



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
Universidad Católica de Loja

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**Diseño de un producto turístico para la reactivación del
turismo comunitario en la comunidad de Santa Bárbara de
la Esperanza año 2021**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

Autor: Valenzuela Granda, Francis Karina

Director: Gonzaga Vallejo, Luz Clara

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2022



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2022

Aprobación del director del Trabajo de Titulación

Loja, 23 de marzo, de 2022

Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas.

Dr. Christian Stalin Viñán Merecí

Director de la carrera de Turismo

Ciudad.-

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de directora del presente Trabajo de Titulación denominado: Diseño de un producto turístico para la reactivación del turismo comunitario en la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza año 2021, realizado por Francis Karina Valenzuela Granda, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Dra. Luz Clara Gonzaga Vallejo

C.I.: 1103138978

Correo electrónico: lcgonzaga@utpl.edu.ec

Declaración de autoría y cesión de derechos

“Yo, Francis karina Valenzuela Granda, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autora del Trabajo de Titulación denominado: Diseño de un producto turístico para la reactivación del turismo comunitario en la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza año 2021, de la Titulación Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, específicamente de los contenidos comprendidos en: Introducción, Capítulo 1. Fundamentación teórica, Capítulo 2. Diagnóstico situacional, Capítulo 3. Metodología y resultados, Capítulo 4. Propuesta, Conclusiones y Recomendaciones, Dra. Luz Clara Gonzaga Vallejo, directora del presente trabajo; y, en tal virtud, eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual. Además, ratifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de mi exclusiva responsabilidad.

Que mi obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Autorizo a la Universidad Técnica Particular de Loja para que pueda hacer uso de mi obra con fines netamente académicos, ya sea de forma impresa, digital y/o electrónica o por cualquier medio conocido o por conocerse, sirviendo el presente instrumento como la fe de mi completo consentimiento; y, para que sea ingresada al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Autora: Francis Karina Valenzuela Granda

C.I.: 1720275948

Correo electrónico: princesafrancis21@hotmail.com

Dedicatoria

¡Qué nadie se quede afuera, se los dedico a todos!

En especial, a mis padres Marco y Anita quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo.

A mi hermana Génesis y a mi hijo Nicolás, gracias por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento.

A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. Por último, y no menos importante, dedico mi tesis también a esa persona luchadora, fuerte, sabia, que hace que mis días sean maravillosos, con su amplia sonrisa, con esos ojos azules, que me dan calma. Gracias por ser mi confidente, mi amigo, por ayudarme a crecer, por amarme; pero sobre todo gracias por nunca cortarme las alas, si; se lo dedico a usted amado esposo mío Elvin Moreira.

Agradecimiento

Me gustaría agradecer en estas líneas la ayuda que muchas personas me han prestado durante mi proceso de formación académica, y, quienes me han apoyado en todas las decisiones de mi vida. En primer lugar, quisiera agradecer a mis padres quienes son mi motor y mi mayor inspiración, que, a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino, gracias mami Anita Granda, y, a mi papi Marco Valenzuela.

Asimismo, agradezco infinitamente a mi hermana Génesis Valenzuela, que, con sus palabras y sus conocimientos tecnológicos, puede seguir avanzando en mi investigación; ojalá algún día yo me convierta en se fuerza para que pueda seguir avanzando en su camino.

A mi esposo, Elvin Moreira, quien definitivamente descubrió la mejor versión de mí; gracias a su apoyo, a sus consejos, a su amor y paciencia me ayudó a concluir esta meta; es mi ejemplo a seguir, y; mi maneger, ya que gracias a él me he desempeñado en varias funciones.

A Don Miguelito Solorzano, un gran amigo y padre, a quien estimé y estimo tanto, y; a quien le debo su apoyo incondicional, por facilitarme los caminos para seguir, sin pedir nada a cambio y sin dudar de mi capacidad.

Agradezco a todos mis docentes de la carrera de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas de la Universidad Técnica Particular de Loja, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, a la Dra. Luz Clara Gonzaga Vallejo, tutora de mi proyecto de investigación quien me ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y; a los habitantes de la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza por su valioso aporte a esta investigación.

Índice de Contenido

Carátula.....	I
Aprobación del director del Trabajo de Titulación	II
Declaración de autoría y cesión de derechos	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento.....	VI
Índice de Contenido.....	VII
Resumen.....	1
Abstract	2
Introducción	3
Capítulo uno.....	5
Fundamentación teórica.....	5
1.1. Turismo.....	5
1.2. Tipos de turismo según el objetivo del turista actual.....	5
1.2.1. Turismo corporal.....	6
1.2.2. Turismo intelectual	6
1.2.3. Turismo ambiental	6
1.3. Desarrollo sostenible	7
1.4. Turismo sostenible	7
1.5. Turismo comunitario.....	8
1.5.1. Requisitos que tienen que cumplir los destinos	9
1.5.2. Pilares del turismo comunitario	9
1.5.3. Beneficios de la actividad turística comunitaria en el entorno	10
1.5.4. Beneficios de la actividad turística comunitaria hacia los turistas.....	10
1.5.5. Desafíos que enfrentará el turismo comunitario	11
1.6. La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.....	11
1.7. Producto turístico	12
1.7.1. Características	13
1.7.2. Componentes	13
1.7.3. Tipos.....	14
1.8. Paquete turístico	15
1.8.1. <i>Componentes del paquete turístico</i>	15
1.8.2. Características del paquete turístico	16
1.9. El COVID-19 y su gran impacto	17
1.9.1. Reactivación Turística.....	17
Capítulo dos	20
Diagnóstico situacional.....	20

2.1.	Factor geográfico.....	20
2.1.1.	Ubicación territorial	20
2.1.2.	Características climáticas.....	20
2.1.3.	Límites.....	21
2.1.4.	Distancia con respecto a las principales ciudades cercanas del norte.....	21
2.2.	Datos históricos.....	21
2.3.	Factor social y cultural	22
2.3.1.	Población	22
2.3.2.	Etnias indígenas.....	22
2.4.	Servicios básicos disponibles	22
2.4.1.	Abastecimiento de agua.....	22
2.4.2.	Comunicación.....	23
2.4.3.	Energía eléctrica.....	23
2.4.4.	Recolección y tratamiento de los desechos.....	23
2.5.	Factor económico productivo.....	23
2.5.1.	Infraestructura vial	24
2.5.2.	Accesibilidad	24
2.6.	Aspecto Biofísico.....	24
2.6.1.	Fauna y flora	24
2.7.	Factor turístico	27
2.7.1.	Servicios turísticos.....	27
2.8.	Matriz FODA	31
3.	Situación actual	33
Capítulo tres.....		34
Metodología y resultados		34
3.1.	Métodos aplicados en la investigación	34
3.1.1.	Talleres participativos	35
3.2.	Segmentación del mercado.....	38
3.2.1.	Demanda.....	38
3.2.2.	Muestra	39
3.2.3.	Resultados de las encuestas aplicadas	40
3.4.	Perfil de los consumidores	57
Capítulo cuatro.....		59
Propuesta		59
4.1.	Problemática	59
4.2.	Justificación	59

4.3.	Importancia...	60
4.4.	Proyección...	60
4.4.1.	Situación actual	60
4.4.2.	Situación deseada	60
4.5.	Paquetes turísticos propuestos	60
4.5.1.	Paquete turístico 1	61
4.5.2.	Paquete turístico 2	62
4.5.3.	Paquete turístico 3	64
4.5.4.	Prohibiciones para la visita	67
4.6.	Determinación del precio	67
4.6.1.	Precio del paquete 1	68
4.6.2.	Precio del paquete 2	69
4.6.3.	Precio del paquete 3	70
4.6.4.	Estrategias y acciones estratégicas	71
Conclusiones		77
Recomendaciones		78
Referencias		79

Índice de Tablas

Tabla 1 Fauna	25
Tabla 2 Flora	26
Tabla 3 Tipos de habitaciones.....	28
Tabla 4 Atractivos turísticos.....	29
Tabla 5 Gastronomía	30
Tabla 6 FODA de la comunidad	31
Tabla 7 Atributos y Descripción	36
Tabla 8 Ciudades en donde residen.....	40
Tabla 9 Ficha técnica	51
Tabla 10 Valores promedio	51
Tabla 11 Grado de importancia	52
Tabla 12 Paquete turístico 1	61
Tabla 13 Paquete turístico 2	62
Tabla 14 Paquete turístico 3	64
Tabla 15 Determinación del precio del paquete 1	68
Tabla 16 Determinación del precio del paquete 2.....	69
Tabla 17 Determinación del precio del paquete 3	70
Tabla 18 Estrategia 1	71
Tabla 19 Estrategia 2.....	72
Tabla 20 Estrategia 3.....	73
Tabla 21 Estrategia 4.....	74
Tabla 22 Estrategia 5.....	75

Índice de Figuras

Figura 1	Los tres componentes del producto turístico	13
Figura 2	Usted ha Viajado a la Provincia de Imbabura durante el último año.....	42
Figura 3	Frecuencia del viaje.....	42
Figura 4	Días de estancia.....	43
Figura 5	Motivo del viaje	44
Figura 6	Medio de transporte.....	45
Figura 7	¿El viaje formaba (formará) para de un paquete turístico?	45
Figura 8	¿Cuánto le costó (costará) el paquete turístico? (USD).....	46
Figura 9	¿Cuál fue (será) el costo del viaje? (USD)	46
Figura 10	¿Quién pago (pagará) el costo del viaje?.....	47
Figura 11	Actividades que realizó (realizará)	48
Figura 12	¿Con quién o quienes viajó o le gustaría viajar?	49
Figura 13	Disposición a viajar a Santa Bárbara	50
Figura 14	Nivel de importancia.....	52
Figura 15	Género de los encuestados	53
Figura 16	Edad de los encuestados	53
Figura 17	Nivel de Educación de los encuestados	54
Figura 18	Estado civil de los encuestados	55
Figura 19	Ocupación de los encuestados	55
Figura 20	Nivel de ingreso neto mensual de los encuestados.....	56
Figura 21	Ingreso familiar neto mensual de los encuestados.....	57
Figura 22	Prohibiciones para la visita.....	67

Resumen

La comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza, está ubicada en uno de los denominados pueblos mágicos, como lo es el cantón Cotacachi; debido a su ubicación geográfica, se encuentra rodeada de una variedad de fauna y flora, a su vez; posee una singular riqueza cultural, lo cual, es muy atractivo para los turistas. Hace un par de años atrás, la comunidad recibía a turistas, gracias a la operadora Turística Runa Tupari, pero; actualmente, Santa Bárbara pasa por un periodo complicado debido a la pandemia del COVID-19. Por lo que el presente trabajo se desarrolló con el objetivo de impulsar a la reactivación del turismo comunitario en Santa Bárbara de la Esperanza. Se realizó un muestreo a 163 personas, para conocer su predisposición por conocer la comunidad. Los resultados obtenidos, determinaron que; el 91% de los encuestados, sí están dispuestos a visitar la comunidad; por sus atractivos naturales, costumbres y tradiciones; a más de degustar de la gastronomía; pues todas estas actividades tienen mucha relevancia para su bienestar psicosocial, el cual fue afectado por el confinamiento, a causa del COVID-19.

Palabras claves: turismo comunitario, paquete turístico, reactivación.

Abstract

The community of Santa Bárbara de la Esperanza is located in one of the so-called magical towns, such as the Cotacachi canton; Due to its geographical location, it is surrounded by a variety of fauna and flora, in turn; It has a unique cultural wealth, which is very attractive to tourists. A couple of years ago, the community received tourists, thanks to the Runa Tupari tour operator, but; Currently, Santa Barbara is going through a complicated period due to the COVID-19 pandemic. Therefore, the present work was developed to promote the reactivation of community tourism in Santa Bárbara de la Esperanza. A sample was made of 163 people, to know their predisposition to know the community. The results obtained, determined that; 91% of those surveyed are willing to visit the community; for its natural attractions, customs and traditions; besides tasting the gastronomy; because all these activities are very relevant for their psychosocial well-being, which was affected by confinement, due to COVID-19.

Keywords: community tourism, tourist package, reactivation.

Introducción

La presente investigación es importante porque a través de ésta se pretende reactivar el turismo comunitario en la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza; dando a conocer sus productos turísticos, junto a una serie de actividades complementarias vinculadas con la cultura del lugar. El diseño de varios paquetes turísticos, dirigidos al público en general; más una adecuada promoción de los mismos; ayudará a la reactivación del turismo comunitario, logrando así; que nuevos turistas conozcan este lugar, y puedan hacer uso correcto de los productos turísticos ofertados por la comunidad, a su vez; con todo ello, se dará fuerza a la economía de la localidad.

Los objetivos planteados se cumplieron satisfactoriamente, gracias a las investigaciones realizadas, se conoció la situación actual de la comunidad, se determinó el potencial turístico, y; se logró proponer el diseño del producto turístico.

Entre las oportunidades que tuve al realizar este trabajo de titulación fue indudablemente aprender más sobre la organización y las necesidades de la comunidad; valore más lo que es el apoyo al turismo comunitario y su importancia para el país; una dificultad presenciada fue el convocar y fijar una fecha, con los actores involucrados en el taller participativo, ya que; debido a la pandemia del COVID-19, por la cual aún seguimos atravesando, debían de conectarse a la reunión por la plataforma zoom, y; algunos no disponían de internet en sus casas. A más que; debido a la dificultad de comunicarme por vía telefónica, pretendía por una segunda ocasión viajar a la comunidad, para obtener más información de algunos detalles que requería, pero el coordinador no me autorizó que viajara.

En el primer capítulo se realizó la fundamentación teórica de los temas en estudio, se detalló términos referentes a: turismo, tipos de turismo, desarrollo sostenible turismo sostenible, turismo comunitario, producto turístico, paquete turístico y COVID- 19. En el segundo capítulo se presentó datos de información correspondientes a la situación actual del entorno de investigación. Engloba los ámbitos geográficos, datos históricos, factor social y cultural, servicios básicos disponibles, factor económico productivo, aspecto biofísico, factor turístico,

FODA, y situación actual de la comunidad. En el tercer capítulo se presenta la metodología utilizada para determinar el diseño del producto turístico. Por lo tanto; el desarrollo del trabajo tuvo inicialmente una investigación de tipo exploratorio, se empleó también la técnica de la observación, para dar paso a la investigación de tipo descriptivo. Adicional a ello, se realizó el taller participativo, y; se empleó posteriormente la encuesta. En el cuarto capítulo, finalmente se presenta el diseño de los paquetes turísticos, y; además con las estrategias para promocionarlos.

La importancia del presente proyecto es proponer al mercado turístico una experiencia diferente, y amigable con el medio ambiente. Además, estos datos son de gran ayuda para la empresa pública o privada, para que así, puedan proponer acciones oportunas que aporten al crecimiento y fortalecimiento del turismo comunitario.

Capítulo uno

Fundamentación teórica

1.1. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (World Tourism Organization [UNWTO], 2021, párr.1)

Por otra parte, Ledhesma (2018), considera que, no es acertado que, actualmente muchas universidades continúen capacitando a sus estudiantes con concepciones tan rancias sobre turismo; aun afirmando que es una industria sin chimeneas, que debe de realizarse por un periodo inferior a un año, caso contrario deja de ser turismo; o también, que es necesario pernoctar para que sea considerado como tal. El turismo deja de ser una industria sin chimeneas, porque, en primer lugar, no reúne las características de lo que es una industria, el turismo es competencia, influye en espacios como el medioambiente, también en lo sociocultural; generando de esta manera un impacto sobre la población y su patrimonio, influenciando sobre el entorno.

Las sociedades se encuentran en constante cambio, y, se muestran cada vez más deseosas por encontrar mejores oportunidades, mayor facilidad en las cosas, y por descubrir nuevas experiencias, por ese mismo hecho han surgido nuevos tipos de turismo según el objetivo del turista actual.

1.2. Tipos de turismo según el objetivo del turista actual

La generación de los mileniuns, y, las estructuras familiares han cambiado, buscan

mejores alternativas para su aprendizaje y distracción, están sujetos a una nueva época en donde su perspectiva ha cambiado, donde la tecnología sobresale y se ha vuelto indispensable en su diario vivir; por todas estas circunstancias, el turismo tampoco puede quedarse atrás, por tal motivo se ha innovado y ha dado paso al surgimiento de nuevos y novedosos tipos de turismo, cada uno con su particular característica, dando paso así a la reestructuración de lo que son los viajes turísticos.

De esta manera Ledhesma, (2018), demuestra cómo se encuentra la realidad actual del turismo, y, por ende, cuáles son las nuevas expectativas de los turistas, en base a la siguiente categorización:

1.2.1. Turismo corporal

Este tipo de turismo se centra en el aspecto físico del turista.

- **Turismo de salud:** Búsqueda del cuidado del cuerpo y la psiquis. Se subdivide en dos: médico y de bienestar.
- **Turismo activo:** Es el que implica cierto riesgo durante la gira turística. Puede ser: de aventura, deportivo.

1.2.2. Turismo intelectual

Como su nombre lo dice se centra su atención en el intelecto.

- **Turismo religioso:** El propósito es efectuar prácticas espirituales.
- **Turismo educativo:** Turismo a fin a la observación y al aprendizaje, como son: artístico/patrimonial (visita a iglesias o monumentos religiosos), congresos, eventos, ferias, talleres, etc.
- **Turismo gastronómico:** Es un tipo de turismo, en donde los viajeros aprenden del arte culinario.

1.2.3. Turismo ambiental

Tipo de turismo practicado en la naturaleza.

- **Turismo de naturaleza:** Se busca entrar en contacto con la flora y fauna; son: recreativo, responsable, negativo.
- **Turismo social:** Este tipo de turismo implica compartir las costumbres y tradiciones del lugar visitado; así tenemos: etnográfico, solidario, rural, de celebraciones. (Ledhesma, 2018, pp.7,8,10)

1.3. Desarrollo sostenible

Su definición oficial aparece en el año de 1987, pero; se popularizó en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), llevada a cabo en Río de Janeiro en 1992; en donde manifestaron la importancia de que todos los países se orienten y lleven a cabo, los tres pilares fundamentales del desarrollo sostenible, adecuado manejo económico, apoyo sociocultural y medioambiental. (Sánchez & Anzola, 2021)

Ecuador, también se proyecta con la planificación del desarrollo sostenible; para lo cual, implementa la Ley de Gestión Ambiental el 30 de julio de 1999; al ser firmante y adherente de las cumbres de Río 1992 y Johannesburgo 2002.

Por lo cual; espera alcanzar una producción sostenible, con el apoyo técnico y económico, en donde; la agricultura, la ganadería, el turismo, entre otras actividades, puedan promover la conservación de los recursos naturales. (Barros, 2021)

1.4. Turismo sostenible

Pretende conseguir un adecuado equilibrio entre lo económico, social, cultural y natural; a fin de evitar impactos negativos en la naturaleza o en la sociedad anfitriona. (Lalangui, Espinoza, & Pérez, 2017, p.3)

La llamada agenda 2030, contiene los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como Objetivos Mundiales, cuyo propósito es poner fin a la desigualdad mundial en todos sus ámbitos, proteger el planeta, y, así; garantizar que

todas las personas gocen de paz y prosperidad para el 2030. (Nilsson, Girggs, & Visbeck, 2016)

1.5. Turismo comunitario

Un primer gran eje para el desarrollo del turismo comunitario es la resistencia de las comunidades indígenas a la presencia de empresas madereras, petroleras y de otras actividades productivas extractivas que, en la forma en que se plantearon, de los años 70 en adelante, afectaron seriamente al medio ambiente, al tejido social y a las condiciones de vida de los pueblos indígenas. En el surgimiento y desarrollo del turismo comunitario ecuatoriano, encontramos que inciden varios factores, particularmente: el acceso, conservación y control de los recursos naturales y la reivindicación de los derechos a sus territorios ancestrales, la lucha contra la pobreza y por los derechos indígenas, el posicionamiento en el mercado con una propuesta distintiva, a la par que los liderazgos, la capacidad organizativa y los agentes externos que han jugado un papel decisivo en su surgimiento. “Manejo del Turismo Comunitario – Ecuador” (2015, p.5)

El turismo comunitario, surgió en Ecuador hace 35 años, en las comunidades de Agua Blanca, Capirona y las Comunidades OPIP, con proyectos desarrollados por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTEC); esta actividad turística se desarrolla en medio del entorno rural, cabe recalcar, que se lleva a cabo de una manera proyectada y sostenible, en donde los pobladores son los protagonistas del lugar, cuya participación es sumamente indispensable, para contribuir al desarrollo económico, turístico y social de las comunidades locales al ser un catalizador de inclusión y desarrollo sostenible para los destinos (García, 2017).

El turismo comunitario comprende aquellos sitios alejados de la ciudad, en donde el turista también tiene la oportunidad de relacionarse con las comunidades locales. Al impulsar este tipo de turismo, ayuda económicamente a las familias de las diversas comunidades,

contribuyendo de esta manera a reducir la migración hacia las grandes urbes, a su vez permite recuperar y fortalecer sus costumbres y tradiciones, crea fuentes de trabajo para los miembros de las comunidades. De esta manera este sector fortalecerá su actividad financiera, con visión de mejorar sus productos turísticos y de brindar la atención adecuada hacia los viajeros. Es así que, esta actividad turística rural comunitaria ha permitido darle un nuevo giro al sector agroprodutivo, que ha sido muy despreocupado, pero ahora es una actividad que motiva a propios y extraños, es una de las tantas actividades que se puede llevar a cabo, esto se vuelve una labor fuera de lo normal; y, salir de las prácticas cotidianas de la ciudad, para muchos es reconfortable.

1.5.1. Requisitos que tienen que cumplir los destinos

Para García (2017), los requisitos que tienen que cumplir los destinos para desarrollar el turismo comunitario, son:

- Sólo se puede dar en zonas donde la comunidad originaria tenga el derecho de gestión o explotación de los recursos locales.
- Se deben beneficiar comunidades que hasta ahora han sido excluidas del desarrollo.
- Deben existir atractivos y recursos turísticos en la zona, así como riqueza cultural, para que sirvan como palancas de atracción.
- Debe proteger el medio ambiente y las costumbres y tradiciones de las comunidades locales. (párr. 8)

1.5.2. Pilares del turismo comunitario

En cuanto a los pilares del turismo comunitario, García (2017), considera a los siguientes:

- Organización: fomentando la integración, inclusión, participación y liderazgo dentro de las comunidades, valorando las capacidades y los posibles relevos generacionales dentro de los órganos de gobierno de la comunidad.

- Gestión del territorio: poniendo en valor los recursos del territorio y empoderando a las comunidades en formas de mejorar la gestión de dichos recursos y enfocándose en la conservación y la sostenibilidad.
- Revitalización cultural: preservando las formas de vida y costumbres de la comunidad y sus manifestaciones culturales, tradiciones y gastronomía.
- Transmisión: se deben transmitir a las nuevas generaciones los conocimientos, la sabiduría, las tradiciones y la historia del lugar y sus gentes. (párr. 9)

1.5.3. Beneficios de la actividad turística comunitaria en el entorno

Según datos de la FEPTCE, las operaciones Turísticas Comunitarias generan empleos directa e indirectamente; de la manera directa se benefician a 930 familias aproximadamente; considerando que en promedio cada hogar está constituido por 6 miembros, en total se beneficiarían a 5.580 personas; por otra parte, se estima que alrededor de 11.160 individuos son beneficiarios indirectos, es decir aquellas personas que alquilan caballos, lanchas, venta de artesanías, proyectos complementarios, entre otros “Manejo del Turismo Comunitario – Ecuador” (2015).

El FEPTCE desde sus inicios no ha parado, y ha logrado apuntalar en su misión y visión, en apoyo a todas las comunidades del Ecuador, logrando de esta manera mantener los campos productivos, evitando hasta cierto punto el abandono de las tierras, brindando oportunidades de trabajo también a mujeres y jóvenes, fomentando la inclusión, valorando las capacidades y aportaciones de cada uno, en beneficio de todos.

1.5.4. Beneficios de la actividad turística comunitaria hacia los turistas

Según estudios desde finales de 2019; el auge por las visitas a los sitios rurales se ha incrementado gradualmente, al parecer por la tranquilidad que denota estos lugares, acompañado de un clima amigable por parte de los comuneros. Son localidades acogedoras y reconfortables; en donde los turistas disfrutan de un ambiente de calma (Sánchez & Marín, 2021).

La actividad turística comunitaria es beneficiosa para la salud; ya que permite que los visitantes puedan cambiar de ambiente y dejar de lado por unos instantes la rutina diaria de las ciudades, logrando así, descansar, optimizar la concentración, se puede conseguir un sueño de calidad, también se puede mejorar el funcionamiento del sistema inmunológico, y; si la vista es en grupo, logran mayor conexión entre ellos; además, de participar en actividades físicas, las cuales son muy favorables para el equilibrio físico y mental.

1.5.5. Desafíos que enfrentará el turismo comunitario

El turismo comunitario a igual que los otros tipos de turismo existentes, deberán de prepararse para enfrentar desafíos trascendentales como:

- Mejora de los establecimientos relacionados con calidad, escasa y mala conectividad.
- Poca priorización del estado nacional y local para la dotación de servicios básicos como vías, agua potable, luz eléctrica.
- Necesidad de diversificación de los productos ofertados.
- Limitado manejo profesional de los pequeños negocios turísticos tanto en la esfera operativa como en la gerencial.
- Insuficiente acceso a conocimientos y mercados “Manejo del Turismo Comunitario – Ecuador” (2015, p.9).

Es así, como el turismo deberá de enfrentarse a los próximos desafíos, a las nuevas estructuras familiares, y; a las generaciones siguientes, generando nuevos productos para entrar a más mercados, en donde lo ágil y tecnológico influyen; por lo cual, la nueva era y la innovación se convierten en factores determinantes.

1.6. La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)

Por más de 500 años, las personas indígenas, afro-ecuatorianos, campesinos y montubios (mestizos) han sido los representantes del ambiente y de los ecosistemas en la zona rural de Ecuador. Las estrategias para el manejo sustentable de la tierra

han sido pasadas de generación en generación, gracias a la cultura y tradiciones indígenas en Ecuador, que enfatizan una fuerte ética de conservación. Como respuesta a estos retos, las comunidades indígenas, campesinas, afroecuatorianas y montubias del Ecuador se unieron para coordinar actividades culturales y de ecoturismo, para aportar bienestar a la comunidad, protección a los territorios ancestrales, y preservar la cultura y el medio natural del Ecuador. La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) es una federación plurinacional de comunidades indígenas, que ofrecen servicios de turismo, de guías y de alojamiento. La organización se incorporó como una organización sin fines de lucro (registrada en conformidad con la ley), que reúne diversas iniciativas comunitarias de turismo, en las tres regiones continentales del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía. (Multinational Federation of Community Tourism in Ecuador (FEPTCE), 2013, p.4)

La (FEPTCE), representa a los pueblos indígenas, en su espíritu de unión, de lucha, de persistencia por conservar sus ideales, su territorio, sus raíces, el entorno que los rodea; del cual paulatinamente han logrado volverlo fructífero en pro de sus derechos, de la naturaleza y haciendo frente a la pobreza. Es decir, ha logrado convertirse en una fortaleza y en el respaldo de varias comunidades a nivel del Ecuador, independientemente de sus creencias y credos; con el propósito de unificar al país, respetando sus diferencias y despertando lo mejor de cada colectivo.

1.7. Producto turístico

El producto turístico comprende, cada uno de los recursos naturales y culturales, de cada lugar determinado, es muy importante que estén dotados de servicios, para posteriormente sean unificados, y, se combinen de otras maneras dentro de un paquete turístico, con la finalidad de que respondan a las demandas de diferentes mercados y segmentos. (Nasimba & Cejas, 2015, p.25)

1.7.1. Características

El producto turístico presenta las siguientes características:

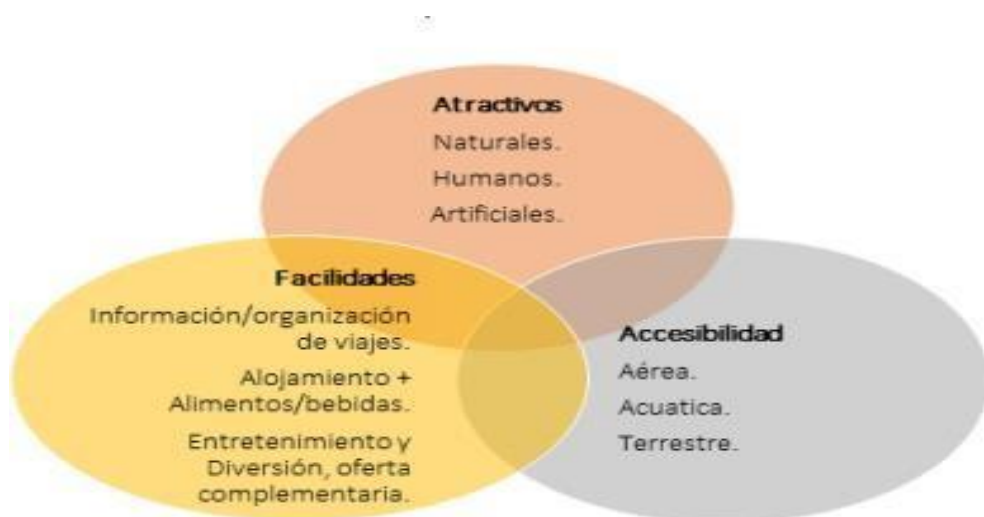
- **Intangible:** No se puede tocar, ver, oír ni oler antes de la compra.
- **Caducidad:** No se puede almacenar o guardar para después hacer uso del producto.
- **Inseparable:** No se puede separar de sus proveedores.
- **Heterogéneo:** La calidad depende quién, cuándo y dónde se proporcione, debido a que está bajo la responsabilidad de diferentes proveedores.
- **Subjetivo:** Una información correcta constituye a crear una actitud positiva en el viajero. (Guayaquil Económico, 2017)

1.7.2. Componentes

González (2013, como se citó en Nasimba & Cejas, 2015) menciona que, el producto turístico está integrado por tres componentes: “sus atractivos, las facilidades que permiten su uso y los accesos que garantizan el ingreso adecuado para su consumo” (p.30). (ver Figura 1)

Figura 1

Los tres componentes del producto turístico



Nota: Tomado de: Diseño de productos turísticos y sus facilidades, Nasimba & Cejas (2015, p.30).

1.7.3. Tipos

La pérdida de identidad y el poco cuidado hacia la naturaleza, trajo consigo nuevos tipos de turistas, que apuntan al desarrollo sustentable de los parajes donde se ofrece.

A continuación, diez tipos de productos turísticos que buscan los nuevos turistas:

1.7.3.1. Productos basados en la comunidad. Son aquellos en donde los turistas comparten con las personas de las comunidades. Ejemplo: Turismo comunitario.

1.7.3.2. Productos basados en la cultura. Aquí los turistas tienen la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y de disfrutar como de la visita a los museos, al cine, a las galerías; es decir del arte en su máxima expresión.

1.7.3.3. Productos basados en la ecología. Buscan el cuidado y la conservación de la fauna y flora. Ejemplos de estos son los productos de ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, enoturismo, etc.

1.7.3.4. Productos basados en la educación. Se caracterizan por la idea de que la educación abre puertas y, por ende, es el pasaporte a una vida mejor. Son productos que motivan a educarse como el turismo idiomático, apreciar animales en su hábitat natural, disfrutar de gastronomía típica de la región, etc.

1.7.3.5. Productos basados en la familia. Generan unión y colaboración entre los integrantes de una misma familia. Ejemplos de estos son: juegos, deportes, vacaciones en familia y actividades grupales.

1.7.3.6. Productos basados en la amistad. Similar al anterior, motivan al acercamiento entre amistades, a su vez, impulsan el contacto tanto con personas cercanas como con las comunidades receptoras.

1.7.3.7. Productos basados en el humanitarismo. Lo más importante es colaborar, ser solidarios y empáticos con los grupos más vulnerables como los adultos mayores, las personas con discapacidad y los de escasos recursos también necesitan hacer turismo. Algunas de sus características son que no buscan el beneficio económico y motivan al voluntariado.

1.7.3.8. Productos basados en el amor. Tiene que ver no solo con los sentimientos, sino también, con la ética y la moralidad. Son productos que tienen elementos como poesía, música, arte, romanticismo y nostalgia.

1.7.3.9. Productos basados en la seguridad y protección. En ellos se busca evitar a toda costa el riesgo para los turistas; es decir, que, desde la partida hacia el destino turístico, y su llegada, debe retornar en las mejores condiciones.

1.7.3.10. Productos basados en la espiritualidad. Tienen manifestación en lo religioso y la búsqueda de su paz interior. Incluyen elementos como piedras preciosas, cristales, lectura de cartas de tarot, libros religiosos, retiros espirituales, peregrinaciones, salud, bienestar, spas y viajes a sitios sagrados. Ejemplos son el turismo espiritual y el turismo de salud. (Entorno Turístico, 2016)

1.8. Paquete turístico

Se considera como paquete turístico al “Conjunto de servicios” con los que cuenta determinado proceso de prestación de turismo, tales como: Alojamiento, Transporte, Alimentación, Recreación, Visita guiada entre otros. El cual está en constante cambio frente a la manera de verla, como de producirla y ofertarla, estos presentes cambios se dan a la motivación de las personas de adquirir productos nuevos e innovadores, que les otorguen un grado de satisfacción de servicio. (Díaz, Alza, & Peña, 2020, pp. 32,33)

1.8.1. Componentes del paquete turístico

Los componentes del paquete turístico son:

- **Atractivos:** Son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro.
- **Facilidades:** Son un complemento del producto turístico, no generan flujo turístico pero las faltas de estas pueden impedir la presencia de los turistas.
- **Accesos:** Son indispensables para que el turista llegue a su destino ya
- que estos son los medios para que se posible. (Travel and Live, 2017)

1.8.2. Características del paquete turístico

“Según la ley de los viajes combinados se entiende como paquetes turísticos a la combinación previa de por lo menos los siguientes servicios; Transporte, Alojamiento, Otros servicios turísticos (diversiones) “ (Travel and Live, 2017).

Los paquetes turísticos son armados por las operadoras de turismo; para posteriormente ser comercializados por las minoristas y mayoristas de turismo. Los paquetes turísticos pueden abarcar varios productos turísticos, en tanto y en cuando así lo solicite el turista.

Por lo tanto, al elaborar un paquete de turismo, de ante mano, se debe conocer los usuarios, con el propósito de que el guía realice un adecuado guión de actividades con el grupo, a más de, constatar todos los lugares ofertados hacia los turistas; a fin de cumplir con todo lo propuesto; posteriormente, y es de suma importancia darles a conocer las características del alojamiento (si van a pernoctar), alimentación y del servicio de transporte que se les brindará; a su vez establecer el lugar en donde serán recibidos por el guía y de igual manera mencionar la ubicación donde se los dejara al concluir la gira turística; en el detalle del paquete turístico es indispensable el itinerario turístico. También, adicionalmente no olvidar colocar el precio por pax del paquete turístico y alguna recomendación del viaje si lo amerita.

1.9. El COVID-19 y su gran impacto

Originalmente la Organización Mundial del Turismo tenía previsto un crecimiento del 4% de la actividad turística, en relación con el año 2019, que fue de 1500 millones de llegadas a nivel global. El turismo entonces estaba confirmado como un sector en crecimiento y resiliente, por lo que se llamaba a un crecimiento responsable, para aprovechar las oportunidades que este traería consigo para los distintos alrededores del mundo. (World Tourism Organization, 2020, como se citó en Guerra, 2020, pp.142,143)

Sin embargo, con la llegada del COVID-2019, el turismo se paralizó a mediados de marzo de 2020. En los primeros meses del año, las llegadas de turistas internacionales disminuyeron un 56 %, y; en mayo, habían caído un 98 %. Eso se traduce en la pérdida de casi 320.000 millones de dólares en exportaciones, más del triple de lo que se perdió durante toda la crisis económica mundial de 2009. (Guzmán, 2020, p.7)

1.9.1. Reactivación Turística

En base a la complicada situación, la Organización Mundial del Turismo, decide poner en marcha el Plan de Recuperación del Turismo, basado en tres pilares fundamentales:

Para empezar, se enfoca en la recuperación económica, para medir los impactos del COVID-19, mediante análisis cualitativos y cuantitativos de la situación actual, además de desarrollar planes de recuperación estratégicos en cada país de acuerdo a su respectivo contexto, y, asimismo, el apoyo a programas de micro, pequeñas y medianas empresas, con el fin de reorientar la cadena de valor del turismo hacia la sostenibilidad.

El segundo pilar es marketing y promoción, y se sustenta en hacer crecer escenarios potenciales que permitan potenciar los mercados existentes, complementando con una estrategia de marketing dirigida hacia mercados

internacionales y nacionales, además de otra estrategia de marketing focalizada en mercados temáticos o regionales, que permitan diversificar el turismo, mediante el uso de marketing digital, sumado a una serie de incentivos para estimular el deseo de viajar al destino.

Por último, el fortalecimiento de instituciones y construcción de resiliencia, estrategia enfocada en las empresas para que estas se adapten a la realidad del COVID-19 manteniendo los estándares de seguridad e higiene. Se enfatiza también en el desarrollo de alianzas público privadas para la recuperación del turismo, así como la formulación de estrategias de comunicación durante la crisis, el crecimiento de sectores estratégicos, la creación de programas de capacitación para desarrollo turístico, el desenvolvimiento de estrategias para el desarrollo del capital humano, el fortalecimiento de las organizaciones de gestión de destinos, en complemento con programas de capacitación para comunidades locales que permitan de la creación de productos locales. Además, se hace alusión al empoderamiento de las mujeres a través del turismo, junto con un proyecto que incentive el empleo joven en el sector turístico. (Guerra P. , 2020)

A causa de la pandemia provocada por el COVID-19, el sector turístico ecuatoriano ha buscado también reinventarse y buscar alianzas con otros destinos.

Es así que algunos países, incluido Ecuador han optado por promocionar más a la reactivación del turismo comunitario, como una solución ante la crisis económica; ya que estos lugares son moderadamente concurridos, poseen varios atractivos naturales y culturales, ideales para ayudar a estabilizar las emociones agitadas de las personas a causa del confinamiento; a más de conocer nuevos pueblos, realizar excursiones, entre otras actividades; así aportaran a la recuperación del turismo Nacional. Las personas buscarán no alejarse demasiado de su lugar de residencia, menos por muchos días para vacacionar; he aquí la oportunidad para impulsar al Turismo comunitario; claro está, deberán los organismos competentes, de implementar medidas apropiadas, a fin de no causar impactos negativos a

las comunidades, ni al medio ambiente, logrando un turismo sostenible en pro de la humanidad.

Capítulo dos

Diagnóstico situacional

2.1. Factor geográfico

Santa Ana de Cotacachi se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cuya capital es Ibarra.

Es considerada la capital musical del Ecuador, ya que las personas que habitan en estas tierras tienen inclinación por el arte musical; de igual manera, este cantón presenta otra denominación, castillo de luz, por la mezcla de elementos paisajísticos y sobre todo artesanales, todo esto lo engalana como el cantón más próspero de la provincia.

Las parroquias que son parte del cantón Cotacachi son:

Urbanas: El Sagrario y San Francisco.

Rurales: Quiroga, Imantag, 6 de Julio de Cuellaje, Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez (Municipio de Cotacachi, 2015).

2.1.1. Ubicación territorial

La comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza forma parte de la parroquia del Sagrario, ubicada al nor-oeste del Cantón Cotacachi; presenta una superficie de 1809 km² aproximadamente, su altitud es de 2,418 msnm, presenta una latitud de 0.30107 y con una longitud de -78.26428 (Geodatos, 2021).

2.1.2. Características climáticas

Con respecto a las características climáticas presenta las siguientes:

- Se encuentra a 2439 m.s.n.m.
- Su clima es cálido y templado.
- Su temperatura media anual es de 11.0 °C.
- Su precipitación es de 1897 mm al año (Cotacachi Clima Ecuador).

2.1.3. Límites

Las parroquias con que limita la Comunidad Santa Bárbara de la Esperanza, son las siguientes:

Norte: parroquia Imantag del cantón Cotacachi.

Sur: parroquia Cotacachi del cantón Cotacachi.

Este: parroquia Atuntaqui del cantón Antonio Ante.

Oeste: parroquia Plaza Gutiérrez del cantón Cotacachi (Orígenes, 2021).

2.1.4. Distancia con respecto a las principales ciudades cercanas del norte

La localidad de Santa Bárbara de la Esperanza se ubica de manera privilegiada con respecto a las demás ciudades cercanas de la zona norte, de fácil acceso y a distancias que se aproximan en correspondencia a:

- **Distancia a Quito:** 106,6 km. aprox.
- **Distancia a Tulcán:** 154,8 Km. aprox.
- **Distancia a Cotacachi:** 4 km. aprox
- **Distancia a Ibarra:** 24.2 km. aprox
- **Distancia a Otavalo:** 16,1 km. Aprox (Rasmussen, Rasmussen, Gordon, &

Ma, 2004)

2.2. Datos históricos

Anteriormente, se encontraba una hacienda denominada Ocampo; cuyo hacendado posteriormente tomó la decisión de vender su terrero en varias partes, a diferentes grupos familiares; lo cual trajo como resultado el aumento de la población, de lo que hoy es la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza (Sanango, 2015).

La comunidad posee la personería jurídica desde 23 de agosto 1938, además, es parte de la Unión de Organizaciones Campesina del Cantón Cotacachi (UNORCAC).

2.3. Factor social y cultural

2.3.1. Población

El cantón Cotacachi, tiene una población de 40.036 habitantes. Según el Censo de Población y Vivienda 2010; 50,18% son hombres y el 49,82% mujeres; el 77,90% de la población vive en la zona rural y el 22,10% en zona urbano. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2017)

“En la Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza, la mayor parte de su población es joven, viven aproximadamente 90 familias; lo que da un total de 400 habitantes”. (Flores,A., comunicación personal, 15 de junio de 2021).

2.3.2. Etnias indígenas

La población originaria de esta localidad es indígena, por lo que representa el 85% del total de la población, el 14% está representado por los mestizos, el 0,7% se auto identifican como blancos, el 0,3% son montubios (Sanango, 2015).

2.4. Servicios básicos disponibles

2.4.1. Abastecimiento de agua

Actualmente un gran porcentaje de las viviendas que son parte de esta comunidad, se abastecen de agua a través de la red pública; sin embargo, aún quedan algunos hogares que captan el agua directamente del río Yanayacu; el cual es una fuente muy importante ya que, su agua se encuentra en buen estado y esta técnicamente diseñado para ser distribuido equitativamente por toda la comunidad. (Flores, A., comunicación personal, 15 de junio de 2021).

2.4.2. Comunicación

La comunicación ha mejorado ampliamente, a tal punto que la mayoría utilizan teléfono móvil, sin dejar de lado a las líneas convencionales.

Sin embargo, menciona (Flores, A., comunicación personal, 15 de junio de 2021), que la disponibilidad y el acceso al internet es aún limitada, por tal motivo, al conocer la importancia de este elemento han decidido poner un plan en marcha, para impartir talleres sobre el manejo de computadoras y acceso al internet, entre otros.

2.4.3. Energía eléctrica

“El 98% aproximadamente de los domicilios tienen energía eléctrica a través de la red de empresa eléctrica de servicio público (EMELNORTE), de igual manera la localidad dispone del alumbrado público, y el 2% de las moradas carece de este servicio.” (Flores, A., comunicación personal, 15 de junio de 2021).

2.4.4. Recolección y tratamiento de los desechos

Los camiones recolectores de basura, son los encargados de recoger los residuos inorgánicos, reciclables y no reciclables de la comunidad durante ciertos días a la semana; el 8% de los residuos es arrojado en terrenos baldíos y quebradas, el 4% es quemado y el 1% es enterrado (Sanango, 2015).

2.5. Factor económico productivo

El sector productivo que más aporta en la comunidad es el primario, ubicando en primer lugar a la agricultura, ganadería, y pesca; seguido del turismo a través de las actividades de alojamiento y comidas.

Cabe mencionar a manera general, que el área rural en comparación con las parroquias urbanas del Cantón Santa Ana de Cotacachi, es en donde se concentra en mayor medida los sectores productivos, como son: primario, secundario y terciario respectivamente (Cotacachi, 2019).

2.5.1. Infraestructura vial

El corredor prioritario estratégico denominado cielo verde – Cotacachi es un eje que se preocupa por mejorar el acceso de las zonas rurales a las vías estatales y, en la medida de lo posible, a cabeceras cantonales o a la capital provincial. Al mejorar la accesibilidad de la población de los asentamientos humanos a los servicios que ofrecen estas otras poblaciones de mayor envergadura se reduce la disparidad urbano-rural en el acceso a servicios y oportunidades económicas y se promueve un desarrollo territorial ordenado e inclusivo (Plan de Desarrollo Vial Integral de la Provincia de Imbabura, 2019, p.75).

En el Cantón Cotacachi, la mayor cantidad de vías se encuentran en estado regular con 298.53 km; la vía que conduce a proyectos estratégicos tiene un total de 197.10 km; finalmente, la ruta que lleva a proyectos productivos presenta una totalidad de 188.37 km (Plan de Desarrollo Vial Integral de la Provincia de Imbabura, 2019).

2.5.2. Accesibilidad

Para llegar a la comunidad se puede ingresar desde Cotacachi y por Otavalo, por medio de la Compañía de Bus Transolnor.

Al escoger cualquiera de las dos alternativas se debe tomar la vía denominada Sucre, la cual se encuentra asfaltada y conduce a la laguna de Cuicocha, para posteriormente llegar al sector de el Ejido de Cotacachi y seguir por el desvío hacia la derecha, por la calle Intiñan, la cual conduce a la comunidad, a una distancia de 600m aproximadamente. (Flores, A., comunicación personal, 15 de junio de 2021).

2.6. Aspecto Biofísico

2.6.1. Fauna y Flora

La fauna en esta zona geográfica es variada, habitan aves, reptiles, anfibios y mamíferos, cada uno con su característica en particular (Ver Tabla 1).

Tabla 1*Fauna*

N o	Familia	Nombre Científico	Nombre Común
AVES			
1	Turdidae	Turdus chiguanco	Mirlo chiguanco
2	Falconidae	Tyto alba	Lechuza campanaria
3	Cardinalidae	Pheucticus chrysogaster	Huirachuro
4	Ardeidae	Ardea alba	Garza o garceta
5	Strigidae	Bubo virginianus nigresens	Buho Cuscungo
6	Trochilidae	Patagona gigas	Colibrí gigante
7	Passeridae	Passer domesticus	Gorrión europeo
REPTILES			
8	Colubridae	Liophisepinephelus	Culebra Boba
ANFIBIOS			
9	Hemiphractida	Gastrotheca riobambae	Rana Marsupial Andina
MAMÍFEROS			
10	Muridos	Mus musculus	Ratón Común
11	Leporidae	Silvilagus brasiliensis	Conejo silvestre

Nota. Sanango (2015, p.30).

El Ecuador posee el 10% de todas las especies de plantas que existen en el planeta; por lo tanto, la Flora existente en este ecosistema es muy interesante (Ver Tabla 2).

Tabla 2

Flora

Nº	Familia	Nombre Científico	Nombre Común	Usos
1	Rutaceae	Citrus aurantifolia	Limón sutil	Alimenticio
2	Araliaceae	Oreopanax sp.	Pumamaqui	Maderable
3	Asteraceae	Ambrosiaarboresce n	Marco	Medicinal
4	Rutaceae	Ruta graveolens L.	Ruda	Medicinal
5	Caricaceae	Vasconcell ea pubescens	Chamburo	Alimenticio, medicinal
6	Tiliaceae	Sambucusnigra L.	Tilo	Ornamental ,medicinal
7	Xanthorrhoeac eae	Aloe vera	Sábila	Medicinal, ornamental
8	Solanaceae	Brugmansia a sanguinea	“Guanto- Floripondio”	Medicinal, ornamental
9	Agavaceae	Agave americana	Penco Blanco	Ornamental
10	Agavaceae	Faucroyo sp.	Penco Negro	Ornamental, alimento de animales
11	Myrtaceae	Psidium guajava	Guayaba	Alimenticio
12	Solanaceae	Solanum betaceum	Tomate de árbol	Alimenticia
13	Rosaceae	Rubus roseusg	Mora silvestre	Alimenticia
14	Solanaceae	Physalis peruviana	Uvilla	Alimenticia

15	Solanaceae	Solanum quitoense	Naranjilla	Alimenticia
16	Solanaceae	Capsicum spp	Ají	Alimenticia
17	Euphorbiaceae	Sapium glandulosum	Lechero	Ornamental
18	Poaceae	Zea mays	Maíz	Alimenticio
19	Tiliaceae	Sambucusnigra L.	Tilo	Medicinal, ornamental
20	Asteraceae	Taraxacum officinalis	Diente de León	Medicinal

Nota. Sanango (2015, pp.31-32).

2.7. Factor turístico

La localidad de Santa Bárbara, sin duda alguna se ha convertido en una parada de recreación y descanso por parte de todos los viajeros que han tenido la oportunidad de conocer esta comunidad; su riqueza cultural es el principal atractivo para los turistas nacionales y extranjeros.

2.7.1. Servicios turísticos

La Comunidad cuenta con la prestación de varios servicios turísticos, los cuales se detallan a continuación:

2.7.1.1. **Alojamiento.** La comunidad brinda a los viajeros la oportunidad de hospedarse, en habitaciones muy cómodos y, además, cuentan con todos los servicios básicos. Existen 10 familias que son las encargadas de dar el servicio de alojamiento turístico; alcanzando una disponibilidad máxima de habitaciones para 37 pax, distribuidos en su mayoría en habitaciones simples (cama matrimonial) y habitaciones triples (Flores, 2019) (Ver Tabla 3).

Tabla 3

Tipos de habitaciones

N°	PROPIETARIO/A	TIPO DE HABITACIÓN						PA	MODALIDAD DE OPERACIÓN	
		H I	H D	H T	H C	H M	HS J	H S		X
1	Alta Luz María			X					3	Runa Tupari
2	Alta Inés	X							2	En proceso
3	Guajan Soledad	X			X				5	Runa Tupari OO.TT y AA VV
4	Guandinango Digna			X					3	Runa Tupari
5	Guandinango Yuri	3							6	Otros OO.TT y AA VV
6	Moran Laura			X					3	Runa Tupari
7	Moran Luzmila	X							1	Otros OO.TT y AA VV
8	Morocho Virginia			X					4	Runa Tupari
9	Kowii Ariruma	X		X					4	Otros OO.TT y AA VV
10	Vinueza Etelvina	X	X	X					6	Runa Tupari
TOTAL		8	2	6	1				37	
ES										

Nota. Tomado de: Estudio Turístico de la Comuna Santa Bárbara de la Esperanza, Apauki (2019).

2.7.1.2. **Alimentación.** Los turistas pueden degustar de los platos típicos del sector, así como también, pueden solicitar la preparación de algún plato en especial; las mujeres de la comunidad son quienes preparan los alimentos y siempre están prestas a servir a los viajeros. El valor actual del desayuno, almuerzo y merienda es de \$ 3,00 cada uno (Flores, A., comunicación personal, 15 de junio de 2021).

2.7.1.3. **Atractivos turísticos.** Las actividades turísticas que se pueden desarrollar en la Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza, tienen la finalidad de brindar descanso, diversión, intercambio cultural y voluntariado en la comunidad.

En el estudio turístico se inventariaron 10 atractivos turísticos importantes en la comunidad, 5 con jerarquía III, 2 con jerarquía II, y 3 con jerarquía I; aquello es una oportunidad para el desarrollo de la infraestructura y de las condiciones técnicas para presentar un servicio de calidad (Ver Tabla 4).

Tabla 4

Atractivos turísticos

No.	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1)	Elaboración de artesanías	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías	III
2)	Convivencia comunitaria	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	III
3)	Feria Comunitaria	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	III
4)	Talleres de tejidos de alpargatas y fajas	Manifestaciones culturales	Etnografía	Artesanías	III
5)	Fiesta de la cruz	Manifestaciones culturales	Histórico	Fiestas religiosas	II
6)	Noches culturales	Manifestaciones culturales	Etnografía	Música y danza	II
7)	Cultura kichwa	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	III
8)	Río Yanayacu	Sitio natural	Río	Arroyo	I

9)	Vertiente Santa Bárbara	Sitio natural	Ambientes lacustres	Vertiente	I
10)	Vertiente Watsara	Sitio natural	Ambientes lacustres	Vertiente	I

Nota. Flores (2019).

2.7.1.4. **Gastronomía.** La comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza, posee dentro de sus atractivos culturales, la gastronomía que representa un valor agregado a la identidad de la comunidad. La base de su alimentación está en consumir productos como: el mote, las papas, el tostado, el zambo, el cuy, carne de borrego y de chancho principalmente. (Ver Tabla 5).

Tabla 5

Gastronomía

Nro.	Nombre del atractivo	Jerarquía	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Carne colorada	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
2	Chicha de jora	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
3	Asado de borrego	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
4	Colada con cuy	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
5	Cuy asado	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
6	Colada de zambo de dulce y queso	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas

7	Batido de chigualcan	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
8	Papas con berro y salsa de zambo	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas
9	Caldo de bolas de maíz o lluspas	II	Manifestacion esculturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas

Nota. Flores (2019).

2.8. Matriz FODA

Permite diagnosticar las organizaciones del sector productivo, públicas y privadas; basada en la aplicación de una herramienta objetiva, práctica y factible; como lo es, la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas); encaminada a evaluar las características internas y externas (Ponce, 2006) (Ver Tabla 6).

Tabla 6

FODA de la comunidad

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Organización comunitaria - Presencia de vías de primer y segundo orden. También posteriormente contarán con el corredor prioritario estratégico denominado cielo verde. - Manifestaciones culturales - Ubicación geográfica (2.500 msnm), estratégica al encontrarse cerca de Cotacachi, Otavalo, Ibarra, Quito. - Tierras fértiles - Cercanía al aeropuerto (2 horas) - Las mujeres son líderes en las actividades turísticas - Rodeados de una gran variedad de flora y fauna - Tienen talleres para realizar manufacturas - La comunidad aplica la agricultura orgánica - Hospedaje muy confortable 	<ul style="list-style-type: none"> - Es la primera comunidad dentro del cantón Cotacachi, con miras a convertirse en un centro de turismo comunitario (CTC). - Se podrá realizar actividades como: el agroturismo, turismo cultural, y ecológico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Poco control en animales domésticos - Deforestación - Remuneración baja por los servicios prestados - Carecen de un plan de manejo ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de oportunidades de financiamiento y apoyo externo. - Presencia del COVID- 19

3. Situación actual

Actualmente, Santa Bárbara pasa por un periodo complicado pues la pandemia de COVID-19 ha afectado a toda la industria turística del país, y esta comuna no es la excepción. En consecuencia, la operadora Turística Runa Tupari, encargada de contactar y receptor turistas extranjeros para la comunidad, cerró sus operaciones; dejando a Santa Bárbara sin su principal ingreso económico, debido a que dicha agencia de viajes a través de sus propios paquetes turísticos, promocionaba a Santa Bárbara, y gestionaba el traslado de turistas hacia la comunidad.

Por otro lado, Santa Bárbara se encuentra en proceso de convertirse en un Centro de Turismo Comunitario (CTC), siendo el primero de su provincia. Esto se debe a que tiene una organización social y económica ya establecida. Todos los ingresos que llegan, producto del alojamiento y demás actividades, son reunidos en un fondo comunal, y con ello, el presidente de la comunidad se encarga de realizar obras de mantenimiento y de repartir equitativamente los bienes a toda la comunidad. Con el CTC se pretende facilitar la gestión administrativa de Santa Bárbara, pues obtendría un mayor apoyo e intervención municipal además de beneficios tributarios.

Capítulo tres

Metodología y resultados

El proceso investigativo tiene su fortaleza en la aplicación de una adecuada metodología que permitió obtener destacados resultados fieles a una realidad concreta que destaca el análisis de la demanda sobre las distintas exposiciones de los productos turísticos alrededor de la oferta presentada en la Comunidad de Santa Barbará de la Esperanza.

3.1. Métodos aplicados en la investigación

Para el presente trabajo de investigación se recolectó información de fuentes bibliográficas y hemerográficas oficiales; estas fuentes ayudaron a indagar de mejor forma en el tema de estudio, y por ende dar cumplimiento a los objetivos planteados.

En cuanto al desarrollo del trabajo tuvo inicialmente una investigación de tipo exploratorio; la primera visita in situ hacia la Comunidad Santa Bárbara de la Esperanza, fue realizada en el mes de marzo del 2021, la cual fue guiada por Apauki Flores coordinador de la comunidad; en esta visita se empleó la técnica de la observación, ya que se apreció; su infraestructura turística, sus potencialidades naturales y culturales, actividades diseñadas para con los turistas, y, la gastronomía que ofrecen. La segunda visita in situ se la realizó en el mes de abril del 2021, esta vez fue con el propósito de conocer los alrededores de la comunidad, y así determinar más lugares turísticos relevantes, los cuales benefician de una manera u otra a la comunidad. Cabe mencionar que no se utilizó la metodología de inventario de atractivos turísticos; ya que hace un par de años atrás, la comunidad ya realizó este inventario; en la visita in situ realizada, se puede constatar este proceso.

En segunda instancia, se realizó una investigación de tipo descriptivo, por cuanto se trabajó sobre la realidad de hecho a fin de puntualizar y presentar las características de las condiciones actuales de la Comunidad Santa Bárbara de la Esperanza. (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020)

Posteriormente; otro de los métodos empleados fue el participativo, es un método en donde se involucra directamente a los miembros de la comunidad, siendo partícipes de los resultados y recomendaciones; generando de esta manera en ellos un sentimiento de identificación en el proceso de monitoreo y evaluación.

Dando continuidad a la investigación, se empleó la técnica de la encuesta; fue planteada dentro de una muestra significativa y adecuada selección, dentro de un colectivo de personas interesadas y conocedoras del turismo; llegando de esta manera por medio de preguntas estandarizadas, a establecer determinadas actitudes, opiniones y comportamientos de los encuestados.

Este proceso investigativo se lo detalla a continuación:

3.1.1. Talleres participativos


Se abordó con la ejecución del taller participativo, en donde se resolvió cuatro temas pre establecidos, con el fin de cumplir con los objetivos de la investigación.

- Saludo y socialización del proyecto de investigación.
- Problemática (Productos Turísticos, y; Reactivación Turística Post-COVID 19).
- Ideas y Diseño.
- Factibilidad. Este punto se lo determina, una vez finalizado el sondeo y análisis de las encuestas respectivas, y; también se lo da a conocer en el capítulo 4, que es la propuesta de la investigación.

En este punto se recogió los diferentes insumos (atractivos y servicios), para diseñar los diferentes paquetes turísticos; los cuales serán puestos a consulta mediante la encuesta. (Ver Tabla 7)

Tabla 7

Atributos y Descripción

Atributos	Descripción
<p data-bbox="456 432 759 461" style="text-align: center;">Actividades al aire libre</p> 	<p data-bbox="927 432 1390 707">Se realizará una caminata por el bosque, en donde se observarán especies de aves; posteriormente se visitará el reservorio de peces en donde podrán pescar y/o alimentarlos.</p> <p data-bbox="1023 734 1374 763" style="text-align: center;">Vista panorámica de la zona.</p> <p data-bbox="927 797 1390 1010">Continuando con el recorrido darán un paseo en caballo, y, finalmente se disfrutará de un vaso de leche recién ordeñada por usted/es.</p> <p data-bbox="927 1043 1390 1133">El nivel de dificultad es alto y recorrerá 5 km.</p> <p data-bbox="927 1167 1390 1312">Incluye guía nativo, box lunch (agua, chocolate, fruta y galletas) y almuerzo típico.</p>
<p data-bbox="443 1350 772 1379" style="text-align: center;">Actividades tradicionales</p> 	<p data-bbox="1023 1435 1342 1464" style="text-align: center;">Danzas / Música /Curación</p>

<p style="text-align: center;">Gastronomía local</p>	<p style="text-align: center;">Degustación de un menú completo:</p>
	<p>Desayuno, almuerzo y cena típicos del sector, en donde podrán degustar alimentos como: pan de trigo + Carnes Coloradas con cuero reventado y fritada + vaso de chicha + juego de fruta de temporada.</p>
<p style="text-align: center;">Visita a taller de artesanías</p>	<p>Participación activa en los talleres de elaboración de alpargatas;</p>
	<p>y, de fajas (chumbis); aquí también podrán adquirir los productos, elaborados por sí mismos.</p>
<p style="text-align: center;">Experiencia de convivencia comunitaria</p>	<p>Dos días realizando actividades relacionadas con:</p>
	<p>Agricultura / Ganadería / Ordeño de vacas.</p> <p>Participación del taller de kichwa. Además de fogata por la noche y storytelling.</p> <p>Incluye alimentación (Día 1: almuerzo típico, lunch, cena. Día 2: desayuno, lunch, almuerzo típico) y hospedaje en la comunidad.</p>

Las personas que fueron seleccionadas para que sean parte del taller participativo son residentes de la localidad, los cuales a su vez integran la directiva de la comunidad; también son los responsables directos de la Gestión Turística de la localidad.

Actores involucrados:

Marketing: Sayri Arotingo

Finanzas: Yuri Guandinango

Coordinador: Apauki Flores

Asesor externo en el Comité de Gestión: Javier Contreras

Con los actores mencionados se creó un equipo de trabajo, con los cuales se realizó el taller participativo, a través de la modalidad virtual (plataforma zoom); se accedió a este medio debido a la pandemia actual, por la que aún se está travesando (COVID-19), y; tuvo una duración de tres horas.

Por medio de este se buscó dar realce a los puntos de vista de las personas de la Comunidad Santa Bárbara de la Esperanza, fomentando un diálogo equitativo y democrático, con el fin de plantear acuerdos en beneficio de la comunidad, concluyendo en la conceptualización de los productos y paquetes turísticos comunitarios con enfoque a la reactivación turística post-COVID 19.

3.2. Segmentación del mercado

Para el análisis de la demanda, se planteó las encuestas, esta técnica nos permitió investigar y acercarnos a diversos grupos sociales, llegando a comprender de una manera más precisa sus características y preferencias turísticas (Fundamentos del Marketing, 2021).

3.2.1. Demanda

La población elegida es heterogénea; para el estudio de la demanda, se consideró a:

- Profesionales

- Estudiantes
- Amas de casa
- Personas desempleadas
- Jubilados y/o Pensionistas

3.2.2. **Muestra**

Para delimitar la población y conocer cuantas encuestas como mínimo realizar, se utilizó la fórmula de la población infinita; la cual se detalla a continuación:

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Dónde:

Z= nivel de confianza (95%= 1,96)

p= Población a favor (0,5)

q= Población en contra (0,5)

e= Error de estimación (8%=0,08)

n= Tamaño de muestra

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,08)^2}$$

$$n = \frac{3,84 (0,5) (0,5)}{0,0064}$$

$$n = 3,84 (0,25)$$

0,0064

n= 150

Por lo tanto el resultado nos refleja que el mínimo de encuestas a realizar es 150, para el presente trabajo se procedió con 163 encuestas; las mismas que estuvieron organizadas en tres secciones; la sección A – Viajes, compuesto de 12 preguntas; la sección B – Disposición por viajar a Santa Bárbara, en donde se explican y se da a escoger varias opciones de paquetes turísticos relacionados con la visita a la Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza; y la sección C – Perfil Sociodemográfico que abarca 7 preguntas.

El diseño de la encuesta fue elaborado en el programa de Survey 123, una vez concluida y revisada, se dio paso a compartir la encuesta a través de un link, el cual fue reenviado al whatsapp de cada uno de los participantes previamente seleccionados.

3.2.3. Resultados de las encuestas aplicadas

A continuación, se detalla el análisis de los resultados del estudio de mercado, arrojado por las encuestas.

3.2.3.1. ¿En qué ciudad reside?

Tabla 8

Ciudades en donde residen

CIUDADES	PERSONAS	%
Quito	85	52%
Guayaquil	24	15%
Esmeraldas	9	6%
Loja	6	4%

Ibarra	5	3%
Sangolqui	4	2%
Riobamba	4	2%
Latacunga	3	2%
Ambato	3	2%
Santo Domingo de los Tsáchilas	3	2%
Otros	1	12%
TOTAL	163	100%

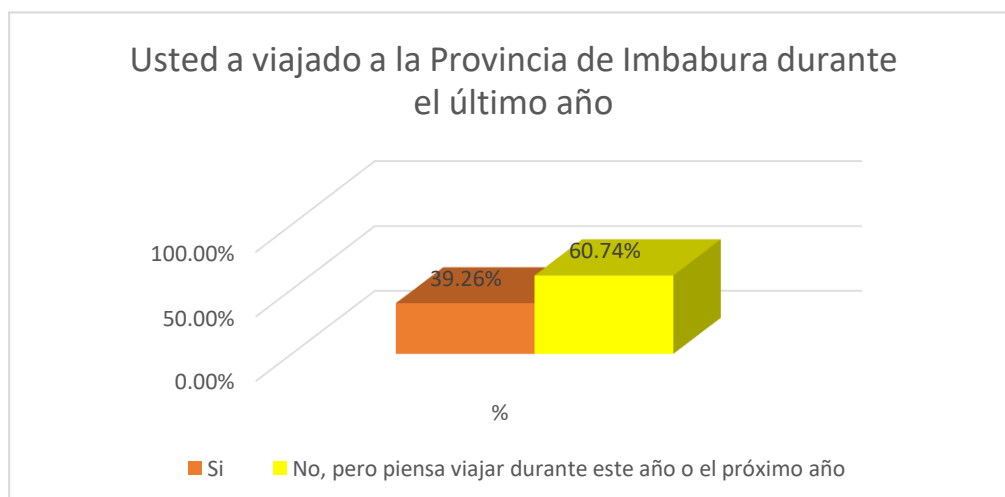
Análisis e interpretación

Estos porcentajes demuestran que la mayoría de encuestados residen en la Ciudad de Quito, lo cual es muy favorable para la comunidad, porque de esta manera los turistas por su cercanía con la provincia de Imbabura, pueden visitar a la Comunidad.

3.2.3.2. ¿Ha viajado usted a la provincia de Imbabura en el último año?

Figura 2

Usted ha Viajado a la Provincia de Imbabura durante el último año



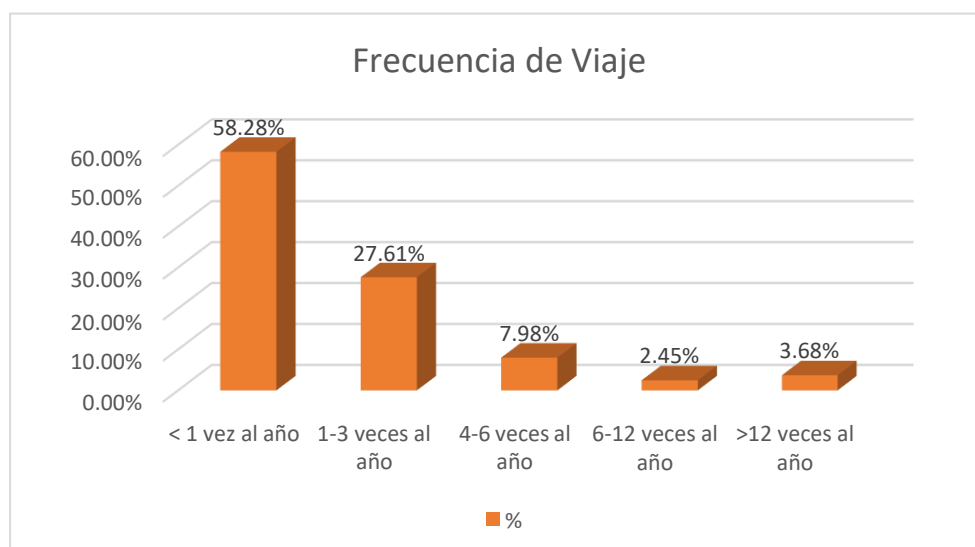
Análisis e interpretación

Estos datos reflejan que el mayor porcentaje de los encuestados no han viajado hacia la provincia de Imbabura durante el último año; esto debido probablemente a factores externos, como es la actual pandemia (Covid-19), por la que estamos atravesando; sin embargo; piensan viajar durante este o el próximo año.

3.2.3.3. ¿Con qué frecuencia ha viajado o viajará?

Figura 3

Frecuencia del viaje



Análisis e interpretación

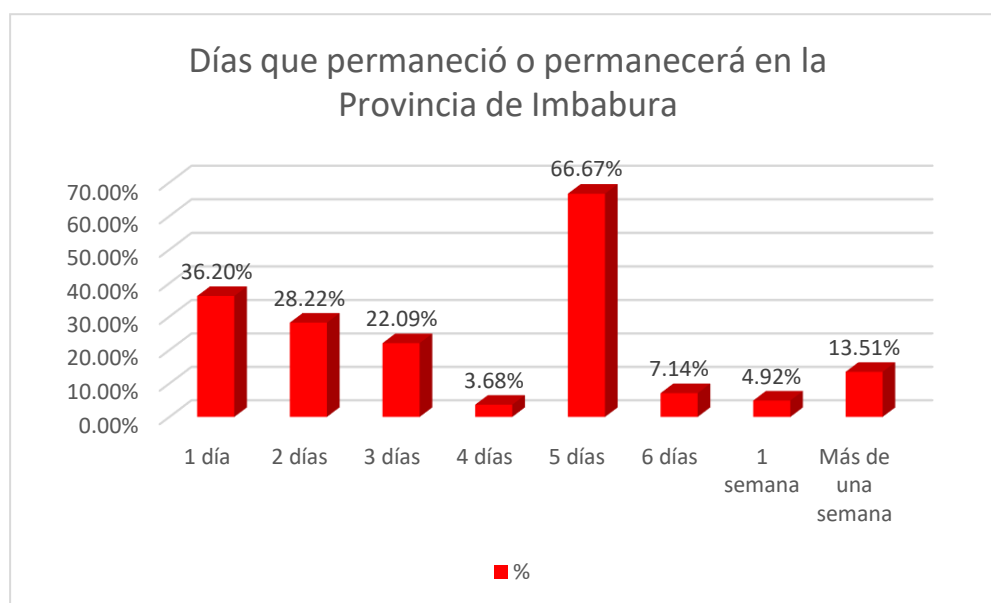
Este resultado refleja que la mayoría de encuestados han viajado, y; muestran interés por viajar próximamente, al menos una vez al año, a la Provincia de Imbabura, lo cual es beneficio para la Comunidad, ya que; los turistas actualmente, a causa del confinamiento por el COVID-19; se sienten motivados por realizar turismo comunitario, debido a la tranquilidad que ofrece, su cercanía con la naturaleza, y; así evitar aglomeraciones.

3.2.3.4. ¿Cuántos días permaneció (permanecerá) en la Provincia de Imbabura?

Haga referencia al viaje de mayor duración

Figura 4

Días de estancia



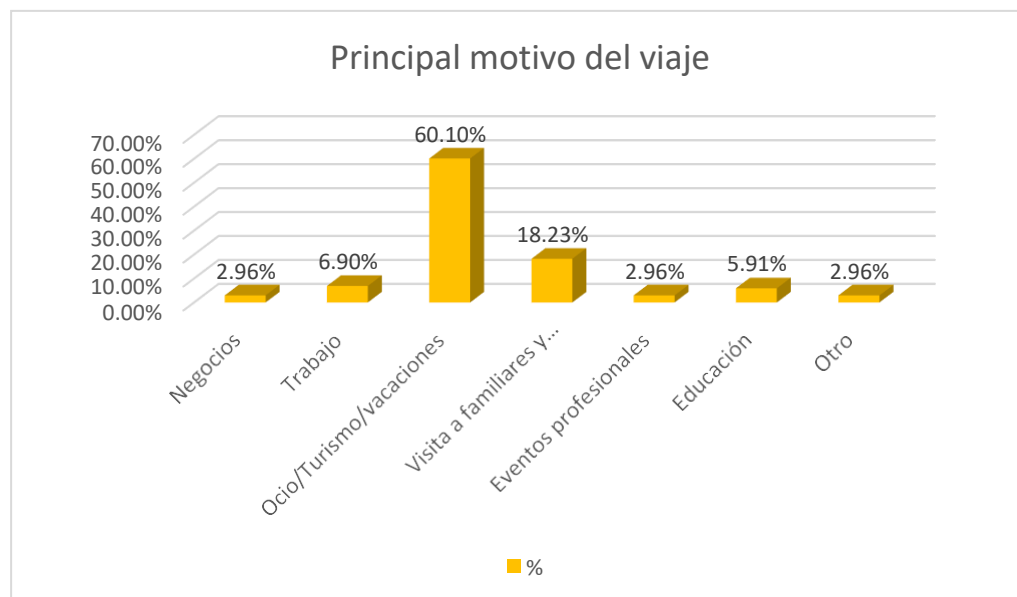
Análisis e interpretación

Estos resultados muestran que la mayoría de encuestados permanecieron/permanecerán en el destino 5 días. Lo cual indica que requerirán de alojamiento, alimentación y otros servicios para su estancia.

3.2.3.5. ¿Cuál fue (será) su principal motivo de viaje?

Figura 5

Motivo del viaje



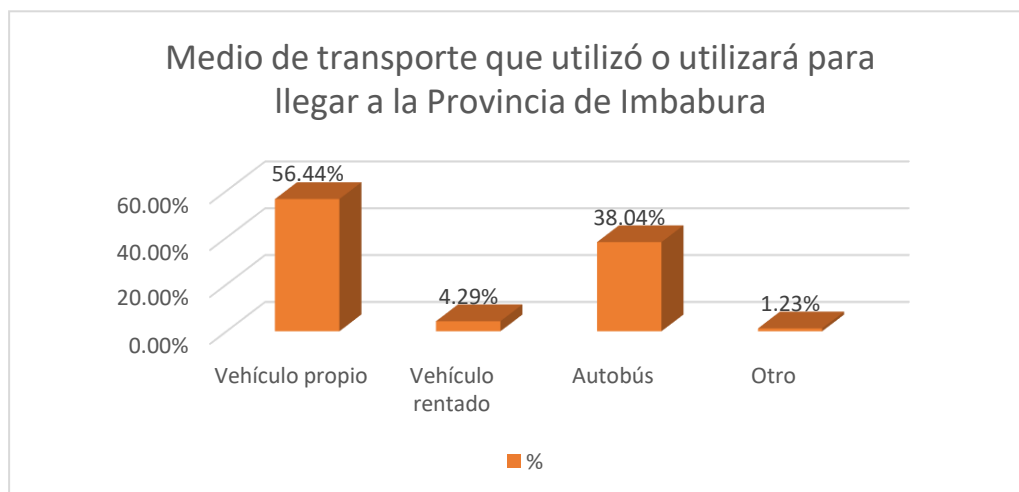
Análisis e interpretación

El resultado indica que la mayoría de personas se sintieron o se sentirán motivadas a viajar por ocio/turismo/vacaciones, lo cual es muy beneficioso para la comunidad, ya que, al ser la mayoría residentes de la capital, necesitan una alternativa diferente, como lo es el turismo comunitario; este es un lugar ideal para que los turistas se sientan en un ambiente cómodo, en donde podrán convivir con la comunidad, escuchar las leyendas, y degustar, de la gastronomía local.

3.2.3.6. ¿Qué medio de transporte utilizó (utilizará) para llegar a Imbabura?

Figura 6

Medio de transporte



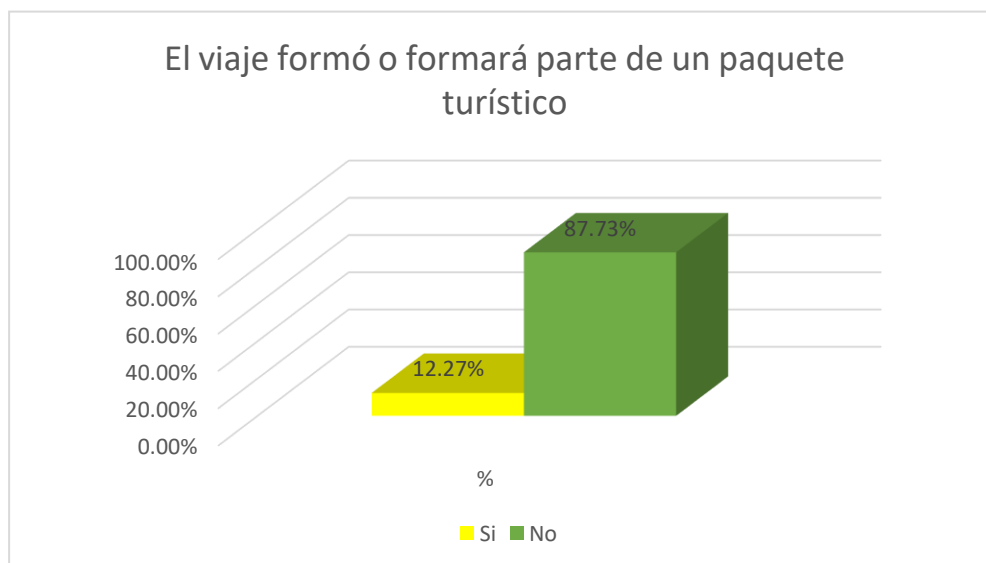
Análisis e interpretación

El resultado indica que la mayoría de encuestados se trasladaron o se trasladarán en vehículo propio, hacia la Provincia de Imbabura.

3.2.3.7. ¿El viaje formaba (formará) parte de un paquete turístico?

Figura 7

¿El viaje formaba (formará) parte de un paquete turístico?



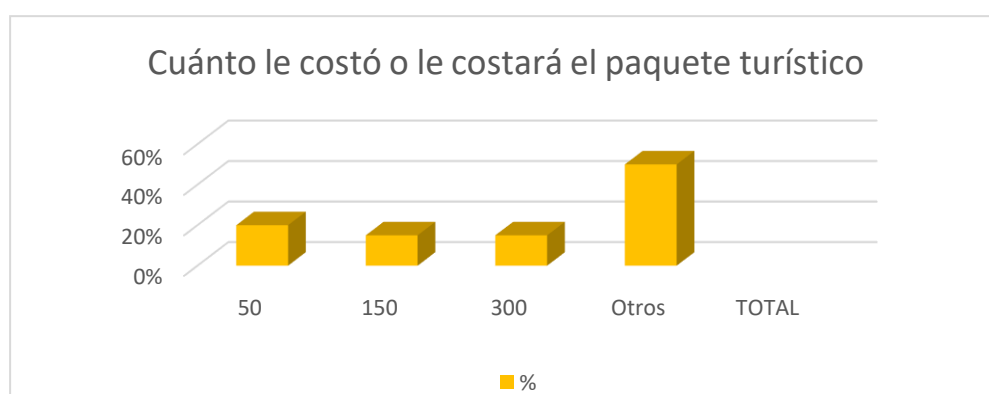
Análisis e interpretación

Po lo tanto; el resultado indica que, para la mayoría de los encuestados no les es necesario adquirir un paquete turístico, al momento de emprender un viaje.

3.2.3.8. ¿Cuánto le costó (costará) el paquete turístico? (USD)

Figura 8

¿Cuánto le costó (costará) el paquete turístico? (USD)



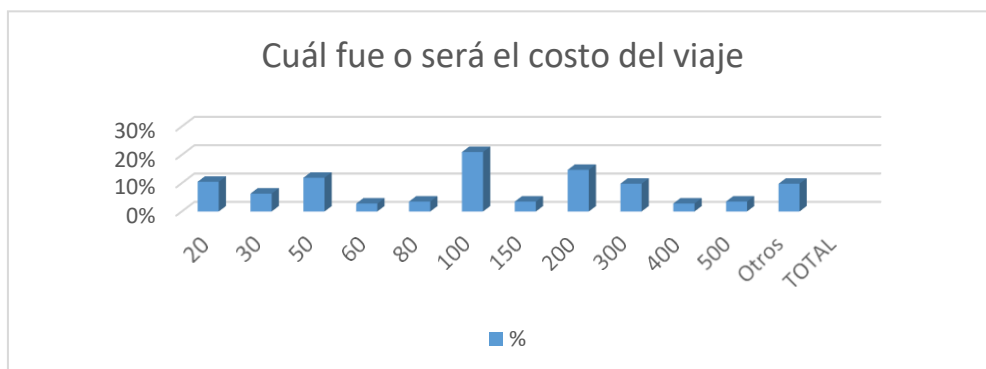
Análisis e interpretación

Los resultados exponen que, en promedio, la mayoría de encuestados estuvieron y están dispuestos a pagar entre los \$50 y \$300 dólares americanos por un paquete turístico.

3.2.3.9. ¿Cuál fue (será) el costo del viaje? (USD)

Figura 9

¿Cuál fue (será) el costo del viaje? (USD)



Análisis e interpretación

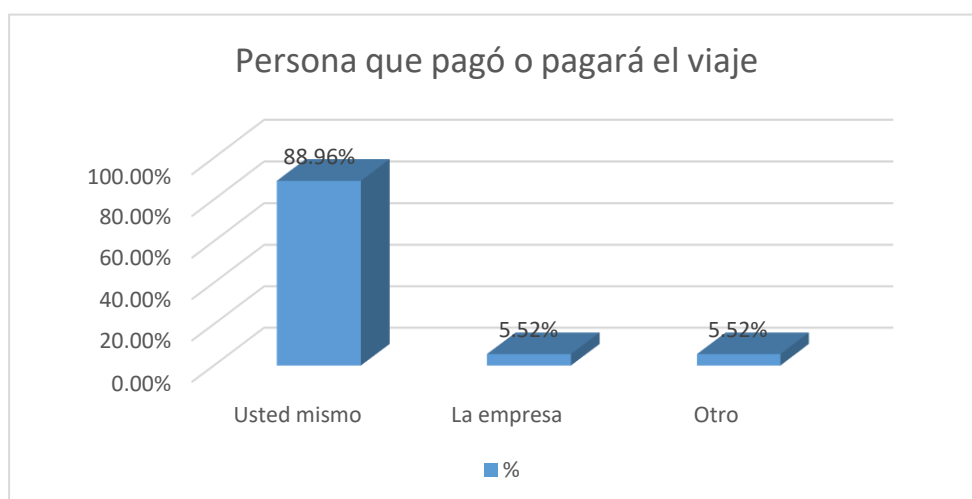
El resultado indica que, en promedio, la mayoría de encuestados estuvieron y estarán dispuestos a costear un viaje hacia la comunidad; entre un valor de \$50 y \$100 dólares americanos.

No obstante, la gráfica también demuestra que hay personas que podrían pagar valores superiores; entre los \$100 a \$300 dólares americanos.

3.3.4.0. ¿Quién pago (pagará) el costo del viaje?

Figura 10

¿Quién pago (pagará) el costo del viaje?



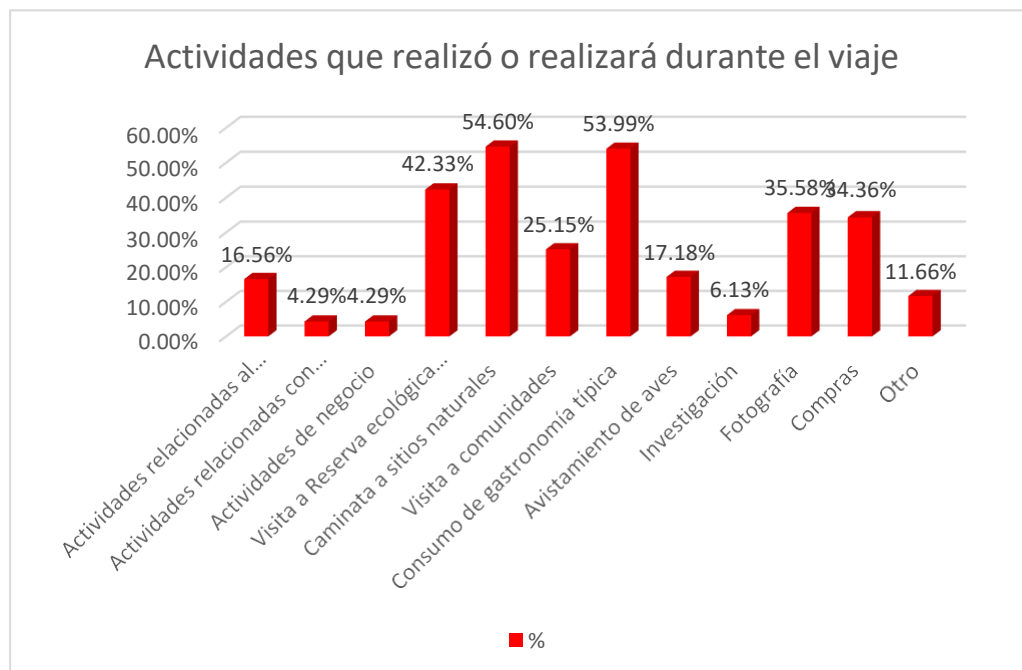
Análisis e interpretación

El resultado muestra que la mayoría de encuestados se costearon o se costearán su propio viaje.

3.3.4.1. ¿Durante el tiempo que duro (durará) el viaje, que actividades realizó (realizará)?

Figura 11

Actividades que realizó (realizará)



Análisis e interpretación

En esta pregunta los encuestados podían escoger varias opciones.

El resultado indica que las actividades preferidas por los encuestados, en orden jerárquico son: actividades naturales, consumo de gastronomía típica, visita a la Reserva Cotacachi Cayapas, fotografía, compras, avistamiento de aves, investigación, actividades de salud.

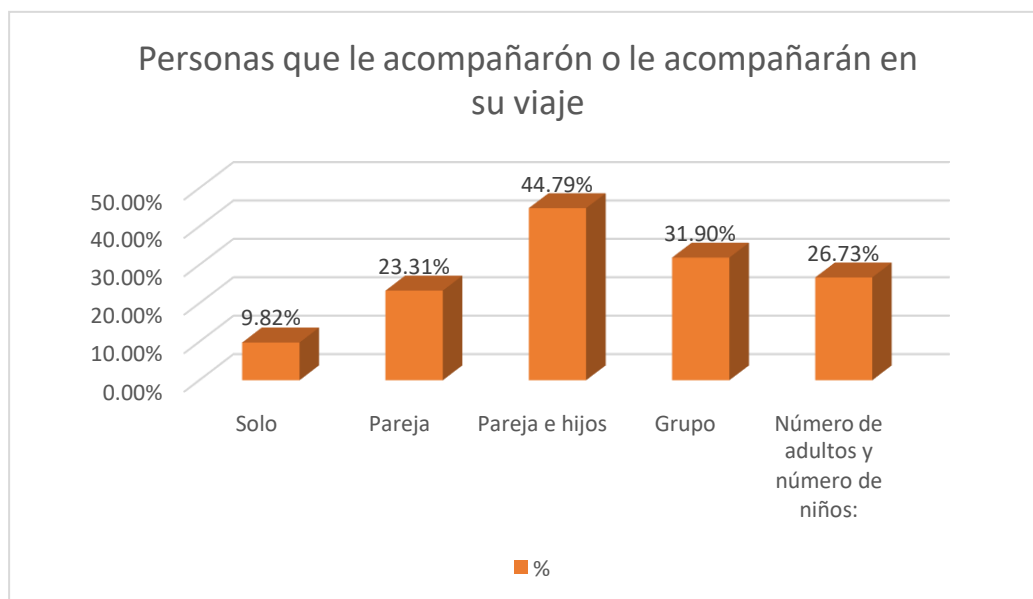
Este dato es importante, porque indica que las personas se sienten atraídas por la naturaleza, y; demás actividades que sean posibles realizar en este entorno; pues es, lo que ofrece la Comunidad de Santa Barbara de la Esperanza, un turismo comunitario con varias actividades que involucran a la recreación de los turistas con el medio ambiente.

A su vez, se puede concluir cuales actividades deben ser ofertadas como parte del producto turístico gracias al nivel de aceptación que tienen.

3.3.4.2. ¿Con quién o quienes viajó o le gustaría viajar?

Figura 12

¿Con quién o quienes viajó o le gustaría viajar?



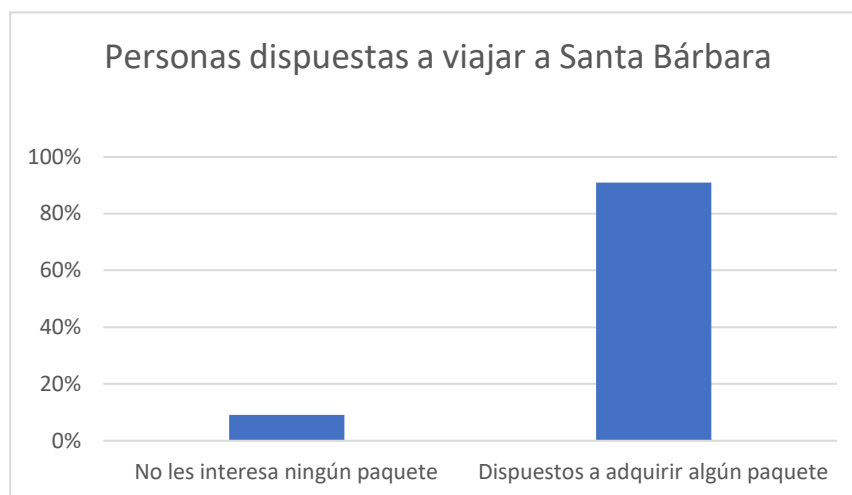
Análisis e interpretación

El resultado muestra que la mayoría de encuestados viajó o le gustaría viajar en familia (padres e hijos). Lo cual convierte a la Comunidad, como una excelente opción, ya que, tiene actividades dedicadas para niñas/ños y grupos de familias, llevados a cabo durante todo el recorrido; a más de volver a recordar los juegos tradicionales del sector.

3.3.4.3. Disposición a Viajar a Santa Bárbara

Figura 13

Disposición a viajar a Santa Bárbara



Análisis e interpretación

Para obtener la respuesta requerida para esta pregunta, se colocaron las fotografías de 12 paquetes contruidos con diversas opciones de agrupación de los atributos. Cada paquete con su respectiva descripción, esto, a fin de que los encuestados puedan conocer a detalle la información y respondan objetivamente. De esta manera, se conoció que únicamente el 9% de los encuestados no están interesados en los atributos de la comunidad de Santa Bárbara. Posiblemente, a estas personas les interesa otra tipología de turismo. Estos resultados concuerdan con lo mencionado por los expertos de la industria turística, que el turista post-Covid buscará espacios rurales que le permita actividades al aire libre y con poca aglomeración de personas.

La tabla 9, muestra la ficha técnica de los paquetes turísticos presentados a los encuestados.

Tabla 9*Ficha técnica*

Número de paquetes presentados	12
Valor mínimo USD	65
Valor máximo USD	235

En relación a los valores que los encuestados están dispuestos a pagar por los diferentes paquetes, hemos obtenido los promedios de personas y valores acorde a su frecuencia, resultando lo siguiente (Ver tabla 10).

Tabla 10*Valores promedio*

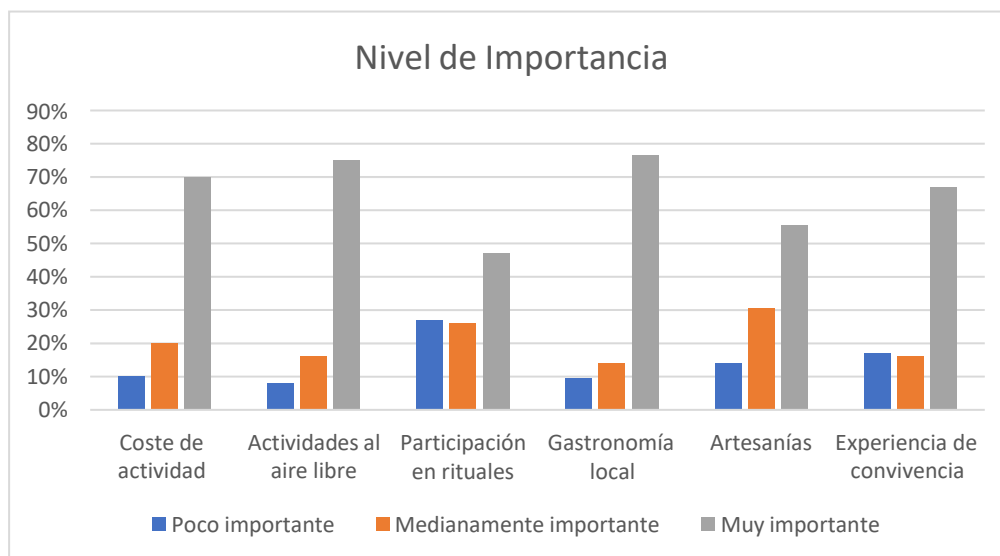
\bar{x}	90	58
personas		
\bar{x} Valor	134	152
(USD)		

Estos resultados son atractivos para la comunidad de Santa Bárbara, toda vez que indican que existe interés por la compra de al menos tres de los atributos presentados. Esto debe ser considerado por los gestores de la comunidad al momento de hacer su oferta turística.

3.3.4.4. En las elecciones realizadas con anterioridad, indique el grado de importancia que ha tenido su elección. En donde 1 representa poca importancia, y; 5 mucha importancia.

Tabla 11*Grado de importancia*

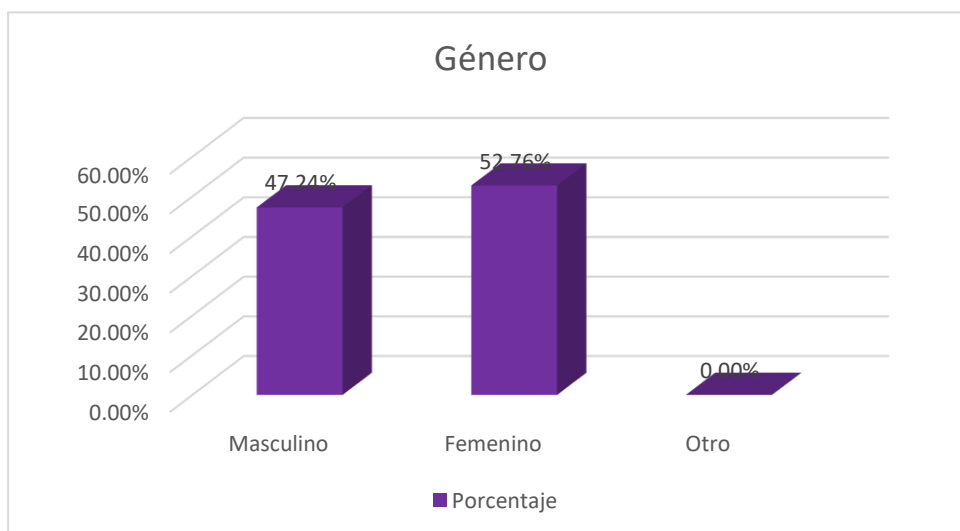
	1
Poco importante	2
Medianamente importante	3
	4
Muy importante	5

Figura 14*Nivel de importancia*

Análisis e interpretación

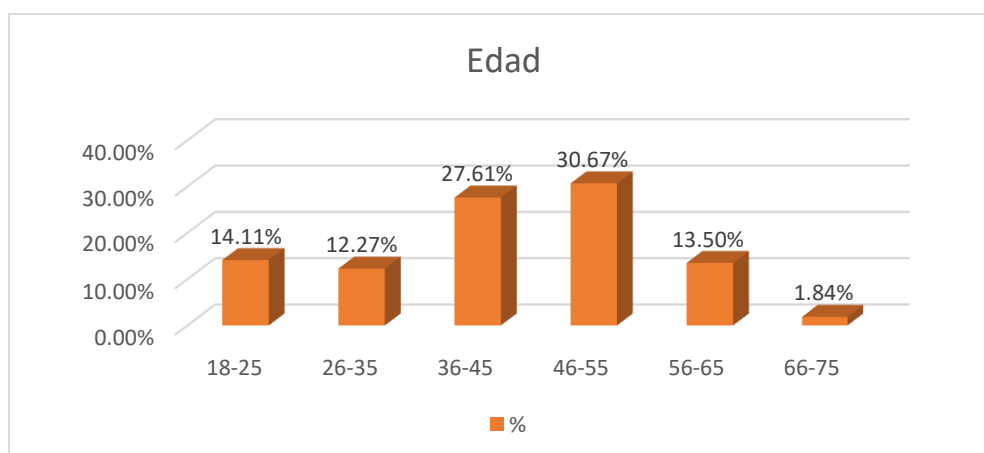
Estos resultados demuestran que; para la gran mayoría de los encuestados, es muy relevante las actividades que les gustaría realizar en sus viajes; por lo tanto, en orden de mayor importancia se encuentran la gastronomía, muy seguido de las actividades al aire libre; posteriormente y no menos importante se encuentra el coste de actividad y la experiencia de convivencia, siendo los aspectos que más sobresalen.

3.3.4.5. Género. Con la finalidad de determinar si la mayoría de los encuestados son hombres o mujeres, se procedió con la siguiente información.

Figura 15*Género de los encuestados***Análisis e interpretación**

El 47,24% de los encuestados son hombres, mientras que un 52,76% son mujeres; por lo tanto, el resultado muestra que existe un mayor número del género femenino, a quienes fueron dirigidas las encuestas.

3.3.4.6. Edad. Se busca identificar cuál es el rango de edad de las personas a quienes fueron dirigidas las encuestas.

Figura 16*Edad de los encuestados*

Análisis e interpretación

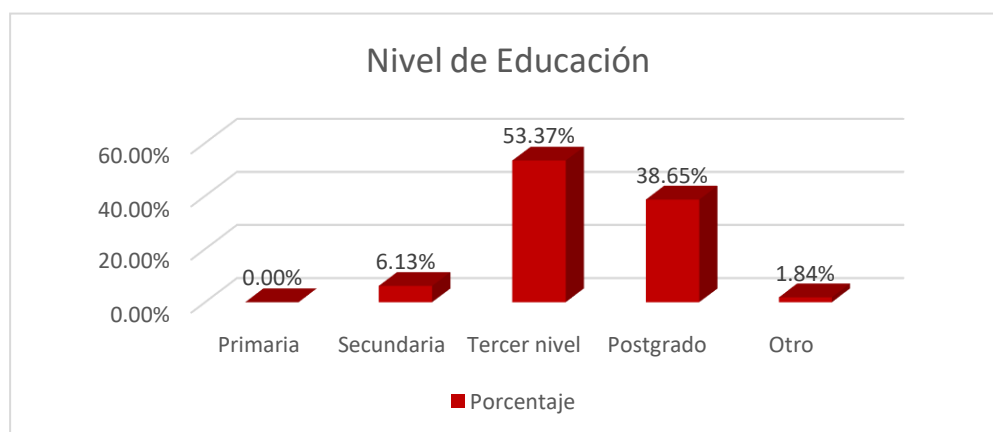
El rango edad de los encuestados varía de la siguiente manera: 14,11% corresponde al rango de edad 18-25 años; el 12,27% corresponde a la edad de 26-35 años; el 27,61% entre 36-45 años; el 30,67% 46-55 años, el 13,50% entre 56-65 años, y el 1,84% entre 66-75 años.

Esto indica que el rango de edad predominante entre los encuestados es de 46-55 años.

3.3.4.7. Nivel de Educación. Se busca determinar el nivel de estudios, de los encuestados, mediante la siguiente información.

Figura 17

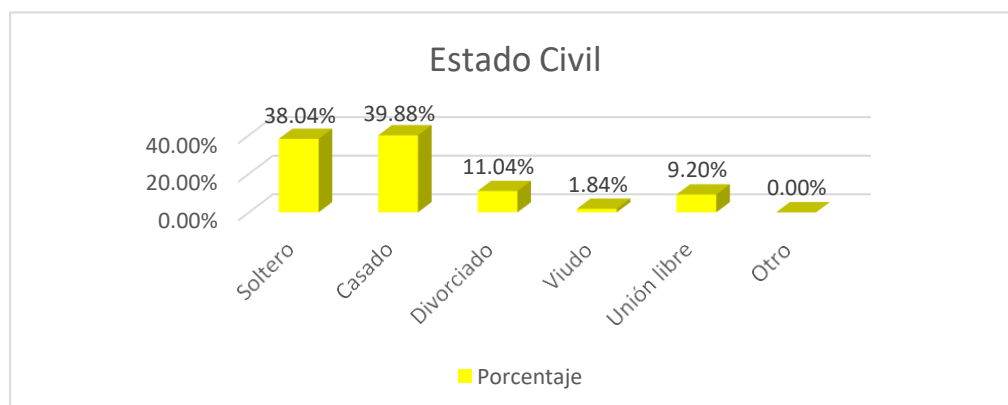
Nivel de Educación de los encuestados



Análisis e interpretación

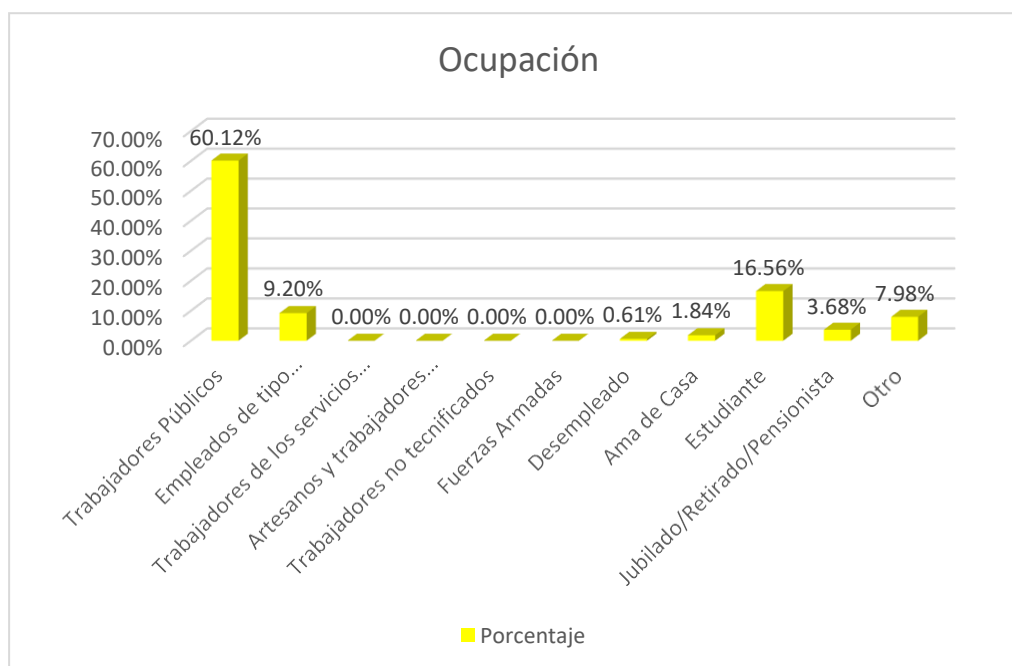
El 6,13% de encuestados tienen un nivel de educación secundaria; el 53,37% superior (pregrado); el 38,65% superior (posgrado); y, el 1,84% otro.

3.3.4.8. Estado Civil. Se muestran los siguientes datos, para conocer el estado civil de los encuestados.

Figura 18*Estado civil de los encuestados***Análisis e interpretación**

El 38,04% de los encuestados son de estado civil soltero; el 39,88% son casados; el 11,04% son divorciados; el 1,84% son viudos; el 9,2% en unión libre.

3.3.4.9. Ocupación. Con el objetivo de conocer las diversas ocupaciones de los encuestados, se muestra la siguiente información:

Figura 19*Ocupación de los encuestados*

Análisis e interpretación

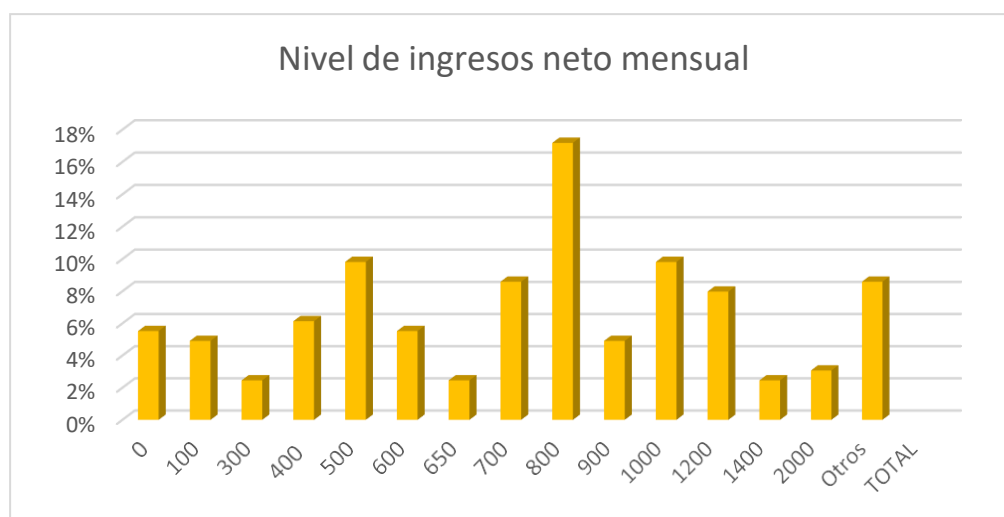
El 60,12% son trabajadores públicos; el 9,2% de los encuestados son empleados de tipo administrativo; el 0,61% están desempleados; el 1,84% son amas de casa; el 16,56% son estudiantes; el 3,68% jubilado/retirado/pensionista; el 7,98% otro.

El resultado indica que la mayoría de encuestados son trabajadores públicos y estudian, otra ocupación que tiene un porcentaje alto después de las citadas anteriormente es: empleados de tipo administrativo.

3.3.4.10. ¿Cuál es su nivel de ingreso neto mensual de los encuestados? A continuación, se reflejan los resultados que presentan los encuestados en cuanto a sus ingresos mensuales.

Figura 20

Nivel de ingreso neto mensual de los encuestados



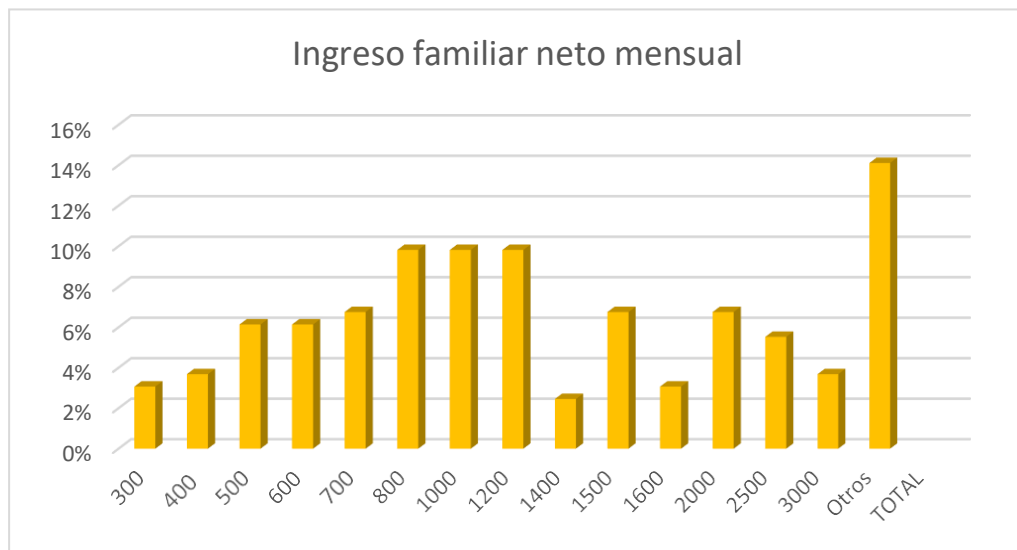
Análisis e interpretación

Los encuestados en su mayoría, presentan un ingreso neto mensual de \$800 dólares.

3.3.4.11. ¿Cuál es el ingreso familiar neto mensual? Los siguientes datos permite conocer el ingreso familiar mensual de los encuestados.

Figura 21

Ingreso familiar neto mensual de los encuestados



Análisis e interpretación

Los encuestados en su mayoría, tienen un ingreso mensual familiar que va entre los \$800, \$1000 y \$1200 dólares.

3.4. Perfil de los consumidores

A través, de la aplicación de encuestas se puede identificar la inclinación de los turistas hacia determinados productos turísticos, a su vez, constatar su predisposición por conocer la Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza en Cotacachi.

El perfil de la demanda turística estudiada, la componen en su mayoría mujeres, residentes de la ciudad de Quito; cuyo rango de edad se encuentra comprendido entre 46-55 años; con estudios de tercer nivel; cuyo estado civil varía por poco entre solteras y casadas; trabajan en un mayor porcentaje en instituciones públicas; sus ingresos son alrededor de \$800 dólares, y los ingresos familiares van entre los \$800, \$1000 y \$1200 dólares.

Dando continuidad al estudio de sus preferencias turísticas, manifestaron que sí les gustaría viajar a la provincia de Imbabura próximamente; ya que por lo general lo hacían o lo harán 1 vez al año; por Ocio/Turismo/Vacaciones. Las actividades que más les gustó o les

gustaría realizar en la comunidad son: caminatas, degustar de la gastronomía típica, y realizar fotografía; todas estas experiencias les gustaría o les gustó estar acompañados de su pareja e hijos. El medio de transporte que utilizaron o utilizarán un gran porcentaje es vehículo propio.

El costo que están dispuestos a invertir en esta nueva experiencia turística comunitaria esta alrededor de \$167,88 ctvs.

En su disposición para viajar a Santa Bárbara; se determinó que; la mayoría busca definitivamente nuevas experiencias con el medio ambiente, interactuar con otras personas, a fin de conocer sus costumbres y tradiciones; a más de degustar de la exquisita gastronomía típica de la localidad; pues todas estas actividades tienen mucha relevancia para su bienestar psicosocial, el cual fue afectado por el confinamiento, a causa del COVID-19.

Capítulo cuatro

Propuesta

Forma el punto culminante de la investigación, consiste en abordar en los resultados proporcionados por el estudio de mercado, y la participación de los miembros de la comunidad; determinar así; medios adecuados de promoción de sus productos turísticos, con la finalidad de llegar a más turistas, y demostrar su potencial turístico.

4.1. Problemática

Se presenta el siguiente diagnóstico:

- Bajo índice de turismo receptor.
- Falta de medios y recursos adecuados de promoción de sus productos turísticos.
- No disponer de una adecuada elaboración de paquetes turísticos.

4.2. Justificación

El turismo ha sido una actividad económica muy importante, dentro de la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza; durante los últimos años, ha tenido un crecimiento moderado; contaba principalmente con el apoyo de una operadora turística Runa Tupari, la cual llevaba turistas en determinadas temporadas a la comunidad; lamentablemente a causa de la pandemia por el COVID-19; esta operadora cerro sus actividades turísticas, dejando así a la comunidad, sin su aporte.

Motivo por la cual, la presente propuesta surgió como un aporte hacia la comunidad para que vuelvan a retomar las actividades turísticas, más ahora que; la mayoría de personas a causa del confinamiento por el COVID- 19, buscan y necesitan un momento de esparcimiento, que mejor, que; descubriendo y haciendo uso de los productos turísticos que ofrece la comunidad de Santa Barbara de la Esperanza.

4.3. Importancia

El presente trabajo de investigación se justifica por la necesidad de que la comunidad de Santa Barbara de la Esperanza; tenga sus propios paquetes turísticos, para que posteriormente los puedan ofertar y canalizar de una manera más adecuada y rentable, tratando de llegar a promocionarse en más lugares tanto dentro como fuera del país.

4.4. Proyección

4.4.1. Situación actual

La carencia turística es muy notoria dentro de la comunidad, a causa de la pandemia COVID- 19; lo que representa una debilidad para que esta comunidad pueda posesionarse en el mercado turístico de la ciudad de Cotacachi.

4.4.2. Situación deseada

El diseño de varios paquetes turísticos, dirigidos al público en general; más una adecuada promoción de los mismos; ayudará a la reactivación del turismo comunitario en Santa Bárbara, logrando así; que nuevos turistas conozcan este lugar, y puedan hacer uso correcto de los productos turísticos ofertados por la comunidad, a su vez; con todo ello, se dará fuerza a la economía de la localidad.

4.5. Paquetes turísticos propuestos

Una vez concluido el análisis de la situación actual y deseada de la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza, se ha determinado los siguientes productos turísticos, considerando las características con las que cuenta la comuna; han hecho posible la creación de tres paquetes turísticos de 1,2 y 3 días, respectivamente.

Para su estructuración se ha determinado una capacidad máxima de 20 pax, en función de

la oferta, y; además, por evitar aglomeraciones, debido a la pandemia por la cual aún estamos atravesando.

4.5.1. Paquete turístico 1

Denominado paquete purificador Santa Bárbara de 1 día. Enfocado en los visitantes que gustan explorar lugares nuevos y sobre todo buscan el contacto directo con la Pachamama y la medicina ancestral. (Ver tabla 12).

- **Explora:** sus costumbres, tradiciones, y creencias.
- **Comparte:** con una cálida y amigable comunidad indígena, llena de saberes ancestrales, arte y cultura.
- **Conoce:** la Flora y fauna, el río Yanayacu, la vertiente Santa Bárbara.

Tabla 12

Paquete turístico 1

Itinerario		
Día 1	Hora	Actividades
	08h00	Arribo a las cabañas de la Comuna Santa Bárbara de la Esperanza
	08h30	Explicación del itinerario
	09h00	Desayuno típico de la zona
	10h30	Tour en bicicleta hacia el río Yanayacu y a la vertiente Santa Bárbara
	13h00	Almuerzo tradicional
	14h30	Visita a los huertos y parcelas
	15h30	Limpia y medicina ancestral

	17h00	Presentación de música y danza con el grupo "Humazapas"
	18h00	Visita a taller de bordados de faja hechos a mano
	19h00	Retorno
Dificultad	Media	
20 pax	\$ \$777.02	
Precio por pax	\$ 38.9	

4.5.2. Paquete turístico 2

Este paquete es denominado de descanso y aprendizaje comunitario Santa Bárbara de 2 días y 1 noche. Enfocado en los visitantes que buscan la tranquilidad del sector rural y la convivencia con la comunidad. (Ver tabla 13)

- **Explora:** la paz que brinda el campo y la vida de su comunidad.
- **Comparte:** con una comunidad indígena, llena de saberes ancestrales, arte y cultura.
- **Conoce:** La Comuna Santa Bárbara de la Esperanza

Tabla 13

Paquete Turístico 2

Itinerario		
Día 1	Hora	Actividades
	08h00	Arribo a las cabañas de la Comuna Santa Bárbara de la Esperanza
	08h30	<ul style="list-style-type: none"> • Charla introductoria

		<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Explicación del itinerario
	09h00	Desayuno típico de la zona
	10h30	Taller de Kichwa básico
	12h30	Limpia y medicina ancestral
	14h00	Almuerzo tradicional
	15h00	Visita a la exhibición de animales de granja
	16h00	Visita a los huertos y parcelas
	17h00	Paseo a caballo alrededor del campo
	18h00	Fogata y storytelling
	19h00	Cena en comedor comunitario
	20h00	Presentación de música y danza con el grupo "Humazapas"
	22h00	Descanso
Día 2	07h00	Desayuno típico de la zona
	08h00	Avistamiento de aves
	10h00	Visita al taller de música tradicional Sabio Yumbo
	12h30	Taller de gastronomía local
	13h30	Almuerzo tradicional
	14h00	Visita a taller de bordados de faja hechos a mano
	15h00	Recreación con los juegos tradicionales
	17h00	Retorno
Dificultad	Media	

20 pax	\$2287.08	
Precio por pax	\$ 114,35	

4.5.3. Paquete turístico 3

Denominado paquete de aventuras en Santa Bárbara de 3 días y 2 noches. Enfocado en los visitantes que buscan desafíos y explorar lugares nuevos, al igual que aprender de culturas diferentes. (Ver tabla 14).

- **Explora:** los vastos campos rurales llenos de flora y fauna local, además de la majestuosa Laguna de origen volcánico.
- **Comparte:** con una cálida y amigable comunidad indígena, llena de saberes ancestrales, arte y cultura.
- **Conoce:** El Sendero de las Orquídeas, La Laguna de Cuicocha, La Comuna de Santa Bárbara.

Tabla 14

Paquete turístico 3

Itinerario		
Día 1	Hora	Actividades
	08h00	Arribo a las cabañas de la Comuna Santa Bárbara de la Esperanza
	08h30	Explicación del itinerario
	09h00	Desayuno típico de la zona
	10h30	Tour en bicicleta hacia el río Yanayacu y a la vertiente Santa Bárbara

	13h00	Almuerzo tradicional
	14h30	Visita a los huertos y parcelas
	15h30	Visita al taller de música tradicional Sabio Yumbo
	17h00	Paseo a caballo alrededor del campo
	19h00	Cena en comedor comunitario
	20h00	Presentación de música y danza con el grupo "Humazapas"
	22h00	Descanso
Día 2	07h00	Desayuno típico de la zona
	08h30	Trekking por el sendero de las Orquídeas
	10h00	Box Lunch
	12h30	Llegada a la Comunidad
	13h00	Almuerzo tradicional
	14h30	Cosecha y Siembra
	15h30	Exhibición y alimentación de animales de granja
	17h00	Taller de gastronomía
	19h00	Cena
	20h00	Descanso
Día 3	07h00	Desayuno típico de la zona
	08h30	Recorrido por la Laguna de Cuicocha
	10h00	Box Lunch
	12h30	Llegada a la Comunidad
	13h00	Almuerzo tradicional

	14h30	Retorno
Dificultad	Media	
20 pax	\$2287.08	
Precio por pax	\$174,46	

Servicios que no se incluyen dentro de los paquetes:

- Propinas
- Bebidas extras
- Servicios y productos no especificados en el tour

Lo que se recomienda llevar para la salida turística:

1. Cámara fotográfica
2. Protector solar
3. Gorra
4. Dinero extra
5. Botella de agua
6. Calzado cómodo
7. Gafas
8. Repelente
9. Medicina en caso de necesitarla

4.5.4. Prohibiciones para la visita

Figura 22

Prohibiciones para la visita



4.6. Determinación del precio

El costo de los paquetes turísticos está fijado en base a la estrategia del precio todo incluido (all inclusive).

Para el cálculo del costo de los paquetes turísticos elaborados se tomó en consideración, el precio que estarían dispuestos a pagar las personas que, mediante la encuesta, optaron por la opción que sí les gustaría comprar un paquete turístico para visitar la comunidad, a más de tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- Capacidad 20 personas. En función a la capacidad de operación local.
- Gastos administrativos 10 %

Se establece el 10% de gastos administrativos ya que este porcentaje es el más utilizado por las empresas. (Quintana, 2021)

- Porcentaje de utilidad del 19 %

Para Quintana (2021), el porcentaje de utilidad que debería aplicarse en los productos turísticos es del 19 %, en lo que plantea que el porcentaje de utilidad es una herramienta que se puede utilizar para planear el futuro de la empresa, al medir la diferencia entre el costo de producción y el costode venta, obteniendo así la siguiente formula:

$$\text{MU} = (\text{Precio de Venta} - \text{Costo}) / \text{Precio de Venta) expresado en porcentaje.}$$

4.6.1. Precio del paquete 1

Tabla 15

Determinación del precio del paquete 1

Paquete purificador Santa Bárbara			
DÍA 1			
Cantidad	Concepto	V. U.	TOTAL
Costos fijos			
Cantidad	Concepto	V. U.	TOTAL
1	Guías	\$20	\$20
1	Rituales	\$50	\$50
1	Música y Danza	\$100	\$100
Total costos fijos:			\$170
Costos variables			
Cantidad	Concepto	V. U.	TOTAL
20	Desayunos	\$5	\$100
20	Almuerzos	\$8	\$160
20	Box Lunch	\$2	\$40
20	Tallere participativo	\$8	\$60
Total costos variables			\$360
Subtotal 1			\$530
Gastos administrativos 10 %			\$53
Subtotal 2			\$583
IVA 12%			\$69,96
COSTO TOTAL			\$652,96
Utilidades 19%			\$124,06
P.V.P			\$777.02

La tabla 15, explica la distribución de los costos fijos y variables del presente paquete turístico planificado para 20 pax, diseñado para un día, dando como resultado los siguientes

detalles; tiene un costo de \$ 530, el precio de venta es de \$777.02, y el precio por pax es de \$ 38.9 .

4.6.2. Paquete 2

Tabla 16

Determinación del precio del paquete 2

Descanso y aprendizaje comunitario Santa Bárbara					
Cantidad	Concepto	V. U.	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
Costos fijos					
1	Guías	\$20	\$20	\$20	\$ 40
1	Música y Danza	\$100	\$100	0	\$100
1	Rituales	\$40	\$40	0	\$ 40
Total costos fijos					\$180
Costos variables					
20	Hospedaje	\$20	\$400		\$400
20	Desayunos	\$5	\$100	\$100	\$200
20	Almuerzos	\$8	\$ 160	\$160	\$320
20	Cenas	\$5	\$100		\$ 100
20	Box Lunch	\$2	\$40		\$40
20	Talleres participativos	\$8	\$160	\$160	\$320
Total costos variables					\$1380
Subtotal 1					\$1560
Gastos administrativos 10 %					\$156
Subtotal 2					\$1716
IVA 12%					\$205,92
COSTO TOTAL					\$1921,92
Utilidades 19%					\$365,16
P.V.P					\$2287,08

La tabla 16, explica la distribución de los costos fijos y variables del presente paquete turístico planificado para 20 pax, diseñado para dos días, dando como resultado los siguientes detalles; tiene un costo de \$ 1560, precio de venta es de \$2287.08 y el precio por pax es de \$ 114,35 .

4.6.3. Paquete 3

Tabla 17

Determinación del precio del paquete 3

Aventuras en Santa Bárbara						
Cantidad	Concepto	V. U.	DÍA 1	DÍA 2	DIA 3	TOTAL
Costos fijos						
1	Guías	\$20	\$20	\$20	\$20	\$60
1	Música y Danza	\$100	\$100	0	0	\$100
1	Rituales	\$40	\$40	0	0	\$40
Total costos fijos						\$200
Costos variables						
20	Hospedaje	\$20	\$400	\$400	0	\$800
20	Desayunos	\$5	\$100	\$100	\$100	\$300
20	Almuerzos	\$8	\$160	\$160	\$160	\$480
20	Cenas	\$5	\$100	\$100	0	\$200
20	Box Lunch	\$2	\$40	\$40		\$80
20	Talleres participativos	\$8	\$160	\$160	0	\$320
Total costos variables						\$2180
Subtotal 1						\$2380
Gastos administrativos 10 %						\$238
Subtotal 2						\$2618
IVA 12%						\$314,16
COSTO TOTAL						\$2932,16
Utilidades 19%						\$557,11
P.V.P						\$3489,22

La tabla 17, explica la distribución de los costos fijos y variables del presente paquete turístico planificado para 20 pax, diseñado para tres días, dando como resultado los siguientes detalles; tiene un costo de \$ 2380, el precio de venta es de \$3489,22, y el precio por pax es de \$ 174,46.

Estos 3 paquetes turísticos detallan todas los atractivos naturales y culturales, que ofrece Santa Bárbara; con la distribución de las actividades en cada paquete turístico respectivamente; se da la facilidad de desplazamiento que el turista necesita para llegar a

todos los puntos de interés. Y así, disfrutar al máximo de su estadía en la comunidad y sus alrededores.

La innovación que se propone es realizar el turismo comunitario con enfoque sostenible, es decir, se involucrará a los turistas no solo en convivencia con la comunidad, sino, también, y muy importante, lograr en la mentalidad de los turistas el cuidado responsable del medio ambiente.

4.6.4. Estrategias y acciones estratégicas

En base a la problemática expuesta anteriormente; se realizó la propuesta que se presenta a continuación (Ver tablas 18-22); en la que se exponen los objetivos, las estrategias, los objetivos de desarrollo sostenible, a su vez; las acciones, tiempos y presupuestos aproximados, a lo que responde cada una de las estrategias planteadas.

Tabla 18

Estrategia 1

Objetivo: Crear la página web.		
Estrategia 1: Asegurar que el lanzamiento del sitio web sea exitoso y capture la atención de la gente para realizar interacciones entre sí.		
ODS: Industria, innovación e infraestructuras		
Actores involucrados: Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza.		
Acciones	Tiempo estimado	Presupuesto referencia
1. Levantamiento fotográfico e información general	1 día	400,00 USD
2. Adquisición de Dominio y Hosting	1 mes	200,00 USD

3. Mantenimiento de Pagina Web (actualización de datos, imágenes, textos, etc.)	Cada mes	50,00 USD
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Fotografías conseguidas. • Verificación de cuantas personas han ingresado a la página web para conocer el lugar turístico. 		

Tabla 19

Estrategia 2

Objetivo: Crear presencia en las redes sociales.		
Estrategia 2: Realizar un Plan de Marketing en Redes Sociales; como: Facebook, Tik Tok, kwai, e Instagram		
ODS: Industria, innovación e infraestructuras		
Actores involucrados: Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza		
Acciones	Tiempo estimado	Presupuesto referencia
1. Levantamiento fotográfico y de videos	1 día	600,00 USD
2. Creación de cuenta de Facebook	2 días	00,00 USD
3. Creación de cuenta en Instagram	2 días	00,00 USD
4. Creación de perfil de TikTok	1 día	00,00 USD

5. Creación de perfil de Kwai	1 día	00,00 USD
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de Fotografías conseguidas. • Tráfico (fuente de tráfico google analytics). • Promedio de: seguidores, retweets , likes , compartir, unfollows. 		

Tabla 20

Estrategia 3

Objetivo: Generar anuncios de publicidad libres.		
Estrategia 3: Generar campañas de publicidad en redes sociales, las cuales son importantes para potencializar las acciones de comunicación en estas plataformas, y así; escalar los resultados.		
ODS: Industria, innovación e infraestructuras		
Actores involucrados: Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza		
Acciones	Tiempo estimado	Presupuesto referencia
1. Levantamiento de información en página oficial web y redes sociales	2 meses	400,00 USD
2. Generar y gestionar anuncios publicitarios en Meta en cada país	2 meses	2.000,00 USD
3. Generar y gestionar anuncios en Google	2 meses	1000,00 USD

4. Generar y gestionar anuncio en You tube	2 meses	1000,00 USD
<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se verificará el alcance; (es el número de personas a las que se mostró el anuncio, sea que le hayan dado clic o no). • Click Through Rate (CTR); (es el número de personas que dieron clic a la publicación dividido el alcance total). • Costo por clic (CPC). • Tasa de conversión. 		

Tabla 21

Estrategia 4

Objetivo: Crear y generar Código QR		
Estrategia 4: Aplicación de esta nueva tecnología para aprovechar las posibilidades de smartphones y tablets. tan fácil como hacerles una foto y viajar a un contenido que enriquezca nuestra experiencia.		
ODS: Industria, innovación e infraestructuras		
Actores involucrados: Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza		
Acciones	Tiempo estimado	Presupuesto referencia
1. Crear Código QR dependiendo de las necesidades.	1 día	00,00 USD
2. Levantamiento fotográfico y videos	Depende de los requerimientos	350,00 USD
3. Descargar el código QR en plataforma de Google play store en dispositivos móvil.	Continuo	00,00 USD

Indicadores:

- Lo más habitual es que el código QR contenga un enlace web que sirve para enriquecer la información del texto o publicidad en el que está incrustado.

Tabla 22*Estrategia 5*

Objetivo: Ser parte de las ferias y eventos turísticos.		
Estrategia 1: Motivar a los turistas; a que conozcan la Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza; como una nueva opción de hacer turismo comunitario .		
ODS: Alianzas para lograr los objetivos.		
Actores involucrados: Comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza; Municipio de Cotacachi, Ministerio de Turismo, la Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC) y la Unión de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cotacachi (UNORCAC).		
Acciones	Tiempo estimado	Presupuesto referencia
1. Exposición en un stand; de los productos turísticos que ofrece la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza; a través de videos, pancartas, trípticos, etc.	Depende de los requerimientos.	1500,00 USD
Indicadores:		
<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de cuantas personas se han acercado a solicitar información; mediante la creación de la base de datos. 		

Al concluir con toda la investigación respectiva, se determina que, si es factible que la comunidad de Santa Bárbara, pueda reactivar el turismo comunitario, esta vez, contando con sus propios paquetes turísticos, costos adecuados de los mismos, y, una promoción firme, harán de esta comunidad, un espacio muy atractivo para propios y extraños.

Conclusiones

Gracias a todo lo anterior podemos interpretar que, el taller participativo fue de gran aporte, ya que, se logró determinar y valorar las necesidades de la comunidad, y; sobre todo establecer los productos turísticos, que deben formar parte de los paquetes turísticos; lo cual ayudará a la reactivación del Turismo Comunitario, post COVID-19.

Tras el análisis respectivo de la encuestas, se pudo deducir de una manera más precisa las preferencias turísticas de los encuestados, por lo tanto; las actividades con mayor incidencia son: actividades al aire libre, actividades tradicionales, degustación de la gastronomía local, visita a los talleres de artesanía; es así que, el 90% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir algún paquete turístico, con al menos tres de los atributos presentados, por lo cual; pagarían un valor mínimo de \$65 y un máximo de \$235, adicional a ello, les gustaría realizar el tour junto con su familia, con una duración de uno a tres días.

Ahora que hemos visto todo lo anterior, cabe mencionar también que la comunidad, carece de medios y recursos adecuados de promoción de sus productos turísticos, lo que debilita el turismo receptor.

Recomendaciones

Asesorarse en la elaboración de paquetes turísticos, considerando las edades y gustos, de los posibles turistas; con sus respectivas normas de bioseguridad, debido a la pandemia COVID-19, por la cual aún estamos atravesando.

Estos resultados son atractivos para la comunidad de Santa Bárbara de la Esperanza, toda vez que indican que existe interés por la compra de algún paquete turístico, con al menos tres de los atributos presentados. Esto debe ser considerado por los gestores de la comunidad al momento de hacer su oferta turística.

Socializar con el Municipio de Cotacachi, Ministerio de Turismo, la Asamblea de la Unidad Cantonal de Cotacachi (AUCC) y la Unión de Organizaciones Indígenas y Campesinas de Cotacachi (UNORCAC), con el propósito de que logren auspicios, para de esta manera promocionarse, a través de; las ferias y eventos, que organizan en el transcurso del año. Además, considerar el fortalecimiento de los retos futuros, como los cambios tecnológicos; para lo cual es importante que logren presencia en las redes sociales.

Referencias

- Barros, F. (18 de Febrero de 2021). Turismo Sostenible. *Siembra*. doi:
<https://doi.org/10.29166/siembra.v8i1.2414>
- Cotacachi. (Noviembre de 2019). *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CANTONAL DE COTACACHI*. Cotacachi, Imbabura, Ecuador. Obtenido de
file:///C:/Users/HP/Documents/PLAN-DE-DESARROLLO-TUR%C3%8DSTICO-DE-COTACACHI-VERSI%C3%93N-FINAL-AME-2_compressed.pdf
- Cotacachi Clima Ecuador. (s.f.). Obtenido de CIIMATE-DATA.ORG: <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/provincia-de-imbabura/cotacachi-25394/>
- Díaz, L., Alza, M., & Peña, N. (2020). *Propuesta de paquete turístico cultural a partir de los mitos y leyendas del municipio*. Obtenido de Propuesta de paquete turístico cultural a partir de los mitos y leyendas del municipio.
- Entorno Turístico. (13 de Noviembre de 2016). Obtenido de hablemosdetur:
<https://www.entornoturistico.com/10-tipos-de-productos-turisticos-que-buscan-los-nuevos-turistas/>
- Flores, A. (Noviembre de 2019). *Plan de desarrollo turístico de la Comunidad Santa Bárbara 2020-2030*. Cotacachi, Imbabura, Ecuador.
- García, R. (7 de Septiembre de 2017). *Aprende de Turismo*. Obtenido de Turismo Rural Comunitario: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>
- Geodatos. (2021). Obtenido de <https://www.geodatos.net/coordenadas/ecuador/cotacachi>
- Guayaquil Económico. (13 de Enero de 2017). Obtenido de
[http://www.viajandoporelmundo.com/:](http://www.viajandoporelmundo.com/)
<https://guayaquileco.wordpress.com/2017/01/13/contenido-destacado-3/>
- Guerra. (2020). *Perdidas Causadas por el Covid 19*. Obtenido de Perdidas Causadas por el Covid 19.

Guerra, P. (29 de Diciembre de 2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia.*

doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1564>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (1 de Julio de 2020). *Revista Científica Mundo de la investigación y del Conocimiento*, 4 N° 3, 163-173.

doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Guzmán. (2020). *Perdidas que a causado el Covid-19 al Turismo.* Obtenido de Perdidas que a causado el Covid-19 al Turismo.

Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (Enero de 2017). *Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad.* Obtenido de Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad:

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>

Manejo del Turismo Comunitario - Ecuador. (2015). Obtenido de Manejo del Turismo

Comunitario - Ecuador: }

<http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario->

[Ecuador%20\(Documento%20Tem%23U00e1tico\)%202011%2011%2020.pdf](http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20(Documento%20Tem%23U00e1tico)%202011%2011%2020.pdf)

Multinational Federation of Community Tourism in Ecuador (FEPTCE). (2013). Obtenido de

Multinational Federation of Community Tourism in Ecuador (FEPTCE):

[https://www.equatorinitiative.org/wp-](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)

[content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf)

Municipio de Cotacachi. (07 de 01 de 2015). Obtenido de

<https://www.cotacachi.gob.ec/index.php/turismo>

Nasimba, C., & Cejas, M. (7 de Julio de 2015). *DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.*

Obtenido de DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS :

https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-

CEJAS-DISEÑO-DE-PRODUCTOS-TURÍSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Nilsson, M., Girggs, D., & Visbeck, M. (15 de Junio de 2016). *Map the interactions between Sustainable Development Goals*. doi:<https://doi.org/10.1038/534320a>

Orígenes. (2021). Obtenido de Orígenes by Diners Club®. Ecuador.:
<https://origenesecuador.com/comuna-santa-barbara/>

Plan de Desarrollo Vial Integral de la Provincia de Imbabura. (2019). Obtenido de
<http://www.congope.gob.ec/>: <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/Imbabura-plan-vial-integral.pdf>

Ponce, H. (Septiembre de 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y. *Contribuciones a la Economía*, 16. Obtenido de
<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>

Quintana, C. (3 de Agosto de 2021). *Margen de Utilidad*. Obtenido de
<https://www.oberlo.es/blog/margen-de-utilidad>

Rasmussen, L., Rasmussen, J., Gordon, N., & Ma, S. (2004). Google Maps.

Rueda, S. (2019). *La gastronomía tradicional de Cotacachi, provincia de*. Obtenido de
<http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/284/RUEDA%20PROA%20SANDRA%20LISSETTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sanango. (2015). PROPUESTA DE POTENCIACIÓN DEL IDIOMA KICHWA COMO PRODUCTO TURÍSTICO. *PROPUESTA DE POTENCIACIÓN DEL IDIOMA KICHWA COMO PRODUCTO TURÍSTICO*. Quito, Pichincha, Ecuador.

Sánchez, F., & Marín, R. (24 de Marzo de 2021). *Beneficios y riesgos que supone la tendencia al turismo rural*. Obtenido de <https://sensitur.com/beneficios-y-riesgos-que-supone-la-tendencia-al-turismo-rural>