comunitaria y las oportunidades de orientación a la sostenibilidad y fomento a la promoción cultural para crear una experiencia auténtica y sostenible. Se logrará esto mediante el trabajo conjunto con las comunidades locales, incentivando su participación en proyectos que destaquen su patrimonio natural y cultural, lo que permitirá mejorar la oferta turística.

Estrategia FO 2: Establecer alianzas intercomunitarias para financiar proyectos de infraestructura. Esta estrategia busca aprovechar la fortaleza de accesibilidad y las oportunidades de financiamiento para infraestructura y cooperación intercomunitaria, para mejorar aún más esta accesibilidad. Se logrará esto mediante el establecimiento de alianzas entre distintas comunidades locales que permitan compartir recursos financieros para construir nueva infraestructura que mejore aún más el acceso.

Estrategia FO 3: Fomentar alternativas creativas e innovadoras en servicios turísticos enfocados en conservación patrimonial. Esta estrategia busca aprovechar las fortalezas del patrimonio cultural y natural, junto con las oportunidades de innovación y creatividad y fomento para conservación patrimonial, para ofrecer experiencias auténticas que respeten el medio ambiente. Se logrará esto mediante el desarrollo e implementación de nuevas iniciativas turísticas innovadoras, tales como visitas guiadas por senderos naturales o rutas históricas, lo que mejorará aún más los servicios ofrecidos por el destino turístico.

5.3.2. Estrategias FA

Tabla 4 Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias FA

Estrategia	Objetivo	Acciones a Realizar	Responsable	Presupuesto (USD)	Tiempo de Ejecución (meses)
Establecer medidas preventivas ante amenazas como pandemias y enfermedades, desastres naturales e inseguridad ciudadana.	Superar amenazas relacionadas con pandemias, enfermedades, desastres naturales e inseguridad ciudadana.	- Implementación de protocolos sanitarios. - Elaboración de planes de contingencia ante desastres naturales. - Reforzamiento de medidas de seguridad ciudadana.	Equipo de Gestión de Riesgos	\$20,000	6

Fomentar el desarrollo económico local a través del patrimonio cultural y natural.	Fomentar el desarrollo económico local a través del patrimonio cultural y natural.	- Diseño e implementación de proyectos de turismo sostenible basados en el patrimonio cultural y natural. - Implementación de proyectos de desarrollo económico local.	Equipo de Desarrollo Económico	\$25,000	12
Promover el diálogo intercultural para prevenir políticas gubernamentales adversas.	Prevenir amenazas como políticas gubernamentales adversas.	- Facilitación del diálogo entre comunidades locales y organismos gubernamentales. - Monitoreo de políticas gubernamentales relacionadas con el turismo.	Equipo de Diálogo Intercultural	\$15,000	9

Estrategia FA 1: Establecer medidas preventivas ante amenazas como pandemias y enfermedades, desastres naturales e inseguridad ciudadana. Esta estrategia busca aprovechar la fortaleza de sostenibilidad y accesibilidad para superar las amenazas relacionadas con pandemias y enfermedades, desastres naturales e inseguridad ciudadana. Se logrará esto mediante la implementación de protocolos sanitarios, planes de contingencia ante desastres naturales y medidas de seguridad ciudadana que mejoren la imagen del destino turístico.

Estrategia FA 2: Fomentar el desarrollo económico local a través del patrimonio cultural y natural. Esta estrategia busca aprovechar la fortaleza del patrimonio cultural y natural para superar la amenaza de competencia con otros destinos, mediante el fomento al desarrollo económico local a través del mismo. Se logrará esto mediante el diseño e implementación de proyectos que fomenten el turismo sostenible basado en el patrimonio cultural y natural, lo que permitirá diferenciarse de otros destinos similares.

Estrategia FA 3: Promover el diálogo intercultural para prevenir políticas gubernamentales adversas. Esta estrategia busca aprovechar la fortaleza en promoción del diálogo intercultural para prevenir amenazas como políticas gubernamentales adversas. Se logrará esto mediante la promoción del diálogo entre las comunidades locales y los organismos gubernamentales responsables de tomar decisiones sobre políticas públicas relacionadas con el turismo, lo que permitirá anticipar posibles conflictos o decisiones negativas hacia el destino turístico.

5.3.3. Estrategias DO

Tabla 5 Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias DO

Estrategia	Objetivo	Acciones a Realizar	Responsable	Presupuesto (USD)	Tiempo de Ejecución (meses)
Fomentar la promoción cultural y el turismo sostenible mediante la capacitación del personal local.	Superar la debilidad de falta de capacitación y fomentar la promoción cultural y el turismo sostenible.	- Capacitar al personal local en prácticas sostenibles. - Capacitar al personal en características culturales y patrimoniales del destino.	Equipo de Capacitación	\$15,000	8
Establecer alianzas intercomunitarias para financiar proyectos de infraestructura.	Superar la debilidad de falta de infraestructura mediante el establecimiento de alianzas intercomunitarias.	- Establecer alianzas con comunidades vecinas para compartir recursos financieros. - Construir nueva infraestructura para mejorar el acceso.	Equipo de Alianzas	\$30,000	12
Fomentar la innovación y creatividad en los servicios turísticos ofrecidos.	Superar las debilidades relacionadas con competencia con empresas establecidas y falta de promoción efectiva.	- Fomentar nuevas ideas e iniciativas creativas en la oferta de servicios turísticos. - Generar un valor diferencial en los servicios ofrecidos.	Equipo de Innovación	\$20,000	10

Estrategia DO 1: Fomentar la promoción cultural y el turismo sostenible mediante la capacitación del personal local. Esta estrategia busca aprovechar la oportunidad de orientación a la sostenibilidad para superar la debilidad de falta de capacitación, mediante el fomento a la promoción cultural y el turismo sostenible. Se logrará esto mediante la capacitación del personal local en prácticas sostenibles, y en las características culturales y patrimoniales del destino.

Estrategia DO 2: Establecer alianzas intercomunitarias para financiar proyectos de infraestructura. Esta estrategia busca aprovechar la oportunidad de financiamiento para infraestructura para superar la debilidad de falta de infraestructura, mediante el establecimiento de alianzas intercomunitarias que permitan compartir recursos financieros. De esta forma se podrá construir nueva infraestructura que mejore el acceso y atraiga más visitantes.

Estrategia DO 3: Fomentar la innovación y creatividad en los servicios turísticos ofrecidos. Esta estrategia busca aprovechar las oportunidades alternativas de innovación y creatividad para superar las debilidades relacionadas con competencia con empresas establecidas y falta de promoción efectiva. Se logrará esto mediante el fomento a nuevas ideas e iniciativas creativas que generen un valor diferencial en los servicios turísticos ofrecidos, lo que permitirá competir con empresas ya consolidadas e incrementar su visibilidad en línea.

5.3.4. Estrategias DA

Tabla 6 Hoja de ruta para la aplicación de las estrategias DA

Estrategia	Objetivo	Acciones a Realizar	Responsable	Presupuesto (USD)	Tiempo de Ejecución (meses)
Aprovechar la dependencia económica del sector y la competencia con empresas establecidas para formar alianzas estratégicas.	Formar alianzas estratégicas para mejorar la oferta y fortalecer la posición en el mercado.	- Identificar posibles socios estratégicos y empresas consolidadas para colaboración. - Establecer acuerdos de colaboración y alianzas.	Equipo de Alianzas	\$25,000	10
Implementar programas de capacitación y formación para el personal.	Mejorar las habilidades del personal y la calidad del servicio.	- Identificar necesidades de capacitación. - Diseñar programas de formación. - Implementar programas de capacitación y formación para el personal.	Equipo de Capacitación	\$15,000	12
Desarrollar campañas de marketing digital	Aumentar la visibilidad y	- Diseñar campañas de marketing digital. - Utilizar canales	Equipo de Marketing Digital	\$30,000	8

efectivas para promocionar nuestros servicios.	posicionamiento en el mercado.	digitales para llegar al público objetivo. - Medir y evaluar la efectividad de las campañas.
--	-----------------------------------	--

Estrategia DA 1: Aprovechar la dependencia económica del sector y la competencia con empresas establecidas para formar alianzas estratégicas. Esta estrategia consiste en establecer acuerdos de colaboración con otras empresas o destinos turísticos que puedan complementar nuestros servicios y mejorar nuestra oferta, así como asociarnos con empresas más consolidadas para fortalecer nuestra posición en el mercado.

Estrategia DA 2: Implementar programas de capacitación y formación para el personal. La falta de capacitación es una debilidad que puede afectar directamente la calidad del servicio que se ofrece, por lo tanto, es importante invertir en programas de formación que permitan mejorar las habilidades del personal y ofrecer un servicio más completo y satisfactorio a los clientes.

Estrategia DA 3: Desarrollar campañas de marketing digital efectivas para promocionar nuestros servicios. La falta de promoción y marketing efectivo es otra debilidad que puede afectar nuestro negocio, por lo tanto, es necesario desarrollar campañas publicitarias adecuadas que lleguen a nuestro público objetivo a través de diferentes canales digitales (redes sociales, correo electrónico, publicidad en línea) para aumentar nuestra visibilidad y posicionamiento en el mercado.

5.4. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que se utiliza para analizar el entorno en el que se desenvuelve un negocio o proyecto. A continuación, se presenta un análisis PESTEL del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo:

- **Político:** La provincia de Chimborazo cuenta con una política turística enfocada en el desarrollo sostenible y la promoción del turismo comunitario. Además, existen incentivos fiscales y programas de financiamiento para proyectos turísticos. Sin embargo, las políticas gubernamentales pueden cambiar en cualquier momento y afectar al sector turístico.

- **Económico:** La economía de la provincia depende en gran medida del sector agrícola y ganadero, lo que puede limitar las oportunidades económicas para el desarrollo del turismo comunitario. Además, los ingresos económicos de los habitantes locales pueden ser bajos, lo que dificulta su capacidad para invertir en proyectos turísticos.

- **Social:** El turismo comunitario puede ser una fuente importante de empleo e ingresos para las comunidades locales, especialmente para mujeres y jóvenes. Además, puede contribuir a la preservación cultural y al fortalecimiento de la identidad local. Sin embargo, también pueden surgir conflictos entre los visitantes y los habitantes locales si no hay una buena gestión del impacto social.

- **Tecnológico:** El acceso a internet y tecnologías avanzadas puede ser limitado en algunas zonas rurales de la provincia, lo que puede afectar a la promoción del turismo comunitario online. Sin embargo, también existe un potencial importante para utilizar tecnología como herramienta para mejorar la experiencia del visitante.

- **Ecológico:** La provincia cuenta con una diversidad de ecosistemas y recursos naturales que pueden ser atractivos para los visitantes interesados en el turismo sostenible. Sin embargo, es importante gestionar adecuadamente el impacto ambiental del turismo comunitario para asegurar la conservación de estos recursos.

- **Legal:** Existen regulaciones y leyes que deben ser cumplidas para desarrollar proyectos turísticos en la provincia, como las normativas de seguridad, salud e higiene. Además, se debe respetar los derechos y costumbres de las comunidades locales y cumplir con las normas internacionales en materia de turismo sostenible.

5.4.1. Estrategias PESTEL

Se presentan 10 estrategias para desarrollar el turismo comunitario en los cantones Alausi y Guano en la Provincia de Chimborazo basadas en el análisis PESTEL:

Tabla 7 Hoja de Ruta Matriz PESTEL

Estrategia	Objetivo	Acciones a Realizar	Responsable	Presupuesto (USD)	Tiempo de Ejecución (meses)
------------	----------	---------------------	-------------	-------------------	-----------------------------

Estrategia 1: Establecer medidas preventivas ante amenazas	Superar amenazas relacionadas con pandemias, desastres naturales e inseguridad ciudadana.	- Implementar protocolos sanitarios. - Elaborar planes de contingencia ante desastres. - Reforzar medidas de seguridad ciudadana.	Equipo de Seguridad	\$20,000	6
Estrategia 2: Fomentar el desarrollo económico local	Superar amenaza de competencia con otros destinos.	- Diseñar proyectos de turismo sostenible basados en patrimonio cultural y natural. - Promocionar y financiar proyectos locales.	Equipo de Desarrollo Local	\$30,000	12
Estrategia 3: Promover el diálogo intercultural	Prevenir políticas gubernamentales adversas.	- Facilitar el diálogo entre comunidades y organismos gubernamentales. - Anticipar posibles conflictos o decisiones negativas.	Equipo de Diálogo	\$15,000	8
Estrategia 4: Fomentar la promoción cultural y el turismo sostenible	Superar la debilidad de falta de capacitación.	- Capacitar al personal local en prácticas sostenibles y patrimonio cultural.	Equipo de Capacitación	\$10,000	6
Estrategia 5: Establecer alianzas intercomunitarias	Superar la debilidad de falta de infraestructura.	- Establecer alianzas para compartir recursos financieros. - Construir nueva infraestructura de acceso.	Equipo de Alianzas	\$25,000	10
Estrategia 6: Fomentar la innovación y creatividad en servicios turísticos	Superar debilidades relacionadas con competencia y falta de promoción efectiva.	- Fomentar nuevas ideas e iniciativas creativas. - Generar valor diferencial en los servicios turísticos.	Equipo de Innovación	\$18,000	8
Estrategia 7: Aprovechar la dependencia económica	Superar la dependencia económica del sector y competencia con empresas establecidas.	- Establecer alianzas estratégicas con empresas complementarias y consolidadas. - Fortalecer posición en el mercado.	Equipo de Alianzas Estratégicas	\$35,000	12

Estrategia 8: Implementar programas de capacitación y formación	Superar la debilidad de falta de capacitación del personal.	- Identificar necesidades de capacitación. - Diseñar e implementar programas de formación. - Mejorar habilidades del personal.	Equipo de Formación	\$12,000	6
Estrategia 9: Desarrollar campañas de marketing digital efectivas	Superar la debilidad de falta de promoción y marketing efectivo.	- Diseñar campañas publicitarias efectivas en canales digitales. - Aumentar visibilidad y posicionamiento en línea.	Equipo de Marketing Digital	\$28,000	10
Estrategia 10: Otras acciones estratégicas	Cumplir otros objetivos específicos según sea necesario.	- Identificar objetivos específicos adicionales. - Diseñar y ejecutar acciones estratégicas según requerimientos particulares.	Equipo de Acciones Específicas	Variable	Variable

- 1) Fomentar alianzas público-privadas: Se debe establecer alianzas entre los actores públicos y privados para desarrollar proyectos turísticos sostenibles. Las empresas privadas pueden ofrecer financiamiento y experiencia mientras que las autoridades locales pueden proporcionar apoyo legal y regulatorio.
- 2) Desarrollar infraestructura básica: Es necesario contar con una infraestructura adecuada, como carreteras, hospedajes, restaurantes y servicios de transporte público para atraer a más visitantes.
- 3) Promover la cultura local: El turismo comunitario puede ser una oportunidad para promover la cultura local y las tradiciones ancestrales. Por ejemplo, se pueden organizar eventos culturales como festivales de música o danza.
- 4) Mejorar la calidad de los servicios turísticos: Los servicios turísticos deben cumplir con altos estándares de calidad para satisfacer las necesidades de los visitantes. Esto incluye servicios como guías turísticos capacitados, alojamientos limpios y cómodos y alimentos frescos.

- 5) Crear productos turísticos innovadores: Se deben crear productos turísticos innovadores que sean únicos e interesantes para los visitantes, por ejemplo, tours guiados por comunidades locales o actividades relacionadas con la agricultura o artesanía.
- 6) Aprovechar tecnologías avanzadas: La tecnología puede ser utilizada como herramienta clave para mejorar la experiencia del visitante y aumentar la eficiencia operativa en el sector turístico.
- 7) Fortalecer la educación y capacitación: Es importante que las comunidades locales estén bien capacitadas para atender a los visitantes, esto incluye la educación en idiomas extranjeros, capacitación en servicios turísticos y gestión ambiental.
- 8) Desarrollar el turismo sostenible: Se debe garantizar que el desarrollo del turismo comunitario se realice de manera sostenible, respetando el medio ambiente y asegurando la preservación cultural y social de las comunidades locales.
- 9) Crear paquetes turísticos integrados: Los paquetes turísticos integrados pueden ofrecer a los visitantes una experiencia completa, incluyendo actividades, alojamiento y transporte. Estos paquetes deben ser diseñados para satisfacer las necesidades de diferentes tipos de visitantes.
- 10) Promover la seguridad y la salud: Es importante garantizar la seguridad y la salud de los visitantes en todo momento. Se deben establecer medidas adecuadas para prevenir accidentes y enfermedades relacionadas con el turismo.

En resumen, estas estrategias pueden ayudar a desarrollar el turismo comunitario en los cantones Alausí y Guano en la Provincia de Chimborazo. Es importante que se implementen medidas adecuadas para asegurar que el turismo comunitario sea sostenible, beneficie a las comunidades locales y ofrezca experiencias únicas e interesantes para los visitantes.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La evaluación histórica crítica del turismo rural en la Provincia de Chimborazo revela una evolución marcada por avances y desafíos. A lo largo de los años, se observó, como resultado de la investigación un auge en los procesos de desarrollo turístico comunitario, iniciado por el apareamiento de la CORTUCH en el año 2004 hasta el 2013 reflejando la capacidad de las comunidades locales para ofrecer experiencias auténticas. Sin embargo, esta evolución también ha mostrado una intermitencia en los resultados desde el 2013 al 2023, marcada por escasos avances y el abandono de proyectos turísticos. Esta retrospectiva brindó lecciones valiosas sobre cómo abordar los desafíos actuales y futuros, resaltando la necesidad de un compromiso sostenido y estrategias que fortalezcan la resiliencia de estas comunidades frente a crisis como la pandemia.
- La descripción detallada de los factores económicos y territoriales en los espacios turísticos de la provincia de Chimborazo ha permitido entender mejor las oportunidades y limitaciones que enfrenta el sector. Al identificar áreas con características geográficas únicas que son propensas a desarrollarse como destinos ecoturísticos, se destaca la importancia de implementar políticas específicas para fomentar su crecimiento. Esto subraya la necesidad de aprovechar al máximo las fortalezas regionales y superar las debilidades existentes para garantizar un desarrollo turístico sostenible en la provincia.
- La dinamización del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo es un imperativo que requiere acciones concretas de los actores del turismo en los cantones Alausí y Guano. Se ha establecido la necesidad urgente de mejoras en la infraestructura local y la promoción de iniciativas innovadoras, así como inversiones en capacitación técnica especializada para ofrecer servicios excepcionales a los visitantes. Además, de programas específicos destinados a apoyar emprendimientos rurales y promover el turismo comunitario que involucren activamente a las comunidades locales en la gestión y el desarrollo del sector. De esta manera, se pueden generar empleos sostenibles y mejorar la calidad de vida local mientras se preserva el patrimonio cultural y natural de Chimborazo para las futuras generaciones.

Recomendaciones

- Con base en la evaluación histórica crítica del turismo rural en la Provincia de Chimborazo, se recomienda que las autoridades locales, junto con las organizaciones turísticas, realicen un análisis continuo de las tendencias y desafíos del turismo comunitario. Esto implica la recopilación de datos actualizados y la documentación de la evolución del sector a lo largo del tiempo. Asimismo, se sugiere la creación de un archivo histórico que registre las lecciones aprendidas y los hitos clave en el desarrollo del turismo rural. Esta documentación servirá como referencia valiosa para la toma de decisiones futuras y la planificación estratégica.
- Para una comprensión más completa de los factores económicos y territoriales que influyen en los espacios turísticos de Chimborazo, se recomienda realizar investigaciones periódicas en colaboración con instituciones académicas y expertos en turismo. Estos estudios deben enfocarse en identificar los aspectos críticos que impactan en el desarrollo turístico de la provincia. Además, se sugiere establecer un observatorio turístico regional que permita el seguimiento constante de la dinámica turística y que recopile información relevante para orientar futuras estrategias.
- Con el propósito de dinamizar el turismo rural en la provincia de Chimborazo, se recomienda desarrollar un plan estratégico de turismo comunitario en colaboración con las comunidades locales, las autoridades gubernamentales y las organizaciones turísticas. Este plan debe incluir medidas concretas para mejorar los recursos, para generar destinos turísticos de calidad. Además, se deben promover programas de capacitación técnica para el personal local y emprendedores, fomentando la adquisición de habilidades necesarias para brindar servicios con eficiencia. Asimismo, se aconseja la implementación de campañas de promoción a nivel nacional e internacional para atraer más visitantes y aumentar la visibilidad de Chimborazo como destino turístico. La participación activa de las comunidades en la gestión y desarrollo del turismo comunitario es esencial, y se debe fomentar mediante la creación de asociaciones y la promoción del diálogo intercultural. Estas acciones contribuirán a generar empleos sostenibles y a preservar el patrimonio

cultural y natural de la provincia.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Arias, E. (2020). Análisis del carácter científico del turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(2), 627-646. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322020000200627

Arnandis, I. (2017). *La adaptación al uso turístico de los recursos culturales. Una propuesta de evaluación para una comprensión más equilibrada de la actividad turística*. Universidad de Valencia. Obtenido de <https://roderic.uv.es/handle/10550/59172>

Bravo, F., Sánchez, D., Belema, A., & Viteri, A. (2020). Gestión del turismo comunitario en el sector indígena de la provincia de Chimborazo caso: La Moya. *Explorador Digital*, 4(4), 6-26. doi:<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1412>

Bravo, L., Macias, N., & Valdéz, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 265-277. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf>

Bueno, Á., & Meroño, C. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de turismo*(39), 41-65. doi:<http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>

Cantore, A., Rodríguez, C., Vitale, E., Campodónico, L., Lorenzetti, M., & Enriz, N. (2023). *Apuntes para repensar los proyectos de turismo comunitario indígena en el contexto de pandemia COVID-19*. In I Jornada Turismo, Comunidades y Ruralidad. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/151869/Documento_completo.pdf?sequence=1

Carguaytongo, A. (2017). *Auditoría Financiera a la Corporación de Turismo de Chimborazo, CORDUCH, período 2015*. Riobamba: ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/6218>

- Cayo, N., & Apaza, A. (2017). Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico-Perú. *Comuni@ cción. Comuni@ cción*, 8(2), 116-124.
- Cejas, M., & Yáñez, A. (2018). El agroturismo: Eje dinamizador en el desarrollo de Ecuador. 15. *Revista Agrollania de Ciencia y Tecnología*, 15, 51-57. Obtenido de <http://200.11.218.106/index.php/agrollania/article/view/685/620>
- Cunalata, M., Rosero, A., & Avila, B. (2021). Turismo accesible: estudio bibliométrico. *Turismo y Sociedad*,(28), 115-132. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5762/576267205006/576267205006.pdf>
- Dachary, A., Arnaiz, F., & Burne, S. (2018). La Formación del “Mundo del Turismo”: una larga historia. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 4(1), 8-15. doi:<http://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/10043>
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. I. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), Digital. Obtenido de <http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=49>
- Dillon, F., & Dillon, R. (2018). El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria. *Dossier Académico, Río 2018*, 75-90. Obtenido de https://cidecuador.org/wp-content/uploads/CIDE/Editorial/dossier_academico_rio_2018.pdf#page=78
- Espeso, p. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 17(6), 1101-1112. Obtenido de <http://193.145.119.54/index.php/Revista/article/view/2621>
- FEPTCE. (2010). *Manual Calidad Gestión Turismo Comunitario Ecuador*. ESPOCH - OMT. Obtenido de <https://n9.cl/eaio4>
- FEPTCE. (2012). *Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial: Soluciones locales de desarrollo sostenible para las personas, la naturaleza y las comunidades resilientes*. PNUD. Obtenido de https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf

- Franco, C., Morales, L., Lascano, V., & Cuesta, G. (2019). Dinámica de los pequeños productores de leche en la Sierra centro de Ecuador. *LA GRANJA. Revista de Ciencias de la Vida*, 30(2), 103-120. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-85962019000200103
- Fuenmayor, E. (2023). *Estrategias de mejora en servicios gastronómicos para establecimientos de alimentación: Caso Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)*. UTEG. Obtenido de <https://n9.cl/jnngy>
- GAD del Cantón Riobamba. (2016). *Plan de ordenamiento territorial del cantón Riobamba PDOT*. Riobamba: GADR.
- García, A., Serrano, M., Mendez, A., & Salinas, E. (2019). Diseño y aplicación de indicadores de calidad paisajística para la evaluación de atractivos turísticos en áreas rurales. *Revista de Geografía Norte Grande*(75), 55-73. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-46112017000300008&script=sci_arttext
- Gavilanez, M. (2017). *Estado y ONG en Ecuador durante el período 2007-2014*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5574>
- Gil, S., Korstanje, M., & Peral, P. (2020). El turismo como objeto de investigación. *Rosa dos Ventos*, 12(1), 81-105. doi:<https://doi.org/10.18226/21789061.v12i1p81>
- González, N., González, M., & Dagostino, M. (2020). Análisis de los métodos de evaluación de la aptitud del territorio para turismo alternativo. *El Periplo Sustentable*(39), 139-162. Obtenido de <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/10063>
- Huertas, T., Pilco, E., Suárez, E., & Valero, B. (2020). Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 70-81. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000200070&script=sci_arttext&tlng=en

- Lanchimba, S. (2022). *Diseño de programas de voluntariado vinculados al turismo comunitario para la reactivación económica de la comunidad Pulinguí Centro, cantón Guano, provincia de Chimborazo*. ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/17040>
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. OMPT. Obtenido de https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%2C%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf
- Llanga, R. (2017). *Análisis de la situación actual del turismo comunitario articulado a áreas protegidas en la provincia de Chimborazo*. ESPOCH. Obtenido de <https://n9.cl/if1jk>
- Logroño, A. (2023). *Estrategias de dinamización para el turismo comunitario en la provincia de Chimborazo. Caso: Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH)*. UTEG. Obtenido de <https://n9.cl/wrjn3>
- López, P., Llugsha, V., & Muñoz, V. (2022). Los efectos del covid-19 en emprendimientos de turismo rural comunitario en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. *Kalpana-Revista de Investigación*(23), 43-58. Obtenido de <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/download/146/274>
- MINTUR / ESPOCH. (2004). *Inventario Turístico de la provincia de Chimborazo*. ESPOCH / MINTUR.
- MINTUR. (2021). *Plan Sectorial de Turismo 2021-2025*. Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://n9.cl/5b64g>
- Miranda, S., Tierra, N., Lozano, P., & Tayupanda, N. (2021). Turismo comunitario en los andes ecuatorianos. Estudio de caso: Legalización de las organizaciones filiales de la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, provincia de Chimborazo, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 6(6), 81-107.
- Morales, C. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa. *Controversias y concurrencias latinoamericanas*, 10(16), 111-117. Obtenido de <http://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/58>

- Morales, C. (2018). La actividad turística como fenómeno complejo. Una visión Alternativa. *Controversias y concurrencias latinoamericanas*, 10(16), 111-117. Obtenido de <http://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/58>
- Mullo, D., Vera, M., & Guillen, S. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2218-36202019000200178&script=sci_arttext
- Nicacio, C. (2017). *Turismo rural comunitario: una tentadora alternativa para futuros emprendedores*. InnovaG. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/download/18748/18988>
- OMT. (2022). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- OMT. (2022). *Un informe de Naciones Unidas subraya la importancia del turismo para la recuperación económica en 2022*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo : <https://www.unwto.org/es/news/un-informe-de-naciones-unidas-subraya-la-importancia-del-turismo-para-la-recuperacion-economica-en-2022>
- PDOT Chimborazo. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo* . Secretaria Nacional de Planificación .
- PDOT Municipal de Alausí. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Municipio del Cantón Allusí* . SNP.
- PDOT Parroquia San Andres . (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Andres* . Quito : SNP.
- PDOTM Guano. (2021). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Municipio del Cantón Guano* . Senacyt.
- Pedregal, A. (2020). El turismo como contexto. *Disparidades. Revista de Antropología*, 75(1), e001c.

- Peralta, O., Mejía, C., & Gavidia, A. (2020). Condiciones de soberanía alimentaria en parroquias rurales de Chimborazo-Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 10-15. Obtenido de <http://w.revistaespacios.com/a20v41n19/a20v41n19p30.pdf>
- Pinassi, C., & Ercoilani, P. (2017). Turismo y Espacio Turístico. Un Análisis Teórico Conceptual Desde la Ciencia Geográfica. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7(1), 42-61. doi:<https://doi.org/10.34019/2238-2925.2017.v7.3157>
- Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86182019000100127&script=sci_arttext
- Ramos, M. (2016). Análisis de las políticas para el turismo en Ecuador con énfasis en el turismo rural comunitario. *Revista San Gregorio*(15), 122-127. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5772016>
- Sagba, N. (2017). *Análisis de la situación actual del turismo comunitario vinculado a la ruta del tren patrimonial y ruta subtropical en la provincia de Chimborazo*. ESPOCH. Obtenido de <https://n9.cl/t7tnoo>
- Salazar, P., Rodríguez, P., Mancheno, C., & Álvarez, A. (2021). Fortalecimiento organizativo de la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de la provincia de Chimborazo, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 7(3), 802-821. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i3.2025>
- Samaniego, F., Vega, I., Perez, B., & Salas, P. (2022). La percepción de calidad del servicio, caso turismo comunitario de la provincia de Chimborazo. *mktDESCUBRE*, 1(19), 122-133.
- Schenkel, E. (2019). Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política. *Revista Reflexiones*, 98(2), 129-140. doi:<http://dx.doi.org/10.15517/rr.v98i2.34212>
- Tayupanda , M. (2018). *Estudio de la superestructura de las Organizaciones de Turismo Comunitario Filiales a la Corporación para el Desarrollo del turismo comunitario de*

- chimborazo (CORDTUCH)*. ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8390/1/23T0647.pdf>
- Tayupanda , N. (2018). *Estudio de la superestructura de las Organizaciones de Turismo Comunitario Filiales a la Corporación para el Desarrollo del turismo comunitario de chimborazo*. Riobamba: ESPOCH. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8390>
- Tirado, J. (2017). La funcionalidad turística de los espacios rurales: conceptualización y factores de desarrollo. *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, 56(3), 312-332. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6280961>
- Vanegas, G., Restrepo, J., & Arango, A. (2017). Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso. *Espacios*, 38, 25-37. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n23/a17v38n23p25.pdf>
- Verdecia, A. (2018). Tendencias del consumidor digital para el producto turístico. *Redel. Revista Granmense de Desarrollo Local*, 2(3), Digital. Obtenido de <https://revistas.udg.co.cu/index.php/redel/article/view/136>
- Vinuesa, Á. (2018). Visión territorial del patrimonio y sostenibilidad del turismo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*(78), 212-244. doi:<http://dx.doi.org/10.21138/bage.2716>
- Voronkova, L. (2019). Tendencias del turismo en América Latina. *Iberoamerica*(2), 169-191. Obtenido de <https://elibrary.ru/item.asp?id=41148434>
- Zarco, D., & Morales, F. (2017). El turismo emocional creativo: la ciudad como taller inclusivo. *International journal of scientific management and tourism*, 3(1), 357-371.

ANEXOS

Anexo 1 Preguntas de entrevista a actores clave

Pregunta 1. ¿Cómo describiría la relación de su emprendimiento con la comunidad local?
¿Han enfrentado algún desafío en este aspecto y cómo lo han abordado?

Pregunta 2. ¿Cuáles son las principales ofertas turísticas que ofrece su emprendimiento a los visitantes? ¿Qué distingue su oferta de otros destinos turísticos en el cantón Guano?

Pregunta 3. En términos de necesidades, ¿cuáles son las áreas en las que su emprendimiento requiere mayor inversión o apoyo para seguir creciendo y mejorando sus servicios?

Pregunta 4 ¿Qué tipo de infraestructura para hospedaje y servicio de comida maneja en su emprendimiento y de qué manera la mantiene y para cuántas plazas es ?

Pregunta 5. En cuanto a la administración del negocio, ¿cómo manejan el presupuesto y qué medidas toman para garantizar un flujo constante de ingresos durante todo el año?

Pregunta 6. Hablando sobre rentabilidad, ¿cómo miden el éxito financiero de su empresa? Y si es posible, comparta algunos números clave.

Pregunta 7. Con respecto al marketing, cuéntenos acerca de algunas iniciativas exitosas que hayan implementado recientemente para promocionar su emprendimiento.

Pregunta 8. Finalmente, hablemos sobre visión a futuro: en términos generales, ¿dónde ven ustedes al sector del turismo comunitario dentro del cantón Guano dentro de 5 años y cómo esperan contribuir al desarrollo sostenible del mismo?

Anexo 2 Hoja de Vida de expertos.

HOJA DE VIDA	
	
Nombres y Apellidos: Gabriela Natalia Torres Jara	Correo electrónico: gabynatalia2683@gmail.com
País, lugar y fecha de nacimiento: Riobamba 26 de Noviembre de 1984	Número de cédula o pasaporte: 0603303991
Estado civil: Casada	Celular de contacto 0994939934
Título de pregrado: Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera	Universidad: Universidad Nacional de Chimborazo
Título de Posgrados: Master en Gestión del Patrimonio Cultural y Museología	Universidad: Universidad de Barcelona España
Universidad o institución: Universidad Estatal de Milagro	Dirección institucional: Kilómetro 1 ½ vía al 26
Correo institucional: gtorresj@unemi.edu.ec	

BREVE RESUMEN DE LA HOJA DE VIDA DEL PONENTE (1) PARA PRESENTACIÓN:

Gabriela Natalia Torres Jara, de nacionalidad ecuatoriana nacida en la ciudad de Riobamba, Ing. En Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, Magister en Gestión del Patrimonio Cultural y Museología de la Universidad de Barcelona España.

Docente titular agregado 1 e Investigadora en el campo del Patrimonio Cultural y el Turismo Cultural de Universidad Estatal de Milagro, Consultora en proyectos culturales y capacitadora de la corporación Integrar de la ciudad de Riobamba, Mediadora educativa de Fundación Museos de la Ciudad de Quito y Guía Nacional de Turismo.



Firmado electrónicamente por:
GABRIELA NATALIA
TORRES JARA

Anexo 3 Resultado de entrevista a experto

Entrevistador: Buenas tardes, gracias por estar con nosotros hoy. ¿Podría explicarnos cuáles son las razones del bajo éxito del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo?

Experto en turismo comunitario: Una de las principales razones es la falta de capacitación y organización adecuada por parte de las comunidades involucradas. También hay una falta de promoción efectiva y un limitado acceso a financiamiento para mejorar infraestructuras.

Análisis: La respuesta destaca la importancia de la capacitación y organización para el éxito del turismo comunitario, así como la necesidad de promoción y financiamiento adecuados para mejorar su infraestructura.

Entrevistador: ¿Cree que existe una brecha entre lo que los visitantes buscan en términos turísticos y lo que se ofrece en el turismo comunitario?

Experto en turismo comunitario: Definitivamente sí. Las expectativas están cambiando constantemente, pero muchas veces las comunidades no logran adaptarse rápidamente a estas demandas cambiantes. Es importante realizar estudios previos sobre los gustos e intereses actuales antes de diseñar ofertas.

Análisis: El entrevistado reconoce una posible brecha entre lo que los visitantes esperan y lo que ofrecen actualmente algunas comunidades involucradas en el turismo comunitario, destacando la importancia de conocer bien al mercado antes del diseño de ofertas.

Entrevistador: ¿Qué papel juega el gobierno local en el desarrollo del turismo comunitario?

Experto en turismo comunitario: El apoyo gubernamental es fundamental para fomentar este tipo de actividad económica. Los gobiernos locales deben trabajar en conjunto con las comunidades para crear planes estratégicos y mejorar la oferta turística. También pueden ayudar a promocionar el turismo comunitario en ferias nacionales e internacionales.

Análisis: La respuesta destaca la importancia del apoyo gubernamental para el desarrollo del

turismo comunitario, así como su papel fundamental en la creación de planes estratégicos y mejoras de infraestructura.

Entrevistador: ¿Cree que hay suficiente conciencia sobre los beneficios económicos y culturales del turismo comunitario?

Experto en turismo comunitario: No lo creo. Muchas veces las comunidades no tienen una idea clara de cómo se puede beneficiar económicamente el territorio o preservar sus costumbres mediante esta actividad. Es necesario sensibilizar a las comunidades y promover la educación sobre los beneficios del turismo comunitario.

Análisis: El entrevistado destaca la falta de conciencia sobre los beneficios económicos y culturales del turismo comunitario, destacando la necesidad de sensibilización y educación para mejorar esta situación.

Entrevistador: ¿Cómo se puede fomentar una mayor participación de las comunidades en el desarrollo del turismo comunitario?

Experto en turismo comunitario: La participación activa es clave. Las comunidades deben ser incluidas desde el inicio en todas las decisiones relacionadas con el turismo comunitario, además de recibir capacitaciones constantes. También pueden crear asociaciones que les permitan trabajar juntas para impulsar su actividad económica.

Análisis: La respuesta resalta la importancia de la inclusión activa de las comunidades desde el inicio en todo lo relacionado con el turismo comunitario, así como la necesidad constante de capacitaciones y creación de asociaciones.

Entrevistador: ¿Qué medidas podrían tomarse para aumentar el número de visitantes interesados en el turismo comunitario?

Experto en turismo comunitario: Se debe realizar una buena promoción tanto a nivel nacional como internacional, utilizando herramientas digitales e invitando a medios especializados a conocer estas experiencias únicas. Además, es importante diseñar ofertas personalizadas que respondan mejor a las demandas actuales del mercado.

Análisis: El entrevistado destaca medidas importantes como una buena promoción tanto

nacional como internacional mediante herramientas digitales e invitando a medios especializados, así como ofrecer opciones personalizadas que respondan mejor al mercado actual.

Entrevistador: Por último, ¿cree que el turismo comunitario tiene un futuro prometedor en la provincia de Chimborazo?

Experto en turismo comunitario: Absolutamente sí. La provincia cuenta con una riqueza cultural y natural excepcional que puede ser aprovechada para atraer visitantes interesados en experiencias auténticas y sostenibles. Es necesario seguir trabajando en conjunto con las comunidades involucradas para mejorar su oferta turística.

Análisis: El entrevistado se muestra optimista sobre el futuro del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo, destacando su gran potencial gracias a la riqueza cultural y natural existente, pero reconociendo también la necesidad de continuar trabajando juntos para mejorar su oferta turística.