



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TEMA:**

Análisis de la aceptación del turismo comunitario en la comuna El Valle como parte de la oferta turística del cantón Chimbo.

**AUTOR (ES):**

Samantha Vanessa Vinueza Vargas

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Licenciado en Turismo**

**Tutor:**

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs**

**Guayaquil, Ecuador**

**7 de febrero del 2023**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **SAMANTHA VANESSA VINUEZA VARGAS**, como requerimiento para la obtención de Licenciado en Turismo.

**TUTOR (A)**

---

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs**

**Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE TURISMO**

**DECLARACION DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, SAMANTHA VANESSA VINUEZA VARGAS**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **ANÁLISIS DE LA ACEPTACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA EL VALLE COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CHIMBO**, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliográficas. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de titulación referido.

**Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2023**

**Autor (A)**

---

**SAMANTHA VANESSA VINUEZA VARGAS**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**AUTORIZACION**

**Yo, SAMANTHA VANESSA VINUEZA VARGAS**

Autorizo a la Universidad católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de titulación, **ANÁLISIS DE LA ACEPTACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA EL VALLE COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CHIMBO**, cuyo contenido, ideas son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2023**

**EL (LA) Autor(A):**

---

**SAMANTHA VANESSA VINUEZA VARGAS**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado, **ANÁLISIS DE LA ACEPTACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA EL VALLE COMO PARTE DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN CHIMBO**, presentado por la/os estudiantes SAMANTHA VANESSA VINUEZA VARGAS fue enviado al Sistema de Anti plagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (2%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">I.T. Samantha Vinuesa.docx</a> (D156046594)
Presentado	2023-01-14 16:51 (-05:00)
Presentado por	Jose Medina (jose.medina@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	jose.medina.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	Trabajo Titulación Samanta Vinuesa <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>
	2% de estas 42 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

**TUTOR:**

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs**

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi tutor, por el tiempo dedicado, incluso más allá de los establecidos por la carrera, por los conocimientos brindados, pero sobre todo por su paciencia infinita.

A mi familia, la de sangre y la que la vida me dio el honor de llamarlos así, por ser ese pilar fundamental en mi vida, gracias a su amor me mantuve de pie.

Finalmente, por el espíritu de humanidad y ayuda a mis queridos docentes, de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras por todos los conocimientos impartidos desde el inicio de mis estudios, a los que ahora algunos son más que docentes, son amigos, gracias por permitirme concluir esta etapa de mi vida.

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico en primer lugar a Dios por ser mi luz y guía, a mis hijos para los cuales quiero ser su ejemplo a seguir en la vida, a mi mamá por su ayuda incondicional, esfuerzo y apoyo durante toda mi vida, además de ser mi mayor motivación para seguir adelante y no rendirme hasta alcanzar esta meta, a mis suegros que fueron, son y seguirán siendo los padres que la vida me dio, sin ellos y su tenacidad no estuviéramos haciendo esta dedicatoria, por último y no por eso menos importante esta tesis se la dedico a mi esposo, por ser mi ejemplo a seguir, su perseverancia, tenacidad y dedicación para cumplir cada meta propuesta ha sido digno de mi admiración y respeto.

A todos los profesores de mi carrera en la UCSG, por todo su conocimiento aportado en sus clases, su orientación y experiencias compartidas, que me ayudaron a ser una mejor profesional. Finalmente, a esos compañeros que la universidad los convierte en hermanos, por su ayuda en el momento requerido y por todos los momentos vividos en el transcurso del curso que nunca se olvidarán.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACION**

---

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs**

**TUTOR**

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Ph. D**

**DIRECTOR DE CARRERA O DELEGADA**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northia, Mgs.**

**COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA**

---

**(Samantha Vanessa, Vinueza Vargas)**

**OPONENTE**





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE TURISMO**

**CALIFICACIÓN**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>VINUEZA VARGAS SAMANTHA VANESSA</b>	

---

**Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs  
TUTOR**

# Índice General

RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN .....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
FORMULACIÓN INTERROGATIVA DEL PROBLEMA .....	3
JUSTIFICACIÓN .....	4
OBJETIVOS.....	5
<i>Objetivo General:</i> .....	5
<i>Objetivos Específicos:</i> .....	5
CAPÍTULO I.....	6
MARCO TEÓRICO .....	6
MARCO REFERENCIAL.....	20
MARCO LEGAL .....	23
CAPÍTULO II .....	30
MARCO METODOLÓGICO.....	30
<i>Tipo de investigación</i> .....	30
<i>Metodología de investigación</i> .....	32
<i>Recolección de datos</i> .....	33
CAPÍTULO III.....	47
ANTECEDENTES .....	47
DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	56
CONCLUSIONES .....	66
RECOMENDACIONES .....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS N°1.....	73
ANEXO N°2.....	78

## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar la importancia del turismo comunitario en el desarrollo de la Comuna El Valle del cantón Chimbo. Se aplicó un enfoque cuali-cuantitativo, descriptivo y explicativo; método bibliográfico, de campo, inductivo y deductivo. La población de esta investigación la conforman 18 habitantes, 2 representantes, y 1 directivo de la zona, a quienes se aplicaron varios instrumentos de investigación para recopilar información valiosa que orientó a comprobar el problema en estudio. Luego de aplicar una encuesta y entrevista, se concluye que la Comuna El Valle favorece el desarrollo turístico del cantón, a la motivación del crecimiento en los pequeños negocios se convierte en un apoyo para fortalecer la oferta turística, con el fin de generar ingresos económicos para el proceso a futuro de mejorar la calidad de vida y del buen vivir de la Comuna. Las actividades en el turismo se complementan con la labor del profesional en turismo, quien a través de estrategias de administración, economía y bioseguridad fortalecerá las oportunidades de negocio orientados hacia el desarrollo socio-económico del cantón, aprovechando las oportunidades que brinda la rama del Turismo a uno de estos grupos de pequeñas comunidades como la Comuna del Valle, para que puedan empezar a desarrollarse y sustentarse económicamente solas con la organización entre quienes la habitan, por lo que se debe realizar los estudios pertinentes para desarrollar el Turismo Comunitario e incitar a la reactivación turística con el propósito de fortalecer la economía del sector con el desenvolvimiento de infraestructura y el aumento de plazas de trabajo.

**Palabras Claves:** administración, turismo, crecimiento, oportunidades, desarrollo, negocios.

## **ABSTRACT**

This work aims to analyze the importance of community tourism in the development of the El Valle Commune of the Chimbo canton. A qualitative, descriptive and explanatory approach was applied; Bibliographic, field, inductive and deductive method. The population of this research is made up of 18 inhabitants, 2 representatives, and 1 manager of the area, to whom several research instruments were applied to collect valuable information that guided to verify the problem under study. After applying a survey and interview, it is concluded that the El Valle Commune favors the tourist development of the canton, to the motivation of growth in small businesses becomes a support to strengthen the tourist offer, in order to generate economic income for the future process of improving the quality of life and good living of the Commune. Activities in tourism are complemented by the work of the tourism professional, who through management, economy and biosecurity strategies will strengthen opportunities of business oriented towards the socio-economic development of the canton, taking advantage of the opportunities offered by the branch of Tourism to one of these groups of small communities such as the Comuna del Valle, so that they can begin to develop and sustain themselves economically with the organization among those who inhabit it, therefore, the pertinent studies must be carried out to develop Community Tourism and encourage tourism reactivation with the purpose of strengthening the economy of the sector with the development of infrastructure and the increase of jobs.

**Key words:** administration, tourism, growth, opportunities, development, business.

# INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que se viene ejerciendo desde la antigüedad y que indirectamente desde siglos pasados viene generando un ingreso económico en los distintos sectores. Es ahora en la actualidad que viene a ser uno de los ingresos económicos más importantes que tiene un país para sus arcas económicas nacionales, es por eso que el desarrollo de productos turísticos han ido en constante crecimiento además de los cambios acorde al gusto y preferencias del consumidor.

Uno de los puntos importantes para que empiece el desarrollo de un sitio turístico es la accesibilidad que pueda tener y partiendo de eso se analiza un plan de desarrollo turístico. Hace algunas décadas atrás podemos destacar que lo que conectaba una ciudad a otra en el cantón el Chimbo era la movilización en caballos ya que no había accesibilidad para vehículos.

Actualmente el sector turístico continúa siendo una de las áreas más afectadas por la pandemia del COVID-19, lo que puede haber perjudicado las visitas en diversas regiones, por lo que suelen tomar medidas para aplacar el impacto en la economía sobre los emprendimientos, microempresas y empresas, el cual debe adaptarse a la nueva forma de operar turística para proporcionar el financiamiento que implique mejorar las iniciativas para reactivar el sector.

El turismo es un sector que ha contribuido para mejorar las condiciones de vida de la población ecuatoriana, basada en un dinamismo económico que también puede producir la disminución de la pobreza, ya que es una influencia directa para generar plazas de trabajo.

La reactivación del turismo es necesaria en Ecuador, pues permite la conservación y el desarrollo de los recursos del país. Proponer un plan de reactivación permitirá guiar un proceso de reapertura adecuado, ordenado y seguro. Se deben considerar medidas de seguridad y protocolos de prevención, a partir de la gestión adecuada de la cadena de valor del sector turístico.

## **Planteamiento del problema**

Actualmente se busca diagnosticar el sistema turístico del sector para proponer la aceptación del Turismo Comunitario, a pesar de que existen variables como un desequilibrio económico político, que ha dado lugar a que los crímenes, corrupción y contrabando estén a la orden del día. Los habitantes de las comunas, afirman que, el gobierno es el responsable de las incompetencias en el cumplimiento de las libertades tanto políticas como civiles de los ciudadanos. Ante las variables presentadas, los habitantes de la comuna El Valle cuentan con esperanzas de ser apoyados, y cambiar en lo que estime la realidad y de las familias, para la contribución en mejorar el cantón Chimbo de la provincia de Bolívar, con propuestas para la aprobación de una nueva oferta turística con el fin de generar ingresos económicos y el buen vivir de la comunidad para empezar a desarrollarse y sustentarse económicamente sola, mejorando la calidad de vida en el sector aumentando las plazas laborales con la oportunidad crecer en el aspecto turístico.

## **Formulación interrogativa del problema**

Con base a la situación actual del turismo comunitario en tierras ecuatorianas, se identifica la siguiente interrogante:

¿Cómo contribuir a la aceptación del turismo comunitario en la comuna El Valle como parte de la oferta turística del cantón Chimbo?

## **Justificación**

Se han tomado tesis de grado, maestrías, informes y artículos científicos, como antecedentes relacionados al tema en cuestión, los cuales han permitido fundamentar y dar un nuevo enfoque al impacto de la situación actual del turismo comunitario del cantón Chimbo, en tierras ecuatorianas. Como trascendentales se encontraron:

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2020), indicó que el turismo es uno de los principales sectores económicos del mundo. Es la tercera categoría de exportación más importante (después de los combustibles y los productos químicos) y en 2019 representó el 7% del comercio mundial (p. 1).

Así mismo la OMT en el 2020 nos indica que:

“A nivel mundial, el turismo llegó a sustentar uno de cada diez empleos y proporciona medios de vida a millones de personas tanto en las economías en desarrollo, así como en las desarrolladas. Sólo en Europa, el turismo sustentó alrededor de 27 millones de empleos y millones de empresas. En algunos Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (PEID), el turismo ha representado hasta el 80% de las exportaciones, al mismo tiempo que integra una parte importante de las economías nacionales, lo cual refleja su importancia en todos los niveles de desarrollo económico - por ejemplo, Alemania (3,9%), Francia (7,4%) o España (11,8%) sobre el Producto Interno Bruto". (p. 1)

La OMT (2020) informó que el turismo fue uno de los “sectores más afectados por la pandemia de la COVID-19. La crisis no tiene precedentes en cuanto a su tamaño y amplitud. Además, todos los elementos de su vasta cadena de valor se han visto afectados”. (p. 1)

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en su informe de 2016: “Migración y cultura”. Establece la finalidad de la Convención sobre Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, de brindar formas de salvaguarda, conservación y transmisión de diversidad propia, ajena y compartida. Este trabajo aporta con fundamentos para elaborar planes de acción que protejan al migrante considerándolo como Patrimonio de la Humanidad. Cabe recalcar, que el Instituto Metropolitano de Patrimonio registra que Ecuador realizó la ratificación de la misma el 8 de noviembre de 2006.

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Promover la iniciativa de la aceptación del turismo comunitario en la comuna El Valle como parte de la oferta turística del cantón Chimbo.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar las diferentes teorías y mediante la revisión documental y bibliográfica para la fundamentación de la línea base de la investigación.
- Identificar la demanda potencial mediante un estudio de mercado con la aplicación de instrumentos de recolección de datos para la representación gráfica de los resultados.
- Proponer una estrategia con acciones para el desarrollo del turismo comunitario en el cantón Chimbo.



# CAPÍTULO I

## Marco Teórico

### Historia del Turismo

La fuerza del turismo como actividad económica es tan grande que merece ser tema de investigación en numerosos campos como el social, económico, administrativo, legal, ambiental, etc. Además, dado que no existe una definición única del turismo y sus productos turísticos en la literatura turística, los comentarios a continuación podrían facilitar futuras investigaciones. Fundamentalmente, las menciones de las siguientes investigaciones, análisis y definiciones permiten recrear una idea más amplia en cuanto al concepto del turismo y sus productos turísticos a través de revisiones bibliográficas, mostrando su evolución, componentes, clasificación y composición de forma mundial para identificar los factores que impulsan su desarrollo. Es por tal razón que empezaremos tomando los conceptos más básicos desde los inicios incluso antes de saber que era el turismo o si se lo practicaba.

Es el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan del desplazamiento y de la permanencia temporal de los viajeros, siempre y cuando esta actividad sea de recreación y descanso y no genere una residencia temporal o permanente con ánimo de lucro de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos. (Hunziker & Krapf, 1942)

Esta percepción fue censurada en el libro porque oponía viajes y vacaciones con los conceptos de residencia y trabajo. No creía que la gente del mismo lugar pueda hacer turismo en su ciudad.

Es por esa razón que la OMT (Organización Mundial del Turismo) en 1994 recopila todas las teorías, definiciones y conceptos para formalizar en una sola definición, pero no es hasta 1995 que lo declara oficialmente.

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en entornos distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros. (OMT, 1995)

Debemos tener en cuenta que la misma OMT se manifiesta en cuanto al término “fuera de su entorno habitual”, en el que recalca que se trata de áreas muy cerca de los lugares de domicilio más la suma de los lugares que comúnmente la persona visita en su diario vivir.

El ámbito espacial donde se ubican una serie de recursos diseñados en su conjunto para atraer y satisfacer diferentes necesidades y expectativas de los consumidores turísticos que se desplazan, permanecen e interactúan en dicho lugar por un cierto período, como ya hemos señalado con anterioridad, que debe ser no inferior a 48 horas. (Castaño, 2009)

Esta es una definición más reciente del turismo basada en estudios y conceptos anteriores acerca del turismo. Sin embargo, para entender bien los conceptos y definiciones, tenemos que basarnos en los inicios del turismo incluso antes de saber que era turismo lo que se hacía.

El turismo ha existido desde el comienzo de la historia humana. Cuando hablamos de humanos nómadas o sedentarios nos referimos a los primeros visitantes. De acuerdo a las necesidades y características de las personas, el turismo siempre va cambiando con el ser humano, es por ello que la importancia del turismo va en aumento a nivel mundial.

Es por eso que, considerando la amplitud y flexibilidad del turismo, este es tan antiguo como el hombre y equipara los movimientos migratorios de la cultura nómada con la idea del hombre viajero o móvil, dada por la presencia continua de visitantes y de localidades receptoras. (Gurría, 2004)

A lo largo de la historia, el turismo ha tenido diferentes fases, como la exploración geográfica para el intercambio comercial, iniciada principalmente por portugueses y españoles en el siglo XV, con el fin de encontrar materiales que no estaban disponibles en su entorno. Más tarde estas también se convertirían en exploraciones científicas y políticas. Siguió los viajes migratorios de los conocidos como Trashumantes, principalmente para la expansión cultural.

Los viajes religiosos, también llamados peregrinaciones, comenzaron en la Edad Media. Además de las expediciones políticas, se destacaron las cruzadas realizadas por la Europa latina cristiana y el Sacro Imperio Romano Germánico, con el objetivo de restaurar el control de la cristiandad.

En la antigua Babilonia existieron claras evidencias de viajes, por fiestas religiosas y competencias atléticas hacia las ciudades de Atenas, Delfos, Corinto y Olimpia. En época del Imperio Romano existían itinerarios y guías en los que se mencionaban rutas, nombres de caminos, duración de viajes y distancias. (Acerenza, 2001)

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, Egipto se convirtió en el destino turístico por excelencia para los europeos y norteamericanos de clase media y alta. Pero un viaje de esas características precisaba de una logística compleja. En 1841, un hombre de negocios británico, Thomas Cook, organizó la primera gira organizada de la historia. Aunque fue un fracaso económico, se considera un gran éxito en cuanto al precedente de los viajes combinados, ya que se dio cuenta de las enormes posibilidades económicas que podía tener la actividad, creando la más grande del mundo en 1851. La primera agencia de viajes "Thomas Cook" e Hijos". Y es así que en 1867 inventó el voucher, un documento legal que permitía el uso de determinados servicios contratados y prepagos en los hoteles a través de las agencias de viajes., Es por eso que Thomas Cook, organizó los primeros viajes a Egipto a través de su agencia con la intención de evitar a los turistas todo tipo de complicaciones y que éstos pudieran disfrutar de su viaje sin preocuparse por nada. (Mayans, 2021)

Se dice que el turismo empezó siendo una costumbre práctica que inició en el siglo XIX, cuando la jornada laboral comenzó siendo de 8 horas, en este mismo siglo se vio una gran expansión económica, seguida por la Revolución Industrial y Científicamente hablando, el turismo fue uno de los principales beneficiados al convertirse a finales del siglo XX en la industria número uno del mundo. Por lo que, en algunos casos, se organizaba el tiempo del descanso y es así como algunos trabajadores entablaron viajes a lugares con paisajes, monumentos y playas, dando lugar al turismo que más adelante en la época romana se iniciaban las construcciones de redes, calles para permitirse viajar de menor a mayor distancia.

En 1830 el ferrocarril fue el medio de transporte más popular, pero su tecnología rudimentaria hacía incierto los horarios de llegada y partida, con innumerables incomodidades. Sin embargo, en Europa y en Estados Unidos (EEUU) el turismo toma fuerza con una interesante cantidad de viajeros al establecerse el ferrocarril como medio de transporte entre las élites políticas y económicas. (Cárdenas, 2001)

En la Revolución Industrial, la burguesía se consolidó y volvió a tener los recursos económicos y el tiempo para viajar libremente. En la contemporaneidad, la invención de la máquina de vapor supone una impresionante reducción del transporte, que hasta

ahora era tirado por animales. Las líneas ferroviarias se extendieron rápidamente por Europa y América del Norte. El uso de vapor durante los viajes también redujo el tiempo de viaje.

Gran Bretaña ofreció por primera vez rutas transoceánicas y dominó el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que facilitaría el flujo de inmigrantes europeos a los Estados Unidos. Este es un gran momento para las empresas de transporte y transporte marítimo.

Despega el turismo de montaña o de bienestar: se construyen los famosos sanatorios y clínicas privadas de Europa, muchos de los cuales son ahora posadas con encanto. También es hora de las playas más frías (Costa Azul, Canal de la Mancha).

La industria turística actual se caracteriza por el hecho de que los turistas pueden prescindir de los servicios de las agencias de viajes porque pueden utilizar Internet a su antojo para concertar sus viajes, viajes de placer o placer, cada destino tiene su propio nombre como por ejemplo "Cancún, el paraíso escondido", los viajes tienen un gran impacto económico directo o indirecto en cada lugar, las mujeres son cada vez más independientes y pueden pagar los viajes, y los turistas también cuentan con productos de viaje diferenciados, es decir, paquetes basados en la experiencia que desean.

Henry Wells y William Fargo constituyeron la agencia de viajes "American Express", que anteriormente se especializó en el transporte de mercancías y luego se convirtió en una de las agencias de viajes más grandes del mundo. Introdujeron un sistema de financiación y emisión de cheques de viajero, como los cheques de viajero (moneda personificada canjeable por billetes simples, para proteger a los viajeros de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es el padre del hotelería moderno. Desde que inició ocupó todos los puestos posibles en un hotel hasta convertirse en el director de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la imagen del sumiller, introdujo baños en las habitaciones y revolucionó la gestión.

Cuando estalló la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914, unos 150.000 turistas estadounidenses se encontraban en Europa. Después de la guerra, comenzó la producción en masa de buses de viaje y automóviles. En ese momento, las playas y los ríos se fueron el centro del turismo europeo y comenzaron a ocupar un lugar importante

en el turismo costero. Sin embargo, el avión de larga distancia para minorías se está desarrollando temerosamente y finalmente se impone a las compañías navieras.

La crisis de 1929 tuvo un impacto negativo en el turismo, lo que restringió su evolución hasta 1932 incluso cuando la Segunda Guerra Mundial paralizó por completo el turismo mundial, y sus efectos se prolongaron hasta 1949, siendo esto 20 años de interrupción para el desarrollo y evolución del turismo.

Entre 1950 y 1973, la gente empezó a hablar de un auge de los viajes. El turismo internacional está creciendo a un ritmo sin precedentes. Este desarrollo es el resultado del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del ocio en el lado occidental. En este punto, el departamento comienza a legislar.

Las recuperaciones económicas, fundamentalmente en Alemania y Japón, han sido asombrosas, aumentando los niveles de ingresos en estos países y creando una clase media acomodada que se ha interesado en viajar.

Pero la recuperación ha elevado el nivel de vida de una porción aún más significativa de la población en los países occidentales. Una vez satisfechas las necesidades básicas, surge la llamada sociedad del bienestar, con mayores niveles de formación e interés por viajar y conocer culturas. Por otro lado, la nueva ley laboral con vacaciones pagadas, semana inglesa de 5 días laborables, reducción de la jornada laboral a 40 horas semanales, ampliación de la cobertura social ha contribuido en gran medida al desarrollo del ocio y viajar.

También es la edad en que el centro de la gran ciudad se está desarrollando y superpoblado, y el deseo de escapar surge espontáneamente, de escapar de la presión de la ciudad y de limpiar la mente estresada.

A lo largo de los años, la cadena de producción de automóviles se ha desarrollado, haciendo que los precios de los automóviles sean cada vez más bajos, y la construcción de carreteras y autopistas también ha aumentado el tráfico de pasajeros. De hecho, un ejemplo de eso fue la nueva carretera alpina de norte a sur a través de Suiza significa la pérdida de la hegemonía del país como núcleo receptor, ya que los turistas ahora viajan a través de Suiza hacia otros países con mejores climas.

Los aviones de hélice fueron sustituidos por jets como golpe final a las navieras, que se vieron obligadas a destinar barcos a los cruceros o destruirlos.

Todos estos elementos nos han llevado a la época de la estandarización de los productos turísticos. Las grandes agencias de viajes tienen millones de paquetes turísticos idénticos en el mercado. En la mayoría de los casos, se utilizan vuelos chárter, lo que hace que el producto sea más barato y esté más disponible. Había 25 millones de turistas al comienzo del período (1950) y 190 millones al final (1973).

Sin embargo, otra característica de esta etapa es la inexperiencia, lo que trae consigo las siguientes consecuencias, como la falta de planificación, se construyó sin previsión alguna sobre las necesidades o los impactos ambientales y sociales que puede sufrir la llegada de grandes turistas y el colonialismo turístico como la gran dependencia de las agencias de viajes extranjeras, principalmente de EE. UU., Reino Unido y Alemania.

En la década de 1970, las dificultades energéticas y la consiguiente inflación, especialmente en el transporte, trajo un nuevo período de crisis para la industria del turismo, que se prolongó hasta 1978. Este bajón significa menor calidad para menores costos y precios, apostando por la masificación de la oferta y la demanda.

En la década de 1980, el nivel de vida volvió a subir y el turismo se convirtió en el motor económico de muchos países. Esto se debe a la mejora del transporte como los aviones nuevos y mejores como el Concorde y Tupolev, de la mano con la integración de trenes de alta velocidad y vuelos chárter hasta el punto de verse obligados a crear sus propias compañías normales con licencia.

La internacionalización de las grandes empresas hoteleras y tour-operadores ha sido notable a lo largo de los años, buscando nuevas formas de utilizar su tiempo libre como los parques temáticos, deportes de alto riesgo adicionando ahora el bienestar físico y mental. Aplicando técnicas de marketing, como cada vez son más los turistas, su Experiencia también crece. y está buscando nuevos productos y destinos de viaje, lo que crea una feroz competencia entre ellos. La tecnología y las comunicaciones para esta época han transformado la industria, modificando el diseño de productos, la prestación de servicios y el marketing de una manera más fluida.

En la década de 1990, eventos importantes, como el colapso de los regímenes comunistas europeos, la Guerra del Golfo, la reunificación alemana y la guerra de Yugoslavia, afectaron directamente la historia del desarrollo del turismo.

Y es esta una etapa madura para el crecimiento continuo de la industria, aunque de una manera más modesta y controlada. La capacidad limitada para aceptar y ajustar

ofertas a la demanda, empezar a controlar el aforo de monumentos, etc., diversificar ofertas con nuevos productos y destinos, así como también el de diversificar las demandas con nuevos y diferentes tipos de turistas y mejorar la calidad ya que, si la calidad es mejor, a los turistas no les importa gastar más dinero.

El turismo es parte fundamental de las agendas políticas de muchos países, con políticas públicas que inciden en el impulso, perfeccionamiento y mercadeo como parte clave del desarrollo económico. Mejorar la formación mediante el desarrollo de un programa educativo dedicado. El objetivo del progreso del turismo sostenible se logra atrayendo nuevos nichos de mercados y regulando la estacionalidad.

Los viajes aéreos se han abaratado nuevamente gracias a la liberación de las empresas y corporaciones de bajo costo en muchos países y la feroz competencia de las mismas. Este desbloqueo afecta a otros aspectos de los servicios turísticos, como la gestión aeroportuaria.

El turismo es muy importante tomando en cuenta el punto de vista social, cultural y económico. Debido al turismo, se ve un aumento significativo en el crecimiento de infraestructura y en la inversión de la construcción, lo que conlleva a un mayor nivel de progreso en las áreas relevantes, los medios de transporte tienden a mejorar en términos de calidad y frecuencia, las divisas y la tasa de desempleo ha disminuido significativamente. Es por eso que brindar beneficios a las comunidades afectadas genera mayor bienestar. (Etecé, 2021)

Desglosando la importancia del turismo desde los puntos de vista empezamos que el ámbito cultural es muy ventajoso porque permite no solo apreciar aspectos de la cultura, tradiciones, geografía, artesanías, etc., de fuera de la comunidad, sino también apreciar y reconocer a los miembros de la misma comunidad. También es un medio de intercambio cultural donde personas de diferentes orígenes conviven y comparten ideas y costumbres. (Etecé, 2021)

El contorno social al cual hacemos mención primero debemos destacar que no todos los que llamamos turistas tendrán las mismas características, objetivos o rasgos particulares. Es por eso que entre estos tenemos los denominados sectores populares, las clases medias, clases altas y el nuevo grupo que son los jóvenes.

El sector popular se compone de industrias populares, es decir, están formados por empleados. Se cree que la promoción del turismo en estas industrias comenzó en los años cuarenta en muchos países. La mayoría de las veces el estado u otros

establecimientos les otorgan beneficios en donde trabajan. Suelen ser excursiones, exclusivamente con fines vacacionales. Generalmente no interviene ninguna agencia de viaje, y todos los realizan ellos mismos. Muchas veces, con los alojamientos proporcionados por el estado, tu lugar de estancia no suele cambiar. (Etecé, 2021)

El sector de la clase media que viene a ser nuestro segundo grupo en mención está formado por personas pertenecientes a la clase de trabajadores estatales, profesionales y empleados de categoría superior. Es enfocado a un grupo que busca mantener su estándar de vida y una posición económica social. Por lo general, tienden a movilizarse durante las vacaciones. Gastan la mayor parte de sus ahorros en servicios premium y los lugares visitados suelen ser turísticos, la estancia se caracteriza por ser corta. (Etecé, 2021)

La denominada clase alta es conformada por miembros de la clase más alta. Al ser el sector con los medios económicos necesarios, muchas veces no se limitan a su país de origen. Además, sus estadías suelen ser largas y cuestan mucho por día. Si no entienden el idioma, suelen utilizar servicios como visitas guiadas o traductores. Este tipo de viaje suele ser organizado por una agencia de viajes. Los medios de transporte utilizados por los miembros de este grupo suelen ser rápidos. (Etecé, 2021)

Este último grupo como lo son los jóvenes, la gran mayoría de los cuales son estudiantes, recién graduados o personas que empiezan a trabajar sin compromiso de un hogar que mantener o una familia. Es también para estos turistas que se diseñan hoteles, casas de huéspedes y otros alojamientos. Incluso la mayoría de estos jóvenes optan por utilizar los famosos campings al ser una alternativa mucho más económica. Además, en algunos países tienen privilegios en cuanto al costo del transporte o la comida. Estos viajes suelen ser demasiado económicos y muchos de este grupo de turistas optan por viajar de forma espontánea. En otras palabras, no tienen un destino fijo, sino que cambian rápidamente donde se detienen. Por eso no se utilizan establecimientos como las agencias y mucho menos guías. (Etecé, 2021)

La OMT dentro de su glosario destaca tres categorías de turismo básico como el Turismo Interno, Turismo Receptor y Turismo Emisor. Para tener en claro el concepto de cada uno la misma OMT define que el turismo interno son las actividades que una persona puede realizar dentro de su país de residencia como parte de la oferta turística. Así mismo el turismo receptor no es otro que la actividad que lleva a cabo un turista que no es residente del lugar en el destino elegido como parte de una oferta turística y el turismo emisor se define como todas las actividades turísticas que se pueden realizar



fuera del país de residencia. Estas categorías básicas al combinarse con otros términos la misma OMT da lugar a otras categorías que combinadas resultan con una definición más acertada de lo que sucede realmente en el turismo. En esta combinación de categorías tenemos el Turismo Interior, Turismo Nacional y Turismo Internacional, del nacimiento de estas nuevas categorías combinadas con las básicas en definición la OMT nos indica que el turismo interior es la combinación del turismo interno y el receptor, ya que este abarca las actividades que extranjeros y nacionales pueden realizar dentro de un país. En el turismo nacional nos indica la combinación del interno y el emisor, ya que no es otra cosa que los mismos residentes puedan realizar viajes dentro de su país. En cuanto al turismo internacional lo efectúan los residentes fuera de su país de domicilio como los extranjeros dentro de las fronteras así llamándose receptor.

Pero más allá de esa categoría ya establecida, nos encontramos con una visión sociológica, el cual Erik Cohen, indica y define varios tipos de turismo relacionados a una organización de viaje, así como el tipo de interacción de distintos destinos. La OMT debido a este valioso aporte por parte del sociólogo Cohen en este mundo del turismo, se le otorga el premio Ulises.

Entre los tipos de turismo que menciona Cohen los institucionalizados en los se encuentran los de masa individual y de masa organizada, en cuyas definiciones indica que el turismo de masa individual es la que el turista acude directamente a una agencia de viajes en busca de un paquete que se acople a sus necesidades. Estos viajes individuales aprovechan la organización del destino establecido para el turismo de masas. En cambio, el turismo de masa organizada, son los viajeros que Realizan tours organizados donde se cuida cada detalle y no hay contratiempos. Por lo general, es un recorrido familiar y no hay muchos cambios. (Cohen, 1984)

En ese mismo estudio y aporte a la OMT tenemos los No Institucionalizados, que son los llamados Drifter y Explorer. En estos dos que mencionamos el Drifter es el turista mochilero independiente, este no depende de la infraestructura y tiene poco impacto en el destino, ya que interactúa y, a menudo, se mezcla en el lugar que visita. Pero el explorer, es el tipo de persona que busca nuevas experiencias, a menudo demasiado extremas, fuera del círculo tradicional. La definición que usa es "off the beaten track" o en español "fuera de lo común". Su prioridad es la experiencia y pueden renunciar fácilmente la comodidad. (Cohen, Major trends in contemporary tourism., 2004)

Y partiendo de los conceptos y definiciones ya mencionadas tenemos de ahí en adelante una serie de categorías y sub categorías las cuales se extienden a nivel mundial y se van convirtiendo en parte importante de la economía global.

Todas las actividades turísticas, dependiendo de la planificación y el desarrollo en la que se encuentren pueden ayudar a la eliminación de la pobreza de las personas, dando la oportunidad de una mejor vida. Estas actividades turísticas buscan generar el crecimiento de la economía y una inversión a un nivel específico. Esto a su vez se traduce en oportunidades como el empleo, distribución del ingreso e impulso en otras actividades como agricultura, pesca, artesanías, gastronomía, cultura y religión en las diferentes comunidades. Por lo tanto, la actividad turística afecta de forma directa el aumento o disminución del PIB en todos los países del mundo. (Morillo, 2011)

### **Teoría de los sistemas**

Es el estudio de uno o varios sistemas, con el tipo de aplicación en los aspectos de la vida y el propósito es poder aplicar lo aprendido en cualquier campo de la investigación, de acuerdo a las disciplinas académicas que existen. Es de suma importancia debido a que contamos con la facilidad de analizar, describir y debatir temas variados con una validez en el razonamiento de los acontecimientos que se presentan.

La teoría de sistemas o teoría general de los sistemas es el estudio interdisciplinario de los sistemas en general. Su propósito es estudiar los principios aplicables a los sistemas en cualquier nivel en todos los campos de la investigación.

En 1950 Ludwig Von Bertalanffy planteó la teoría general de sistemas propiamente dicha. Posteriormente, en la década de los setenta, Humberto Maturana desarrolló el concepto de autopoiesis, el que da cuenta de la organización de los sistemas vivos como redes cerradas de autoproducción de los componentes que las constituyen. W. Ross Ashby y Norbert Wiener desarrollaron la teoría matemática de la comunicación y control de sistemas a través de la regulación de la retroalimentación (cibernética), que se encuentra estrechamente relacionada con la teoría de control. En la misma década, René Thom y E.C. Zeeman plantearon la teoría de las catástrofes, rama de las matemáticas de acuerdo con bifurcaciones en sistemas dinámicos que clasifica los fenómenos caracterizados por súbitos desplazamientos en su conducta. (Sociedad Española de Sistemas Generales, 2021)

Para los años 80, continúan los autores describiendo otras teorías como del caos, de la matemática, entre otras atracciones y movimientos, que prolonga hacia los años 90 donde dan lugar a los sistemas de adaptación con ciencias que llevan a lo complejo los cuales todavía son objeto de investigación.

### **Sistema turístico**

En un sistema consta de elementos o actividades que pueden lograr interactuar y se interrelacionan para llegar a un objetivo y fin común. La unión de todas sus partes conforma una sola actividad y puede ser utilizado para crear una organización, en donde las relaciones entre estos pueden generar más importancia que los propios elementos.

### **Turismo**

La palabra turismo se deriva del latín *tornus* (torno) y *tornare* (redondear, tornear, girar), y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual. (Ramírez, 1992)

(Clive, 1990) señala que a pesar de su creciente importancia y del trabajo realizado por las personas que han estudiado al fenómeno, el turismo no es un concepto bien definido. Los esfuerzos por establecer una definición se remontan hasta 1933 y desde entonces se han realizado distintos acercamientos a una definición emanada del despliegue económico, sociológico, de comercio o por la preocupación de establecer estadísticas confiables de la actividad.

De acuerdo a lo expuesto por los autores, la OMT confirma también que el turismo comprende todas las actividades que realicen las personas durante sus estancias en diversos sitios o lugares en los que frecuente por debajo de 1 año, por innumerables motivos los cuales podrían ser ocio, negocios, compras, etc. Por lo que la actividad turística es en base al consumo, no a una labor que obligue a ser económicamente productiva, siempre y cuando se defina el sector.

## **Tipos de Turismo**

El turismo tiene como definición ser un conjunto de actividades realizadas por personas que se encuentran visitando un lugar, a estas personas las denominamos turistas. El tiempo de visita a estos lugares debe ser menor a un año para considerarse de esa forma y siempre y cuando no sea una actividad con fines de lucro.

Dentro del concepto de turismo, existe una variedad de tipos de turismo, los mismos que se clasifican en base a la finalidad con la que se realiza el viaje, así como su motivación e interés, la duración y las actividades que se realizan, por lo que se clasifican en los siguientes tipos:

### **Turismo Familiar**

Este tipo de turismo, es el que se realiza en familia, es decir que la característica principal es la compañía del grupo familiar y el fin de ellos es poder disfrutar en familia. Es un tipo de turismo con alta demanda debido a que genera varios destinos, mayores actividades, así como los servicios de su estancia que emplean los diversos gastos a los distintos comercios.

### **Turismo de Negocios**

En este tipo de turismo, se viaja con el fin de realizar negocios en lugares que sean estratégicos para conseguir acuerdos comerciales de acuerdo a la actividad que se desempeñe sea entre personas físicas o entre empresas, el cual también es un tipo de turismo demandado por quienes lo realizan, ya sean ejecutivos, empresarios o comerciantes.

### **Turismo Activo**

Este tipo de turismo está relacionado con la actividad rural, ya que compromete a las personas que se acogen al medio ambiente, basándose en el ámbito ecológico, donde se puede encontrar la acción, la aventura incluso con actividades que impliquen la religión y el aspecto espiritual.

## **Turismo Sanitario**

Este tipo de turismo se da por la demanda de personas que carecen asistencia médica en sus países y no poseen de seguridad social, por lo que viajan a otros países donde se le permita gozar de un sistema sanitario económico, lo cual ciertos países no pueden ofrecer, esto sucede con el fin de atender o intervenir a los turistas extranjeros.

## **Turismo Natural**

Este tipo de turismo se desarrolla en ambientes como bien se indica, en espacios naturales, donde se aprecie la diversidad en la flora y fauna del lugar a visitar, también se pueden realizar en áreas protegidas o en medios con características rurales, dando lugar a ciertas actividades recreativas donde se debe actuar con responsabilidad de acuerdo al área donde se encuentren.

## **Turismo Cultural**

En esta clase de turismo se concentra la demanda por visitas para conocimientos de lugares de tipo cultural, como pueden ser los monumentos o museos, el cual tiene otras subdivisiones en otras áreas, y los turistas que realicen este tipo de turismo lo realizan con el fin de poder desarrollar su nivel de conocimiento y aprendizaje en cuanto a culturas, tradiciones y educación del lugar a visitar.

## **Turismo Individual**

Es el tipo de turismo que se realiza de forma solitaria o sin compañía. A veces se puede considerar dentro de esta categoría al turismo familiar o con un grupo reducido de amigos, puesto que se compara con el turismo masivo que representa el traslado de más personas de un punto geográfico a otro. (Uriarte, 2022)

En esta clase de turismo, es cuando el turista se encarga de organizar su viaje de manera independiente, tanto de su planificación como de su itinerario además de todos los servicios a contratar durante su viaje, sin ayuda de ningún tipo de agencia de viajes especializado u operadores de turismo. Es decir, puede tratarse de un turista “aventurero” o “mochilero”.

## **Turismo Masivo**

Esta clase de turismo, se presenta con características accesibles para todos en un solo viaje, ya que no es de total de exclusividad, por lo que no distingue clase social o estatus económico, por lo que suelen ser con un grupo de personas y de menor calidad con servicios desde muy bajos estándares.

Es un turismo que se efectúa con un grupo de personas, sean familiares, amigos y/o conocidos, donde puede darse bajo un viaje organizado por los grupos mencionados, pero no por el turista. (Uriarte, 2022).

## **Turismo Comunitario**

El turismo comunitario es un tipo de turismo que brinda beneficios para tratar de disminuir los impactos negativos y contribuir a que los miembros de las comunidades se involucren en la protección de su patrimonio cultural y natural, además de sacar provecho de forma directa de la actividad turística que se genera. (Asociación de Estados del Caribe, 2012)

De cierta forma, el turismo comunitario es una vía para el desarrollo de las comunidades, intercambio propuestas que respondan por motivo económico, social o cultural y así sacar provecho todas las partes de la actividad turística.

Según el blog de sostenibilidad “Ayuda en Acción” creado en el 2017, el turismo comunitario tiene una gran capacidad para ayudar a mejorar las condiciones de vida más vulnerables de una comunidad donde su principal actividad sea potenciar el turismo, reducir la pobreza, cuidar el medio ambiente impulsándose hacia el progreso y crecimiento, para aumentar ingresos en el sector económico, que se obtienen a través del turismo permitiendo del desarrollo de la comunidad y cubrir las necesidades básicas sin que afecte su cultura y sus costumbres.

## **Turismo Científico**

Es realizado con fines de trabajos de investigación entre profesionales, donde los mismos científicos buscan su permanencia en lugares como los museos o que contengan restos arqueológicos, donde también se subdivide la antropología para estudiar sobre las especies antiguas y su evolución en historia.

## **Turismo Espacial**

El turismo espacial es una actividad comercial relacionada con el cosmos que incluye ir al espacio como turista, ver el lanzamiento de un cohete, observar las estrellas o viajar a un destino centrado en el espacio. (Universitat de Girona, 2021)

Es un tipo de turismo el cual no es muy común realizarlo ya que su fin es ir al espacio, para explorar o extraer imágenes en el exterior del planeta que pueden relacionarse con la aventura donde puede ser posible obtener riesgos para los turistas.

## **Turismo Electrónico**

El turismo electrónico actualmente es una necesidad y se considera de importancia en la utilización para el comercio en la industria turística para ayudar a mejorar las operaciones tradicionales practicadas en los negocios turísticos, tanto a nivel empresarial como pequeñas o medianas empresas. (Conde, Schmidt, & Ochoa, 2011)

Este tipo de turismo se asocia a la tecnología, y a las visitas a los centros que tienen que ver con la era digital, los turistas buscan espacios altamente digitalizados y el turista puede ser parte de la era juvenil o ser un director comercial de un modelo de negocios, o de industrias que incluye al turismo como una actividad económica de manera significativa.

## **Marco Referencial**

En este apartado del trabajo se van a recopilar los antecedentes del tema “**Análisis de la aceptación del Turismo Comunitario en la Comuna El Valle como parte de la oferta turística del Cantón Chimbo**”, para poder identificar los lineamientos para elaborar un programa de acción, que fundamente el trabajo de investigación y consolide los conceptos previamente elaborados en el marco teórico.

De manera previa a esta investigación se encuentran proyectos que se han realizado con las variables que se propone. Analizando archivos de otras Universidades se encuentran trabajos de investigación realizados en varios niveles bajo los aspectos internacionales, nacionales y locales en las que aporta al trabajo.

Por ejemplo, en la investigación sobre “Análisis de la aceptación de la actividad turística en los residentes de Bajo Alto” elaborado en el 2021 por los autores Yulissa Eras Aguilar y Lorenzo Bonisoli colaboradores de la Universidad Técnica de Machala de la Facultad de Ciencias Empresariales, detallan en su trabajo sobre la calidad de los servicios hoteleros para generar optimización de sus establecimientos con el fin de fomentar el turismo. Los autores consideran que el turismo del país y el nivel económico deben ir de la mano para generar el impacto sobre la calidad de un sector y otorgar a los turistas una experiencia óptima del sitio visitado.

En el año 2019, en la Universidad Estatal de Milagro desde la Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y de Derecho junto a las estudiantes Andrea Bajaña y Andrea Mero, realizaron el trabajo de titulación sobre el “Análisis de la aceptación de los servicios turísticos del Grupo Sweet Dreams”, donde utilizaron estrategias del marketing para revisar la acogida que mantienen los paquetes turísticos en la empresa e implementar ideas que sean desarrolladas de forma eficaz y se genere un desenvolvimiento integral y social que genere oportunidades en el ámbito laboral para mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón La Troncal.

Siguiendo el nivel de investigaciones en el ámbito nacional, en el año 2017, en la Universidad Regional Autónoma de los Andes de la ciudad de Ambato, desde la Facultad de la Carrera de Empresas Turísticas y Hoteleras la autora María Fernanda Montenegro realizó un análisis comparativo del nivel de aceptación del Turismo Comunitario en el cantón Cotacachi, en la provincia de Imbabura, que tuvo como finalidad diagnosticar el turismo en el cantón Cotacachi, para poder realizar una comparación entre las comunidades, y explotar sectores que cuentan con amplias zonas extensas naturales, diversidad de flora y fauna únicas, quienes pueden lograr que el sector sea un lugar atractivo para visitarlo y que falta aún por explorar pero por falta de estrategias no ha sido visto como un sitio de atracción para frecuentarlo.

En el ámbito internacional, podemos destacar el trabajo de Ana García, Rocío Serrano, Maribel Osorio y Elizabeth López en el año 2015 de la Universidad Externado de Colombia con el tema de “Percepción de la comunidad en torno al turismo como factor de desarrollo social. Caso San Pedro Tultepec de México”, donde dan a conocer que la percepción de la comunidad es uno de los elementos importantes para el desarrollo local de los destinos turísticos por lo que indican que deben enfocarse en la participación interna que busque la solución y prevención de ciertas problemáticas, además de los tradicionales beneficios económicos que genera como actividad del Turismo.



En la ciudad de Guayaquil, en el año 2018 los autores Shirley Segura, Denisse Santos, Yanina Patiño realizaron en la Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, realizaron el análisis de la percepción de los visitantes de la ciudad de Quito en relación al alojamiento basado en la música, basándose en los gustos y preferencias del turista nacional y extranjero, en relación a los servicios turísticos y alojamiento, otorgando libertad a los visitantes elegir su lugar de hospedaje y aceptación para complementar su experiencia turística.

A continuación, siguiendo la línea de investigación local, en el año 2019 los autores Esther Mullo, Víctor Vera y Samuel Guillén de la Universidad de Guayaquil, realizaron el artículo sobre “El Desarrollo del Turismo Comunitario en el Ecuador: reflexiones necesarias”, donde los estudios abarcan sobre las particularidades del Turismo Comunitario, que desde los años 80 se promueve este tipo de Turismo, lo que ha logrado mantener las posibilidades de conservar y potenciar el patrimonio cultural y de igual forma constituye al Turismo como una actividad económica que se adapta a todo tipo de cambios en sus actividades para atraer a los turistas.

En esa misma línea de investigaciones el año 2019 el autor Geovanny Andrés Mayorga Vega de la Universidad UTE, realiza la “Propuesta Estratégica Para Impulsar La Actividad Turística En El Santuario Del Guayco, Parroquia Magdalena, Cantón Chimbo Provincia de Bolívar”, el estudio busca impulsar la actividad turística en el Santuario del Guayco y la Parroquia La Magdalena, como una marca que evoque turismo religioso, promocionando la oferta de productos turísticos en el mercado nacional e involucrar a la comunidad en la oferta de la valor turística, apalancada por la gestión de GAD Parroquial.

El proyecto de investigación “Planificación y Desarrollo Turístico en el Cantón Chimbo, Provincia de Bolívar, de Diego Germán Ulloa Toalombo de la Universidad Nacional de Chimborazo, en el año 2019. Investigación que aporta la necesidad de mejorar la atención y servicio a los turistas a fin de asegurar su supervivencia en el mercado turístico, para lo cual es conveniente implementar una planificación para el correcto desarrollo turístico, el cual mediante técnicas y procedimientos ayudaran a la promoción y su respectivo posicionamiento turístico del Cantón Chimbo.

## **Marco Legal**

### **REGLAMENTO DE OPERACIÓN E INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA**

#### **TITULO I**

#### **CAPITULO I**

#### **DEL OBJETO Y ÁMBITO**

*Artículo 1.-* Objeto. - El presente reglamento regula las actividades de operación e intermediación turística, las cuales se encuentran contenidas en la Ley de Turismo y su reglamento.

*Artículo 2.-* Ámbito. - Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria a nivel nacional.

*Artículo 3.-* Definiciones. - Para la aplicación del presente reglamento se tendrá en cuenta las siguientes definiciones:

1. Agencias de viajes. - Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de las actividades turísticas de intermediación y operación turística, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.
2. Canal virtual. - Medio tecnológico de operación y comunicación en línea (on line), que permite el intercambio de información, sobrepasando las barreras físicas de contacto.
3. Comercialización virtual. - Conjunto de procesos mediante los cuales un servicio o un producto son puestos a disposición del consumidor a través de canales virtuales.
4. Enganchador. - Persona que se dedica a comercializar y promocionar de forma invasiva, en espacios públicos, los servicios turísticos; estas personas también podrán ser llamadas flayeros, jaladores, promotores informales.
5. Paquete turístico. - Conjunto de servicios turísticos, prediseñado o ajustado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, operado dentro o fuera del territorio nacional y comercializado por una agencia de servicios turísticos.
6. Ramas de conocimiento afines a la operación e intermediación turística. - Se refieren a conocimientos reconocidos mediante el Sistema Ecuatoriano de Educación Superior, conforme a lo establecido en la Clasificación Internacional Normalizada de Educación de la UNESCO de 2013 (C.I.N.E 2013), en los siguientes campos:

## **Campo Específico**

101 Servicios personales

041 Educación comercial y Administración

## **Campo Detallado**

1015 Viajes, turismo y actividades recreativas

34 Educación comercial y administración.

**7. Viaje.** - Desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, que dura desde el momento de su salida hasta su regreso.

**8. Visitas.** - Hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje.

## **CAPITULO II**

### **DERECHOS Y OBLIGACIONES**

*Artículo 4.-* Derechos del usuario. - Los usuarios tendrán los siguientes derechos:

- 1.** Recibir los servicios pactados dentro del contrato de servicios turísticos;
- 2.** Conocer de forma clara, precisa y oportuna los términos y alcances de los servicios contratados, precautelando los detalles que garanticen la satisfacción del usuario;
- 3.** Conocer de forma previa las políticas y procedimientos de cobro, cancelación y reembolso que apliquen a los servicios contratados;
- 4.** Recibir un trato cordial por parte de la empresa contratada;
- 5.** Exigir copia del contrato y/u orden de servicio física o electrónica de los servicios contratados;
- 6.** Exigir un número de emergencia disponible para comunicarse en caso de percances durante la vigencia de los servicios contratados;
- 7.** Recibir en óptimas condiciones de funcionamiento y seguridad los equipos proporcionados por las agencias de servicios turísticos para la práctica de la actividad;
- 8.** Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo cualquier irregularidad de los servicios contratados; y,
- 9.** Ser informados de las políticas y procedimientos determinados por las agencias de servicios turísticos para la prestación del servicio.

*Artículo 5.-* Obligaciones del usuario. - Los usuarios tendrán las siguientes obligaciones:

- 1.** Proporcionar la información y documentación requerida por las agencias de servicios turísticos de acuerdo a los servicios contratados;

2. Cumplir y acatar las condiciones particulares pactadas con las agencias de servicios turísticos;
3. Pagar el valor acordado con la agencia de servicios turísticos de acuerdo a las políticas y procedimientos de pago;
4. Procurar que los equipos proporcionados por las agencias de servicios turísticos sean entregados en las mismas condiciones en las cuales se los receiptó, salvo situaciones de fuerza mayor o caso fortuito;
5. Acatar las normas de seguridad impartidas por el personal de las agencias de servicios turísticos;
6. Informar a la agencia de servicios turísticos contratada sobre particularidades (estado de salud, discapacidad, enfermedad, entre otros) a ser consideradas durante la prestación del servicio contratado, con la finalidad de evitar riesgos al turista; y,
7. Cumplir con los horarios y lugares preestablecidos por la agencia de servicios turísticos para el desarrollo de los servicios contratados.

**Artículo 6.-** Derechos de las agencias de servicios turísticos. - Las agencias de servicios turísticos tendrán los siguientes derechos:

1. Determinar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios;
2. Cancelar unilateralmente el contrato suscrito con el usuario cuando éste no ha cumplido con el pago pactado;
3. Contar con la confirmación sea física o virtual de los servicios contratados con sus proveedores;
4. Exigir información oportuna por parte de su proveedor en caso de existir contingente o variación en el servicio contratado. Así como, contar con un número de emergencia por parte del proveedor del servicio; y,
5. Acceder a programas, beneficios e incentivos promovidos por la Autoridad Nacional de Turismo.

**Artículo 7.-** Obligaciones de las agencias de servicios turísticos. - Las agencias de servicios turísticos tendrán las siguientes obligaciones:

1. Proporcionar sus servicios conforme a lo establecido en la Ley de Turismo y reglamentos;
2. Obtener el Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento;
3. Exhibir en un lugar visible, del espacio físico donde realice sus actividades, el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento;
4. Contar con equipamiento en buen estado de funcionamiento en el espacio físico para atender al usuario;

- 5.** Proporcionar información veraz en todo tipo de publicidad;
- 6.** Contratar servicios turísticos formales con proveedores debidamente registrados ante la entidad de control sean estos directos o indirectos;
- 7.** Establecer contratos escritos y/u orden de servicio con proveedores de servicios turísticos;
- 8.** Establecer contratos escritos y/u orden de servicio de los servicios contratados con el usuario final;
- 9.** Proveer de información veraz y detallada al cliente sobre los servicios contratados, en la cual deben constar los alcances y excepciones que permitan a éste un adecuado disfrute de lo contratado;
- 10.** Cumplir de forma idónea con los servicios contratados por el cliente;
- 11.** Entregar al cliente una orden de servicio física y/o electrónica de los servicios contratados y pagados, en el que consten:
  - a.** El servicio contratado a detalle;
  - b.** Número de contacto telefónico habilitado 24 horas y dirección en el punto de destino donde se le proporcionará al usuario asistencia por los servicios turísticos contratados;
  - c.** Nombres de los proveedores de servicios y su categoría, alcance y excepciones, así como políticas generales de prestación del servicio; y,
  - d.** Políticas de cobro, cancelación y reembolso que apliquen a los servicios contratados.
- 12.** Entregar un número de contacto de emergencia disponible para el cliente, habilitado 24 horas al día, los 7 días de la semana, para el caso de servicios, productos y paquetes turísticos en curso;
- 13.** Facilitar y acogerse en todo momento a las inspecciones que la autoridad competente realice;
- 14.** Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo a proveedores informales de servicios turísticos;
- 15.** Contratar a proveedores de servicios turísticos que cuenten con los permisos de funcionamiento turísticos vigentes; y,
- 16.** Las agencias de servicios turísticos que contraten los servicios de un representante de ventas (comisionista), serán las responsables de la gestión comercial realizada por el mismo y asumirán cualquier tipo de inconveniente presentado en dicha gestión.

**TITULO II**  
**DE LA INTERMEDIACION, OPERACION, DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS**  
**TURISTICOS Y DEL REPRESENTANTE DE VENTAS**

**CAPITULO I**

**DE LA INTERMEDIACION Y OPERACIÓN**

*Artículo 12.-* Intermediación. - Es aquella gestión comercial de mediación, organización y venta de servicios turísticos efectuada entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, comercializados de forma individual o en paquetes turísticos.

Para propósitos de este reglamento la actividad de intermediación turística podrá realizarse únicamente a través de agencias de servicios turísticos.

*Artículo 13.-* Operación. - Son aquellas diversas formas de organización, desarrollo y ejecución directa de viajes y visitas turísticas a nivel nacional, que incluye la provisión de servicios turísticos propios y/o de terceros.

**CAPÍTULO II**

**DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

*Artículo 14.-* Las Agencias de Servicios Turísticos ostentarán una sola clasificación y serán identificadas como "Agencias de Viajes".

Podrán realizar todas las actividades propias de la intermediación y operación turística, relacionadas con el turismo emisor y/o receptor, pudiendo especializarse en los segmentos que convengan a sus intereses comerciales.

La clasificación determinada en el presente artículo es aplicable en el territorio ecuatoriano.

*Artículo 15.-* Se consideran actividades propias de las agencias de viajes, las siguientes:

- a) Organizar, desarrollar y operar directamente, paquetes turísticos, viajes y visitas turísticas en el país.
- b) Elaborar, organizar y comercializar servicios y/o paquetes turísticos prestados dentro del país y en el exterior.
- c) Comercializar en el exterior servicios turísticos prestados en el país.
- d) Intermediar en la reserva y venta de servicios de transporte turístico terrestre,

marítimo, fluvial y aéreo, locales o internacionales, prestados dentro y fuera del territorio nacional;

e) En el caso de las agencias de viajes que cuenten con licencia IATA, la consolidación de pasajes aéreos requeridos por parte de las agencias de viajes que no cuentan con dicha licencia.

f) Efectuar la reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas, en el país y en el exterior.

g) Representar a las empresas de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial, alojamientos y operadores turísticos que no operen en el país.

h) Representar a otras agencias de viajes nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de servicios turísticos;

i) Alquilar y fletar aeronaves, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;

j) La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;

k) La entrega de información turística y difusión de material de promoción turística;

l) La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;

m) El alquiler de implementos y equipos destinados a la práctica de actividades de turismo de aventura y especializado; y,

n) La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

## **Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios.**

### **CAPITULO I**

#### **Normas Generales**

**Artículo 1.-** Este reglamento tiene como objeto normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios.

**Artículo 2.-** Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.

- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.
- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

**Artículo 3.-** *Ámbito de aplicación.* - El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

**Artículo 4.-** *Personalidad jurídica.* - Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

## **CAPITULO II**

### **De los Derechos y Obligaciones**

**Artículo 5.-** *De la Gestión.* - La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

**Artículo 6.-** *Del Ministerio de Turismo.* - Es función del Ministerio de Turismo promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores.

**Artículo 7.-** *Prestación directa.* - Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios turísticos autorizados en este reglamento, en la zona de su jurisdicción.



## CAPÍTULO II

### Marco metodológico

Con la intención de poder identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las cuales se enfrenta el Turismo Comunitario en base a temas de gestión, nos comprometemos para nuestra propuesta, lograr explotar los sectores turísticos de la comuna El Valle en el ámbito religioso hacia el sector de la Virgen del Valle, así como sus cascadas que está rodeada de montañas y vegetación con paisajes muy agradables, y crear las competencias estratégicas a trabajar en la comuna, analizando de esta manera, el trabajo colaborativo realizado, ya que de esta forma se dan a conocer los instrumentos acordados para recolectar la información necesaria referente al plan para el análisis propuesto, por lo que a continuación se detallan la metodología utilizada para nuestro trabajo:

#### Tipo de investigación

- *Investigación Cualitativa*

La investigación cualitativa es un proceso en la investigación que recoge información no cuantificable, con características analíticas que permitirá comprender el comportamiento en la fase interpretativa durante la recopilación de datos, lo que para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) en la revista General de Información y Documentación (2018) significa:

Quienes definen a la metodología cualitativa en su más amplio sentido de la investigación por no abordar necesariamente una medición numérica si no por descubrir expresiones sociales y culturales a través de un proceso interpretativo (2010, pág. 123).

De alguna manera la metodología cualitativa es considerada como un método de observación, sin recopilar datos numéricos, es decir recoge y evalúa datos para comprender criterios de interpretación según la observación.

- ***Investigación Cuantitativa***

La investigación cuantitativa implementada en esta investigación se aplica para conocer la realidad de una manera más imparcial, ya que se recogen y analizan los datos a través de variables medibles, según los autores Nell y Cortez (2018)

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. (pág. 69)

De cierto modo el propósito de la metodología cuantitativa es tratar de cuantificar los resultados del problema y entender el conocimiento de los hechos analizados, mediante la búsqueda de resultados a través de los sujetos que participan en la investigación o en las representaciones evidentes.

**Según finalidad:**

- ***Bibliográfica***

Según (Rodríguez U., 2013) la investigación bibliográfica permite, entre otras cosas, apoyar la investigación que se desea realizar, evitar emprender investigaciones ya realizadas, tomar conocimiento de experimentos ya hechos para repetirlos cuando sea necesario, continuar investigaciones interrumpidas o incompletas, buscar información sugerente, seleccionar los materiales para un marco teórico, entre otras finalidades.

La investigación bibliográfica es importante, porque de esa manera, se obtiene información, explorando todo tipo de artículos, ya sea científicos, revistas, libros, aportes, recursos, teniendo así información relevante que ayude a la investigación sobre el análisis de la aceptación del Turismo Comunitario en la comuna El Valle.

- *De campo*

Este tipo de investigación, abarca una amplia gama de métodos de investigación social que incluyen observación directa, participación limitada, análisis de documentos y otra información, entrevistas informales, encuestas, etc. Aunque la investigación de campo generalmente se caracteriza como investigación cualitativa, a menudo involucra múltiples aspectos de la investigación cuantitativa (Tesis y Másters Colombia, 2021).

La investigación de campo tiene como base a la observación donde consiste en buscar las personas que desean conocer o que llevan a cabo cierta actividad que les brinde un aporte para el trabajo de investigación, deben recoger sus impresiones y tomar nota con total atención sin interrupciones para llegar a la profundidad en las respuestas del caso.

**Según su objetivo gnoseológico:**

- *Descriptivo*

Según los autores (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020) de la revista Recimundo, la investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población en la que se estudia. Carlos Sabino en 1992 sostiene que es “el tipo de investigación que tiene como objetivo describir características fundamentales sobre los comportamientos del estudio”. La investigación descriptiva se encarga de precisar las características de la investigación, es decir que describe todo lo que ocurre sin llegar a las razones del trabajo.

**Metodología de investigación**

**Teóricos:**

*Inductivo-deductivo*

El método inductivo consiste en explicar la realidad a partir de su observación. Es un proceso que va desde lo particular hasta lo general. El investigador que usa este método parte de la observación de unos casos concretos y concluye que la realidad debe comportarse de esa manera. En este proceso, habrá formulado un comportamiento o ley que explique el fenómeno estudiado (Vásquez, 2017).

El razonamiento inductivo es un método que permite llegar a una conclusión, sin garantizarla, basándose en una investigación amplia y apoyándose en las observaciones específicas para finalmente verificar toda la información constatada.

El método deductivo consiste en explicar la realidad a partir de la lógica. Es un proceso que va desde lo general o abstracto hasta lo particular. Por lo tanto, el investigador que usa este método parte de una idea o premisa que considera apropiada y, a partir de ella, usa la lógica para alcanzar conclusiones. En este proceso, habrá formulado un comportamiento o ley, el cual utilizará en casos similares (Vásquez, 2017).

El razonamiento deductivo es un tipo de argumento o demostración en una investigación el cual conduce a una conclusión en específico, las hipótesis revisadas con este método suelen ser reglas o leyes que se aceptan como verdad para obtener un resultado, en base a confirmaciones que se dan por válidas o ciertas.

### **Recolección de datos**

Para realizar la recolección de datos entre la población de la comuna El Valle y lograr el análisis de los resultados a obtener, se utilizarán los métodos de la entrevista y la encuesta para la valoración sobre la propuesta para el análisis de aceptación del Turismo Comunitario en el cantón Chimbo, por lo que destacaremos su importancia en nuestro trabajo:

- ***Entrevista y Encuesta:***

La entrevista y la encuesta, generalmente, se han considerado como técnicas investigativas; sin embargo, en este trabajo se argumentan ambas, como métodos de indagación empírica. Se aportan nuevas posiciones al respecto, dentro de la Metodología de la Investigación Pedagógica, como ciencia social. Se adopta una posición teórica, en relación con el cuestionario, frente a ambos métodos (Feria Avila, Matilla González, & Mantecón Licea, 2020).

La entrevista es una reunión de dos o más personas para tratar algún asunto, y que está basada en un cuestionario de preguntas que indica el entrevistador para la persona entrevistada, en espera de sus respuestas u opiniones sobre un tema en particular.

La encuesta es un procedimiento de investigación, donde el investigador recopila los datos mediante un cuestionario diseñado anteriormente, sin modificar el ambiente de trabajo dónde se recoge la información para obtener respuestas sobre diversos temas.

- **Análisis de resultados**

En este punto del trabajo, se da a conocer el cuestionario realizado a grupos de turistas de la ciudad, las cuales se consideraron que se hicieron las preguntas necesarias y suficientes que aporten de manera significativa al estudio.

En el caso de las encuestas se utilizó en ciertas preguntas la escala en el grado de interés: muy interesado, poco interesado e interesado.

El tamaño de la muestra fue de 384 encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, que practiquen la actividad de turismo dentro y fuera de la ciudad o del país.

Para calcular el tamaño de la población se consideró a varios turistas mayores de 18 años y de diferentes sectores de la ciudad Guayaquil. Tomando en cuenta que es una población finita y que podemos trabajar en su totalidad, haremos referencia a la fórmula para calcular una población finita.

- **Cálculo de la muestra**

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

**Datos**

**n** = Tamaño de muestra buscado

**N** = Tamaño de la Población

**z** = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

**e** = Error de estimación máximo aceptado

**p** = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

**q** = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

- **Resultado de la muestra**

$$n = \frac{2698077 \times 0,95^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2(2698077 - 1) + 1,96^2 \times 0,05 \times 0,05}$$

$$n = \frac{640793288}{6745225}$$

$$n = 384 \text{ personas}$$

Para el cálculo de muestra se aplica la fórmula obteniendo 384 personas a quienes se les realizará una encuesta.

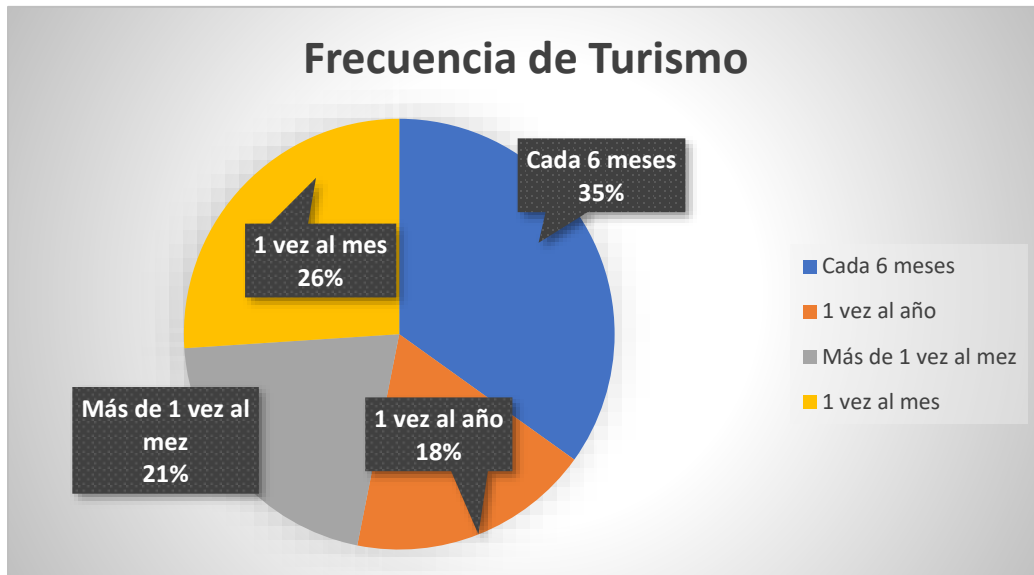
- **Resultados de la encuesta**

**1.- ¿Con qué frecuencia usted sale de turismo?**

**Tabla No. 1 - Frecuencia en el turismo**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Cada 6 meses	134	35%
	1 vez al año	70	18%
	Más de 1 vez al mes	80	21%
	1 vez al mes	100	26%
	<b>TOTAL</b>	384	100%

**Gráfico No. 1 – Frecuencia de Turismo**



*Gráfico 1 - Frecuencia de Turismo*

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se evidencia que un 35% salen de turismo cada 6 meses, el 26% lo hace 1 vez al mes, el 21% más de 1 vez al mes y el 18% 1 vez al año según los factores que consideren necesarios para realizar un viaje.

**2.- ¿Qué tiempo permanece en el lugar donde iría de visita?**

**Tabla No. 2 - Permanencia en el lugar**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
<b>2</b>	1-8 horas	114	30%
	1 día	100	26%
	2 días	80	21%
	Más de 3 días	90	23%
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 2 – Permanencia en el lugar de visita**



*Gráfico 2 - Permanencia en el lugar de visita*

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada se evidencia que el 30% de los turistas permanecen de 1-8 horas en el lugar visitado, el 26% se mantiene 1 día en el sitio, y del 21 al 23% de los visitantes pueden estar de 2 a más de 3 días en el lugar donde está de visita.

**3.- ¿Qué tan interesado estaría usted en realizar un viaje que le permita participar del estilo de vida de una comunidad?**

**Tabla No. 3 - Interés de viaje al estilo comunitario**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
<b>3</b>	Muy interesado	144	37%
	Poco interesado	130	34%
	Interesado	110	29%
	<b>TOTAL</b>	384	100%



**Gráfico No. 3 – Interés de viaje al estilo comunitario**



*Gráfico 3 - Interés de viaje al estilo comunitario*

**Análisis e interpretación:** Del total de la población estudiada el 37% de los turistas se encuentra muy interesado en realizar un viaje que le permita participar del estilo de vida de una comunidad, al igual que el 34% y el 29% que posee un mínimo interés.

**4.- ¿Qué tan interesado estaría usted por realizar dicho viaje a la comunidad El Valle, del cantón Chimbo?**

**Tabla No. 4 - Interés de viaje a la comunidad El Valle**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Muy interesado	144	37%
	Poco interesado	110	29%
	Interesado	130	34%
	<b>TOTAL</b>	384	100%

#### Gráfico No. 4 – Interés de viaje a la comuna El Valle

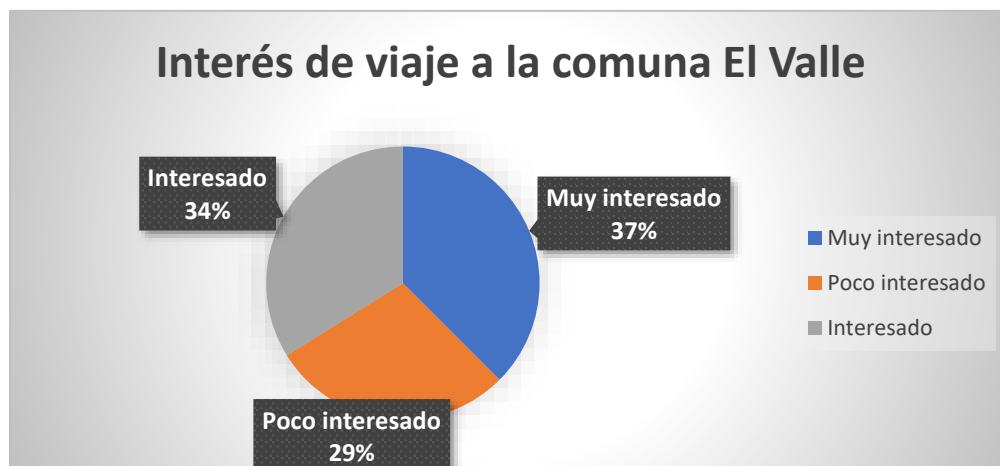


Gráfico 4 - Interés de viaje a la comuna El Valle

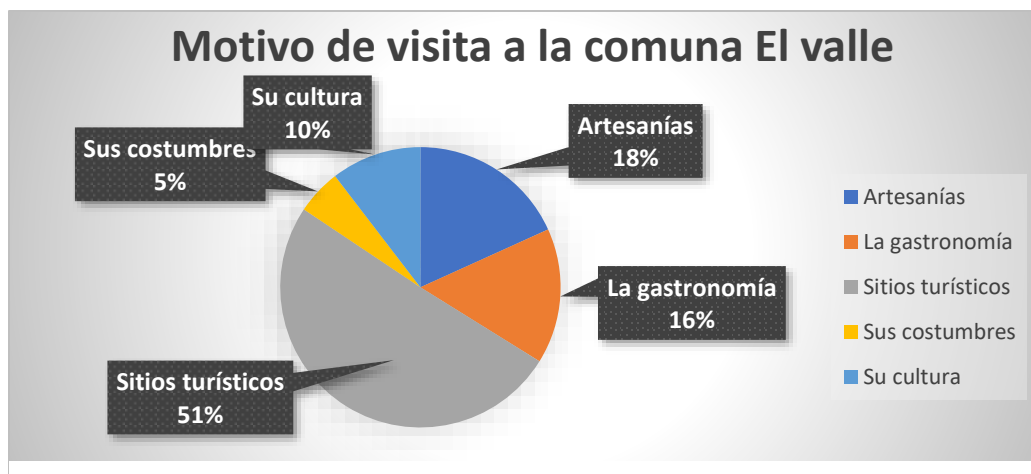
**Análisis e interpretación:** Del total de la población de personas encuestadas el 37% de los turistas se encuentra muy interesado en realizar un viaje a la comuna El Valle participar del estilo de vida de una comunidad, al igual que el 34% y el 29% que posee un poco de interés.

#### 5.- ¿Cuál sería un motivo de visita a la comuna El Valle?

Tabla No. 5 - Motivo de visita a la comuna El Valle

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Artesanías	70	18%
	La gastronomía	60	16%
	Sitios turísticos	194	51%
	Su cultura	20	10%
	Sus costumbres	40	5%
	<b>TOTAL</b>		384

**Gráfico No. 5 – Motivo de visita a la comuna El Valle**



*Gráfico 5 - Motivo de visita a la comuna El Valle*

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se evidencia el motivo por el cual visitarían la comuna, por lo que un 51% indican que irían a los sitios turísticos, con el 18% confirman que saldrían por las artesanías, un 16% por la gastronomía de la comunidad, un 5% por sus costumbres y el 10% por su cultura.

**6.- ¿Qué atractivos turísticos le llaman la atención de la comunidad?**

**Tabla No. 6 - Atractivos turísticos llamativos**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
<b>6</b>	Cascadas	100	26%
	Los templos religiosos	130	34%
	Miradores	80	21%
	Senderos, montañas	74	19%
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

## Gráfico No. 6 – Atractivos turísticos llamativos

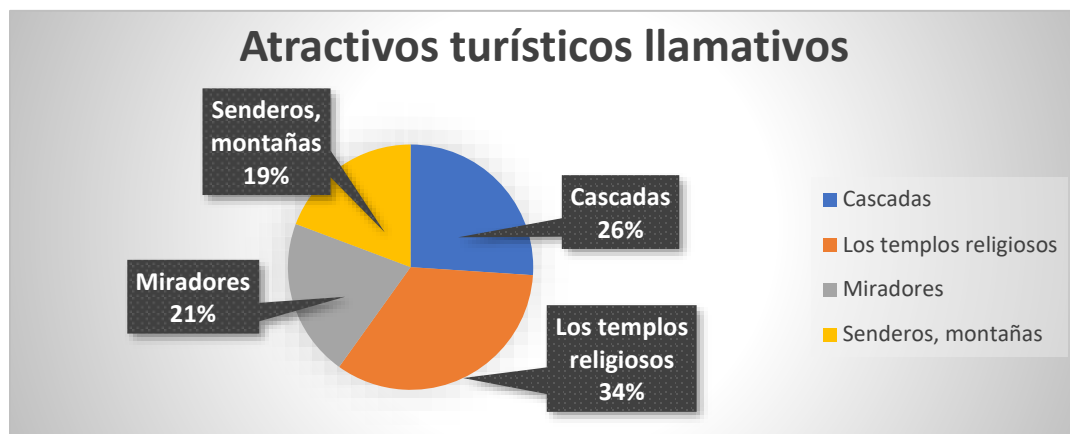


Gráfico 6 - Atractivos turísticos llamativos

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se evidencia lo confirmando en la interrogante anterior, el 34% de los encuestados visitarían los templos religiosos, mientras que un 26% irían a las cascadas, así como un 21% que gustan de los miradores altos y un 19% que saldrían a los senderos y las montañas como parte de los atractivos turísticos llamativos que les gustaría visitar en la comuna.

7.- Si le ofrecieran un programa turístico para realizar actividades en la comuna, ¿cuál de ellos realizaría?

Tabla No. 7 - Actividades en la comuna

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Aprender a preparar la comida típica	80	21%
	Dormir y compartir en casa de una familia	94	24%
	Pescar	30	8%
	Practicar algún deporte	60	10%
	Probar comida típica	80	16%
	Realizar una caminata	40	21%
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Gráfico No. 7 – Actividades en la comuna

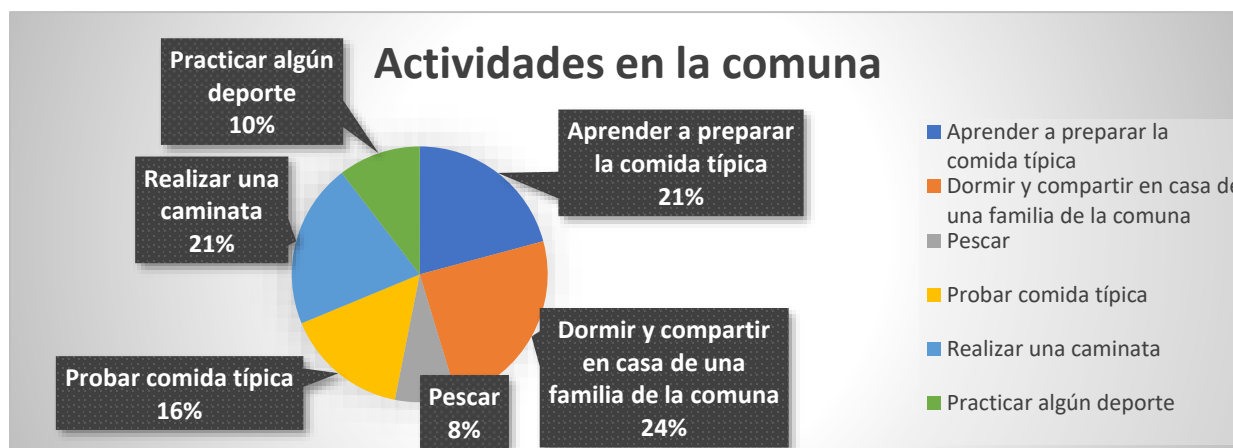


Gráfico 7 - Actividades en la comuna

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se evidencia que el 24% prefieren dormir y compartir en casa de una familia de la comuna y un 16% probar

comida típica, mientras que el 21% escoge aprender a prepararla, el 10% elige practicar algún deporte con los lugareños de la comunidad, el 21% prefiere realizar caminatas y el 8% opta por ir de pesca, según las actividades ofrecidas para realizar en la comuna dentro de un paquete de programa turístico comunitario.

**8.- ¿Cuántos días estaría dispuesto a realizar en un programa de turismo comunitario, las actividades mencionadas en la pregunta anterior?**

**Tabla No. 8 - Tiempo de estadía para realizar actividades en la comuna**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	1 día	140	36%
	2 días	130	34%
	3 días o más	114	30%
	<b>TOTAL</b>	300	100%

**Gráfico No. 8 – Tiempo de estadía para actividades**



*Gráfico 8 - Tiempo de estadía para actividades*

**Análisis e interpretación:** Del total de la población encuestada, se define que un 36% prefiere permanecer 1 día para realizar una o varias de las actividades ofrecidas en el tema de la pregunta anterior, mientras que un 34% confirma que prefiere estar 2 días compartiendo con los habitantes de la comuna y un 30% optan por estar 3 días o más.

**9.- ¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más lo motivaría a realizar este programa de turismo comunitario?**

**Tabla No. 9 - Aspectos que motivan a realizar el programa de turismo**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
9	Conocer la gastronomía de la comunidad	95	25%
	Conocer nuevas culturas y costumbres	70	18%
	Observar y conocer su forma de trabajo	45	12%
	Tener contacto con la naturaleza / paisajes	174	45%
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 9 – Aspectos que motivan**



*Gráfico 9 - Aspectos que motivan*

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas, se evidencia que un 45% de los encuestados prefiere tener contacto con la naturaleza y los paisajes mientras que un 25% prefiere conocer la gastronomía de la comunidad, el 18% prefiere conocer nuevas culturas y costumbres mientras que un 12% opta por observar y conocer la forma de trabajo de los lugareños del sector, siendo cada uno aspectos para motivar a los turistas a acceder al programa turístico comunitario.

**10.- ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada?**

**Tabla No. 10 - Importancia de contar con guías expertos acerca de la comunidad**

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
<b>10</b>	Muy importante	130	39%
	Poco importante	80	29%
	Importante	90	32%
	<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Gráfico No. 10 – Importancia de contar con guías expertos**



*Gráfico 1 - Importancia del guía*



**Análisis e interpretación:** Del total de los encuestados se evidencia que un 39% considera que es muy importante contar con guías expertos acerca de la comuna con el fin de que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, mientras que un 32% solo lo considera importante y un 29% indica poca importancia en todo ámbito.

## CAPÍTULO III

### **Antecedentes**

El turismo comunitario es una herramienta para potenciar y ampliar la búsqueda de destinos turísticos en el país, siendo una alternativa donde se aprecia la cultura rural, la actividad económica agrícola, la exploración de gastronomía y naturaleza. A través del presente análisis se busca establecer la aceptación del turismo comunitario en la comuna El Valle, con el fin de explotar y preservar al mismo tiempo las bondades que tiene por ofrecer tanto la comunidad como los turistas.

El propósito del estudio es identificar los principales incentivos turísticos que se puedan ofrecer en una comunidad específica El Valle, preservando y respetando su cultura, integrando al turista en el día a día. Tomando como ventaja que La comuna del El Valle se encuentra en la lista de patrimonios religiosos de Ecuador. Las herramientas que se obtengan a través de los datos estadísticos servirán para generar un itinerario turístico según las necesidades actuales de la comunidad y de los turistas. El Valle cuenta con atractivos naturales y culturales aptos para el desarrollo del turismo comunitario, ya que presenta una zona climática que va desde el frío andino hasta el cálido subtropical, lo que lo hace ideal para disfrutar de varios climas en el mismo sitio. Es así que estas características geográficas componen oportunidades reales para desarrollar nuevas actividades de turismo de aventura. Además, cuenta con recursos naturales de singular belleza, lo que la convierte en una región con potencial turístico, mediante la explotación de los recursos naturales de manera planificada, responsable y sustentable, lo que es tanto una ventaja como una oportunidad para el desarrollo de su población. De acuerdo a los resultados obtenidos, es de suma importancia capacitar a los residentes de la comuna del sector para que puedan brindar a los turistas no solo la información y asistencia turística suficiente, sino la experiencia única y segura de querer recomendar el sitio como punto turístico, luego de conocer las maravillas del sector.

Desarrollar un programa de actividades turísticas para perfeccionar la calidad de vida de sus residentes significa promover el progreso de la región, en específico dando la posibilidad de incluir una gama de actores en el abastecimiento de servicios turísticos.

## **DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y TURÍSTICO**

### **3.2.1 Diagnóstico Territorial**

El diagnóstico territorial permite determinar la capacidad de acogida del sitio, identificando criterios para analizar la unidad de acuerdo con las dimensiones. La ordenación territorial permite una mayor comprensión del ambiente, los recursos en espacios naturales y su gestión. (Gómez & Gómez, 2013)

En el análisis de este proyecto, existe interés por el medio físico, la economía, la productividad, el sociocultural, los asentamientos humanos, la viabilidad y el diagnóstico político institucional de la comuna El Valle.

### **3.2.2 Diagnóstico Físico ambiental**

Los sistemas territoriales, en cambio son el resultado de la forma en que progresan las sociedades, en las que el entorno físico interactúa a través de actividades. Los habitantes utilizan el espacio y crean varias formas de organización, formando grupos, instituciones, todo sujeto a normas legales para el equilibrio y permanencia del sistema territorial.

Tomando como destino El Valle, el paisaje como unidad ambiental permite el análisis de los territorios no solo en términos físicos, sino también económicos y sociales como resultado de estudios territoriales. En El Valle existen tres (3) tipos de terreno: Montañas, cerros y cuevas.

### **3.2.3 Componente Biofísico**

Los principales mecanismos biofísicos son: topografía, geología, uso y cobertura. Suelos, información climática, recursos no renovables existentes de valor económico, Energía y medio ambiente, recursos naturales degradados y sus causas, impactos y Niveles de contaminación ambiental, ecosistemas frágiles y prioridades La proporción y extensión del territorio continental protegido o Gestión ambiental, servicios ambientales ecosistemas, agua, aire y amenazas o Peligro. (Secretaría Nacional de Planificación, 2015)

FORMACIONES GEOLÓGICAS	DESCRIPCIÓN
Formación Cangahua	Está constituido por rocas Volcano-clásticas, piroclastos, lahares y flujos de lava.
Formación Macuchi (Cretácico superior - paleógeno)	Escarpados, heterogéneos, disectados, con laderas de fuertes pendientes, cimas agudas.

FUENTE: PRONAR EG-SENPLADES 2014

ELABORACION: Consultor

### 3.2.4 Relieve montañoso y uso de suelos

Según una investigación ejecutada para el PDOT (El plan de desarrollo y ordenamiento territorial) La parroquia Telimbela a la cual pertenece la comuna El Valle, por su topografía bastante irregular la mayor parte de su superficie está ocupada por vegetación arbórea, montañas naturales y áreas de conservación con alto valor ecológico con 11.729,07 hectáreas que corresponden al 70,44 % de la superficie total de la parroquia, la actividad agrícola está en segundo lugar con un área de 4.636,27 hectáreas que corresponde a un 27,84 % y finalmente la actividad agropecuaria con 285,62 hectáreas que corresponden a un 1,71 % de la superficie total de la parroquia.

Unidad de Uso o Cobertura Vegetal	Año 2015 (ha)	%
Pastos naturales y Pastos cultivados	11.729,07	70,44
Cultivos permanentes y Cultivos transitorios	4.636,27	27,84
Bosque, montañas naturales y áreas de conservación.	285,62	1,72
<b>TOTAL</b>	<b>16.650,97</b>	<b>100,00</b>

FUENTE: MAGAP TELIMBELA- SIGAGRO 2011 - INFOPLAN

ELABORACION: Consultor

<b>PLOBLADOS POR ZONAS</b>		
<b>ZONA ALTA</b>	<b>ZONA MEDIA</b>	<b>ZONA BAJA</b>
Gualazay	Cadial	La Toquilla
Tiumbil Chico	Tiandiyagote	Monte Redondo
Tiumbil Grande	Unión de Tiandiyagote	Curva Brava
El Llano	Capilla del Tronador	Tres Palos
Mususan	Tronador Grande	Soledad del pobre Diablo
Ashcoaca	Pilcopitig	La Soledad
La Laguna	El Corosal	Embarcadero Grande
El Tambo	El Atio	Tablas Tronador
El Puygo	Telimbela	Tablas Parnazo
Tres Cruces	San Francisco Chico	San Nicolás
	San Pablo la Florida	La Alsacia
	Choropamba	El Valle
	Santa Rita	Copalillo
	San Francisco Grande	Tablas la Florida
	San Francisco de Cumbilli	Pueblo Nuevo
		El Mirador

**FUENTE:** GAD Provincial Bolívar - Investigación de campo

**ELABORACION:** Consultor

### 3.2.5 Clima

En la Comuna del Valle prevalece a la actualizas por dos pisos climáticos bien definidos: Tropical Mega térmico Semi-Húmedo y Ecuatorial de Alta Montaña.

Descripción de la información climática:

<b>CLIMA</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>Localidades</b>
Ecuatorial de Alta Montaña	70,00	Comunidades de la zona alta y media de la parroquia
Tropical Megatérmico Semi-Húmedo	30,00	Comunidades de la zona baja
Total	100,00	

**FUENTE:** SENPLADES 2015 - CARTAS GEOLOGICAS.

**ELABORACION:** Consultor

<b>TEMPERATURA</b>		
<b>Rango de Temperatura °C</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>Localidades</b>
14 - 18	70,00	Comunidades de la zona media y alta
18 - 26	30,00	Comunidades de la zona baja
Total	100,00	

**FUENTE:** SENPLADES 2015 - CARTAS GEOLOGICAS.

**ELABORACION:** Consultor

### 3.2.6 Agua

De acuerdo a PDOT entregado a La parroquia Telimbela, se han identificado tres microcuencas hidrográficas conformadas por varios afluentes que hacen notar la riqueza hídrica de la parroquia, la presencia de tantos afluentes favorece a las actividades agrícolas que utilicen sistemas de riego, o proyectos que utilicen esta agua para consumo humano o para la producción es así que El Valle posee los recursos naturales tomados del Río Telimbela, Cascadas del Tronador lo que es beneficioso para la comuna ya que presta varios usos especialmente el agrícola y es favorable para experimentar deportes extremos de agua. Sin embargo, la existencia de amenazas naturales es viable para el territorio de El Valle gracias a su ubicación en la cordillera occidental, es propenso a los derrumbes y en la temporada de invierno al aumento considerable de agua en el Río y Cascadas.

Recurso	Descripción	Tipo de Infraestructura	Numero de Concesiones	Superficie Ocupada	Observaciones
Pétreo y Áridos	Material pétreo y áridos	Canteras	Ninguna	Riberas de los ríos y minas	Lo realizan de forma ilegal cuando necesitan lastrar vías o para uso personal.
Ríos Agua	Consumo humano y riego	Captaciones	Ninguna	Indefinida	Sistemas de agua para consumo humano y sistemas de riego.
Cascadas	Generación de turismo	Cascadas Naturales	Ninguna	Indefinida	Atractivos turísticos pero necesitan ser promocionados

**FUENTE:** Investigación de campo  
**ELABORACION:** Consultor

## SISTEMA ECONÓMICO PRODUCTIVO

### 3.2.7 Componente Económico

La principal actividad económica de la región de El Valle es la agricultura. Los actores de producción que impulsan la economía de la comunidad son los elementos naturales, el trabajo y el capital. Los puntualizados en los planes estatales y provinciales.

#### Principales establecimientos y unidades socio – económicas de la Comuna El Valle

Principales establecimientos	Nº de locales
Abarrotes	3
Queseras privadas pero en servicio de la comunidad	2
Centro de acopio privado de banaorito (privado)	1
Centros Estilistas	2

**FUENTE:** Información de campo

**REALIZADO:** Consultor



#### Trabajo y Empleo

En cuanto a la acción productiva en labores, la población de la comuna de El Valle vive de la agricultura, ganadería diaria y del bono solidario que entrega al

estado. Debemos tener en cuenta que gran parte de la comuna no ha tenido la oportunidad de estudiar o culminar sus estudios básicos por lo que por diversas generaciones vienen ejerciendo el trabajo que han heredado de sus familias. Es por tal razón que se aprovecha la fiesta religiosa de la Virgen del Valle para poder realizar distintos comercios.

### **2.1.1. Sistema socio-cultural**

En cuanto al uso del espacio público, existen factores por las cuales la gente torna a exigir varios de los servicios, como canchas, coliseos cerrados, parques infantiles, mercados, etc. Lo poco que tienen en la actualidad también es una cuestión de información del público.

El levantamiento de campo señala que existe una totalidad de 60 habitantes de los cuales 43 son mayores a 15 años.

<b>Detalle</b>	<b>Población</b>
Población del recinto El valle	60

### **Lugar de realización**

El enfoque de la política del Gobierno Nacional es promover y promocionar El turismo, ya que este prototipo de actividad económica puede intensificar la economía de un país, en este caso de la comuna de El Valle. Sobre los sectores que abarcan los sistemas de: transporte, restaurante, hotelería, artesanía, y producción en esta comuna tiene un rico potencial de recursos naturales, culturales, religiosos y gastronómicos que muy bien pueden ser explotadas, es importante señalar que hasta el momento un plan de desarrollo turístico es nulo en la comuna de El Valle.

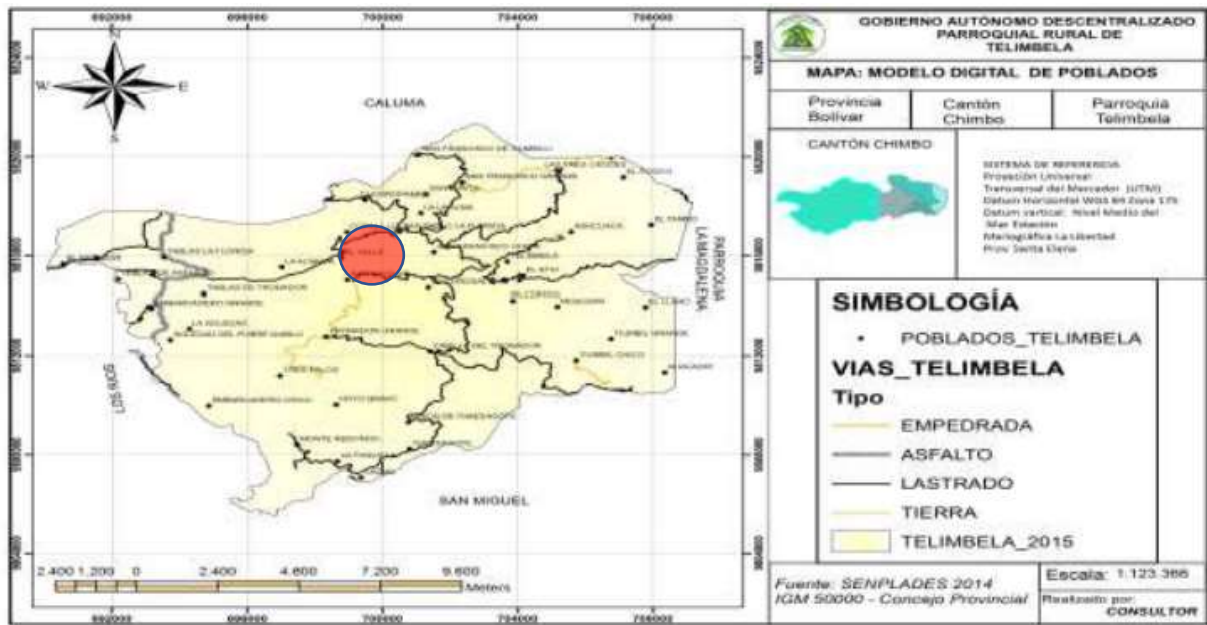
Uno de los principales problemas es el que describe el presidente de la directiva de la comunidad, que es él quien realiza todas las funciones y actividades para la organización de las fiestas que se celebran en la comuna.

La comuna El Valle en el cantón Chimbo, con una altitud de 2.450 metros de altura sobre el nivel del mar, se encuentra en una posición geografía entre cordillera y ríos, que



le otorga la capacidad de ser atractiva a aquellas que personas que buscan cualidad de las regiones de la Costa y Sierra en un mismo lugar. Su población en la comuna El Valle que depende de actividad económica principalmente agrícola, y en temporada de feriados con una actividad turística que merece ser explotada por su potencial.

No se encuentra en ningún registro del GAD Municipal del Cantón Chimbo información acerca de los principales atractivos turísticos de esta parroquia, sin embargo pero en el levantamiento de información de campo Los principales lugares turísticos de la comuna son cascadas, templos religiosos, miradores, senderos y montañas. Además de contar con otros atractivos como su gastronomía y artesanías. Al igual que se pudo encontrar unas acotaciones en el PDOT del GAD Parroquial de Telimbela.



### Misión del GAD Municipal del Cantón Chimbo

Contribuir al bienestar de la sociedad del Cantón Chimbo a través de la dotación de obras y servicios públicos, desarrollo humano, social, turismo, interculturalidad, ambiental y productivo para promover el desarrollo integral sostenible y procurar el mejoramiento de la calidad de vida con participación ciudadana y equidad.

## **Misión del GAD Municipal del Cantón Chimbo**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chimbo, se constituirá en un ejemplo de desarrollo local y contará con una organización interna eficiente generadora de productos y servicios compatibles con la demanda de la sociedad para convertir a Chimbo en un modelo de progreso, de manera sustentable, respetando el ambiente, promoviendo la interculturalidad, la inclusión social, el turismo y la equidad de género, generando productos y servicios públicos de calidad con un talento humano idóneo y capacitado.

## **Justificación e importancia**

La presente propuesta busca otorgar a los habitantes de la comuna El Valle la información necesaria para generar un itinerario turístico usando los principales y más significativos recursos que tienen a disposición. Al ser una comuna rural, la identificación de cada habitante como su propio recurso de generación de turismo conlleva a la capacitación de la comunidad. Las capacitaciones se dan a través de charlas informativas para reconocimiento de sitios turísticos, amplio conocimiento de su historia, datos curiosos e introducción a sus costumbres, turismo responsable con su entorno y sus atractivos naturales, elaboración de fichas de atractivos para levantar información que se pueda usar para seguir planificando nuevos proyectos don se busque siempre la mejora del buen vivir de la comunidad mediante el turismo comunitario. Se destaca la importancia de la identidad de un pueblo andino, que se sirve al mismo tiempo de recursos tecnológicos como las redes sociales, y las más tradicionales siendo los folletos.

El propósito de combinar los recursos actuales con los tradicionales busca generar concienciación de la importancia de valorar las formas de acceso a las que tienen diferentes poblaciones. El folleto representa el acceso universal para los lugares que no cuentan con red de internet, y por otro lado el registro digital en redes sociales a través de publicaciones con la ubicación de la comuna, dada por los turistas que disfrutaran del intercambio cultural con los habitantes de la comuna.

## **Objetivo General de la Propuesta**

- Implementar estrategias mediante medios físicos y digitales que permitan el desarrollo del turismo comunitario en la comuna El Valle.

## **Objetivos Específicos de la Propuesta**

- Aportar a la comuna El Valle la posibilidad de mejorar la calidad de vida mediante el turismo comunitario.
- Desarrollar el análisis de campo para la viabilidad del turismo comunitario.
- Crear concientización sobre la importancia del turismo en las comunidades.

## **Desarrollo de la propuesta**

La totalidad de los habitantes de la comuna están dispuestos a participar en actividades turísticas, culturales, gastronómicas, religión y de deportes. Lo que implica que se pueden crear fuentes de trabajo, dando la oportunidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes per así mismo al detectar que no tienen instrucciones se promueve una educación básica, adicionalmente una la capacitación en turismo y sus fines, para poder organizarlos en consecuencia. No hay mejor manera que incentivar a la comunidad y presentarles un proyecto que mejorará su estándar de vida iniciando una actividad económica desde lo mejor que saben hacer.

Teniendo en cuenta que este análisis sirvió para la elaboración de una propuesta desde sus necesidades incluso sin saber que las tenían ya que de los 60 habitantes que se dividen en 15 viviendas en el sector de El Valle levantamos información de campo que aún habiendo red eléctrica muchas de estas viviendas no cuentan con el uso de esta como se detalla en el cuadro:

<b>ABASTECIMIENTO DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN LA COMUNA DEL VALLE</b>	
COBERTURA	COBERTURA DE LA RED
Red de Energía Eléctrica	7
Red sin cobertura	2
Otros	6
<b>TOTAL DE HOGARES</b>	<b>15</b>

El uso de herramientas tecnológicas y físicas permite la difusión a la población en busca de turismo tanto nacionales como extranjeros. Teniendo en consideración que el GAD Parroquial de Telimbela se ofrece a prestarnos ayuda en la ejecución del mismo teniendo como base el compromiso de llevarlo a cabo, prometen gestionar una repetidora de señal de internet de CNT que es la única Operadora que llega con la señal hasta la comuna de El Valle para que de esa forma las actividades que se realicen quede plasmado en redes sociales durante las visitas.

Haremos la invitación a influencers de aventura tanto nacionales como internacionales en alianza con el GAD Parroquial de Telimbela para que sea más formal, y puedan experimentar una nueva forma de hacer turismo, dando la oportunidad de intercambiar culturas y experiencias con los habitantes, además de realizar actividades propias de la región.

La Finca La Victoria propiedad de la Familia Suárez Moya está abierta a la colaboración para que este proyecto se realice dando el hospedaje de los invitados a cambio de un canje de publicidad no solo de la finca sino de la comuna El Valle. Dentro de su propuesta esta incluida la excursión montaña arriba a las Cascadas del Tronador que se encuentran dentro de su propiedad, la cosecha de naranja famosa en la zona por ser las más dulces del país, elaboración de platos típicos en conjunto con los invitados entre otras cosas.



El padre de la Iglesia Católica de la Virgen del Valle se une a esta propuesta realizando la misa de apertura y colaboración para dar a conocer que esta comuna se encuentra llena de cultura y religión de la cual podemos aprender más cada día.



Se realizarán Lives en las diferentes plataformas con detalles de ubicación en tiempo real, reseñas en buscadores web, acceso a datos telefónicos y uso de mapas con la información de la comuna, variables que contribuyen a fortalecer la promoción de

itinerarios turísticos según las necesidades y exigencias de cada individuo, basados en el turismo comunitario.



Teniendo en cuenta que el ecoturismo no es lo mismo que turismo comunitario, este último es la oportunidad que tiene el turista de convivir directamente con la comunidad, ese es el atractivo que radica en este tipo de turismo, la participación activa en las costumbres y hábitos de la vida comunitaria, con la ventaja de disfrutar la etnografía, su entorno natural, cultural y gastronómica.

### **Selección del público objetivo**

Según los resultados generados en la encuesta, se obtuvo que la población sin discriminación de edad ni sexo busca permanecer en un sitio con la descripción de la comuna El Valle, entre 1 a 2 días, siendo el tiempo con mayor frecuencia de 8 horas. Debido al horario, se pueden generar actividades apto para todo el público, familiar y de índole recreativas que generen un nicho en aquellas personas en sectores aledaños y de distancias menores a 3 horas de viaje una rutina de escape a la vida diaria.

### **Expectativas a satisfacer con la propuesta de desarrollo**

Las expectativas que nos planteamos a satisfacer son mostrar la belleza de El Valle y posicionar el destino como un lugar ideal para experimentar y disfrutar, así como también llenar las expectativas y ampliar el conocimiento de los turistas que visiten El

Valle. Logrando que tanto el turista como la comunidad experimenten nuevas sensaciones en su entorno.

### **Estrategias de marketing aplicables**

La estructura de las estrategias se ha dado de la siguiente manera, con el fin de potenciar y apalancar una estrategia con la otra:

- Marketing SEO local – Google
- Contenidos publicitarios en redes sociales a través de hashtags, tendencias y uso de ubicación en publicaciones que identifican a la comunidad.
- Contenido Live de los influencer's invitados
- Continuidad de live streaming de las actividades turísticas de la zona
- Diseño de volantes impresos.

### **Situación actual:**

La comuna El Valle actualmente no posee ninguna estrategia de promoción de mayor difusión. Hasta la presente ha contado con el apoyo de familiares y amigos de la misma comunidad, que al conocer las bondades del sector buscan promocionarlo. Sin embargo, esto no es suficiente para generar un ingreso económico ni mucho menos llamarlo turismo comunitario ya que se necesita las herramientas necesarias para lograr un mejor desarrollo y una gran difusión del lugar.

El escaso y casi nada desarrollo en servicios turísticos hace fácil el desconocimiento del sector al turista externo, incluyendo la inadecuada planificación o programa para su promoción.

Encontramos una deficiencia en la gestión turística por parte de las autoridades responsables de la comuna, sin embargo, con una correcta planificación e investigación se podría analizar las mejoras para la viabilidad del turismo comunitario en el sector.

### **Diseño de la propuesta promocional y publicitaria**

**SEO local: Comuna El Valle, Chimbo, Bolívar**

## Portal del negocio en Google

La herramienta de Tu negocio en Google, permite destacar a través de imágenes, ubicación en mapas, números telefónicos para localización, descripción de actividades a ofrecer y sobre todo el acceso a reseñas por parte de las personas que han visitado el lugar, este último es una de las herramientas más importantes a utilizar y de las más usadas por los turistas en general, no importa el destino ya que el turista valora la opinión de la experiencia ajena. Es decir, las reseñas permiten la calificación que le da el turista al lugar y la experiencia vivida, lo que nos promociona de forma directa. Así que es responsabilidad e la comuna El Valle brindar el mejor de los servicios y experiencias para permanecer en una calificación alta, generando así nuestra propia promoción indirecta. La creación del perfil es elemental para mostrar los productos y servicios del turismo comunitario en El Valle, de esta manera se logra dar un anticipo de los beneficios y poder generar una retroalimentación que ayude a mejorar la experiencia de los usuarios. Permitiendo siempre mejorar y lograr un intercambio de cultura que la mayoría de los turistas extranjeros buscan a diferencia del Nacional que busca salir del stress o pasar en familia.



Es importante considerar que los datos proporcionados en negocio en Google, permite que las búsquedas web se filtren con mayor confiabilidad, a través de palabras claves que proporcionan más detalle y mejoran el algoritmo cuando se trate de buscar datos de la comuna en específico, ayudando al turista a encontrarnos y a nosotros ser encontrados.





### **Redes sociales a través de hashtags y geolocalización.**

El día a día en las redes sociales permite crear tendencias de búsqueda a través de hashtags y geolocalizaciones o ubicaciones en mapas en las publicaciones individuales o en grupo. Debido a que la mayoría de las personas en la actualidad durante o luego de una visita a un lugar turístico realizan publicaciones en redes sociales como Instagram, Tik Tok, Facebook entre otras, el uso de hashtags predeterminados por los comuneros para la difusión en redes es una oportunidad para darse a conocer sin barreras. De esta manera se realiza una publicidad a través de las propias experiencias de los turistas que han visitado la comuna, con sus vivencias y mayor rango de visualización que generando un perfil en una red.

Para crear estas tendencias tenemos como propuestas los hashtags **#ComunaElValle** **#TurismocomunitarioEC** **#TurismoEcuador**, sin embargo, no debemos dejar de lado que estos mismos hashtags pueden ser utilizados en los Reels o los famosos “Lives” que nos ofrecen estas herramientas en redes sociales.

El manejo de las redes sociales estará a cargo de la Directiva de la Comuna principalmente de una persona que en conjunto al GAD Parroquial estarán en constante

capacitaciones en las tendencias de las redes sociales como herramientas de Marketing Digital. Estas capacitaciones serán dadas gracias a la colaboración al GAD Municipal de Chimbo que consiguió ayuda del sector privado. Es así que la Ingeniera Johanna Espinoza, especialista en Marketing Digital y E-commerce con más de 10 años de experiencia en el mercado y amante del Turismo Ecológico, de Aventura, Comunitario y sostenible.

Nuestra principal red es Instagram donde se mostrará como realmente se vive el turismo comunitario así como también el uso de los hashtags en tendencia para esta propuesta.



Las experiencias a través de imágenes, videos, reels publicados en las redes sociales de las personas que visitan la comuna, generará interés para la audiencia que aún no la visitado El Valle. Debemos tener en cuenta que la mayor búsqueda de lugares para hacer turismo empieza por Instagram, continuando una búsqueda más a fondo dentro de los comentarios realizador por los turistas, una vez tenga visto y seleccionado su objetivo gracias a la información generada por redes.



## Volantes impresos

Los volantes impresos corresponden al itinerario turístico a realizar en cada visita. Proporciona una promoción a varios grupos de población e incentiva a realizar la aventura en la comuna. Para que las volantes tengan un mayor impacto, se decide entregar con frecuencia a las personas que transitan por el sector y como guía a los turistas de edad avanzada. Además de entregar los volantes en las gasolineras de paso, las estaciones de servicios, Iglesias Parroquiales, Gad Municipales y Cantonales vecinos, para que los turistas que se dirigen a otras zonas puedan enterarse de la existencia de La comuna El Valle y nos busquen en redes.



### Presupuesto general

Cantidad	Descripción	Costo	Observación
1	SEO local	\$40	Debe ser actualizado durante temporada de feriados, generando mayor visualización en búsquedas. Contrato por obra.
1	Redes sociales	\$0	Es un apalancamiento a través del contenido de los turistas que visitan la comuna.
1	Volantes impresos	\$70	La impresión favorece a la población que no maneja con facilidad redes y permite la guía en actividades.  Contrato por obra.
	Imprevistos	\$100	
	Total	\$210	

## Conclusiones

- Se procedió a revisar los diferentes conceptos de varios de los autores citados para emplear en el proyecto, donde se confirmó que ayudaron a la fundamentación del marco teórico y contextual.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se establece que existe una influencia significativa el cual indica que se observa como los procesos de dirección recaen en el desarrollo turístico del cantón Chimbo, provincia Bolívar.
- Al realizar un diagnóstico a la Comuna El Valle se evidencia que la publicidad y promoción en las redes sociales es escasa, es decir; lo que ha conllevado que el centro no tenga la acogida deseada a nivel nacional e internacional, y que solo se ha consolidado a nivel local.
- Al desarrollar un plan de promoción y difusión turística se aplicaron estrategias tanto para redes sociales como SEO, por lo que se podrá difundir de manera online con información relevante con los que cuenta la Comuna El Valle, y así potenciar el turismo comunitario en el Cantón Chimbo.

## CRONOGRAMA PARA DESARROLLAR LA PROPUESTA

Estrategia	Acciones	MESES - AÑO 2020											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>OBJETIVO N°: 1</b>													
Implementar un programa de las instalaciones internas.	Definir trabajos a realizar.												
	Establecer un cronograma de trabajo.												
	Ejecutar el trabajo programado.												
	Evaluar el trabajo realizado.												
Planificar los servicios turísticos.	Definir actividades a realizar.												
	Establecer un cronograma de actividades												
	Ejecutar actividades programadas.												
	Evaluar las actividades realizadas.												
Realizar eventos de capacitación en orientación turística.	Desarrollar los temas:												
	¿Qué es el turismo?												
	¿Importancia del turismo?												
	Requisitos para desarrollar un turismo comunitario de calidad y responsable												
	La comunidad y el turismo.												

Estrategia	Acciones	MESES - AÑO 2020											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Servicio de Alimentos y Bebidas	Condiciones salubridad, sanitarias e infraestructura mínimas que deben cumplir los locales.												
	Cumplimiento de los procesos de: compra de materia prima, insumos, preparación de platos, acomodamiento de las mesas, atención del cliente, recepción, entrega y cobro, y atención de sugerencias.												
Desarrollar un programa de capacitación en Buenas Prácticas de Hostería	Desarrollar los temas:												
	Requisitos sanitarios a observar en el hospedaje.												
	Condiciones de higiene, sanitarias e infraestructura mínimas que deben cumplir establecimientos de hospedaje												
Promover el uso de canales de comunicación entre la comunidad emprendedora y los proveedores.	Ejecución de los procesos de: compra insumos, adecuación y limpieza de las habitaciones, atención del cliente.												
	Crear un foro de comunicación a través de WathsApp, correos electrónicos en el que participe la comunidad y los proveedores.												
<b>OBJETIVO N°: 2</b>													
Establecer un concepto comunicacional de la marca.	Establecer el concepto comunicacional turístico comunitario de la Virgen del Valle en base a la misión del GAD.												

Estrategia	Acciones	MESES - AÑO 2020											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Elaborar un manual de identidad propio.												
Diseñar la marca La Virgen del Valle.	Definir el branding de la marca La Virgen del Valle.												
	Crear un programa de reuniones con los distintos GAD'S para presentar la marca y orientación turística en La Virgen del Valle												
	Elaborar un programa para la capacitación en orientar el uso de la marca La Virgen del Valle.												
	Desarrollar una campaña para presentar la marca La Virgen del Valle en redes sociales usando el Marketing Digital.												
Crear una campaña promocional para medios digitales y tradicionales.	Desarrollar a futuro una página web sobre los atractivos y proyectos turísticos de La Virgen del Valle.												
	Preparar una fan page y elaborar la estrategia de contenido en redes sociales.												
	Integrar en la página web elementos promocionales para el posicionamiento de la marca en la mente del mercado objetivo usando las redes sociales y los live's												

## **Recomendaciones**

- Para la contribución del tema en nuestra investigación, se pretende fomentar el diseño de estrategias de promoción para potenciar el proyecto de turismo comunitario en la Comuna El Valle en el Cantón Chimbo, Provincia de Bolívar, mediante promoción y difusión turística.
- El GADM del cantón Chimbo debe impulsar en los procesos de la dirección como recurso necesario para elaborar una planificación turística con la finalidad de potencializar y desarrollar la actividad en el cantón.
- El área de turismo del GADM del cantón Chimbo debe trabajar en la evaluación y organización de proyectos turísticos que se encuentren en proceso y se estén programando a futuro, para que posteriormente logren ser implementados.
- Establecer mediante una toma de decisiones en conjunto sobre la selección de técnicas para el desenvolvimiento turístico que garanticen la comercialización de los atractivos turísticos en la Comuna El Valle.

## Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2001). *Administración del Turismo Vol. 1*. México: Editorial Trillas.
- Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural de Telimbela*. (2015).
- Asociación de Estados del Caribe. (2012). Obtenido de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario#:~:text=El%20turismo%20comunitario%20es%20uno,actividad%20tur%C3%ADstica%20que%20se%20genera>.
- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. 3era. ed. México: Editorial Trillas.
- Castaño, J. (2009). "Psicología social de los viajes y del turismo" *Gestión Turística* N°11. Reseñado por Maximiliano Korstanje.
- Clive, M. (1990). ¿Qué es el turismo? Definiciones, Extractos y Características. *La Revista de Estudios Turísticos*, 3-8.
- Cohen, E. (1984). Approaches, issues and findings in Annual Review of Sociology. *The sociology of tourism*, 372-392.
- Cohen, E. (2004). Major trends in contemporary tourism. *The Hebrew University Of Jerusalem*.
- Conde, E., Schmidt, E., & Ochoa, I. (2011). El Turismo Electrónico, una necesidad para las empresas del sector. *TURyDES, Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 4.
- Díaz Herrera, C. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista General de Información y Documentación*, 119-142.



Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Turismo*. Obtenido de Concepto.de:  
<https://concepto.de/turismo/#ixzz7r8sgMxqL>

Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA? *Didasc@lia: Didáctica Y educación ISSN 2224-2643*, 11(3), , 62-79.

GestioPolis.com Experto. (6 de Octubre de 2020). *GestioPolis.com Experto*. Obtenido de Administración. Qué es, definición, significado, importancia, objetivos y características.: <https://www.gestiopolis.com/administracion/>

Gobierno Municipal Chimbo. (16 de Noviembre de 2017). Obtenido de <http://www.gadchimbo.gob.ec/index.php/municipalidad>

Gómez, D., & Gómez, A. (2013). Ordenación Territorial. *Mundi Prensa, Editorial*.

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 163-173.

Gurría, M. (2004). *Introducción al Turismo*. México: Editorial Trillas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Definición de Turismo*. Obtenido de Fundamentos de la Teoría General del Turismo: [http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion\\_al\\_turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/LibrosElectronicos/turismo/Introduccion_al_turismo.pdf)

INTEP. (2018). Obtenido de [https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018\\_1/Documentos/INVESTIGACION\\_NO\\_EXPERIMENTAL.pdf](https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/CIPS/2018_1/Documentos/INVESTIGACION_NO_EXPERIMENTAL.pdf)

Mayans, C. (19 de Enero de 2021). *Thomas Cook y el boom del turismo en Egipto*. Obtenido de National Geographic:

[https://historia.nationalgeographic.com.es/a/thomas-cook-y-boom-turismo-egipto\\_16183](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/thomas-cook-y-boom-turismo-egipto_16183)

- Molina, S. (2017). El método de análisis y síntesis y el descubrimiento de Neptuno. *Estudios de Filosofía Universidad de Antioquía*, 30-53.
- Morillo, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, núm. 1, 135-158.
- Neill, D. A., & Cortez Suárez, L. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala: Editorial UTMACH.
- OMT. (1995). Definición de Turismo. *Introducción al Turismo de Amparo Sancho*, 47.
- Ramírez, M. (1992). Teoría General del Turismo. *Diana*, 29-30.
- Rodríguez U., M. (19 de Agosto de 2013). Plataforma de Metodología de la Investigación y Guía de Tesis de Grado, Pregrado y Postgrado en Ciencias Sociales. Chile.
- Secretaria Nacional de Planificación. (2015). *Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de <https://sni.gob.ec/planes-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial>
- Sociedad Española de Sistemas Generales. (2021). *¿Qué es la Teoría General de Sistemas?* Obtenido de <https://www.sesge.org/tgs/2-sin-categoria/150-que-es-la-teoria-general-de-sistemas.html>
- Tesis y Másters Colombia. (26 de Mayo de 2021). *Tesis y Másters Colombia*. Obtenido de <https://tesisymasters.com.co/trabajo-de-campo/>
- Universitat de Girona. (2021). *Escola Universitària Mediterrani*. Obtenido de <https://mediterrani.com/que-es-el-turismo-espacial/>
- Uriarte, J. (5 de Octubre de 2022). *Humanidades.com*. Obtenido de Turismo: <https://humanidades.com/turismo/>.

Vásquez, J. (4 de Septiembre de 2017). *D'Economía Blog*. Obtenido de <http://www.deconomiablog.com/2017/09/el-metodo-inductivo-deductivo.html>

# Anexos N°1

## Anexo N°1: Encuesta aplicada a turistas de Guayaquil.

### Aceptación de la comuna El Valle como oferta turística del cantón Chimbo

La presente encuesta se ha realizado con el fin de descubrir la aceptación que podría tener la comuna El Valle como parte del turismo comunitario del cantón Chimbo, en la provincia de Bolívar.

Este proyecto se basa en la participación activa en el estilo de vida de la comunidad. El visitante tendrá la oportunidad de hospedarse, degustar su comida típica y colaborar con las actividades, mientras aprende sobre su historia, tradiciones y costumbres.

Gracias por su tiempo.

The image shows a digital survey interface. The first question is: "1.-¿Con qué frecuencia usted sale de turismo?". It is a multiple-choice question with the following options: "1 vez al mes", "Más de 1 vez al mes", "Cada 6 meses", "1 vez al año", and "Agregar una opción o agregar 'Otros'". Each option has a radio button and a close icon (X). The question is marked as "Clave de respuesta" (0 puntos) and is mandatory. The second question is: "2.-¿Qué tiempo permanece en el lugar donde iría de visita?". It has one visible option: "1 - 8 horas" with a radio button.

1.-¿Con qué frecuencia usted sale de turismo?

1 vez al mes

Más de 1 vez al mes

Cada 6 meses

1 vez al año

Agregar una opción o [agregar "Otros"](#)

Clave de respuesta (0 puntos)   Obligatoria

2.-¿Qué tiempo permanece en el lugar donde iría de visita?

1 - 8 horas

Ilustración 2 – Encuesta

2.-¿Qué tiempo permanece en el lugar donde iría de visita?

- 1 - 8 horas
- 1 día
- 2 días
- Más de 3 días

3.-¿Qué tan interesado estaría usted en realizar un viaje que le permita participar del estilo de vida de una comunidad?

- Muy interesado
- Poco interesado
- Interesado
- Nada interesado

4.-¿Qué tan interesado estaría usted por realizar dicho viaje a la comunidad El Valle, del cantón Chimbo?

- Muy interesado
- Poco interesado
- Interesado
- Nada interesado

4.-¿Qué tan interesado estaría usted por realizar dicho viaje a la comunidad El Valle, del cantón Chimbo?

- Muy interesado
- Poco interesado
- Interesado
- Nada interesado

5.-¿Cuál sería un motivo de visita a la comuna El Valle?

- La gastronomía
- Su cultura
- Sus costumbres
- Artesanías
- Sitios turísticos

6.-¿Qué atractivos turísticos le llaman la atención de la comunidad?

- Senderos, Montañas
- Cascadas
- Los templos religiosos

Los templos religiosos

Miradores

7.-Si le ofrecieran un programa turístico para realizar actividades en la comuna, ¿cuál de ellos realizaría?

Dormir y compartir en casa de una familia de la comunidad

Pescar

Probar comida típica

Aprender a preparar la comida típica

Realizar una caminata

Practicar algún deporte con los lugareños

8.-¿Cuántos días estaría dispuesto a realizar en un programa de turismo comunitario, las actividades mencionadas en la pregunta anterior?

1 día

2 días

3 días o más

9.->Cuál de los siguientes aspectos es el que más lo motivaría a realizar este programa de turismo

- 2 días
- 3 días o más

9.-¿Cuál de los siguientes aspectos es el que más lo motivaría a realizar este programa de turismo comunitario?

- Conocer nuevas culturas y costumbres
- Tener contacto con la naturaleza / paisajes
- Interactuar con los pobladores
- Observar y conocer su forma de trabajo
- Conocer la gastronomía de la comunidad

10.- ¿Qué tan importante le parece contar con un guía que explique las tradiciones, costumbres e historia del lugar, con el fin de profundizar en el aprendizaje de la cultura de la comunidad visitada?

- Muy importante
- Poco importante
- Importante
- Nada importante



## Anexo N°2

### Árbol de problemas.

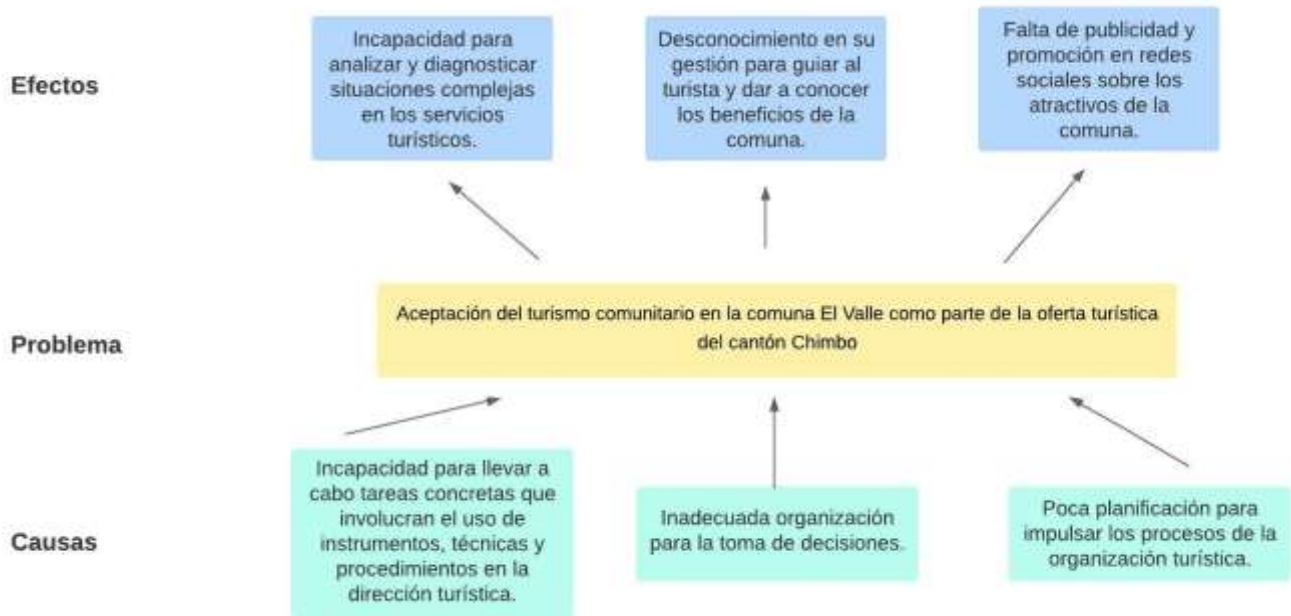


Ilustración 3 - Árbol de problemas



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vinueza Vargas, Samantha Vanessa**, con C.C: #0923431506, autor/a/es del trabajo de titulación: Análisis de la aceptación del turismo comunitario en la comuna El Valle como parte de la oferta turística del cantón Chimbo previo a la obtención del título de **LICENCIADO/A EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 07 del mes de febrero del año 2023**

---

Nombre: **Vinueza Vargas, Samantha Vanessa**

C.C: **0923431506**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Análisis de la aceptación del turismo comunitario en la comuna El Valle como parte de la oferta turística del cantón Chimbo		
<b>AUTOR(ES)</b>	Samantha Vanessa, Vinueza Vargas		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. José Alberto Medina Crespo, Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Turismo		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Turismo		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	07 de febrero del 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	79
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo comunitario, servicios turísticos, turismo alternativo		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	administración, turismo, crecimiento, oportunidades, desarrollo, negocios.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>	<p>Este trabajo tiene como objetivo analizar la importancia del turismo comunitario en el desarrollo de la Comuna El Valle del cantón Chimbo. Se aplicó un enfoque cuali- cuantitativo, descriptivo y explicativo; método bibliográfico, de campo, inductivo y deductivo. La población de esta investigación la conforman 18 habitantes, 2 representantes, y 1 directivo de la zona, a quienes se aplicaron varios instrumentos de investigación para recopilar información valiosa que orientó a comprobar el problema en estudio. Luego de aplicar una encuesta y entrevista, se concluye que la Comuna El Valle favorece el desarrollo turístico del cantón, a la motivación del crecimiento en los pequeños negocios se convierte en un apoyo para fortalecer la oferta turística, con el fin de generar ingresos económicos para el proceso a futuro de mejorar la calidad de vida y del buen vivir de la Comuna. Las actividades en el turismo se complementan con la labor del profesional en turismo, quien a través de estrategias de administración, economía y bioseguridad fortalecerá las oportunidades de negocio orientados hacia el desarrollo socio-económico del cantón, aprovechando las oportunidades que brinda la rama del Turismo a uno de estos grupos de pequeñas comunidades como la Comuna del Valle, para que puedan empezar a desarrollarse y sustentarse económicamente solas con la organización entre quienes la habitan, por lo que se debe realizar los estudios pertinentes para desarrollar el Turismo Comunitario e incitar a la reactivación turística con el propósito de fortalecer la economía del sector con el desenvolvimiento de infraestructura y el aumento de plazas de trabajo.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +5930987326001	<b>E-mail:</b> sam_vane@live.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana</b>		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			