



# ¡ POSGRADOS !

## Maestría en Administración de empresas

RPC-SO-37-No.696-2017

Opción de  
titulación:

PROPUESTA METODOLÓGICA Y TECNOLÓGICAS AVANZADAS

T E M A :

TURISMO COMUNITARIO Y DESARROLLO  
SOCIOECONÓMICO: PROPUESTA METODOLÓGICA  
PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD  
SALINAS DE TOMABELA, CIUDAD GUARANDA, 2019

A U T O R E S :

CAROLINA ESTEFANIA REYES RUIZ  
ELKE SHARON PARRALES PACHECO

D I R E C T O R :

WALTER WASHINGTON MÁRQUEZ YAGUAL

Guayaquil - Ecuador  
2021

**Autores:**



**Carolina Estefanía Reyes Ruiz**

Ingeniera Administración Empresas Hoteleras y Turísticas  
Candidato a Magíster en Administración de Empresas por la Universidad  
Politécnica Salesiana – Sede Guayaquil.  
krito\_reyes22@hotmail.com



**Elke Sharon Parrales Pacheco**

Ingeniera en Gestión Empresarial con mención en Finanzas y Auditoría  
Candidato a Magíster en Administración de Empresas por la Universidad  
Politécnica Salesiana – Sede Guayaquil.  
espp\_1991@hotmail.com

**Dirigido por:**



**Walter Washington Márquez Yagual.**

Ingeniero Comercial  
Máster en Administración de Empresas wmarquez@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

**DERECHOS RESERVADOS**

©2020

Universidad Politécnica Salesiana.

GUAYAQUIL - ECUADOR - SUDAMÉRICA

CAROLINA ESTEFANIA REYES RUIZ

ELKE SHARON PARRALES PACHECO

**TURISMO COMUNITARIO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO: PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL  
DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD SALINAS DE TOMABELA, CIUDAD GUARANDA, 2019**

# INDICE

INDICE.....	3
<b>INDICE DE TABLAS .....</b>	<b>4</b>
<b>INDICE DE ECUACIONES .....</b>	<b>4</b>
<b>INDICE DE ILUSTRACIONES .....</b>	<b>4</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
1.1. ANTECEDENTES .....	5
1.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	5
1.3. FORMULACIÓN PROBLEMA .....	8
1.4. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	10
1.5. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	11
1.6. OBJETIVOS .....	12
1.6.1 <i>Objetivo General</i> .....	12
1.6.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	12
1.7. PRINCIPALES RESULTADOS .....	12
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
2.1. MARCO CONCEPTUAL .....	13
2.2. BASES TEÓRICAS.....	14
2.3. ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS EXISTENTES RELACIONADOS AL PROBLEMA .....	17
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>27</b>
3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS .....	27
3.2. POBLACIÓN DE ESTUDIO .....	27
3.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	28
3.4. SELECCIÓN DE LA MUESTRA .....	29
3.5. MÉTODOS A EMPLEAR ¿CUÁL Y PARA QUÉ?.....	29
3.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN. FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS.....	29
3.6.1 <i>Fuentes primarias</i> .....	29
3.6.2 <i>Fuentes secundarias</i> .....	30
3.7. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	30
3.8. HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	31
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>32</b>
4.1 ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	32
4.1.1 <i>Perfil del Turista Nacional</i> .....	33
4.1.2 <i>INTERPRETACION DE LOS DATOS</i> .....	40
4.1.3 <i>Perfil del turista Extranjero</i> .....	41
4.1.4 <i>INTERPRETACION DE LOS DATOS</i> .....	48
4.1.5 <i>Proyecciones de la demanda</i> .....	49
4.1.6 <i>Análisis de la Oferta</i> .....	49
4.1.7 <i>Confrontación oferta y demanda</i> .....	52
4.1.1 <i>Representación</i> .....	53
4.1.2 <i>Requisitos Legales</i> .....	53
4.1.3 <i>Reconocimiento del lugar</i> .....	54
4.1.4 <i>Análisis FODA</i> .....	57
4.2 PROPUESTA METODOLÓGICA O TECNOLÓGICA .....	58
4.2.1 <i>Premisas o supuestos</i> .....	59

4.2.2	<i>Objetivo de la propuesta metodológica</i> .....	61
4.2.3	<i>Objeto de la propuesta</i> .....	61
4.3	RESPONSABLES DE LA IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL.....	61
4.4	FASES PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA .....	62
4.4.1	<i>Organización Comunitaria</i> .....	63
4.4.2	<i>Organización Económica</i> .....	64
4.4.3	<i>Promoción Turística</i> .....	65
4.4.4	<i>Evaluación del impacto ambiental</i> .....	66
4.5	INDICADORES DE EVALUACIÓN .....	66
5.	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>68</b>
6.	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>68</b>
7.	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>69</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Comunidades de la Parroquia Salinas de Tomabela .....	8
----------------	---	---

## INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1	Tamaño de la muestra .....	28
------------	----------------------------	----

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Ubicación Referencial de la Comandad Yunguilla.....	17
Ilustración 2	Turismo Comunitario Yunguilla.....	18
Ilustración 3	Ubicación Referencial de la Comunidad Sinchi Warmi .....	23
Ilustración 4	Centros Turísticos comunitarios Sinchi Warmi .....	24
Ilustración 5	Centro Turismo Comunitario.....	26
Ilustración 6	Calculadora Netquest.....	28
Ilustración 7	Comuna Natawa.....	54
Ilustración 8	Análisis FODA .....	57
Ilustración 9	Propuesta Metodológica para el desarrollo del Turismo Comunitario .....	58
Ilustración 10	Comunidad Natawa.....	59
Ilustración 11	Fases para la implementación del TC .....	62

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Antecedentes**

La “Comuna Natawa”, ubicada en la parroquia Salina de Tomabela, provincia de Bolívar, a esta comuna se la tomó como propuesta para el desarrollo turístico y comunitario tomando otros estudios que se realizaron en el sitio, donde se describen los problemas y proyectos para beneficio de la Comuna; para definir el problema central, revisamos los trabajos realizados durante varias visitas realizadas a dicha comunidad en conjunto con la Dirección de Turismo y con los representantes de esta Comuna. Además, para encontrar el problema central, se desarrollaron talleres participativos y encuestas con los representantes de la comuna Natawa.

El gobierno en conjunto con las entidades locales aplica una política pública social, la cual ha fomentado el desarrollo y progreso de la comuna, e impulsando el turismo sustentable y planes de beneficios turísticos que fueron diseñados para atender los problemas sociales y económicos que se presentan en las zonas rurales, pero que no son acogidos adecuadamente por sus pobladores y más bien por desconocimiento, pasan a convertirse en programas solidarios olvidados.

Actualmente la Constitución ha calificado a la zona Salinas de Guaranda como una zona declarada productiva y goza de incentivos para el desarrollo turístico.

### **1.2. Situación Problemática**

Una de las fuentes económicas principales es el turismo, este tiene un acelerado crecimiento en el mundo y uno de las más importantes fuentes de empleo. Este rol de creador de empleo y emprendimiento es a menudo infravalorado en la formulación y ejecución de políticas (OMT, 2020).

El aumento del dominio del turismo como ente proyectador de economía y su potencia como mecanismo de desarrollo son indiscutible. Las cifras presentadas indican que este, es responsable de más del 10% del producto interior bruto mundial (PIB) y es un gran promotor de trabajos en el

mundo. Aunque las cifras para toda América no han cambiado, la subregión del Caribe es la región más dependiente del turismo como principal fuente de empleo e inversión extranjera directa (IED). Además, es el más contribuyente al incremento del PIB de estos países, que no solo puede generar incremento, además de ser responsable del incremento de la mejora de vida de las personas, beneficiando la defensa del medio ambiente y del patrimonio cultural, se ha probado que también puede diversificar y consolidar la paz mundial (OMT, 2018)

Se ha tratado de concientizar a las personas declarando al año 2017 como un año referido al turismo sostenible para el desarrollo centrándose en medidas para alentar la contribución a ese sector, al mismo tiempo que se promueve el turismo dentro del marco de políticas de desarrollo inclusivo. Lo más importante es identificar las cinco áreas clave para el año fiscal 2017, para establecer un marco para que los responsables políticos, los interlocutores de turismo y los propios turistas reflexionen sobre cómo sus conductas e iniciativas de viaje contribuyendo al desarrollo razonable y equitativo de los recursos, para que las generaciones futuras también puedan disfrutar de ellos. (OMT, 2018).

La industria turística de Ecuador es un importante contribuyente al PIB, representa el 2.28% del total País. Además, que el movimiento de turistas extranjeros y nacionales es de aproximadamente 3'000.000 por año. (Turismo M. d., 2018).

El turismo comunitario es la opción más frecuente para resolver diferencias sociales y económicas de las que carecen de las comunidades con campesinos, convirtiéndose así en un área básica del desarrollo social, económico y cultural y en beneficio de la comunidad. Personas que buscan utilizar la cultura, la naturaleza y los recursos locales de un área específica para generar otros ingresos en las actividades económicas diarias. (Esteban Ruiz Ballesteros, 2007)

Crear un turismo comunitario con la colaboración de las colectividades locales, industria turística que actualmente cuenta con el apoyo y la promoción de diversas organizaciones internacionales. (Turismo O. M., 2003). Cabe recalcar que necesita y vive de la demanda de los consumidores o turistas: la particularidad de los turistas que eligen este modelo turístico. (Esteban Ruiz Ballesteros, 2007).

En América Latina, Ecuador es a menudo seleccionado como un país pionero debido a la influencia cuantitativa y cualitativa de la experiencia turística de la comunidad ecuatoriana. Por lo

tanto, desde la década de 1980, Ecuador ha convertido a la actividad turística en un movimiento estratégica para muchas colectividades porque es un fermento de muchos procesos. (Esteban Ruiz Ballesteros, 2007)

(1) Desde un aspecto social, económica y cultural, el desarrollo socio-económica de comunidades en situación de muy vulnerabilidad es el motor estratégico de su desarrollo local.

(2) Los intercambios culturales que se llevan por la industria del turismo no solo pueden mejorar la identidad de las culturas indígenas, sino también promover los intercambios interculturales sin ser tan asimétricos como en el pasado.

(3) Desarrollar actividades económicas sostenibles desde una apariencia ambiental, porque este tipo de turismo es uno de los primordiales pilares de la naturaleza.

(4) Los indicadores de participación, acción y control comunitario que se promueven a través de esta actividad abren la posibilidad de autogestión comunitaria y desarrollo endógeno.

Ubicada en el norte en la zona nororiental, es una parroquia rural con una población indígena, dispersas por un hermoso valle andino que se ha transformado en un tipo de economía solidaria para el mundo. Es un terreno predilecto por sus minas de sal y aguas minerales, montañas y farallones, variedad de pisos climáticos, cuevas arqueológicas, bosques protectores, ríos y una distribución de empresas comunitarias que muestran la capacidad e iniciativa de su comunidad, que ha logrado proveer mercados locales, nacionales e internacionales con productos agroalimenticios de alta calidad. (Jacome, Wilson)

Salinas de Tomabela además popularmente conocida como Salinas de Guaranda o Salinas de Bolívar debe su nombre a la explotación de sal que la tribu de los tomabelas pertenecientes a los Puruhaes, realizaban desde tiempo atrás (Cantero, 2012). Tiene 31 comunidades las mismas que están subdividas por sus pisos climáticos:

**Tabla 1** Comunidades de la Parroquia Salinas de Tomabela

Zona cabecera parroquial	Zona alta	Zona del valle	Zona de la bocana del Monte	Zona del subtrópico
Cabecera parroquial	Rincón de los Andes	Las Mercedes de Pumín	Arrayanes	Chazojuan
	Natawa	San Vicente de la Plancha	Chaupi	Muldiaguan
	Pachancho	Apahua	Gramalote	Tigreurco
	Yurak Uksha	Piscoquero	La Palma	Copalpamba
	Verdepamba	La Moya	Matiaví bajo	Calvario
	Pambabuela	Yacubiana	Lanzaurco	Tres Marias
			Bellavista	Rio Verde
			La Libertad	
			Monoloma	
			Cañitas	
			Guarumal	

**Nota:** Elaborado por los maestrantes Elke Parrales y Carolina Reyes.

Analizando el sector de Salinas de Tomabela, es posible determinar que Natawa es una de las asociaciones que puede realizarse turismo comunitario. Primero, socializamos con los residentes de la comunidad para conocerlos y les pedimos cortésmente que nos permitieran trabajar en su territorio. Según la investigación realizada existen posibilidades y condiciones para la mejora y progreso de la actividad turística.

La falta de información, el desconocimiento de los encantos naturales y culturales que pudieran ser explotados por el sector turístico nos lleva a la necesidad de evaluar y potenciar el turismo para el progreso de sus pobladores y mejorar sus condiciones de vida.

### 1.3. Formulación Problema

La comunidad Natawa pertenece a la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, esta es una de las 31 comunidades pertenecientes a la parroquia Salinas, se encuentra a 4000 m.s.n.m. en la zona ecuatorial húmedo, con una temperatura entre los 6 y 8 centígrados; se encuentra aproximadamente 34 km del cantón Guaranda y a 12 km de la parroquia Salinas.

Entre los atractivos naturales esta la Cueva de los Lobos, Ensilado (mirador), Peñaloma (mirador) y el Chimborazo; los atractivos culturales tienen la quesera, turrone, artesanías, plato típico papas con cuy y su vestimenta.

En el entorno socio cultural el núcleo familiar está organizado por un padre, una madre de familia y alrededor de 5 hijos por familia, quienes antes de cumplir la edad adulta salen de la comunidad en busca de mejor vida hacia la ciudad de Ambato y Guaranda para completar sus estudios en donde el 75% regresa para iniciar algún emprendimiento dentro de la comunidad. La migración es practicada más por los hombres por la baja oferta de trabajo.

Los comuneros describen que el servicio de agua para consumo humano, la obtuvieron gracias a la construcción de un tanque de reserva y desde ahí es repartida a toda la comunidad. No cuentan con ningún tipo de seguridad así que ellos se organizan para trabajar y dar seguridad y si llegan a encontrar algún ladrón este será ajusticiado por la misma comunidad (justicia indígena). Carecen de servicio de telefonía fija y celular por la falta de cobertura ya que ninguna de las cuatro operadoras en Ecuador tiene conocimiento de la existencia de la comunidad.

En el área de salud es básica con casi nada de medicina ya que dentro de la comunidad no hay ningún centro de salud al enfermarse las personas deben salir a la cabecera Parroquial de Salinas ya que ahí sí cuentan con un sub centro de salud claro está dependiendo el caso de la enfermedad porque la otra opción es que optan salir al hospital de Guaranda o Ambato. Como medio de transporte existen camionetas de la Coop. Padre Antonio Polo y Coop. Trans. Salinerito las mismas son alquiladas por los comuneros ya que no hay frecuencia diaria para el sector.

En la actividad pecuaria cuentan con el uso de forrajes como pasto natural, trébol blanco, pasto azul, alfalfa, grama, pasto elefante, pasto miel y también para el uso agrícola. Se dedican principalmente a la ganadería, cultivo de cebolla blanca, papas ocas, etc. Para el manejo de cultivos solo utilizan abono orgánico de los animales como de oveja, vacas, cuy, conejo.

La comunidad no tiene incentivos turísticos, por lo que no utiliza los recursos naturales que posee. La razón de la falta viene de años anteriores, porque las autoridades no prestaron atención a poder vender y promover recursos en su territorio. Esto significa que no cuentan con servicios turísticos donde los viajeros puedan quedarse o cenar, y mucho menos pedir información.

Se debería conjuntamente con el gobierno local conversar sobre cursos y charlas tales como registro de turismo para alojamiento, cursos sobre sugerencias participaciones para ferias y eventos, viajes de familiarización para que se registre, regule y controle la promoción y difusión del sector gracias a su rica diversidad cultural, natural.

Con los informes expuestos, se expone el siguiente problema:

¿Existe una propuesta metodológica para el desarrollo turístico en la comunidad de Natawa puede contribuir al desarrollo socioeconómico de la misma?

#### **1.4. Justificación teórica**

Este concepto de turismo comunitario se puede definir de las siguientes maneras:

es la relación directa de la comunidad con el turista, donde se intercambian culturas garantizando el uso debido de los recursos naturales, apreciando el patrimonio y con una participación justa de los beneficios (FEPTCE, 2006),

Es el modo de operación en sus primeras etapas de desarrollo, ligado al ecoturismo es decir turismo responsable con respeto al medio ambiente y al huésped (ASEC, 1996)

Una forma de desarrollo basada en la participación de su comunidad, así como el reparto de los beneficios y en beneficios de los pobres aplicada generalmente en países en vías de desarrollo con independencia para su único beneficio siendo responsables de crear sus propias microempresas (Rivera R. , 2012),

Se entenderá que se encuentren legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas las entidades que brinden directa y exclusivamente los servicios de hospedaje, servicios de alimentos siempre en el marco de la ley que la regula. (Ecuador, 2009).

ES una mira de gestión con base local, donde comunidades u organizaciones, individuos de etnias ancestrales, así como también poblaciones diferentes pueden gozar de esta. siendo el territorio como un elemento clave, pudiendo encontrarse en lugares muy remotos, o en sitios de proximidad a las ciudades, por lo general en la periferia urbana. (Vazconez, 2018)

## **1.5. Justificación práctica**

La parroquia de Salinas además del éxito de sus destacadas organizaciones y empresas comunitarias, también cuenta con áreas atractivas como minas de sal, agua mineral con fines terapéuticos, granjas demostrativas, cuevas arqueológicas y bosque de conservación Peña Blanca, La cascada Chorrera, las formaciones rocosas petrificadas, el Chimborazo la montaña nevada más alta de Ecuador, el sombrero Rumí o el sombrero de piedra son ejemplos típicos de la erosión eólica.

En un análisis cuantitativo de los recursos sumando el desarrollo turístico se lograría un cambio en el estilo de vida además de un desarrollo económico gracias a sus recursos, cambiaría el modo actual de vida de los visitantes que los toman como un paso para abastecerse, a un modo de turismo hotelero y de paseo

Salinas de Guaranda sería un punto de atractivo turístico y cultural para promover por gestión del ministerio de turismo, hasta convertirse en un destino preferido turístico, impulsado por microcréditos hacia los colonos que lograrían así incrementar la demanda de trabajo por medio del turismo y el hotelería, logrando crear microempresas, micro cadenas de hoteles, pequeñas asociaciones, compañías de transporte y de poca inversión como sería guías turísticos.

Esta investigación reafirma que el incremento del turismo en el sector convertiría esta área en proceso de desarrollo a una área creadora de empleo, previo a planes estratégicos para resolver problemas trascendentales que existen en La Comuna Natawa tales como; la baja promoción turística, la misma que ha generado desconocimiento y poco interés por parte de las personas por conocer el lugar, así como invertir en la mejora de servicios básicos e implementar un plan de seguridad para el turista.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1 Objetivo General**

Desarrollar propuestas turísticas comunitarias para que logre el desarrollo socio-económico la comunidad de Natawa.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

- a) Diagnosticar la realidad del turismo en la Comuna Natawa, Provincia de Bolívar
- b) Elaborar un catálogo de lo más interesante de la comuna tanto natural y cultural.
- c) Efectuar un estudio de mercado.
- d) Realizar un estudio de los servicios turísticos
- e) Estudio de factibilidad legal de la propuesta de turismo comunitario
- f) Proponer actividades turísticas sustentables para ser desarrolladas en la comuna Natawa
- g) Determinar la afluencia de turistas que podrían generarse en base a estas nuevas actividades turísticas comunitarias.

## **1.7. Principales resultados**

El principal resultado es que la “Comunidad de Natawa” sea identificada como un sector turístico y fortalecer la industria y la infraestructura de la comuna. Donde los visitantes puedan llegar a disfrutar y conocer la cultura y apreciar el patrimonio que tiene la comuna, logrando que esas industrias atraigan a más turistas y las adquisiciones de los visitantes representen una proporción considerable que logre aumentar la demanda de visitantes, para lograr cubrir la inversión inicial y encuentren beneficio tanto propio como también para el desarrollo de la comuna.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Marco Conceptual

**Turismo Comunitario:** Es el enlace de bienvenida entre la comunidad y los turistas, manejando el adecuado uso de los recursos la valorización de sus patrimonios respetando tanto su cultura como a las personas y con una retribución equitativa de los beneficios (Turismo M. d., 2007).

**Recurso Turístico:** son recursos, sitios naturales y manifestaciones culturales que se destacan para el turismo. Fundamentando el desarrollo y formando las futuras atracciones. (Turismo M. d., 2007).

**Atractivo Turístico:** Son los puntos atractivos que se venderán a los turistas, siempre y cuando cumplan con lo mínimo como son vías de acceso y dotados de servicios básicos (Turismo M. d., 2007).

**Sector turístico:** Es la asociación de industrias relacionadas al alojamiento, hospedaje, posada, a los servicios de alimentación, transporte, recreación y agencias de viaje.

**Ecoturismo y Turismo de Naturaleza:** el turismo de naturaleza efectuar acciones recreativas, divertidas, de distracción en la naturaleza y las colectividades de sus alrededores o en su contorno, al aire libre sin que peligre la integridad del ecosistema, la cultura local ni de las personas (Turismo M. d., 2007)

**Desarrollo Sostenible:** Tener conciencia, razón, juicio y conocimiento de los daños, perjuicios o repercusiones futuras que llevaría la exposición, exhibición o muestra del uso de los medios ambientales, sociales y económico-social del entorno y de la comunidad. (OMT, s.f.)

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1 Turismo Comunitario**

El turismo comunitario nace y se ha desarrollado a traves de los años, se toma varios conceptos al respecto:

Este concepto nace en 1985 con la obra de Murphy, en ella se define este impacto en las comunas y como estas se desarrollan, despliegan y desenvuelven gracias al turismo comunitario. en otra obra publicada años después publica que el elemento principal es la comunidad y como se tienden en el papel del desarrollo por medio de esta actividad. (Murphy, 1985)

Años después, otros conceptos sobre el turismo comunitario lo dividen en turismo social y rural, en la práctica a este tipo de turismo se lo amplia, extensa y vincula al conocimiento de las culturas, grupos sociales, étnicos donde se recopilen vivencias y experiencias que enriquezcan el interés de los turistas (Cordero, 2006).

También lo explican como una rama del turismo que se especializa en la preservación y defensa de los ambientes naturales para conservarlos a largo plazo, manteniendo y enalteciendo la diversidad biológica y cultural de la comuna donde la vigilancia y mando de los gobiernos locales y municipales son esenciales para su desenvolvimiento, extensión y mejor desarrollo para la atracción turística (Ramos, 2006)

Igualmente relacionado a la comuna Mansilla lo define a la actividad de la comuna con los convidados como una actividad de dependencia mutua de un modo intercultural, con la participación prioritaria de sus comunidades a sus visitantes asegurándose que los beneficios sean distribuidos de forma equitativa a todos sus integrantes. (Mansilla, 2009)

Asimismo, se lo alterna a una modalidad de gestión de las comunidades donde son ellas quienes lideran la gestión turística de procesos a diferencia de la modalidad tradicional donde los dirigentes son entes privados con una repartición mínima de los beneficios generados además de relacionarlo con la oportunidad de relación intercultural donde se mezclan las vivencias y se observe mutuamente los conocimientos (Santafé, 2012)

### **2.2.2 Desarrollo socioeconómico**

Al desarrollo socio económico se lo definen de las siguientes maneras:

Se define como las actividades, operaciones, acciones y diligencias que tanto como el factor social como el factor económico sumados nos dan como resultado el crecimiento o desarrollo económico y el incremento social, los cuales que separados se los puede medir en forma individual, como ejemplo tenemos el incremento, aumento, ampliación de puestos de trabajo o plazas nuevas. (Galindo P. )

Así mismo se lo considera a las políticas gubernamentales y municipales que se encuentren dirigidas al desarrollo, progreso y mejora económica y social de forma equilibrada, equitativa y sostenible con el único objetivo de fortalecer los sectores económicos más débiles y frágiles impulsando, promoviendo, incitando y estimulando el desarrollo sostenible y equilibrado (Boletinagro, s.f.)

También se lo considera como una condición esencial para minimizar el índice de pobreza con la condición de una reorientación y consideración a la clase más baja con cambios en las instituciones y en las leyes, reglamentos y prácticas que serán parte y generadora de un proceso que reducirá la pobreza. (Trabajo, 1996)

Además de estar ligado al sustento expansión, esparcimiento y bienestar también satisface, compensa y garantiza el bienestar de las personas, porque tiene la capacidad de obtener riqueza también definido como mejorador de un país con la explotación medida de sus recursos. (Rivera R. , 2015),

Actividades en que los factores sociales y económicos, se convierten en un factor de crecimiento económico y que puede ser medible, para lo cual se necesitan varias cosas: en primer lugar, las personas tienen que alcanzar un mayor nivel de conocimiento y cursos de tecnología. segundo, priorizar medidas y métodos para cultivar la tierra; conocer y manejar máquinas y herramientas para que facilite el trabajo diario. (Aguila, 2018)

### **2.2.3 Impacto que tiene el Turismo Comunitario y Desarrollo Socioeconómico**

Como se explica en el trabajo de investigación “El turismo comunitario se muestra como una iniciativa empoderada de desarrollo local”. Expone casos en Colombia de zonas rurales de Bogotá donde optaron al turismo comunitario como un recurso que transporta al progreso de las comunidades rurales, con la condición que sea esta una actividad alternativa a la actividad económica dedicada; contribuyendo al empoderamiento y desarrollo del territorio y de sus habitantes. (Burgos, 2016)

En el “Análisis del potencial turístico rural, artesanal e industrial de Salinas de Tomabela”, se determinó que la comuna tiene un alto impacto turístico por su diversidad y su mira de crecimiento industrial gracias a sus pobladores que se encuentran prestos a encaminarse ay encaminar al crecimiento económico de la comuna , que no ha sido explotado por el desconocimiento de los pobladores y el descuido del gobierno local. (Zhunio B, 2013)

Así mismo en otros trabajos se concluye que el turismo comunitario a diferencia del turismo alternativo, refleja el sentir asociativo o de cooperativismo, el cual es necesario para un crecimiento menos excluyente, por lo que propone se formulen propuestas turísticas de los lugares que cuentan con las características apropiadas en su naturaleza y economía. (Torres, 2015)

Se manifiesta también que es generador de empleos permanentes y temporales para los habitantes de las zonas, evidencia equidad de género y mejora la vida de los comuneros. Adicional a esto determina las actividades y riquezas las cuales deben ser explotadas, como lo son riquezas naturales, culturales propias de cada zona. (Vargas, 2018)

Además, se demuestra en la obra titulada: “Educación y desarrollo socioeconómico”, que con el nacimiento de la cultura emprendedora se incide en el desarrollo de la economía con respeto a la cultura y la naturaleza. Esto logra ser ejemplo de cómo se desarrollan sus competencias como objetivo prioritario para de esta manera aportara al desarrollo socioeconómico, logrando una convivencia democrática para las personas. (Amador, 2010),

## 2.3. Análisis Crítico De Las Metodologías Existentes Relacionados Al Problema

### 2.3.1 PRIMER CASO: Yunguilla (Región Sierra)

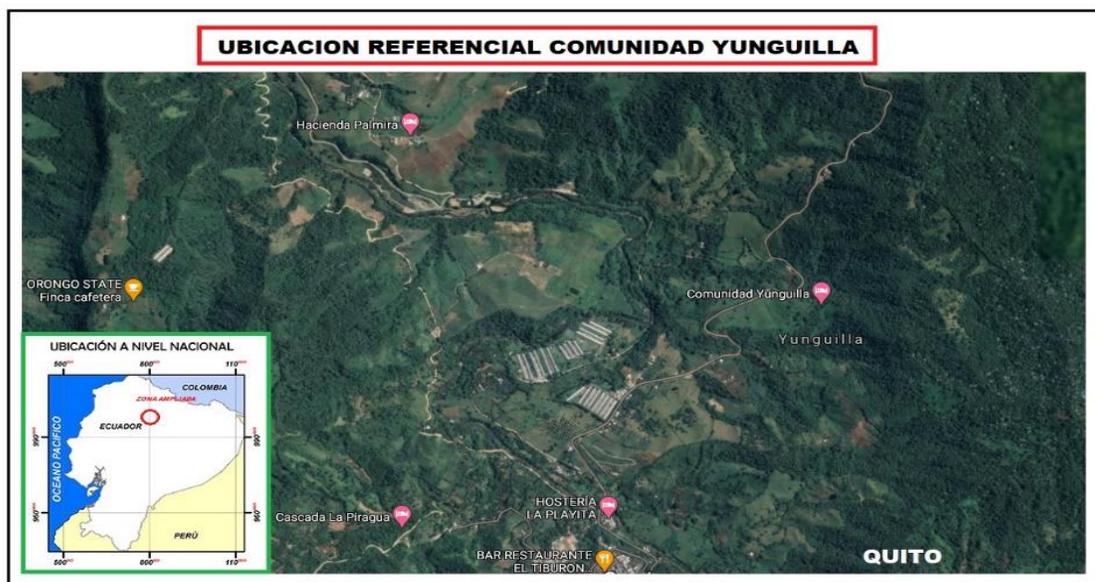
#### Ubicación y características de la comunidad Yunguilla

La comunidad Yunguilla se encuentra a 45 kilómetros del noroccidente de la ciudad de Quito a 2.650 metros sobre el nivel del mar. El área corresponde a un ecosistema de bosque nublado declarado en el 2013 un área protegida y uso sustentable por la secretaría ambiental del municipio de Quito, la cual casi 3.000 hectáreas de la zona cuentan con protección oficial.

Se encuentra rodeada por reservas de bosques entre las zonas protegidas de Bosque Protector Cuenca Rio Guayllabamba, Reserva privada Maquipucuna, Reserva Geobotánica Pululahua, Vegetación Portectora Flanco Oriental del Volcán Pichincha. El termino Yunguilla proviene del quichua y significa **VALLE CALIENTE**.

Esta comunidad es rural y de población mestiza, su idioma materno es el español lo cual facilita el dialogo. Cuenta con una infraestructura vial aceptable hasta antes de la entrada al camino hacia la comunidad, a pesar de esa dificultad tienen facilidades de transporte privado hasta la misma comunidad.

*Ilustración 1 Ubicación Referencial de la Comandad Yunguilla*



**Fuente:** Google Maps, imagen creada por los maestrantes Sharon Pinales y Carolina Reyes.

## **Biodiversidad**

El Ecuador es distinguido mundialmente por su alta biodiversidad, el área Yunguilla presenta, conserva y es parte de esa singularidad. La riqueza biológica en la zona alrededor de Yunguilla es exquisita gracias a su ubicación geográfica, gracias a la presencia de características y efectos orográficos por la elevación abrupta de los Andes y la influencia de las corrientes marinas.

Ubicada en una zona de ecorregión choco-andina con una de las mayores El área ocupada por Yunguilla se ubica en una zona que corresponde a la ecorregión Chocó-Andina, una de las más diversas por el hecho de tener especies de plantas y animal estando en un área de distribución única y limitada.

Su flora está compuesta básicamente por arbustos con sus plantas epifitas, lianas y los helechos arborescentes que demuestran una alta extensión en esta región a causa de una alta humedad ambiental. Su fauna es muy diversa, la restauración de las condiciones naturales actualmente creo un corredor ecológico para proteger sus especies, existen aproximadamente 300 especies de aves, 50 de mamíferos, 34 ejemplares de oso de anteojos, 30 especies de anfibios y reptiles.

La visita de turistas es motivada por la flora y fauna de la zona.

*Ilustración 2 Turismo Comunitario Yunguilla*



Fuente: <https://www.elcomercio.com/tendencias/turismo-ruralidad-apuesta-estatal-ingresos.html>

## **Datos socioeconómicos**

La población de la comuna de Yunguilla es adulta ya que los jóvenes buscan áreas urbanas para estudiar o trabajar, actualmente está conformado por 65 familias y 250 habitantes, un promedio de 5 personas por cada familia, se puede visualizar a las viviendas de la comuna en los caminos principales o senderos cercanos.

Los servicios de educación y salud, existe una escuela desde mucho tiempo atrás, al no tener colegio los estudiantes migran hacia la ciudad más cercana para poder estudiar la secundaria. Dentro de la zona no hay un centro de salud por tal razón los comuneros asisten a zonas cercanas para poder ser atendidos.

Cuentan con energía eléctrica, cobertura para la telefonía celular pero no para teléfono público. El agua con la que cuentan los pobladores es mediante un pozo ciego quiere decir que no tiene un procedo de tratamiento o potabilización.

La infraestructura y equipamiento existente en la comunidad, relacionado principalmente con la actividad turística y productiva, se conforma de la siguiente manera:

- ✚ **Construcción de viviendas.** Las viviendas se han acogido al turismo al ser usadas para el alojamiento de los turistas y para vivienda propia.
- ✚ **Fábrica de quesos.** La producción de queso es lo más reconocido por el hecho de no usar químicos además de producir yogurt y manjar de leche.
- ✚ **Fábrica de mermeladas.** Se utiliza las frutas silvestres de la zona para la elaboración de las mermeladas.
- ✚ **Huertos orgánicos.** Se siembran productos típicos de la sierra como zanahoria, col, remolacha, choclos entre otros en la finca de Tahuallullo. Esta producción es completamente organiza y abastece el restaurante comunitario.

- ✚ **Voluntarios.** Actualmente se reciben a voluntarios internacionales quienes se acoplan y trabajan en la enseñanza del idioma extranjero y en varios proyectos en la comuna.
- ✚ **Vivero / Reforestación.** Es el punto principal de la comuna promoviendo la conciencia ecológica para recuperar parte del bosque y de plantas nativas de la zona.
- ✚ **Artesanías.** Es un trabajo que lo realizan los jóvenes y niños a base de los productos reciclados realizan diferentes tipos de artesanías como collares, aretes, pulseras, tarjetas entre otros. asas de alojamientos, la oficina de administración, área libre para dar charlas a turistas, baterías sanitarias, tienda comunitaria, fábrica de quesos, fábrica de mermeladas y los senderos turísticos.

Además, las actividades turísticas aumentan la oferta, además de brindar caminatas todas guiadas por los senderos del bosque nublado. Actualmente cuentan con varios paquetes turísticos ya que cuentan con una larga experiencia en el turismo comunitario.

Dichas actividades turísticas les ha permitido mantener y conservar sus grandes riquezas como es su cultura, bosques, agua, belleza paisajística y la capacidad de producción de sus tierras.

### **Resumen histórico de Yunguilla**

- ❖ **Antes de los años 60.** Esta área se encontraban grandes haciendas dedicadas a la agricultura y ganadería.
- ❖ **Entre 19645 y 1973.** Debido a las leyes de la reforma agraria se realizó la parcelación entre los comuneros de la zona.
- ❖ **Entre 1965 y 1995.** Debieron demostrar que estaban trabajando en las tierras que tomaron y por la situación complicada de la época, se dedicaron al corte de bosques para la producción de carbón y madera.

- ❖ **Entre 1980y 1990.** Para cubrir las necesidades de sus familias. Estas se dedicaban al contrabando
- ❖ **En el año 1995.** En este año llega la Fundación “Maquipucuna” empieza el primer plan ambiental en la comunidad.
- ❖ **En el año 1998.** Empieza el turismo en la zona con los primeros voluntarios extranjeros.
- ❖ **En el año 1999.** Miembros de la comunidad realizan la adquisición de la propiedad comunitaria Tahuallullo para sumarse a las actividades turísticas.
- ❖ **En el año 2000.** Nace la Corporación Microempresarial Yunguilla
- ❖ **En el año 2013.** Se logra declarar área de preservación y uso sustentable con el proyecto con “ECOFONDO” y es oficialmente reconocida la zona Yunguilla como una reserva.
- ❖ **En el año 2015.** Se celebró los 25 años de trabajo comunitario
- ❖ **En el año 2016.** Se reconoce con la “distinción medioambiental a la organización comunitaria” realizada por la secretaria del Medio Ambiente de Quito, y su alcalde. Se logró el éxito de premio Latinoamérica verde de proyectos sostenibles.
- ❖ **Año 2015 y 2018.** Se trabajó en conjunto con el Consorcio para el Desarrollo Sostenible de la Eco región Andina en la comercialización de mermeladas y queso fortaleciéndola. Además de monitorear la fauna de vida silvestre.
- ❖ **Año 2016 y 2017.** Se mejoró la página web promoviendo la elaboración razonable en la comunidad con un monto anual de \$20.000.
- ❖ **Año 2018 y 2019.** Se amplió el área de conservación ACUS Yunguilla Santa Lucía, se obtuvo el Plan de Vida Yunguilla – Santa Lucía con el Apoyo de la Secretaría de Ambiente y Quito Turismo.

## **Análisis**

La comunidad Yunguilla tiene una historia muy interesante porque combina la historia de los orígenes de la población ancestral con las últimas, inician con un proceso de transformación económica dejando a un lado las actividades explotadoras de la naturaleza, hacen un cambio y pasan a ser protectores del medio ambiente y conservacionistas lo que es bien visto a nivel nacional e internacional.

Al aparecer la ley de reforma agraria pudieron comenzar a realizar actividades que ayudan a su familia, claro está que cuando realizaron las reparticiones de las tierras debieron cumplir una de las principales leyes demostrar el trabajo de las tierras.

Con el pasar del tiempo recibieron ayuda donde se les pudo demostrar que al realizar turismo y conservar sus áreas podían generar ganancias tanto para la comunidad como para las familias. Fortalecieron sus lazos de solidaridad y de amistad comunitaria, ahora se puede decir que gracias a eso en la actualidad son una comunidad productiva, tiene una mejor calidad de vida, incrementaron sus ingresos, reciben apoyo de entidades y obtuvieron reconocimientos a nivel nacional.

Dos de los aspectos que más se resaltan en el caso de Yunguilla es el trabajo comunitario que ha pasado por varias dificultades asociadas a mal formación de los líderes comunarios y que han puesto en tambaleo el desarrollo y la promoción de varios de los proyectos, se debe recalcar que las nuevas generaciones de líderes han dado prioridad a las necesidades y requerimientos de la comunidad de los cuales se han capacitado para mejorar y reforzar el bien común.

Esto da un giro y alienta al desarrollo comunitario esta comunidad es un espacio dinámico que ha permitido una relación entre sus actores y su actuación donde una de las figuras principales es la comunidad y el desarrollo de su capital social y reforzando sus valores, principios y normas que les han permitido una mejor convivencia con la comunidad

Manejado con mucha lógica las condiciones de vida y los miembros de la comunidad encuentran en el turismo una fuente de ingresos complementaria a sus actividades principales como lo son la agricultura y la ganadería

Esta revaloración de espacios con patrimonio natural y cultural genera interés en turistas.

### 2.3.2 SEGUNDO CASO: Sinchi Warmi (Región Amazónica)

#### Ubicación y características de la comunidad Ishkay Yaku

La comunidad Sinchi Warmi está ubicada a 1 hora de la ciudad de Tena en la parroquia Misahualli. El área corresponde a una de las zonas más impresionantes de la amazonia, contiguo al río Napo, registrado como el primer puerto turístico de la amazonia. El término Sinchi Warmi proviene del quichua y significa **MUJER FUERTE**.

El proyecto Sinchi Warmi inicia sus actividades en el 2009 este centro comunitario se encuentra comprometido con el medio ambiente, el progreso de las familias y el refuerzo de la identidad cultural con un ambiente totalmente ecológico.

*Ilustración 3 Ubicación Referencial de la Comunidad Sinchi Warmi*



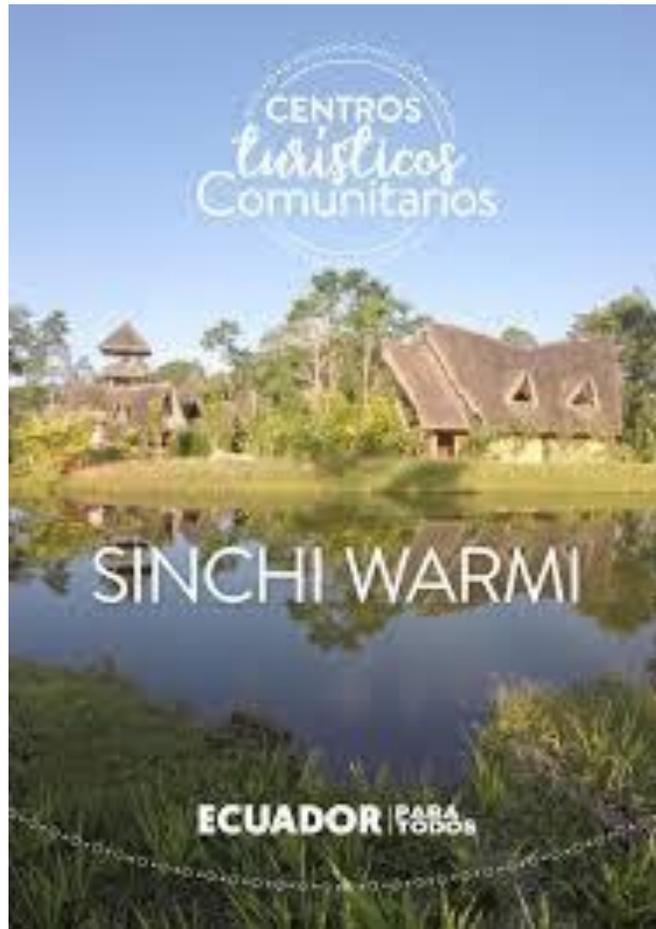
**Fuente:** Google Maps, imagen creada por los maestrantes Sharon Pinales y Carolina Reyes.

## **Biodiversidad**

Se encuentra al este en los andes bajo de los 1300m existe una diversidad de ecosistemas que constituye el extremo occidental de la cuenca amazónica. No Posee áreas de drenaje ya que es una planicie ocupada por pantanos y lagos oligotróficos de aguas negras. Al sur muestran una compleja micro topografía de cerros bajos, con lluvias más o menos constante todo el año.

Su flora cuenta con variedad de especies vegetales como licopodios, gencianas, achupallas, pajonales, cedro, chuncho, varios tipos de orquídeas, chontaduro, caoba, tagua, heliconias. Su fauna es muy variada existen oso de anteojos, venado colorado, zarigüeya común, murciélago, jaguar, puma, puerco espín, guanta, guatusa y otros son su mayor riqueza.

*Ilustración 4 Centros Turísticos comunitarios Sinchi Warmi*



Fuente: [https://issuu.com/ecuadortravelinvestigacion/docs/folleto\\_ctc\\_sinchi\\_warmi](https://issuu.com/ecuadortravelinvestigacion/docs/folleto_ctc_sinchi_warmi)

## Datos socioeconómicos

Cuenta con una población de 182 habitantes conformada por 30 familias de las cuales 16 pertenecen al proyecto Sinchi Warmi. Cuentan con agua, energía eléctrica, teléfono e internet. Sus ingresos son gracias a las actividades de turismo comunitario, pesca, recolección de fruto y su gastronomía típica.

El turismo comunitario se encuentra atendido por 15 socios de 8 familias kicwas, capacitadas por la organización no Makita Cusunchic y por el Gobierno Provincial de Napo, entre las actividades que realizan actualmente que son parte del turismo comunitario:

- ✚ **La chocolatera.** Explicación del proceso y elaboración del chocolate, beneficios y usos.
- ✚ **Recorrido por sendero de trampas.** Ilustración sobre el uso de las trampas ancestrales para la caza de animales y uso de las plantas medicinales de la zona. Recorrido que dura aproximadamente hora y 30 minutos.
- ✚ **Recorrido por el Río Napo.** Recorrido un trayecto largo en canoa por el río llegando a la playa y viendo el atardecer en el parque de los monos.
- ✚ **Artesanías.** Se elaboran las artesanías con frutos secos o semillas de la selva por un grupo de mujeres.
- ✚ **Pesca deportiva.** Existen 4 piscinas con especies como el bocachico y tilapias los cuales son usados para la elaboración de platos y atractivos.
- ✚ **Ritual de la ayahuasca.** Los turistas participan conjuntamente con la comunidad en la ceremonia de la bebida de ayahuasca.
- ✚ **Alojamiento.** Cuenta con 4 cabañas, se encuentran ubicadas entre exuberante flora y fauna amazónica, capacidad para 34 personas en total.

*Ilustración 5 Centro Turismo Comunitario*



Fuente: <https://www.facebook.com/media/set/?set=p.1336117329859820&type=1>

### **Análisis**

Esta organización inicio en el año 2000 confirmada por 20 socios, comenzaron a organizar mingas y tejer techos de paja toquilla con la misma técnica ancestrales, usadas por los abuelos en la comunidad. Su primera construcción fue el restaurant y la venta de artesanías. A inicios este emprendimiento estuvo por disolverse por falta de conocimiento de los productos turísticos que ofrecían. A pesar de las cosas negativas, las mujeres fuertes pudieron legalizar oficialmente como organización comunitaria en el año 2008, así es como pudieron construir más chozas y poder alojar a muchos más visitantes.

Los socios pudieron recibir capacitación en diferentes áreas específicas, pudiendo salir adelante y hoy pudieron mejorar su calidad de vida, hacerse conocer al estar integrado por un grupo de mujeres no se dejaron vender por tal razón llevan el nombre de mueres fuertes que con esfuerzo y corazón buscan preservar su hogar: la Amazonía.

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Unidad de Análisis

Para la unidad de análisis se planteó realizar dos fases que son fundamentales para este estudio:

**Primera fase:** El estudio del ambiente turística actual en la comuna, es decir un equilibrio entre la oferta, la demanda la competencia y las tendencias del mercado.

Analizó y estudió el potencial turístico de la comuna es una herramienta necesaria para conocer las características del entorno en el área geográfica.

**Segunda fase:** Con el resultado de la primera fase y con el diagnóstico y conocimiento de la potencialidad turística de la comuna, permitió identificar los puntos fuertes, débiles y mejoras del territorio además de las fortalezas, oportunidades, destrezas y amenazas del turismo de la zona.

Con el diagnóstico de la zona permitirá a los investigadores conocer los problemas que presentan la organización o el lugar donde se realizó el análisis, este análisis se recopila por medio de mapas, estudios topográficos, estudios económicos de las entidades locales y regionales y nacionales de planificación y administración; investigación sobre estadísticas y censos, fotografías áreas o terrestres, directores locales y regionales; oficinas de turismo gubernamentales.

En este estudio se enfocó en los servicios básicos, la infraestructura, el abastecimiento de agua, energía, recolección de basura, sitio de abastecimiento de productos, la seguridad, entre otros. (Yucta, 2003). }

Este análisis se lo realizó en base a los turistas de la cabecera parroquial Salinas de Tomabela y visitantes de la ciudad de Guaranda.

#### 3.2. Población de estudio

La población de estudio se compuso por el total de turistas que visitan y comuneros de la parroquia Salinas de Tómatela, la comunidad Natawa y la ciudad de Guaranda, se trabajará con una muestra finita.

### 3.3. Tamaño de la muestra

El tipo de muestra que se manejó fue probabilístico ya que se tomó los datos a todos los que visitan el complejo. Haciendo uso de la calculadora de tamaño de muestra en el sitio Neques, (netquest, 2020) , El tamaño del universo de 170 personas que viven en el lugar, heterogeneidad del 50% que es la diversidad del universo y lo habitual es usar 50%, el peor caso. Un margen del 5% de error. un n/c del 95% entre mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%. Arrojándonos una muestra de 119 personas a encuestar. así que encuestaremos a 120 personas.

*Ecuación 1 Tamaño de la muestra*

$$n_{opt.} = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de la confiabilidad (95%) según la tabla de valores = 1,96

P= Probabilidad de ocurrencia 0,5

q= Probabilidad de no ocurrencia 0,5

d<sup>2</sup>=precisión error máximo admisible en términos de proporción

La muestra para la investigación es de 119

*Ilustración 6 Calculadora Netquest*

170	50
<b>TAMAÑO DEL UNIVERSO</b> Número de personas que componen la población a estudiar.	<b>HETEROGENEIDAD %</b> Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso.
5	95
<b>MARGEN DE ERROR %</b> Menor margen de error requiere mayor muestra.	<b>NIVEL DE CONFIANZA %</b> Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%.
119	
<b>MUESTRA</b> Personas a encuestar.	

Fuente: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>

### **3.4. Selección de la muestra**

La muestra que se seleccionó es un promedio de los turistas que visitan la provincia de Guaranda y la parroquia de Salinas de Tomabela y es usado como referencia ya que en el caso de la Natawa todavía no está desarrollado el turismo comunitario por eso se toman datos promedios de lugares turísticos cercanos a la comunidad.

### **3.5. Métodos a emplear ¿Cuál y para qué?**

Para esta investigación se usó la muestra probabilística de forma aleatoria estratificada ya que la misma es proporcional al tamaño de cada factor como edad, sexo, profesión, grado de estudio, etc.

### **3.6. Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias y secundarias**

#### **3.6.1 Fuentes primarias**

Como fuentes primeras para esta investigación de campo se realizaron las encuestas a los hogares, entrevistas a los dirigentes y autoridades; y la observación del lugar.

En la entrevista a los hogares o comuneros se pudo obtener información específica de la población como el número de integrantes, especificaciones a nivel personal de cada, sus necesidades y la opinión sobre el proyecto que se va a realizar, pudimos contar con su apoyo y se presentaron deseos de participar en la propuesta para activar el turismo comunitario, gracias a ello se pudo realizar una proyección más real de la situación.

Las entrevistas se realizaron además a los dirigentes, juntas parroquiales y autoridades de la cabecera cantonal quienes fueron los actores directos de la propuesta.

La observación del lugar permitió conocer las diferentes situaciones problemáticas analizando y observando muy detalladamente para transformarlos o para utilizarlos directamente para el turismo que son el objetivo del turista.

### **3.6.2 Fuentes secundarias**

La información estadística fue uno de las fuentes secundarias para la recolección de información de los últimos censos realizados en el Ecuador, INEC donde detallan el número de habitantes por parroquia. Adicionalmente recurrimos a la página del Ministerio de Turismo donde nos indican los pasos a seguir para poder convertir a la Comunidad Natawa como otro destino que los turistas nacionales e internacionales puedan visitar y realizar turismo comunitario.

### **3.7. Técnicas de recolección de datos**

Con el fin de optimizar la recolección de información se aplicó dos técnicas: análisis documental y la recolección de información de investigación de campo.

Los instrumentos principales fueron la guía de entrevista, encuestas impresas a comuneros y expertos en el turismo y material de información. Esta investigación necesitó de recursos humanos, materiales y económicos, los mismos que fueron financiados con fondos propios.

Se recopiló información secundaria a través de mapas de tipo topográficos, estudios económicos que contuvieron la información necesaria para el estudio, estadísticas, censos, imágenes tanto de la comuna como de la provincia. Esta información seleccionada se aceptó y que se aplicó en el método de salidas de campo y entrevistas, para así proceder a realizar el diagnóstico situacional a través del método cinco estrellas y estos son los siguientes:

Se realizó un respectivo reconocimiento y recopilación de información de los atractivos, tanto naturales como culturales. Para la elaboración del inventario de atractivos naturales y culturales se tomó en cuenta las siguientes etapas o pasos:

Espacio físico y territorial

Social-Cultural

Ecológico

Económico

Político

**a) Clasificación**

Se clasificaron en dos grupos los sitios naturales y los sitios culturales y se subdividió en categoría, tipo y subtipo

**b) Recopilación de información**

Se seleccionaron las peculiaridades más atractivas y relevante con la ayuda de investigación realizada en documentos, cuya información se obtuvo en las oficinas relacionadas con su manejo.

**c) Trabajo de campo**

Con un equipo especializado se visitó el lugar y los atractivos turísticos para poder clasificarlos e identificarlos, según correspondan aplicando la metodología del MINTUR 2017.

**d) Evaluación y Jerarquización**

Cada atractivo tuvo un análisis individual del cual se clasifico según la información y las variables clasificadas como: calidad, apoyo y significado. Se elaboro un informe de manera objetiva y subjetiva, dando la jerarquía correspondiente.

El inventario se realizó empelando la metodología del (MINTUR, 2017) para su respectivo registro y jerarquización de dichos atractivos.

### **3.8. Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información**

Una vez recolectado la información se procedió a la suma y tabulación de los resultados obtenidos para rentabilizar el análisis estadísticos y teórico de los resultados obtenidos de acuerdo con las encuestas y entrevistas. La técnica que se utilizó para el procesamiento de información es el programa SPSS 22.0 y se encuentra desglosada y graficada en el siguiente capítulo.

## **4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1 Análisis, interpretación y discusión de los resultados**

En este capítulo se indica los resultados de las actividades realizadas efectuando los objetivos del trabajo de titulación para la mejora de procesos

Se realizó el análisis situacional de la comunidad de Natawa para conocer y analizar el medio físico espacial, socio cultural, ecológico territorial, económico productivo y político administrativo, para cumplir este objetivo realizamos una socialización con los moradores de la comunidad para que ellos se enteren del trabajo que íbamos a ejecutar, del mismo modo para que ellos nos otorguen un guía local para que nos lleve a los atractivos a evaluar.

Se pudo elaborar 4 fichas de inventario del Mintur de atractivos naturales como; la cueva de los lobos, el ensillado, Chimborazo y peña loma y se realizó el inventario de 2 atractivos culturales como; el plato típico de la comunidad, papas con cuy y la vestimenta tradicional de la comunidad

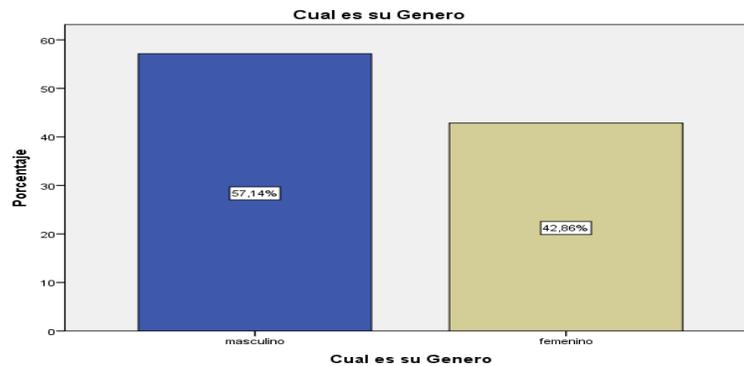
Se pudo finalizar el trabajado realizando un estudio de mercado, donde se realizó un análisis de la demanda y de la oferta, se pudo analizar el. perfil turista nacional y extranjero para conocer sus necesidades.

A continuación, se analizan los resultados divididos por turistas nacionales y turistas internacionales, con las variables de edad, sexo, modo de viaje, nivel de instrucción y variables asociadas al futuro turismo en Natawa.

### 4.1.1 Perfil del Turista Nacional

#### a) Genero

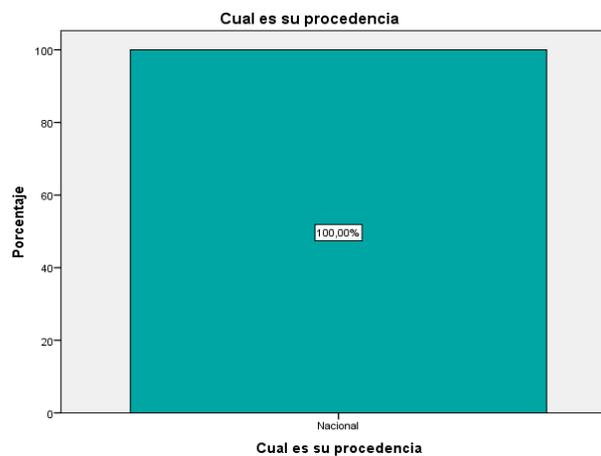
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Masculino</b>	40	57,1	57,1
<b>Femenino</b>	30	42,9	42,9
<b>Total</b>	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 57.1% del turismo es de género masculino y el 42,9% restante es del género femenino, mostrando un casi equilibrio en el género de turistas

#### b) Turistas nacionales y extranjeros

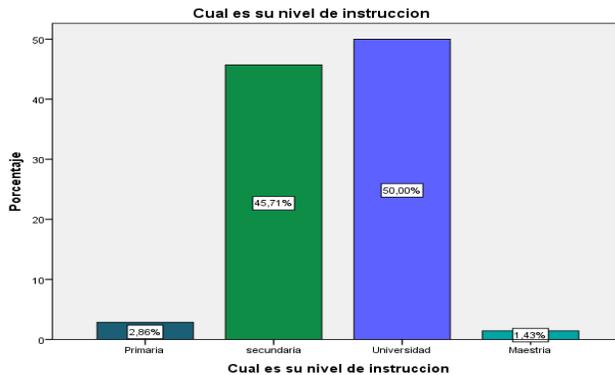
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
<b>Nacional</b>	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 100% representa al turista Nacional.

**c) Nivel de instrucción**

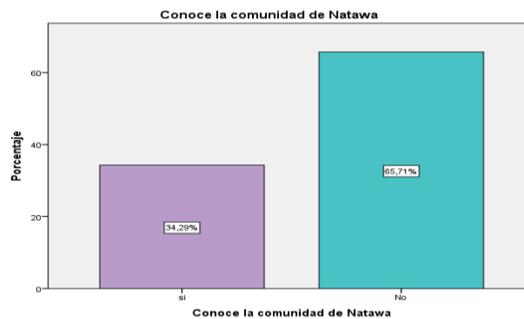
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Primaria	2	2,9	2,9
	secundaria	32	45,7	45,7
	Universidad	35	50,0	50,0
	Maestría	1	1,4	1,4
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro el nivel de instrucción, que el 2.86% representa a primaria, el 45.71% secundaria, 50% universidad y el 1.43% posee una maestría.

**d) Conoce la comunidad de Natawa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	si	24	34,3	34,3
	No	46	65,7	65,7
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 34.29% si conoce la comunidad de Natawa y el 65.71% no conoce la comunidad de Natawa.

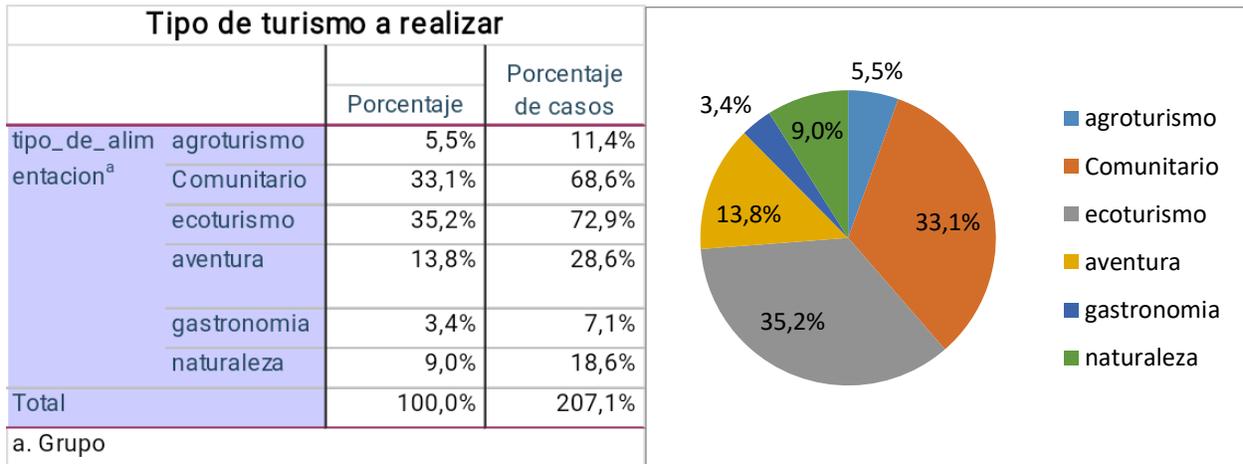
e) **Realizaría actividades turísticas en la comunidad de Natawa**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	si	68	97,1	97,1
	No	2	2,9	2,9
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 97.14% estaría dispuesto a realizar actividades turísticas en la comunidad de Natawa y el 2.86% no realizaría actividades en Natawa.

f) **Tipo de turismo**

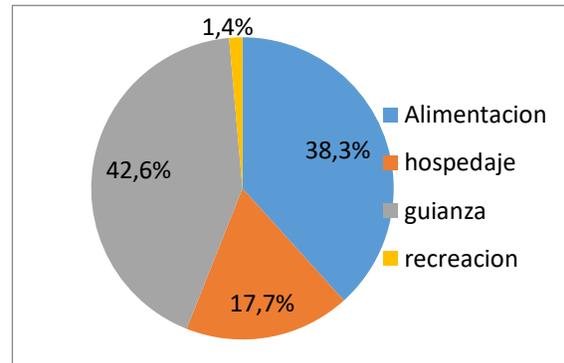


**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 5.5% de las personas optan por el agroturismo, el 33.1% por el turismo comunitario, el 35.2% ecoturismo, el 13.8% turismo de aventura, el 3.4% por turismo de gastronomía y el 9.0% optan por el turismo de naturaleza.

### g) Servicios turísticos

Servicios turísticos			
		Porcentaje	Porcentaje de casos
Servicios_turísticos <sup>a</sup>	Alimentacion	38,3%	77,1%
	hospedaje	17,7%	35,7%
	guianza	42,6%	85,7%
	recreacion	1,4%	2,9%
Total		100,0%	201,4%

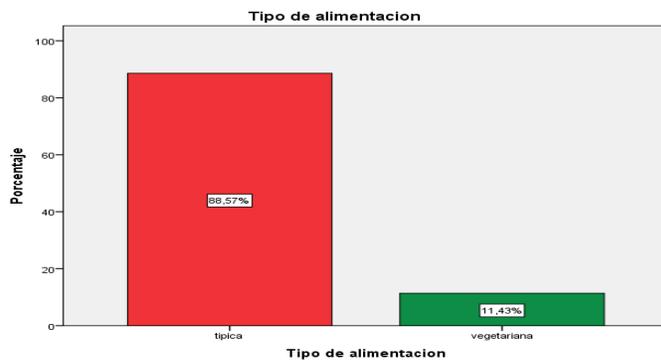
a. Grupo



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 38.3% le gustaría que cuente la comunidad con servicio de alimentación, el 17.7% que cuente con servicio de hospedaje, el 42,6% que la comunidad cuente con servicio de guianza, y apenas el 1.4% recreación.

### h) Tipo de alimentación

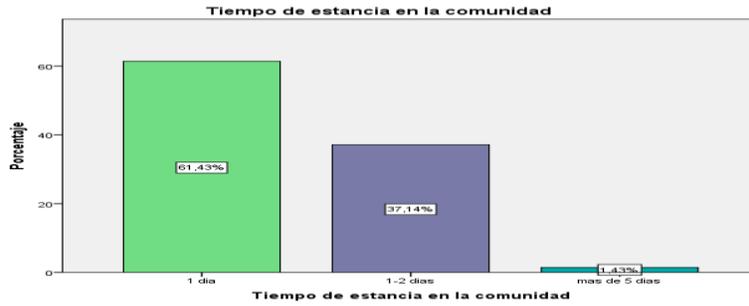
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	típica	62	88,6	88,6
	vegetariana	8	11,4	11,4
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 88.57% le gustaría que cuente con comida típica, y el 11.43% que exista comida vegetariana.

i) **Tiempo de estancia en la comunidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	1 día	43	61,4	61,4
	1-2 días	26	37,1	37,1
	más de 5 días	1	1,4	1,4
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 61.43% estaría dispuesto a visitar la comunidad de Natawa por 1 día, el 37.43% está dispuesto a visitar de 1-2 días, y el 1.43% mas 5 días.

j) **Con quien realiza sus viajes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	solo	2	2,9	2,9
	pareja	5	7,1	7,1
	amigos	39	55,7	55,7
	familia	24	34,3	34,3
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 2.86% realiza sus viajes solo, el 7.14% realiza sus viajes en pareja, el 55.71% realiza sus viajes entre amigos, y el 34.29% realiza sus viajes en familia.

### k) Consideraciones a la hora de elegir un sitio turístico

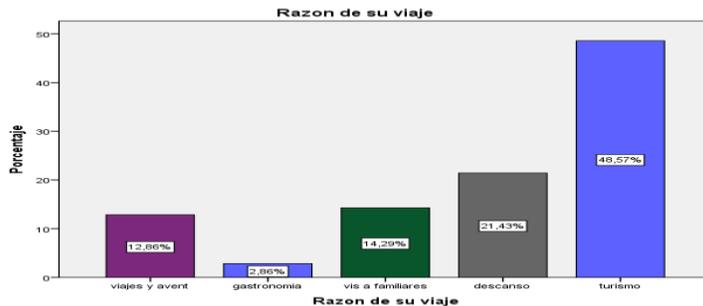
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	actividades	35	50,0	50,0
	facilidades	8	11,4	11,4
	hospedaje y alimentación	4	5,7	5,7
	gasto x pax	2	2,9	2,9
	accesibilidad	21	30,0	30,0
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 50% de las personas consideran las actividades a la hora de elegir un sitio turístico, el 11.43% considera las facilidades, el 5.71% considera hospedaje y alimentación, el 2.86% considera el gasto por pax, y el 30% considera la accesibilidad a la hora de elegir un sitio turístico.

### l) Razón de su viaje

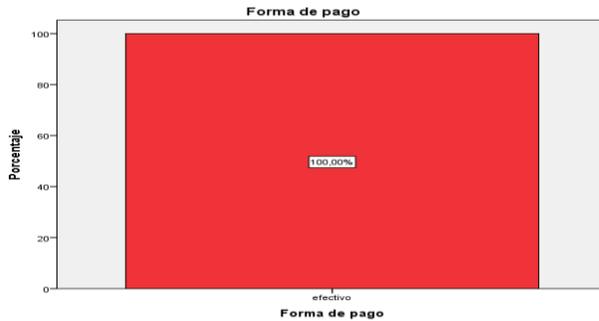
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	viajes y aventura	9	12,9	12,9
	gastronomía	2	2,9	2,9
	vis a familiares	10	14,3	14,3
	descanso	15	21,4	21,4
	turismo	34	48,6	48,6
	Total	70	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 12.86% de las personas realizan viajes por aventura, el 2.86% por gastronomía, el 14.29% por visitas a familiares, el 21.43% realiza viajes por descanso, y el 48.57% viaja por turismo.

**m) Forma de pago**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido efectivo	70	100,0	100,0	100,0

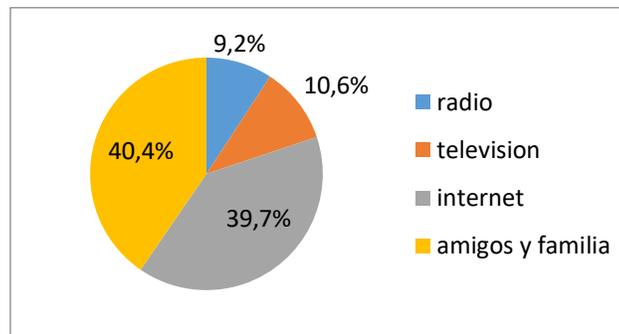


**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 100% de las personas a la hora de consumir un producto o servicio, realizan su forma de pago en efectivo.

**n) Medio de información**

Medio de información		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Medio de información	radio	13	9,2%	18,6%
	televisión	15	10,6%	21,4%
	internet	56	39,7%	80,0%
	amigos y familia	57	40,4%	81,4%
Total		141	100,0%	201,4%

a. Grupo



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 9.2% se informan a cerca del lugar por radio, el 10.6% se informa por televisión, el 39.7% se informa por internet, y el 40.4% se informa a través de sus amigos y familiares.

#### 4.1.2 INTERPRETACION DE LOS DATOS

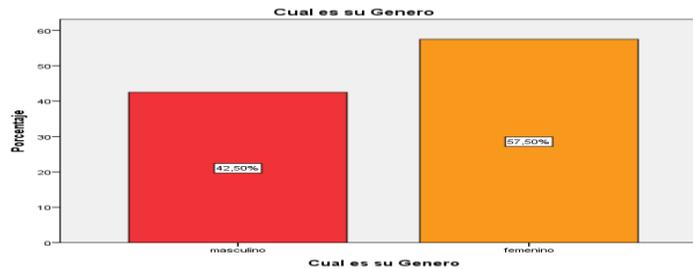
##### Perfil del turista

<b>Perfil del turista: Nacional</b>
<p style="text-align: center;"><b>Interpretación:</b></p> <p>Para el perfil del turista nacional se ha tomado en cuenta los mayores porcentajes de cada pregunta y se puede deducir que el 57.1% de los turista Nacional son masculinos, y que el 50% corresponde a un nivel de educación universitaria, así mismo el 65.71% no conoce la comunidad de Natawa, el 97.14% estaría dispuesto a realizar actividades turísticas en la comunidad de Natawa, el 35.2% está dispuesto a realizar ecoturismo en la comunidad, el 42,6% le gustaría que la comunidad cuente con servicio de guanca, el 88.57% le gustaría consumir comida típica, el 61.43% estaría dispuesto a visitar la comunidad de Natawa por 1 día, el 55.71% realiza sus viajes entre amigos, el 50% de las personas consideran las actividades del lugar a la hora de elegir un sitio turístico, y el 48.57% viaja por realizar turismo, el 100% de las personas a la hora de consumir un producto o servicio, realizan pago de forma efectiva, y el 40.4% se informa a través de sus amigos y familiares.</p>

### 4.1.3 Perfil del turista Extranjero

#### 1) Cuál es su Genero

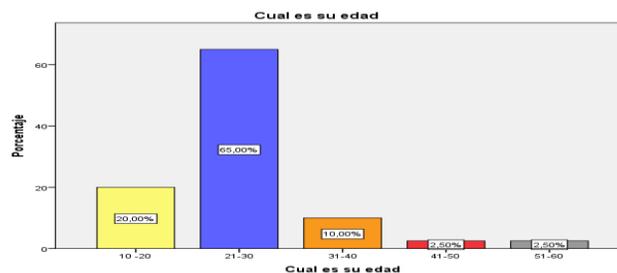
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	masculino	17	42,5	42,5	42,5
	femenino	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 42.50% de los turistas extranjeros son masculinos y el 57.50% es femenino

#### 2) Cuál es su edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	10 -20	8	20,0	20,0	20,0
	21-30	26	65,0	65,0	85,0
	31-40	4	10,0	10,0	95,0
	41-50	1	2,5	2,5	97,5
	51-60	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 20% tiene la edad de 10 hasta 20 años, el 65% está en una edad entre 21-30 años, el 10% está en una edad de 31-40 años, el 2.50% está en una edad de 41-50 años y también el 2.50% está en una edad de 51-60 años de edad.

### 3)Cuál es su procedencia

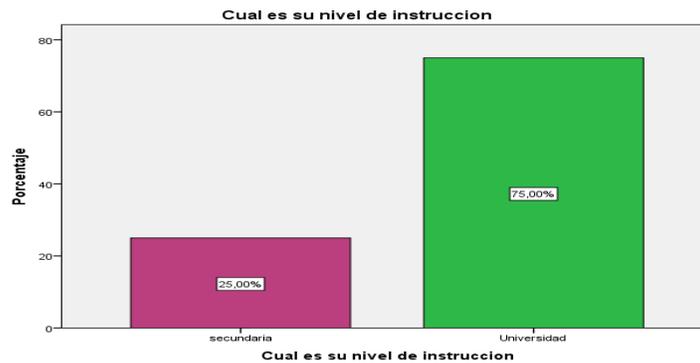
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Extranjera	40	100,0	100,0	100,0



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 100% representa al turista Extranjero.

### 4)Cuál es su nivel de instrucción

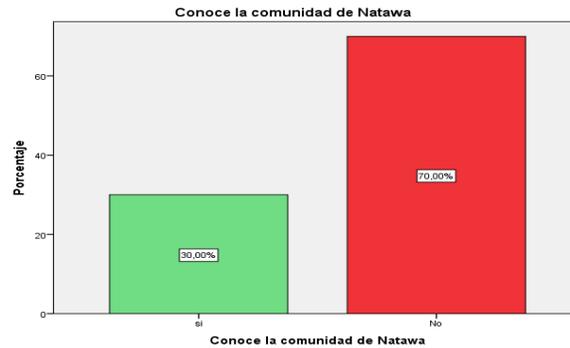
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	secundaria	10	25,0	25,0	25,0
	Universidad	30	75,0	75,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



**Interpretación:** Se observa en el cuadro el nivel de instrucción, que el 25% representa a secundaria, y el 75% universidad.

### 5) Conoce la comunidad de Natawa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	12	30,0	30,0	30,0
	No	28	70,0	70,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 30% si conoce la comunidad de Natawa y el 70% no conoce la comunidad de Natawa.

### 6) Realizaría actividades turísticas en la comunidad de Natawa

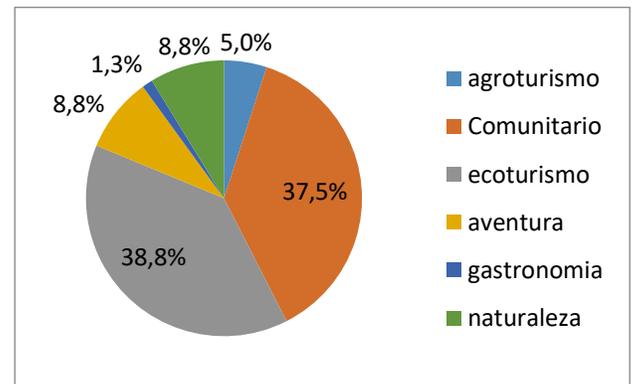
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	37	92,5	94,9	94,9
	No	2	5,0	5,1	100,0
	Total	39	97,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,5		
Total		40	100,0		



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 94.87% estaría dispuesto a realizar actividades turísticas en la comunidad de Natawa y el 5.13% no realizaría actividades en Natawa.

## 7) Tipo de turismo

tipo de turismo		Respuestas	Porcentaje
		Porcentaje	de casos
tipo de turismo	agroturismo	5,0%	10,0%
	Comunitario	37,5%	75,0%
	ecoturismo	38,8%	77,5%
	aventura	8,8%	17,5%
	gastronomía	1,3%	2,5%
	naturaleza	8,8%	17,5%
Total		100,0%	200,0%

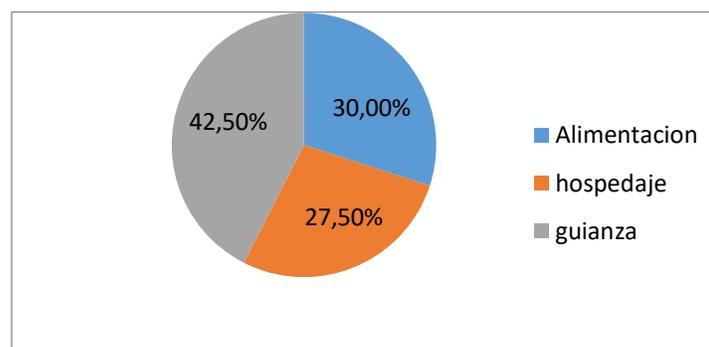


**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 5% de las personas optan por el agroturismo, el 37.5% por el turismo comunitario, el 38.8% ecoturismo, el 8.8% turismo de aventura, el 1.3% por turismo de gastronomía y el 8.8% optan por el turismo de naturaleza.

## 8) Servicios turísticos frecuencias

Servicios turísticos		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Servicios turísticos	Alimentación	24	30,0%	60,0%
	hospedaje	22	27,5%	55,0%
	guianza	34	42,5%	85,0%
Total		80	100,0%	200,0%

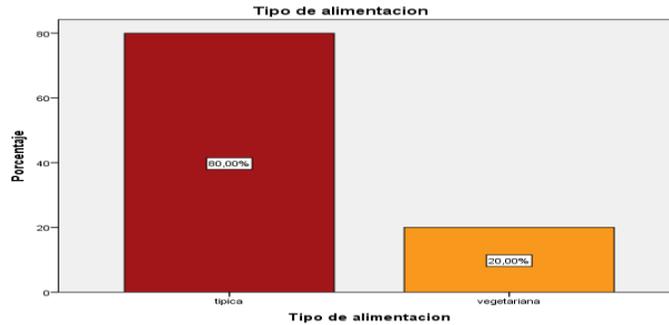
a. Grupo



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 30% le gustaría que cuente la comunidad con servicio de alimentación, el 27.50% que cuente con servicio de hospedaje, el 42,5% que la comunidad cuente con servicio de guianza.

### 9) Tipo de alimentación

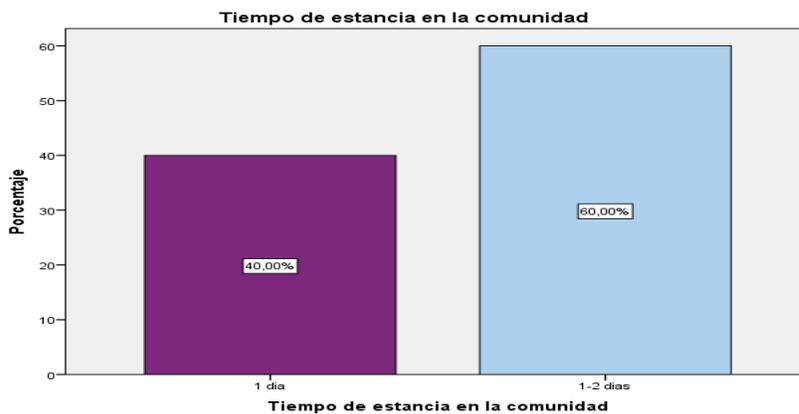
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	típica	32	80,0	80,0
	vegetariana	8	20,0	20,0
	Total	40	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 80% le gustaría que cuente con comida típica, y el 20% que exista comida vegetariana.

### 10) Tiempo de estancia en la comunidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 día	16	40,0	40,0	40,0
	1-2 días	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 40% estaría dispuesto a visitar la comunidad de Natawa 1 día, el 60% está dispuesto a visitar de 1-2 días.

### 11) Con quien realiza sus viajes

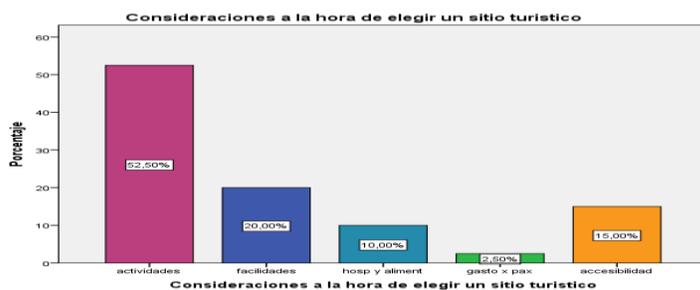
Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
solo	4	10,0	10,0
pareja	3	7,5	7,5
amigos	13	32,5	32,5
familia	20	50,0	50,0
Total	40	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 10% realiza sus viajes solo, el 7.50% realiza sus viajes en pareja, el 32.50% realiza sus viajes entre amigos, y el 50% realiza sus viajes en familia.

### 12) Consideraciones a la hora de elegir un sitio turístico

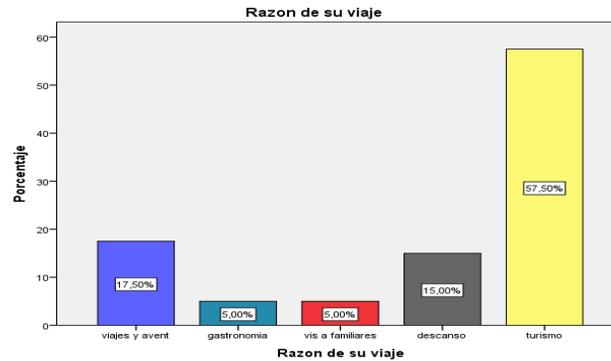
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	actividades	21	52,5	52,5
	facilidades	8	20,0	20,0
	hospedaje y alimentación	4	10,0	10,0
	gasto x pax	1	2,5	2,5
	accesibilidad	6	15,0	15,0
	Total	40	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 52.50% de las personas consideran las actividades a la hora de elegir un sitio turístico, el 20% considera las facilidades, el 10% considera hospedaje y alimentación, el 2.50% considera el gasto por pax, y el 15% considera la accesibilidad a la hora de elegir un sitio turístico.

### 13) Razón de su viaje

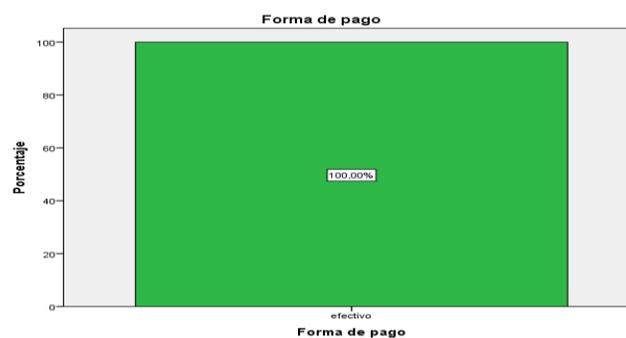
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	viajes y aventura	7	17,5	17,5	17,5
	gastronomía	2	5,0	5,0	22,5
	vis a familiares	2	5,0	5,0	27,5
	descanso	6	15,0	15,0	42,5
	turismo	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	



**Interpretación:** Se observa en el cuadro que el 17.50% de las personas realizan viajes por aventura, el 5% por gastronomía, el 5% por visitas a familiares, el 15% realiza viajes por descanso, y el 57.50% viaja por turismo

### 14) Forma de pago

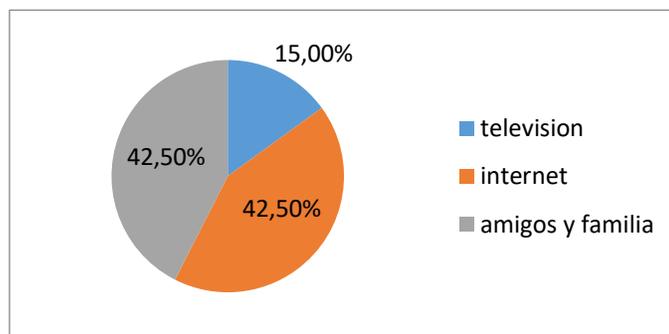
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	efectivo	40	100,0	100,0	100,0



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 100% de las personas a la hora de consumir un producto o servicio, realizan su forma de pago en efectivo.

### 15) medio de información frecuencias

Medio de información		Respuestas		Porcentaje de casos
		N	Porcentaje	
Medio de información	Televisión	12	15,0%	30,0%
	internet	34	42,5%	85,0%
	amigos y familia	34	42,5%	85,0%
Total		80	100,0%	200,0%



**Interpretación:** Se puede observar en el cuadro que el 15% se informa por televisión, el 42.50% se informa por internet, y el 42.50% se informa a través de sus amigos y familiares.

#### 4.1.4 INTERPRETACION DE LOS DATOS

**Perfil del turista:** Extranjero

**Interpretación:**

Para el perfil del turista extranjero se ha tomado en cuenta los mayores porcentajes de cada pregunta y se puede deducir que el 57.50% de turistas extranjeros es femenino, el 65% está en una edad entre 21-30 años, el 75% corresponde a un nivel de educación universitaria, el 70% no conoce la comunidad de Natawa, el 94.87% estaría dispuesto a realizar actividades turísticas en la comunidad de Natawa, el 38.8% está dispuesto a realizar ecoturismo en la comunidad, el 42,50% le gustaría que la comunidad cuente con servicio de guianza, el 80% le gustaría consumir comida típica, el 60% estaría dispuesto a visitar la comunidad de Natawa por 1-2 días, el 50% realiza sus viajes entre familia, el 52.50% de las personas consideran las actividades del lugar a la hora de elegir un sitio turístico, y el 57.50% viaja por realizar turismo, el 100% de las personas a la hora de consumir un producto o servicio, realizan pago de forma efectiva, el 42.50% se informa por internet, familiares y amigos.

#### 4.1.5 Proyecciones de la demanda

Se proyecta la demanda a 5 años, tomando en cuenta el índice de crecimiento poblacional que es 0.065 de acuerdo a los datos generados por el Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC).

##### **Formula**

$$C_n = C_0 (1+i)^n$$

**C<sub>0</sub>**= Demanda potencial (7600 Extranjeros); (11400 nacionales)

**i** = incremento anual del crecimiento poblacional

**n**= El año a proyectarse (1-5)

Proyección de la demanda						
Año	Extranjeros		Nacionales		Totales	
	Demanda actual	Demanda potencial	Demanda actual	Demanda potencial	Demanda actual	Demanda potencial
0	7600	7220	11400	11058	19000	18278
1	8094	7689	12141	11777	20235	19466
2	8620	8189	12930	12542	21550	20731
3	9180	8721	13771	13358	22951	22079
4	9777	9288	14666	14226	24443	23514
5	10413	9892	15619	15150	26032	25042

Se determinó la demanda potencial a través de los turistas que, si desean realizar turismo en la comunidad de Natawa, los turistas extranjeros con un nivel de aceptación del 95% y los turistas nacionales con un nivel de aceptación del 97%.

#### 4.1.6 Análisis de la Oferta

##### **a. Oferta Sustitutiva**

##### **1) Operaciones de Turismo Comunitario.**

Proyecto Tomabelas

Oferta sustitutiva en la parroquia Salinas			
Paquete	Duración	Recorrido	Precio x pax
Ruta Normal Microempresas	1 día	Fábrica de Hilos, Asociación de artesanas, Fábrica de Embutidos, Confites El Salinerito	USD 10.50 + IVA

Fuente: página web de tomabelas

## Proyecto WayraPunku Travel

Paquete	Duración	Recorrido	Precio x pax
ruta el salinerito	2 días, 1 noche	video - charla - visita a las minas - visita a las microempresas - sitios naturales	USD 47 + IVA
el salinero full day	1 día	video - charla - visita a las minas - visita a las microempresas	USD 33 + IVA

Fuente: WayraPunku Travel

Elaborado: Equipo de WayraPunku Travel

### b. Oferta Complementaria

#### 1) Establecimientos prestadores de servicios turísticos de la parroquia Salinas.

##### a) Alojamiento

Establecimientos complementarios de la parroquia Salinas

Tipo	Nombre	Categoría	Numero/pax	Mesas
Hospedería	Casa juvenil	segunda	18	
	Funorsal	segunda	18	
Hostales	Puerta abierta	segunda	15	15
	La minga	segunda	30	30
	Samiyaku	segunda	15	
Hotel	El refugio	segunda	60	60

Elaborado: Augusto Samaniego

##### b) Alimentación

Establecimientos complementarios de la parroquia Salinas

Tipo	Nombre	Categoría	Mesas
Restaurante	Ana María	segunda	25
	El Pajonal	segunda	30
	doña Narcisa	segunda	20
	Salinas	segunda	25
	Doña Fabiola	segunda	20
Cafetería	Roxane	tercera	15
	Mama Miche	tercera	15
Pizzería	La va-k	tercera	35
	El Suko	tercera	30
	La Casa Nostra	tercera	40

Elaborado: Augusto Samaniego

### c) Operadora – Agencia

Establecimientos complementarios de la parroquia Salinas

Tipo	Nombre	Categoría	Numero
Agencia de viajes	CTC	Operadora	2
	Refugio		

Elaborado: Augusto Samaniego

### d) Transporte

Establecimientos complementarios de la parroquia Salinas

Tipo	Nombre	Categoría	Numero
Cooperativas (camionetas)	Trans. Salinerito	Mixta	40
	Padre Antonio Polo		

Elaborado: Augusto Samaniego

### e) Diversión

Establecimientos complementarios de la parroquia Salinas

Tipo	Nombre	Categoría	Numero
Discoteca	blue bird	segunda	70

Elaborado: Augusto Samaniego

## 1. Proyección de la oferta

El número de turistas que compraron paquetes en la operadora de viajes tomabelas lo hicieron de forma directa hacia los productos que ofrecen en salinas, durante el año 2017 fue para extranjeros 4460 y nacionales 7490 teniendo un total 11950 turistas, utilizando este dato se proyecta la oferta futura para los próximos 5 años.

Año	Oferta
0	11950
1	12727
2	13554
3	14435
4	15373
5	16373

#### 4.1.7 Confrontación oferta y demanda

Al confrontar la demanda potencial con la oferta actual se puede definir la demanda insatisfecha proyectada cuyos resultados se presentan en el siguiente cuadro. En esta etapa inicial se pretende captar el 21% de la demanda objetiva.

Confrontación oferta- demanda					
Año	demanda actual	demanda potencial	oferta	demanda insatisfecha	demanda objetiva 21%
0	19000	18278	11950	6328	1329
1	20235	19466	12727	6739	1415
2	21550	20731	13554	7177	1507
3	22951	22079	14435	7644	1605
4	24443	23514	15373	8141	1710
5	26032	25042	16373	8669	1820

##### a) Demanda objetiva proyectada en el tiempo

Año	Anual	mensual	Semanal	diaria
0	1329	111	28	4
1	1415	118	29	4
2	1507	126	31	4
3	1605	134	33	4
4	1710	143	36	5
5	1820	152	38	5

### **4.1.1 Representación**

Para esa fase debimos considerar constituir una comisión que dará el seguimiento y colaborará para la toma de decisiones dando cumplimientos con la multifuncionalidad y participación activa que se requiere para la comunidad.

Es relevante considerar que las comunidades tendrán sus propias dinámicas que van de acuerdo a su entorno, costumbres y creencias, para emprender la actividad turística en el espacio rural comunitario se realizará procesos en forma sistemática que permitirá llegar a un acuerdo de todos los integrantes para obtener un mismo objetivo y que los intereses no se vean afectados. Los comuneros serán los actores principales para llevar a cabo este proyecto.

Por otro lado, deberemos contar con un equipo técnico cuya responsabilidad es orientar plenamente las intervenciones hacia una fórmula de participación organizada y basada en objetivos comunes, para obtener conclusiones específicas que vayan más allá de la mera pregunta o el deseo. Este grupo estará conformado por servidores municipales o de instituciones gubernamentales o académicas.

### **4.1.2 Requisitos Legales**

Dentro de los componentes legales para poder implementar el turismo comunitario en Natawa debemos cumplir ciertas normas como lo indica el Reglamento para los centros turísticos comunitarios. (Mintur, 2010) Como puntos importantes para dar inicio a este proyecto tenemos los siguientes:

- El art 4 deben estar constituidos como personas jurídicas reconocidas por la autoridad competente.
- El artículo 5 indica que debemos registrar en el Ministerio de Turismo la comunidad Natawa antes del inicio de su funcionamiento.
- Se deberá realizar un pago de licencia anual que será conferida por la Municipalidad principal.

Los puntos mencionados son ciertos de los que se debe cumplir ya que el Ministerio de Turismo vigilara la buena marcha del centro turístico comunitario y cautelará cualquier abuso que se pueda crear por acción provocada o sin intensión de los representantes de la misma comunidad.

### 4.1.3 Reconocimiento del lugar

En esta fase se dedicó a realizar una exploración amplia del lugar donde tomaremos en cuenta la dinámica turística a nivel nacional y el desarrollo turístico de la cabecera cantonal Salinas de Tomabela que eso nos llevara a fijar los puntos clave que se deben mejorar y los servicios a implementar.

*Ilustración 7 Comuna Natawa*



Fuente: <https://www.elcomercio.com/tendencias/paramo-bolivar-guaranda-turismo-naturaleza.html>

**a) Diagnóstico del área.** La comunidad Natawa es parte de la reserva faunística de Chimborazo, entonces tomaremos en cuenta toda su área, está conformada por una población de 210 habitantes.

Actualmente se dedica a la agricultura, también se dedican al cultivo de papas, ocas, cebolla blanca, etc. Para el cuidado de sus cultivos solo utilizan abono orgánico de los animales como ovejas, conejo, cuy, vacas. Además, cuentan con pequeños emprendimientos como las artesanías del centro de mujeres, fábrica de quesos, turrónes.

b) **Recursos turísticos.** Se identificaron atractivos naturales y culturales los mismos que serán inscritos en las fichas del MINTUR.

### **Atractivos Naturales**

- **Ensillado.** Mirador que se encuentra 1h45m desde el centro de la comunidad; su nombre se debe a que el lugar presenta una forma de caballo conocido por los comuneros como ensillado.
- **Cueva de los lobos.** Es una pequeña elevación rocosa donde se han formado pequeñas cuevas por procesos geológicos naturales, estas son utilizadas por los lobos para reproducirse y cuidar de sus crías.
- **Peñaloma.** Es un mirador que se ubica a 30 minutos de la comunidad, el nombre se debe a conjunto de peñas rocosas que forman un atractivo, en el camino hacia el atractivo se puede tener contacto con los animales como llamas, ovejas, caballos.

El curso de mantenimiento de los lugares mencionados se encuentra en buen estado. Las actividades que se pueden realizar con cabalgatas, camping, caminatas, fotografías, observación a la flora y fauna propia de los andes ecuatorianos.

Otro atractivo que fue considerado parte de este inventario a pesar de pertenecer a otra provincia es el volcán Chimborazo es el punto más alto de todo el Ecuador. La comunidad Natawa pertenece a la reserva faunística de Chimborazo por ubicarse en las faldas de la misma.

### **Atractivos Culturales**

**Papas con cuy.** El cuy asado es una de las comidas típicas del Ecuador con mucha popularidad en la sierra ecuatoriana. Viene acompañado con una salsa de queso o con un pedazo de queso el mismo hecho por la propia comunidad.

**Vestimenta.** La vestimenta de los comuneros es muy típica consta de un sombrero de cuero con una pluma que simboliza la riqueza de las aves en el sector; una bufanda hecha con hilo de oveja, alpaca, llama tanto para hombres y mujeres. Los hombres llevan un poncho y mujeres una chalina o chale para cubrirse del frío. Para los hombres usan pantalón y las mujeres faldas. La mayoría de la vestimenta son hechas por las mujeres de la comunidad.

c) **Infraestructura Turística.** Tomamos en cuentas lo que necesita la comunidad y el turista para poder ofrecer los servicios turísticos.

**Vías de acceso.** La comunidad Natawa se encuentra a 22km de la cabecera parroquia Salinas, la carretera es carrozable, la vía principal es lastrada y no está en buen estado. Estas vías fueron hechas por los mismos comuneros cabe recalcar que son vías en tercer orden y en época de lluvias aparecen muchos baches y es cuando se dificulta el acceso a la comunidad.

**Transporte.** Servicio como tal no lo tiene con frecuencia diaria, hay transporte que sale de Guaranda o la cabecera parroquial es una camioneta que deberá ser alquilada para que realicen el traslado a la comunidad Natawa.

**Servicios hoteleros.** Actualmente no lo tienen, pero se pudo conversar con muchas personas en las que estarían de acuerdo en adecuar sus casas para poder darle el servicio a los turistas, buscando apoyo externo.

**Servicios de alimentación.** No tienen el servicio, pero se puede implementar con la ayuda de las mujeres de la comunidad, escoger un sitio estratégico dentro de la misma y poder ofrecer su plato típico y otros de la sierra ecuatoriana a los turistas.

**Servicio de Salud.** Se tendría que tener a la mano un botiquín más completo ya que no hay centros de salud, cuando algún comunero se enferma pues ellos deben acudir al sub centro de salud que se encuentra en la cabecera parroquial.

**Servicios básicos.** Cuentan con el servicio de agua y luz, pero en lo que se refiere al servicio telefónico no lo tiene ya que ninguna operadora del Ecuador tiene conocimiento de que existe la comunidad Natawa.

#### 4.1.4 Análisis FODA

La matriz FODA es una herramienta importante que nos permite analizar la realidad del desarrollo del turismo comunitario, potenciar las fortalezas y reducir las debilidades. Con la elaboración de la matriz se logró el objetivo de establecer una estrategia de mejoramiento, que se enfoca en la reorganización interna y las relaciones externas en el desarrollo del turismo comunitario.

Ilustración 8 Análisis FODA



Fuente:

## 4.2 Propuesta metodológica o tecnológica

Esta propuesta de turismo comunitario acoge a las comunidades más necesitadas en la provincia como una promesa de desarrollo, progreso, mejora y avance tanto social como económico. Se implementa esta metodología en la comuna Natawa de la provincia de Bolívar, para mejorar la calidad de vida de los miembros de la comuna.

*Ilustración 9 Propuesta Metodológica para el desarrollo del Turismo Comunitario*



Se desarrollará, investigando y compartiendo sus conocimientos, explotando sus riquezas naturales, revelando y conociendo las zonas turísticas y patrimoniales de la comuna además de su gastronomía y sus pequeñas microempresas donde se enseñarán como se preparan queso, chocolate, embutidos y demás.

Con esto se busca incrementar el turismo en la comuna, atraer a la inversión privada, publica e internacional, logrando alianzas e incrementando la demanda. Teniendo conocimiento o capacitando a los miembros activos de esta propuesta, de que esta fuente de ingresos generara beneficios a mediano y largo plazo, con la condición que no se desatienda esta actividad y tampoco se abandonen las actividades principales.

Según los resultados de las encuestas más del 60% desconoce las riquezas de la provincia y mas del 90% estaría dispuesto en hacer actividades turísticas en la provincia, más del 80% está interesada en su gastronomía. Con estos datos determinamos positivamente la propuesta, se prevé

que la afluencia de turistas incrementaría, generaría un nuevo porvenir para la comuna, forjaría un bienestar social, optimizaría proporcionalmente la calidad de vida, disminuiría la migración de la gente joven, incrementaría y fortalecería los emprendimientos y aumentaría las actividades turísticas comunitarias.

#### 4.2.1 Premisas o supuestos

##### PREMISAS:

En la comuna se puede disfrutar mucho de su artesanía, visitar los talleres artesanales, la tienda de comunitaria, degustar de turrones y sus deliciosos quesos, además de la gastronomía la comuna Natawa goza de una relajante riqueza natural, su variada flora y fauna, igualmente cuentan con paseos a caballo o si le gusta del ciclismo puede recorrer los 40km de la ruta de ciclismo Chimborazo- Natawa- Salinas que recorre los páramos hasta las faldas del Chimborazo.

Los turistas que visitan la comuna Natawa deben conocer que está prohibida la caza y el desecho inapropiado de la basura. Situada a 30 minutos de Salinas y a 45 de la ciudad, cuenta con una vía de dos carriles.

*Ilustración 10 Comunidad Natawa*



Fuente:<https://www.tomabelas.com/>

## **SUPUESTOS:**

Se debe considerar las causas de fracaso en otras propuestas como:

- Manejo inadecuado de recursos naturales y culturales
- malas actitudes pueden causar un impacto negativo en el turismo
- la mala gestión turística

y otras causales que dependen de factores externos, además:

### **Poca demanda. -**

Es algo ocasional, pero puede suceder.

### **Normas legales. -**

Deberán presentar el proyecto al ministerio de turismo y esperar a que este le otorgue la licencia única de funcionalidad de un año.

### **Infraestructura en ciertos atractivos. –**

La sobrepoblación de ovejas podría acabar con las plantas y las almohadillas ya que las pezuñas las destruyen y los animales se alimentan de ellas.

### **Servicios. -**

INTERNET: si se desea incrementar y atraer al turismo internacional deberán invertir en redes de internet, cajeros automáticos, servicios de cobro con tarjetas de crédito.

HOTELES Y RESTAURANT: no cuentan con este servicio, se cocina en una de las viviendas y desde allí se ofrece el servicio.

SERVICIOS BASICOS; la comuna no cuenta con el servicio de agua potable, alcantarillado que son básicos en el turismo

CARRETERAS: cuenta con una carretera hecha de lastre.

Debiendo tomar las medidas necesarias para lograr el éxito de la propuesta.

#### **4.2.2 Objetivo de la propuesta metodológica**

El objetivo de la propuesta metodológica es impulsar el turismo comunitario en la comuna Natawa y que la comuna sea capaz de ser una fuente de ingreso, laboral y empresarial, exponiendo la confianza, el interés y la superación de la comuna. Contribuyendo en una mejora de la situación económica de la comunidad, al tener otra fuente de ingreso

#### **4.2.3 Objeto de la propuesta**

La propuesta tiene como finalidad la conservación, el desarrollo del patrimonio natural y cultural de la comuna, fortalecer las comunidades con la complementación de un ingreso por las actividades realizadas y disminuir la migración de la gente joven.

#### **4.3 Responsables de la implementación y control**

Se clasifican en tres figuras:

El GAD de la parroquia Salina que tiene su directiva representado y escogido por la comunidad, quien se encargará de los requisitos legales.

EL jefe de la comunidad quien está encargado de tomar decisiones dentro de la comunidad, y también en reuniones fuera de la misma, como en la mayoría de las comunidades el jefe comunero solo tiene un periodo de dos años, pero también puede ser reelegido por los mismo comuneros si ellos así quisieran, en la actualidad el jefe de la comunidad es el Sr. Ricardo Infante, ellos hacen reuniones mensuales ( fin de mes) para informar los avances de alguna obra, alguna petición nueva, comunicados para alguna minga.

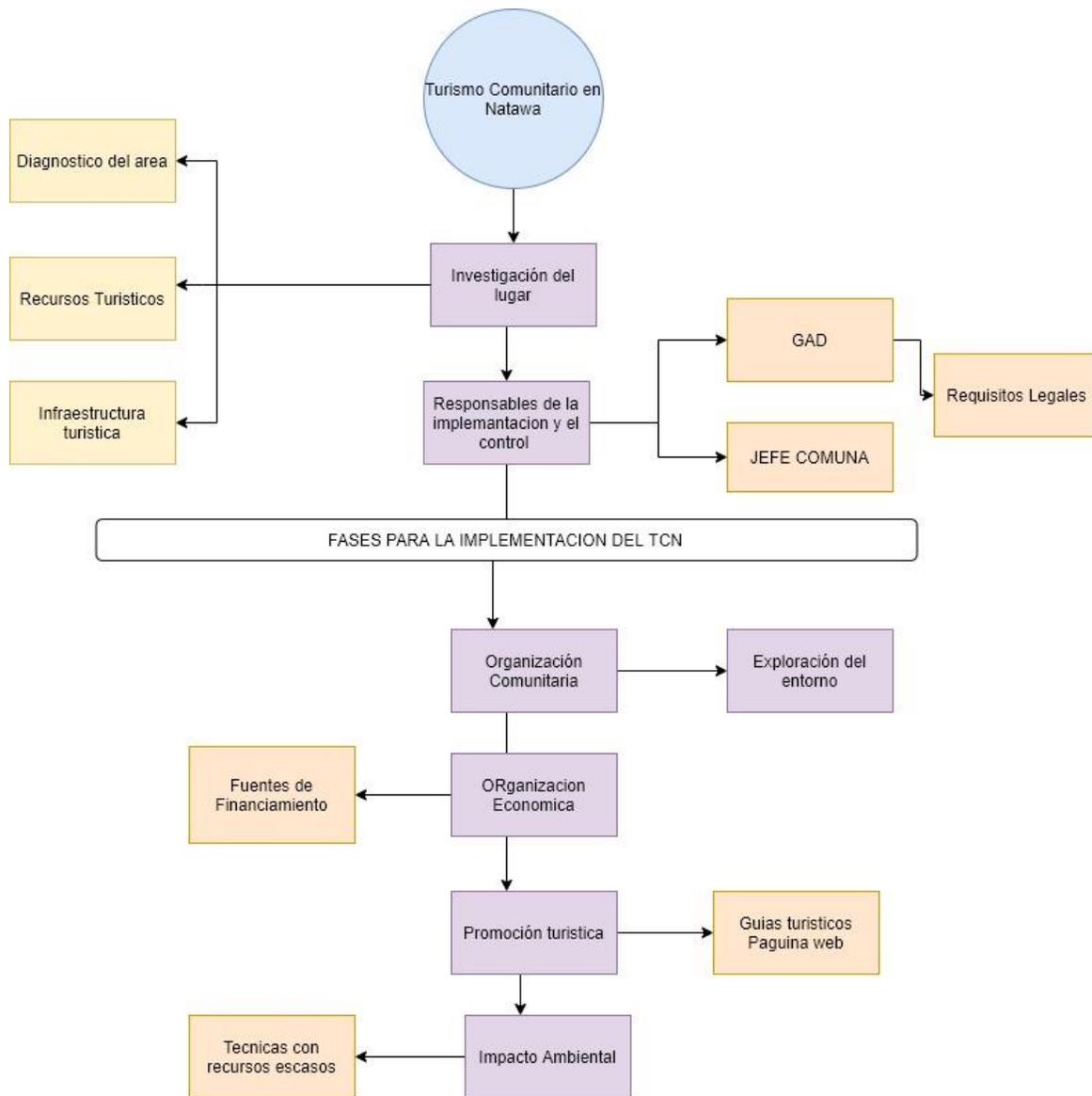
Y la empresa privada, que participaría en el financiamiento de la propuesta.

#### 4.4 Fases para la puesta en práctica

En la investigación participativa y documental se realizó un diagnóstico del área, de los recursos naturales y la infraestructura turística, determinando así a los responsables de la implementación y del control de la propuesta.

Para concluir este contexto propondremos desarrollarlo en fases: Organización económica, Promoción turística e Impacto ambiental

Ilustración 11 Fases para la implementación del TC



Fuente: Elaborado por los maestrantes Sharon Parrales y Carolina Reyes.

#### **4.4.1 Organización Comunitaria**

Para lograr la colaboración comunitaria se trabajó en la sensibilización de la comunidad local partiendo de varias premisas como:

Según los estudios realizados del turismo se ha llegado a la conclusión que este puede lograr una reducción considerable de la pobreza, mejorar la calidad de vida y mejorar la escolaridad de los niños.

Todos los territorios gozan de riqueza turística y patrimonio natural, el éxito o fracaso de la propuesta depende de la calidad de los productos, el profesionalismo y brindar un servicio exclusivo.

El turismo comunitario busca proteger el medio ambiente como prioridad resguardar el patrimonio para las generaciones futuras puedan gozar y conocer su legado.

Además, se constituye o forma una Comisión de seguimiento quienes estarán encargados del seguimiento, representación con el consenso de todos los que intervienen en el desarrollo de la propuesta, se desarrollará un calendario de reuniones y recolectara todas las opiniones o quejas de la comuna respecto a la propuesta.

##### **Exploración del entorno. –**

Desarrollar una investigación del lugar donde se implementará el proyecto, un diagnóstico del medio físico, de uso del suelo, de su población, áreas productivas y definir el potencial turístico futuro y definir sus carencias tales como

##### **Infraestructura Turística**

Contar con servicios sociales tales como:

- Hospitales /Centros de Salud
- Vías de acceso
- Servicios Básicos
- Telecomunicaciones.

- Establecimientos de Hospedaje
- Establecimientos de Alimentación
- Centros de entretenimiento

Los recursos turísticos, se realiza un inventario de los atractivos turísticos utilizando fichas del MINTUR

Inventario jerarquización de Atractivos Culturales utilizando las fichas del INPC.

### **Marco Legal**

Continuamente después de realizar la comisión, la clasificación de los recursos, identificación de sus carencias se deberá:

- Priorización de aspectos contemplados en el instructivo de creación de CTC con el ministerio de turismo y su proceso de registro.

- Análisis de la Ley de Turismo

Y si se pudiera se buscará la cooperación de organismos internacionales.

### **4.4.2 Organización Económica**

#### **Fuentes de financiamiento**

El turismo comunitario es una de las fuentes de ingresos mas usadas por las comunidades, ante la escasez de este recurso o del capital inicial para realizar la inversión, se busca vías de financiamiento, créditos, donaciones, ya sea nacionales o internacionales.

Para lograr la financiación se debe lograr

- la aceptación del proyecto por parte de la comunidad
- determinar el ingreso que genera las actividades turísticas
- demostrar que el beneficio es para todos en la comunidad y no solo para ciertos grupos
- prevalecerá el desarrollo sostenible

Antes de mantener el contacto con los organismos y entidades que colaboraran o de las cuales se recibirá el apoyo d financiero se deberá definir bien los planes y proyectos con ideas verosímiles

de lo que se puedan ejecutar, en la entrevista se deberá consolidar los aportes sociales, evaluación de los recursos, estudio de mercado, análisis de viabilidad, rentabilidad y determinar que cumplan con todos los aspectos legales.

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo provee de ayuda y guías para lograr estructurar y promover estos proyectos de inversión.

#### **4.4.3 Promoción Turística**

El objetivo de la promoción turística es dar a conocer el lugar, sitio o localización territorial, disponibilidad de fechas, ferias, grado de cultura ambiental, los atractivos, atracciones y degustaciones que se encontraran al llegar al sitio previa investigación, segmentación de mercado

Para ellos debe haber un programa que realice la promoción y comercialización de todo lo que ofrece la comuna, resueltas las incógnitas de lo que se quiere y a quien se quiere atraer.

#### **Estrategias De Promoción**

Es de suma importancia establecer las estrategias para lograr las técnicas adecuadas para conseguir los objetivos, para ello se deberá plantear la siguiente hipótesis:

¿cómo se puede vender el producto para conseguir los objetivos fijados?,

Teniendo fija la idea que el entorno natural, es el factor de atracción predominante, se buscará mejorar la percepción de los miembros de la comuna, buscando cambiarlos ante el contacto con el público en ámbitos como la manera de vestirse, apariencia personal, conocimiento de idiomas y del área.

Capacitarlos para mostrar los recursos naturales, demostrar el desarrollo de la comunidad y dar respuestas acertadas a las preguntas de los turistas.

Establecer, publicar y dar a conocer a los guías turísticos y en la página web los cronogramas de las actividades a realizarse.

## **Organización para el medio ambiente**

### **4.4.4 Evaluación del impacto ambiental.**

El desgaste de los factores naturales y culturales, el impacto ecológico puede ser tan positivo como negativo por ello se debe hacer énfasis en las buenas practicas de conservación, gestión, turísticas y de patrimonio

#### **Técnicas con recursos escasos**

Para lograr un uso adecuado de los recursos se deberá contar con una planificación en el uso del suelo, determinación de los recursos que se van a utilizar, un estudio de la demanda y el nivel que se puede ofrecer en la comuna.

Además de indicadores de evaluación, identificación, prevención y corrección de los impactos o consecuencias constantes de los procesos, estos son decisivos para garantizar la sostenibilidad y la relación con el medio ambiente garantizando la prioridad y urgencia de la comunidad.

Los organismos internacionales brindan el asesoramiento y colaboración para apoyar a esta tarea con matrices de acciones concretas con mira al beneficio del medio ambiente.

## **4.5 Indicadores de evaluación**

Siguiendo las fases de implementación creamos los indicadores que guiaran al ajuste de los procesos:

#### **Comunitarios:**

**Población.** - medirá el crecimiento o disminución de la población en el área determinada.

**Servicios** - indicará si la administración local, logra abastecer y equilibrar la demanda equitativamente de los servicios como mejoras en el abastecimiento del agua, servicios de internet.

#### **Económico:**

**Liquidez.** - Medirá si ha aumentado los ingresos de dólares en la comuna con la llegada de los turistas a la comuna

**Empleo.**- si logro el objetivo de incrementar el empleo ocasional y el empleo permanente en la comuna.

**Ambiental:**

**Infraestructura.** – hubo mejoras en la implementación de nuevos lugares y zonas de turismo, cuanto de este recurso se ha usado para lograr esta meta

**Patrimonio.** - se está preservando o no el patrimonio de la comuna.

**Turística**

**Vías de acceso.** - aumento el turismo con la implementación de nuevas carreteras y mejoramiento de las que ya existían.

**Servicios de salud.** – se logró abastecer y mejorar estos servicios

**Servicios de alimentación.** – se estableció el sitio estratégico y cuanto se ha logrado gracias a esto.

## **5. CONCLUSIONES**

El turismo comunitario se ha tomado como un anzuelo para atraer tanto a la empresa privada como a la pública, para con ellos en la mira lograr mejoras en la infraestructura de la comuna y de hasta la provincia. Ha sido una estrategia usada por las comunas más pobres o las más alejadas de las grandes ciudades que no cuentan con servicios o con vías de acceso, pero gozan de una característica única como: patrimonio cultural, flora y fauna diversa, una gastronomía única, un espacio geográfico único, que a lo largo del tiempo se desgasta o se ha ido consumiendo hasta llegar al punto de perderlo.

La fuerte migración de la población más joven ha llevado a abrirse a la idea del emprendimiento local, formando y estudiando ideas para resaltar el patrimonio con el que goza la comuna de una forma sostenible, sin tener que afectar a la generación futura. Además, que el desconocimiento ha afectado a este plan de emprendimiento, una de las amenazas que creen se formara con la implementación de este proyecto es que se realice una mala distribución de los ingresos, un incremento de la violencia, pérdida de tradiciones y hasta la pérdida de ciertos territorios que podrían ser tomados para la mejora y mejor atractivo de la comuna

## **6. RECOMENDACIONES**

Se recomienda diseñar e implementar actividades en cada uno de los atractivos estudiados y analizados en la comunidad de Natawa, se recomienda capacitar a las personas del medio para que sean actores de su propio desarrollo.

Se recomienda tener un medio de difusión o de promoción y publicidad para que la comunidad de Natawa se poseione en el mercado como un lugar para realizar turismo comunitario.

Se recomienda diseñar e implementar medios de señalética en cada sendero y atractivo conocido, se recomienda contar con más guías capacitados en la comunidad de Natawa, también es importante empezar a trabajar en la planta turística para brindar un mejor servicio tanto a los turistas nacionales como a los extranjeros.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Maisanche, F. (08 de julio de 2017). Natawa oferta su artesanía y gastronomía. *Intercultural*, pág. 1.
- Aguila, I. (2018). *Principios de desarrollo economico*. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/01/Principios-desarrollo-econ%C3%B3mico.pdf>.
- Alburqueque. (2004). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/10946-desarrollo-economico-local-descentralizacion-america-latina>
- Amador, M. &. (2010). *Educación y desarrollo socio-económico*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3395419.pdf>
- Arburqueque. (20014). *Revista de la CEPAL*.
- ASEC. (1996). *El Turismo Comunitario*. [http://librodigital.sangregorio.edu.ec/opac\\_css/index.php?lvl=notice\\_display&id=8086](http://librodigital.sangregorio.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=8086).
- Baño, E. (s.f.). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1435/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-15.pdf>
- Baño, E. (2014). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1435/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-15.pdf>
- Baño, E. (s.f.). *Baño Evelyn*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1435/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-15.pdf>
- Boletinagrario*. (s.f.). Obtenido de <https://boletinagrario.com/ap-6,desarrollo+socioeconomico,2102.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20desarrollo%20socioecon%C3%B3mico,de%20la%20esperanza%20de%20vida>.
- Brito, 2. (2010). Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3226/1/TFLACSO-2010JMBT.pdf>
- Burgos, R. (2016). *Turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/hall/v13n26/v13n26a09.pdf>
- Cabanilla Vasconez, E., & Garrido Cornejo, C. (2017). *El turismo comunitario en el Ecuador*. Quito: UIDE.
- Cabanilla, E. (2015). Impactos culturales del turismo comunitario. *Estudios y perspectivas en Turismo*, <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N02/v24n2a10.pdf>.
- Canavos, G. (s.f.). *Probabilidad y Estadísticas*. México.
- Cantero, P. (2012). *Salinas de Guaranda: Horizonte de economía solidaria*. Quito.
- Cordero, A. (2006). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza, el caso del Turismo*. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/becas/allen/allen.html>.

- Ecuador, M. d. (2009). *Registro de Centros turísticos comunitarios*.  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/INSTRUCTIVO-PARA-REGISTRO-DE-CTC.pdf>.
- Española, R. A. (2018). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=axaWB7V>
- Esteban Ruiz Ballesteros, D. S. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social*. Abya Yala.
- Evelyn, B. (s.f.). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1435/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-15.pdf>
- Evelyn, B. (s.f.). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1435/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-15.pdf>
- FEPTCE. (2006). *Plan quinquenal de Turismo Comunitario*.  
[https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case\\_1\\_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf).
- Galindo, C. (2006). <https://revistascientificas.us.es/index.php/REA/article/view/5483/4830>.
- Galindo, P. (s.f.). *Publicación Electrónica sobre Desarrollo Económico Regional y Local*. Obtenido de [https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1273590492.pymes\\_andaluzas.pdf](https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1273590492.pymes_andaluzas.pdf)
- García López, R. (7 de septiembre de 2017). *Aprende de turismo*. Obtenido de <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>
- Guerrero, V. (2016). *Turismo, cultura y productividad en la Parroquia Salinas*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/5873>
- Huertas Cardozo, N. (2015). *TURISMO RURAL COMUNITARIO COMO UNA PROPUESTA METODOLÓGICA DE INNOVACIÓN*. España: Universidad de Girona.
- Instituto de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Instituto de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=310&force=0>
- Investigación y comunicación para el desarrollo*. (19 de noviembre de 2010). Obtenido de <http://www.albasud.org/noticia/es/134/fortalecer-las-comunidades-es-el-objetivo-del-turismo-comunitario#:~:text=Fortalecer%20las%20comunidades%20es%20el%20objetivo%20del%20turismo%20comunitario,-Art%C3%ADculo%20de%20Natasha&text=Es%20un%20modo%20de%20resi>
- Jacome, Wilson. (s.f.). El Salinerito un ejemplo de economía solidaria. *Revista Lideres Ecuador*.
- Maisanche, F. (13 de agosto de 2017). Bolívar: Natawa revive el tono de su páramo. *Tendencias*, pág. 1.

- Mansilla, S. (2009). *Turismo Comunitario*.  
[http://www.altiplano.uvg.edu.gt/proyectos/cdr/practicas/2009/Turismo-comunitario/TURISMO-comunitario\\_estudiantesIMPRESA.pdf](http://www.altiplano.uvg.edu.gt/proyectos/cdr/practicas/2009/Turismo-comunitario/TURISMO-comunitario_estudiantesIMPRESA.pdf).
- Martínez, O. (2015). Patrimonio cultural y turismo una alternativa de desarrollo.  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4621/5344>.
- Mintur. (25 de Febrero de 2010). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de  
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Mintur. (2015). *Mintur implementó Cuenta Satélite de Turismo*. Obtenido de  
<https://www.turismo.gob.ec/mintur-implemento-cuenta-satelite-de-turismo/>
- Moncayo, D. (2011). *Turismo comunitario* . Obtenido de  
<http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6792/1/FCHE-TH-172.pdf>
- Montalvo, A. (Febrero de 2011). *El turismo comunitario como alternativa sustentable de desarrollo*. Obtenido de  
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/3276/1/TFLACSO-2011ADMS.pdf>
- Murphy, P. (1985). *Turismo comunitario*.  
<https://trove.nla.gov.au/work/17483280?q&versionId=22649674>.
- netquest. (2020). *netquest*. Obtenido de netquest:  
<https://www.netquest.com/es/servicios/procesamiento-de-datos/visual-data>
- OMT. (2018). El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible.
- OMT. (2020). El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias.
- OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de  
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ortega, V. 2. (2013). *Plan de Desarrollo turístico comunitario*. Obtenido de  
[www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1476/1/T-UCE-0005-303.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1476/1/T-UCE-0005-303.pdf)
- Pulido, W. (2017). Obtenido de  
<https://www.tesisred.net/bitstream/handle/10803/458646/wept1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quintana Ojeda, H. (2017). *PROPUESTA METODOLÓGICA PARA DESARROLLAR CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR*. Barcelona.
- Ramírez Hernández, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Revista de Ciencias de la Administración y economía*, 140.

- Ramos, J. (2006). *Propuesta de dinamización turística*. [http://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/turismo\\_comunitario.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/turismo_comunitario.html).
- Reyes, G. (2009). Teorías de desarrollo económico y social .  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3642035>.
- Rivera, R. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Corboda:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761432.pdf>.
- Rivera, R. (2015). *Medición del desarrollo socioeconómico*.  
<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5904/Tesis%20Rosario%20Rivera%20Negrón.pdf?sequence=1>.
- Rivera, R. (2015). *Planificación y medición del desarrollo socioeconómico en Puerto Rico*.  
Obtenido de  
<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/5904/Tesis%20Rosario%20Rivera%20Negrón.pdf?sequence=1>
- Santafé, V. (2012). *Turismo comunitario e interculturalidad*.  
[https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio\\_view.php?bibid=135467&tab=opac](https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=135467&tab=opac).
- Santana, A. (2008). Turismo y Patrimonio Cultural. *Pasos*.
- Taco, M. (2013). *Los atractivos turísticos y su incidencia en el desarrollo del Turismo Comunitario*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/5218>
- Toalombo, L. (2013). *El desarrollo socioeconómico de la Parroquia Pilahuín*. Obtenido de  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1549/1/T-UC-0005-309.pdf>
- Tomabelas. (2020). Obtenido de <https://www.tomabelas.com/>
- Torres, J. (2015). Turismo comunitario y su estudio enfoque cultural. *Revista Humanidades*,  
<https://revistashumanidadescj.unan.edu.ni/index.php/Humanismo/article/view/79/74>.  
Obtenido de  
<https://revistashumanidadescj.unan.edu.ni/index.php/Humanismo/article/view/79/74>
- Trabajo, O. I. (1996). Obtenido de Organización mundial del trabajo:  
<https://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>
- Turismo, M. d. (2007). *“PLANDETUR 2020” Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Turismo, M. d. (2018). *Rendición de cuentas*. Quito.
- Turismo, O. M. (2003). Turismo y atenuación de la pobreza. Madrid.
- Turismo, O. M. (s.f.). *OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Vargas, C. (2018). *La situación del turismo comunitario en Ecuador*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6255079.pdf>

Vazconez, C. (2018). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf>.

Yucta, P. (2003). *Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos*.

Zhunio B, G. g. (2013). *Análisis del potencial turístico rural de Salinas de Tomabela*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4689128>