

Artículo Científico

Turismo comunitario como motor de desarrollo local: un análisis de recursos, capacidades de gestión y motivaciones turísticas

Community-based tourism as a driver of local development: an analysis of resources, management capacities, and tourism motivations



Villarroel-Puma, Marco Fernando ¹



<https://orcid.org/0000-0001-9288-6221>



mvillarroel@uteq.edu.ec



Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador, Quevedo.



Mendoza-Coto, Génesis Daniela ²



<https://orcid.org/0009-0009-0164-7854>



gmendozac2@uteq.edu.ec



Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador, Quevedo.



Cedeño-Macias, Alexa María ³



<https://orcid.org/0000-0003-1771-7983>



acedenom23@uteq.edu.ec



Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador, Quevedo.

Autor de correspondencia ¹



DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v4/n3/227>

Resumen: El turismo comunitario se desarrolla como una alternativa económica viable para las comunidades rurales afectadas por un mercado agrícola cambiante. Analizar el potencial del turismo comunitario en el cantón Mocache-Ecuador, mediante la evaluación de recursos naturales y culturales, capacidades de gestión familiar y las motivaciones de los turistas potenciales. Se empleó un diseño de investigación mixto con alcance exploratorio-descriptivo. La recolección de los datos se realizó mediante fichas de observación estandarizadas según los criterios del Ministerio de Turismo del Ecuador para la jerarquización de atractivos turísticos comunitarios, entrevistas semiestructuradas con gestores locales (n=2), y encuesta estructurada a turistas potenciales (n=165). Los resultados revelan que el Rodeo Montubio es el recurso cultural más destacado, lo que lo convierte en un atractivo de alto interés para el desarrollo turístico local. Las familias locales demuestran capacidades autodidactas y mucho interés en la gestión turística, aunque enfrentan limitaciones en infraestructura vial, capacitación formal y estrategias promocionales. Los turistas potenciales priorizan las experiencias de descanso placentero, recreación, inmersión cultural y ecoturismo. El estudio concluye que Mocache posee un potencial significativo en el turístico comunitario que podría incidir en las economías de las familias mocacheñas. Este desarrollo está condicionado a mejoras que se puedan implementar en infraestructura, profesionalización de servicios y estrategias integradas de promoción para consolidar un modelo de desarrollo local sostenible.

Palabras clave: turismo comunitario, desarrollo local, economías familiares, recursos turísticos, gestión sostenible.



Check for updates

Received: 25/May/2026

Accepted: 19/Jun/2026

Published: 16/Jul/2026

Cita: Villarroel-Puma, M. F., Mendoza-Coto, G. D., & Cedeño-Macias, A. M. (2026). Turismo comunitario como motor de desarrollo local: un análisis de recursos, capacidades de gestión y motivaciones turísticas. *Revista Científica Ciencia Y Método*, 4(3), 152-172. <https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v4/n3/227>

Revista Científica Ciencia y Método (RCyM)

<https://revistacym.com>

revistacym@editorialgrupo-aea.com

info@editorialgrupo-aea.com

© 2026. Este artículo es un documento de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional**.



Abstract:

Community-based tourism is emerging as a viable economic alternative for rural communities affected by a changing agricultural market. This study analyzes the potential of community-based tourism in the Mocache canton of Ecuador by evaluating natural and cultural resources, family management capabilities, and the motivations of potential tourists. A mixed-methods research design with an exploratory-descriptive scope was employed. Data were collected using standardized observation forms based on the criteria of Ecuador's Ministry of Tourism for ranking community-based tourist attractions, semi-structured interviews with local managers (n=2), and a structured survey of potential tourists (n=165). The results reveal that the Rodeo Montubio is the most prominent cultural resource, making it an attraction of high interest for local tourism development. Local families demonstrate self-taught capabilities and a strong interest in tourism management, although they face limitations in road infrastructure, formal training, and promotional strategies. Potential tourists prioritize experiences involving leisurely relaxation, recreation, cultural immersion, and ecotourism. The study concludes that Mocache has significant potential for community-based tourism, which could have an impact on the economies of Mocache families. This development depends on improvements that can be made to infrastructure, the professionalization of services, and integrated promotional strategies to consolidate a model of sustainable local development.

Keywords: community-based tourism, local development, family economies, tourism resources, sustainable management.

1. Introducción

El desarrollo local constituye una prioridad global en el contexto de la sostenibilidad ambiental y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades rurales (Ramírez-Cortés et al., 2024). En América Latina, las comunidades agro-productivas enfrentan desafíos significativos derivados de la variabilidad de los mercados agrícolas, impulsando la búsqueda de alternativas económicas que diversifiquen sus fuentes de ingreso (Barcia-Zambrano, 2022). El turismo comunitario se posiciona como una estrategia para el desarrollo económico local y la conservación de los recursos naturales y culturales, caracterizándose por la participación activa de los habitantes locales en la planificación, operación y promoción de actividades turísticas (Raza y Acosta, 2023).

A diferencia del turismo convencional, que por lo general beneficia a grandes empresas, el turismo comunitario empodera a las familias locales y les permite ser propietarias de su emprendimiento turístico. Este enfoque genera ingresos directos, mejora la calidad de vida y fortalece el tejido social de las familias (Del Corral-Villarroel

et al., 2024). En Ecuador, el turismo comunitario contribuye con la creación de empleo, estimula la economía, conserva el medio ambiente y fomenta el intercambio cultural.

El cantón Mocache, ubicado en la provincia de Los Ríos, presenta una economía dependiente principalmente de la agricultura, especialmente de cultivos como cacao y plátano. Las familias locales, afectadas por los cambios permanentes del mercado, identifican en el turismo una opción para diversificar ingresos y mejorar su calidad de vida. No obstante, enfrentan limitaciones debido a la falta de capacitación en gestión turística, planificación, marketing y atención al cliente, lo que limita el desarrollo de un turismo comunitario sostenible. La insuficiente infraestructura turística dificulta la creación de experiencias atractivas para visitantes, que se evidencia en la escasez de alojamientos, restaurantes y servicios turísticos de calidad. Además, la promoción y difusión de los atractivos son insuficientes, sin una estrategia que abarque medios nacionales e internacionales.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo el turismo comunitario contribuye al desarrollo local de las economías familiares en Mocache. El estudio: (a) identifica los recursos naturales y culturales con potencial turístico comunitario, (b) evalúa las capacidades de gestión de las familias locales en la operación turística, y (c) examina las motivaciones de los turistas potenciales para visitar un destino turístico. Así mismo, la relevancia de este estudio radica en proporcionar evidencia empírica sobre el potencial que tiene el turismo comunitario para promover el desarrollo sostenible en comunidades rurales ecuatorianas, proponiendo lineamientos estratégicos para su consolidación.

Conceptualización y evolución de turismo comunitario

El concepto de turismo comunitario fue planteado por Murphy (2013) cuando la industria turística se encontraba en una etapa de crecimiento caracterizada por una mayor movilidad y viajes más extensos. Este modelo incrementó la competencia en un contexto ecológico y comunitario, especialmente en áreas rurales de países menos desarrollados. La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) define el turismo comunitario como una forma de gestión dentro de las diferentes actividades turísticas, reconocido como turismo vivencial donde la comunidad se encarga del diseño, comercialización y promoción del producto turístico, con ganancias redistribuidas en obras de infraestructura, salud y educación.

Raza y Acosta (2023) señalan que el turismo comunitario se ha transformado en una alternativa eficaz para atraer turistas que buscan nuevas oportunidades de conocer la cultura de las comunidades. Este tipo de turismo es considerado solidario, consciente, cercano al medio ambiente y, que promueve el desarrollo local y sostenible.

Recursos turísticos y su valorización

Los recursos turísticos constituyen la materia prima de la actividad turística, representando elementos materiales o inmateriales con capacidad para atraer visitantes a una determinada localidad (Cañas y Arnandis, 2014). Lujan-Vera et al.

(2022) definen el recurso turístico como cualquier elemento vinculado a la naturaleza o cultura de un territorio socialmente organizado que, por sí mismo o mediante su transformación, es capaz de atraer temporalmente a personas de otros lugares.

La valorización de recursos turísticos resulta determinante para el desarrollo del turismo, constituye el eje principal desde donde parten ideas para desarrollar estrategias y planes de crecimiento turístico a largo plazo, cuidando y protegiendo el uso adecuado de recursos existentes y evitando su sobreexplotación (Lujan-Vera et al., 2022). Los recursos se clasifican en naturales, elementos donde no ha intervenido la mano del hombre, y culturales, elementos donde ha intervenido la acción humana a lo largo del tiempo.

Desarrollo local y economías familiares

El desarrollo local implica seguridad para fortalecer e impulsar el bienestar de los habitantes, promoviendo la cultura de ciudadanía y alentando el crecimiento mediante la inversión (Ramírez-Cortés et al., 2024). Vargas-Peralvo et al. (2025) definen el desarrollo local como un proceso con gran importancia organizacional y educativa: organizacional porque requiere reorientación de instituciones existentes o creación de nuevos tipos de instituciones, y educativo porque implica cambio de actitudes y prácticas que obstaculizan mejoras socioeconómicas.

En el contexto del turismo comunitario, el desarrollo local busca aumentar las posibilidades de bienestar de una sociedad aprovechando las potencialidades de las personas como iniciadores de ideas innovadoras que causan impacto económico y social, posibilitando el crecimiento progresivo en empleo, producción y bienestar comunitario (Ensuncho y Vásquez, 2023).

Sostenibilidad y turismo comunitario

El desarrollo sostenible implica solucionar la escasez actual sin comprometer el futuro de las poblaciones (Zumaeta, 2024). En el contexto turístico, la sostenibilidad se considera como actividad que ayuda conservar y mantener los medios productivos. Hinojosa y Condorí (2023) señalan que la sostenibilidad es un proceso indispensable para lograr la adecuada realización de la sostenibilidad en aspectos ambientales, económicos y sociales de toda actividad.

El turismo comunitario sostenible requiere equilibrio entre el aprovechamiento de recursos naturales y culturales, la generación de beneficios económicos para las comunidades locales y la preservación del patrimonio para futuras generaciones. Este enfoque integral asegura que el desarrollo turístico contribuya positivamente al bienestar comunitario sin comprometer la integridad ambiental y cultural del destino (Merino-Rosero et al., 2024).

Motivaciones turísticas

Las motivaciones turísticas constituyen factores determinantes en la decisión de visitar un destino. De La Cruz-Piña et al. (2021) identifican una tendencia creciente hacia el turismo de bienestar, donde experiencias de relajación y contacto con la naturaleza responden a necesidades de turistas modernos. En este contexto, Villarroel (2022) desarrolló una escala para evaluar la influencia de servicios generales, hoteleros y de restaurantes en el motivo de visita a destinos turísticos, identificando cuatro variables principales: motivo de la visita, servicios de alojamiento, servicios gastronómicos y servicios en el destino. En este contexto, Salazar et al. (2018) enfatizan que los turistas buscan experiencias que integren productos locales auténticos y frescos, valoran la calidad en servicios gastronómicos.

2. Materiales y métodos

Se aplicó una investigación mixta con alcance exploratorio-descriptivo. El enfoque cualitativo permitió evaluar las habilidades de gestión de familias locales y comprender dinámicas comunitarias, mientras que el enfoque cuantitativo facilitó la identificación de motivaciones de turistas potenciales y la cuantificación de sus preferencias.

Población y muestra

La población estuvo compuesta por los gestores locales y los turistas potenciales:

Los gestores locales fueron seleccionados mediante un muestreo intencional a los gestores de la Finca Agroturística D'Veritas, único complejo turístico operativo en el cantón Mocache. Se realizaron entrevistas a profundidad con un propietario y con el administrador del complejo.

Los turistas potenciales se seleccionaron de la población económicamente activa de Mocache proyectada al 2024 (13,724 habitantes según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial). La muestra se calculó mediante la fórmula para poblaciones finitas, dando como resultado 165 turistas potenciales.

$$n = \frac{Z^2 \cdot pq \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot pq}$$

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos se realizó mediante la observación, la entrevista y la encuesta:

La observación se aplicó utilizando fichas según los criterios establecidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) en su manual de metodología para jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos (MINTUR, 2018). Los atractivos de la Finca Agroturística D'Veritas evaluados fueron: rodeo montuño, piscina natural y lago de patos (Tabla 1).

Tabla 1*Criterios y ponderación del MINTUR 2018 para evaluar Atractivos Turísticos*

Criterio de Evaluación	Ponderación MINTUR
Accesibilidad y conectividad	18
Planta turística/complementarios	18
Estado de conservación e integración sitio/entorno	14
Higiene y seguridad turística	14
Políticas y regulaciones	10
Actividades que se practican	9
Difusión y medios de promoción	7
Registro de visitantes y afluencia	5
Recursos humanos	5
Puntuación total	100

Nota: Los valores establecen la puntuación máximo posible que podría obtener en cada criterio el atractivo evaluado. Jerarquía II = Atractivo excepcional (86-100 puntos); Jerarquía I = Atractivo con rasgos excepcionales (61-85 puntos) (Autores, 2026).

La entrevista se diseñó considerando los parámetros de turismo rural propuesto por González et al. (2021). Las preguntas exploraron: organización de actividades turísticas, coordinación interfamiliar, formación en gestión turística, atención a turistas y resolución de quejas, estrategias para asegurar experiencia satisfactoria, promoción de actividades, gestión de alojamiento, alimentación, transporte, y principales desafíos enfrentados.

La encuesta se aplicó mediante un cuestionario de 18 ítems diseñado de las escalas de Vanegas et al. (2025), Villarroel (2022), Carvache et al. (2017), y Saavedra et al. (2021), (Tabla 2).

Tabla 2*Escala del instrumento de medición de motivaciones turísticas*

Variable	Código	Ítem	Fuente
Motivaciones de la visita	MV1	Descansar, recreación y contacto con la comunidad local	Villarroel (2022); Carvache et al. (2017)
	MV2	Participar en actividades agrícolas o ganaderas	Saavedra et al. (2021)
	MV3	Conocer la cultura y tradiciones locales	Villarroel (2022); Carvache et al. (2017); Vanegas et al. (2025)
	MV4	Realizar caminatas en áreas naturales y senderos protegidos	Saavedra et al. (2021)
	MV5	Participar en talleres de elaboración de productos artesanales	
Servicios turísticos	ST1	Calidad de la atención y hospitalidad de la comunidad anfitriona	Villarroel (2022); Carvache et al. (2017); Vanegas et al. (2025)
	ST2	Disponibilidad de guías turísticos locales	
	ST3	Comodidad y limpieza de los alojamientos locales	Villarroel (2022)
	ST4	Acceso a información sobre actividades comunitarias y culturales	
Servicios de gastronomía	SG1	Calidad de la comida tradicional	Saavedra et al. (2021)
	SG2	Atención y hospitalidad del personal en restaurantes comunitarios	

Actividades en el destino	SG3	Relación calidad/precio de los menús ofrecidos	
	SG4	Uso de ingredientes frescos y locales en los platillos	
	AD1	Realizar recorridos turísticos guiados por la comunidad local	Villarroel (2022); Carvache et al. (2017); Vanegas et al. (2025)
	AD2	Acceso a parques y áreas recreativas para picnics, deportes o juegos	Villarroel (2022)
	AD3	Realizar actividades de ecoturismo (avistamiento de aves, caminatas)	Villarroel (2022); Carvache et al. (2017)

Nota: Escala de medición tipo Likert de 5 puntos: 1 = Totalmente en desacuerdo, 2 = En desacuerdo, 3 = Neutral, 4 = De acuerdo, 5 = Muy de acuerdo. Escala adaptada de Vanegas et al. (2025), Villarroel (2022) y Carvache et al. (2017)

Validación del instrumento

El instrumento de la investigación se fundamenta en escalas previamente validadas en estudios sobre destinos turísticos comunitarios. La validación estadísticas se realizó mediante los criterios de fiabilidad y validez convergente establecidos por Sarstedt et al. (2020), mediante el software SmartPLS4 (Tabla 3).

Tabla 3
Validación del instrumento de investigación mediante Alfa de Cronbach

	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta (rho_a)	Fiabilidad compuesta (rho_c)	Varianza extraída media (AVE)
Actividades destino	0.850	0.898	0.909	0.770
Motivo de visita	0.824	0.898	0.893	0.690
Servicios gastronómicos	0.870	0.941	0.914	0.734
Servicios turísticos	0.949	0.954	0.963	0.868

Nota: Elaboración propia a partir de los datos recolectados mediante encuesta (Autores, 2026).

Todos los valores superaron los umbrales recomendados ($\alpha > 0.70$, AVE > 0.50), confirmando la fiabilidad y validez convergente del instrumento, esto indica que los ítems del instrumento son congruentes entre sí y se interrelacionan adecuadamente, lo que garantiza la precisión de las mediciones y la adecuada diferenciación entre los constructos del modelo investigado.

Recolección y análisis de datos

La recolección de los datos se llevó a cabo en el mes de octubre de 2024, a través de: la ficha de observación aplicada *in situ* a los atractivos turísticos. La aplicación de entrevistas grabadas con consentimiento en la Finca Agroturística D'Veritas. Las encuestas mediante muestreo por conveniencia a turistas potenciales en espacios públicos y establecimientos comerciales del cantón Mocache.

Los datos cualitativos se analizaron mediante análisis de contenido temático, identificando categorías emergentes relacionadas con capacidades de gestión, desafíos operativos y características de recursos turísticos. Los datos cuantitativos se

procesaron utilizando estadística descriptiva y análisis de ecuaciones estructurales mediante el software SmartPLS4 para evaluar relaciones entre variables.

3. Resultados

3.1 Caracterización de recursos naturales y culturales

La ficha de observación se aplicó a tres atractivos de la Finca Agroturística D'Veritas: rodeo montuvio, lago de patos y piscina natural:

Rodeo montuvio:

El atractivo cultural rodeo montuvio obtuvo una puntuación de 86 puntos que según la metodología MINTUR, lo posiciona como un destino de Jerarquía II: Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (Tabla 4).

Tabla 4

Evaluación del Atractivo Turístico "Rodeo Montuvio" según Criterios MINTUR

Criterio de Evaluación		Punt. Máx.	Punt. Obtenido	% Cumplimiento	Principales hallazgos
Accesibilidad y conectividad	y	18	10	55.6%	Acceso por transporte propio; vías en buen estado sin asfaltar; limitaciones en condiciones climáticas adversas
Planta turística y complementarios	y	18	18	100.0%	Cumplimiento completo: servicios de alimentos, bebidas, guías y movilización interna disponibles
Estado de conservación e integración sitio/entorno	de e	14	14	100.0%	Condiciones adecuadas; preservación de autenticidad cultural
Higiene y seguridad turística		14	10	71.4%	Servicios básicos disponibles; áreas de mejora en señalética y protocolos de seguridad
Políticas y regulaciones	y	10	10	100.0%	Cumplimiento de parámetros normativos vigentes
Actividades que se practican	que se	9	9	100.0%	Diversidad de actividades culturales y recreativas
Difusión y medios de promoción	y medios	7	5	71.4%	Promoción limitada a redes sociales (Facebook, WhatsApp, TikTok); ausencia en medios especializados
Registro de visitantes y afluencia	de y	5	5	100.0%	Sistema de registro sistemático de afluencia turística implementado
Recursos humanos		5	5	100.0%	Personal capacitado para atención al cliente
TOTAL		100	86	86.0%	Jerarquía II: Atractivo excepcional de alta significación

Nota: Evaluación realizada in situ mediante fichas de observación estructuradas propuestas en el Manual de Metodología para la Jerarquización de Atractivos (MINTUR (2018).

El rodeo montuvio representa una celebración tradicional que muestra la destreza de jinetes en competencias de lazo y monta de caballos, destacando costumbres

montuvias con música, trajes típicos y gastronomía tradicional, fortaleciendo la identidad cultural regional.

Lago de patos

Este atractivo natural obtuvo 72 puntos, ubicándose en el rango 61-85 correspondiente a Jerarquía I: Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos (Tabla 5).

Tabla 5

Evaluación del atractivo turístico "Lago de Patos"

Criterio de Evaluación		Punt. Máx.	Punt. Obtenido	% Cumplimiento	Hallazgos Principales
Accesibilidad y conectividad	y	18	10	55.6%	Acceso por transporte propio; vías en buen estado sin asfaltar; limitaciones en condiciones climáticas adversas
Planta turística complementarios	y	18	15	83.3%	Servicios de bebidas, alimentos, guías y movilización interna; menor diversidad que otros atractivos
Estado de conservación e integración sitio/entorno		14	10	71.4%	Condiciones adecuadas; oportunidades de mejora en conservación ecosistémica
Higiene y seguridad turística		14	14	100.0%	Cumplimiento completo de parámetros establecidos
Políticas y regulaciones		10	10	100.0%	Cumplimiento de parámetros normativos vigentes
Actividades que se practican		9	8	88.9%	Actividades de agricultura y aire libre; potencial para diversificación
Difusión y medios de promoción		7	0	0.0%	Crítico: Ausencia total de estrategias de promoción
Registro de visitantes y afluencia		5	0	0.0%	Crítico: No existe sistema de registro ni monitoreo
Recursos humanos		5	5	100.0%	Personal capacitado disponible
Total		100	72	72.0%	Jerarquía I: Atractivo con rasgos excepcionales

Nota: Evaluación realizada in situ mediante fichas de observación estructuradas propuestas en el Manual de Metodología para la Jerarquización de Atractivos (MINTUR, 2018).

El Lago de Patos constituye un cuerpo de agua natural destinado a observación o crianza de patos, atractivo para visitantes interesados en observación de fauna, fotografía de aves y disfrute de entornos naturales tranquilos.

Piscina natural

Este atractivo recreativo obtuvo 82 puntos, ubicándose también en Jerarquía I (rango 61-85). Los resultados se presentan en la tabla 6.

Tabla 6

Evaluación del atractivo turístico "Piscina Natural"

Criterio de Evaluación		Punt. Máx.	Punt. Obtenido	% Cumplimiento	Hallazgos Principales
Accesibilidad y conectividad	y	18	10	55.6%	Vías de acceso en buen estado sin asfaltar; limitaciones en condiciones climáticas adversas
Planta turística y complementarios	y	18	18	100.0%	Cumplimiento completo de servicios turísticos disponibles
Estado de conservación e integración sitio/entorno		14	14	100.0%	Condiciones óptimas de mantenimiento y preservación
Higiene y seguridad turística		14	14	100.0%	Excelente limpieza y protocolos de seguridad implementados
Políticas y regulaciones		10	10	100.0%	Cumplimiento de parámetros normativos vigentes
Actividades que se practican		9	9	100.0%	Diversidad de actividades acuáticas y recreativas
Difusión y medios de promoción		7	7	100.0%	Promoción efectiva en redes sociales
Registro de visitantes y afluencia		5	0	0.0%	Crítico: Ausencia de sistema de registro formal
Recursos humanos		5	0	0.0%	Crítico: Necesidad de personal adicional capacitado
Total		100	82	82.0%	Jerarquía I: atractivo con rasgos excepcionales

Nota: Evaluación realizada in situ mediante fichas de observación estructuradas propuestas en el Manual de Metodología para la Jerarquización de Atractivos (MINTUR, 2018).

La piscina ofrece comodidades para una experiencia relajante, con excelente limpieza y mantenimiento constante, garantizando un ambiente seguro y agradable.

La evaluación del atractivo rodeo montuvio (Tabla 4) revela una puntuación de 86/100 posicionándose en la Jerarquía II, como un atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico nacional e internacional. Por su parte, la piscina natural (Tabla 6) y el lago de patos (Tabla 5) revelan una puntuación de 82/100 y 72/100 respectivamente, posicionándose en la Jerarquía I: atractivos con rasgos excepcionales. El lago de patos presenta dos brechas críticas: ausencia total de estrategias promocionales (0/7 puntos) y carencia de sistema de registro de visitantes (0/5 puntos). Estas deficiencias limitan severamente la capacidad de gestión y planificación turística del atractivo. Los tres atractivos comparten fortalezas en servicios turísticos complementarios, estado de conservación y cumplimiento normativo. Las debilidades comunes incluyen infraestructura vial deficiente, sistemas de registro incompletos y limitaciones en estrategias promocionales.

3.2. Habilidades de gestión de las familias locales

Las entrevistas con gestores de D'Veritas (Tabla 7) revelan un modelo de gestión comunitaria caracterizado por capacidades autodidactas significativas, pero con limitaciones estructurales críticas.

Tabla 7

Capacidades de Gestión en Turismo Comunitario: Gestores de Finca Agroturística D'Veritas

Dimensión de Gestión	Socio Propietario	Administrador	Análisis Integrado
Organización y coordinación	La organización se basa en innovación continua; cada miembro aporta ideas para mejorar la experiencia del visitante.	En fechas festivas, nos organizamos en familia donde cada uno aporta ideas para coordinar las actividades.	Modelo colaborativo basado en reuniones familiares; enfoque en atención personalizada; adaptación a demanda estacional.
Formación y capacitación	Siempre tratamos de investigar para brindarles un buen servicio.	No hemos recibido formación formal, pero investigamos para brindar buen servicio.	Aprendizaje autodidacta mediante análisis de competencia; ausencia de capacitación formal en gestión turística o marketing.
Atención al cliente	La calidad del servicio es nuestra mejor estrategia de marketing; un cliente satisfecho recomienda el lugar.	Los visitantes suelen quedar satisfechos con el servicio y, en muchos casos, recomiendan el lugar.	Enfoque basado en calidad y personalización; productos frescos cultivados en la finca; ausencia de protocolo para gestión de quejas
Gestión de quejas	Nos anticipamos a inconformidades mediante servicio de alta calidad; la insatisfacción impacta reputación.	Logramos resolver problemas de manera eficaz cuando surgen.	Estrategia de anticipación sin protocolos; dependencia de marketing boca a boca; reconocimiento de impacto reputacional.
Servicios integrales	Alojamiento en cabañas, alimentación con productos de la finca (hortalizas, tilapia, gallinas, cerdos), y transporte en chiva.	Alimentación con productos propios y facilitamos transporte para experiencia cómoda.	Modelo integrado entre alojamiento, alimentación y transporte; énfasis en autenticidad y productos locales.
Promoción y marketing	Promocionamos básicas en redes sociales (Facebook, WhatsApp, TikTok); se necesitan especialistas para fortalecer presencia online.	La publicidad ha sido efectiva solo para dar a conocer el lugar, pero se quiere crear contenido de calidad.	Limitación a redes sociales sin estrategia integral; reconocimiento de necesidad de profesionalización; ausencia de medios especializados.
Principales desafíos	La delincuencia afecta seguridad de turistas y comunidad, genera desconfianza y reduce visitantes.	Falta de promoción efectiva y necesidad de diversificar servicios (ruta del cacao, áreas recreativas para niños)	Inseguridad como barrera externa; necesidad de diversificación de oferta; limitaciones en alcance promocional.
Visión de desarrollo	Hemos implementado piscina, cabañas, restobar ampliado; mejoramos continuamente la infraestructura.	Deseamos implementar la ruta del cacao y áreas recreativas para atraer público más amplio.	Inversión continua en infraestructura; planes de diversificación; orientación a ampliación de segmentos de mercado.

Nota: Entrevistas realizadas en octubre de 2024 en la Finca Agroturística D'Veritas. Duración promedio: 45 minutos (Autores, 2026).

En el análisis de las entrevistas a los gestores de la Finca Agroturística D'Veritas, se identifican tres hallazgos:

Primero, la organización se sustenta en un enfoque colaborativo mediante reuniones familiares donde cada miembro aporta ideas, permitiendo adaptación a demanda estacional y mantenimiento de atención personalizada. Este modelo ha facilitado la implementación exitosa de servicios integrados (alojamiento, alimentación, transporte) basados en recursos locales, generando una oferta autosuficiente que diferencia al emprendimiento. La coordinación interfamiliar enfocada en la calidad del servicio ha resultado satisfactoria para los visitantes provocando las recomendaciones boca a boca, como su principal estrategia de marketing.

Segundo, los entrevistados no han recibido formación formal en gestión turística o marketing, desarrollando sus competencias mediante aprendizaje autodidacta y análisis de competencia. Esta carencia se manifiesta en ausencia de protocolos formales para gestión de quejas, limitación de estrategias promocionales a redes sociales básicas (Facebook, WhatsApp, TikTok), y falta de presencia en medios especializados. Los gestores identifican explícitamente la necesidad de contratar especialistas en marketing digital y crear contenido de calidad para fortalecer su alcance promocional, evidenciando conciencia de sus limitaciones profesionales.

Tercero, los principales desafíos identificados incluyen inseguridad como barrera externa que afecta la afluencia turística, necesidad de diversificación de oferta mediante implementación de nuevas experiencias (ruta del cacao, áreas recreativas infantiles), y profesionalización de gestión promocional. Estos hallazgos develan la necesidad de complementar el aprendizaje autodidacta con formación estructurada a fin de estandarizar la calidad del servicio y asegurar la sostenibilidad del turismo comunitario en Mocache.

La convergencia entre las perspectivas del socio propietario y el administrador valida la confiabilidad de los hallazgos y refleja un modelo organizativo cohesionado. No obstante, la brecha entre capacidades operativas desarrolladas y ausencia de profesionalización en gestión estratégica representa una vulnerabilidad que podría limitar el crecimiento sostenible del emprendimiento, particularmente ante incrementos significativos en afluencia turística que demanden mayor estandarización de servicios.

3.3. Principales motivaciones de los turistas potenciales

El resultado de la caracterización sociodemográfica de turistas potenciales se presenta en la tabla 8. El perfil de la muestra analizada (N=165), identificando variables sociodemográficas, patrones de consumo turístico y preferencias de viaje que configuran el mercado potencial para el turismo comunitario en Mocache.

Tabla 8

Caracterización sociodemográfica y preferencias de turistas potenciales (N=165)

Variable	Categoría	n	%	Interpretación
Género	Masculino	92	55.8	Predominio masculino moderado; muestra relativamente equilibrada
	Femenino	73	44.2	
Edad	26-40 años	45	27.3	Concentración en segmento adulto joven y maduro (77.0%); diversidad etaria significativa permite oferta diferenciada
	18-25 años	43	26.1	
	41-57 años	39	23.6	
	58 años y más	38	23.0	
Estado civil	Casado/a	51	30.9	Dispersión entre categorías; predominio de personas en relaciones estables (56.4% casados/unión libre) sugiere turismo familiar
	Unión libre	42	25.5	
	Soltero/a	40	24.2	
	Divorciado/a	32	19.4	
Nivel educativo	Secundaria	66	40.0	Predominio de educación básica-media (75.7%); solo 24.2% con educación superior; implica necesidad de comunicación accesible
	Primaria	37	22.4	
	Sin estudios	22	13.3	
	Tercer nivel	22	13.3	
Ocupación	Cuarto nivel	18	10.9	Mayoría con ingresos formales (35.8%); segmento significativo de estudiantes y amas de casa (43.6%) con mayor flexibilidad temporal
	Empleado	59	35.8	
	Estudiante	39	23.6	
	Desempleado	34	20.6	
Ingresos mensuales	Ama de casa	33	20.0	Concentración en rango medio (\$300-\$600: 57.6%); diversidad de capacidad adquisitiva requiere opciones de precios variados
	\$500-\$600	48	29.1	
	\$300-\$400	47	28.5	
	Más de \$600	41	24.8	
Frecuencia de viajes	\$100-\$200	29	17.6	Alta frecuencia de viajes (51.5% semanal/mensual); indica mercado activo con potencial de visitas recurrentes
	Cada fin de semana	47	28.5	
	En vacaciones	43	26.1	
	Cada fin de mes	38	23.0	
Tipo de turismo preferido	En feriados	37	22.4	Hallazgo crítico: Turismo comunitario es preferencia principal; valida pertinencia de oferta de Mocache
	Turismo comunitario	60	36.4	
	Turismo sol y playa	39	23.6	
	Turismo de aventura	38	23.0	
Tamaño de grupo	Turismo religioso	28	17.0	Predominio de grupos pequeños (57.0% viajan con 1-4 personas); favorece experiencias personalizadas sobre turismo masivo
	1-3 personas	49	29.7	
	2-4 personas	45	27.3	
	5-6 personas	36	21.8	
Medio de transporte	Más de 7	35	21.2	Transporte público como medio principal (46.7%); refleja perfil socioeconómico medio; necesidad de accesibilidad desde terminales
	Bus	77	46.7	
	Automóvil	52	31.5	
	Motocicleta	26	15.8	
Preferencia hospedaje	Otros	10	6.0	Preferencia por alojamiento formal (43.0%); interés significativo en cabañas (29.1%) compatible con oferta comunitaria
	Hotel	71	43.0	
	Cabañas	48	29.1	
	Casa de familia	27	16.4	
Conocimiento destino	Otros	19	11.5	Oportunidad crítica: Mayoría desconoce la zona; alto potencial de mercado no captado requiere estrategia promocional agresiva
	No conoce	97	58.8	
	Sí conoce	68	41.2	

Nota: N = 165. Datos recolectados en Mocache mediante una encuesta estructurada en octubre de 2024. Muestreo por conveniencia. Nivel de confianza 95%, margen de error 7.5% (Autores, 2026).

Motivaciones de visita

Los factores que impulsan a los turistas potenciales visitar un destino de turismo comunitario se presenta en la tabla 9. Las motivaciones se expresan en: el grado de

interés en experiencias relacionadas con caminatas en áreas naturales, descanso y recreación, actividades agropecuarias, e inmersión cultural y ecoturismo.

Tabla 9

Nivel de Interés en Motivaciones de Visita Turística (N=165)

Motivación de Visita	Acuerdo Total (%)	Muy de acuerdo (%)	Ranking
Realizar caminatas en áreas naturales protegidas	93.3	70.3	1
Participar en actividades de descanso y recreación	92.2	75.2	2
Participar en actividades agrícolas o ganaderas	91.5	64.2	3
Conocer la cultura y tradiciones locales	78.8	32.7	4

Nota: Acuerdo Total = "Muy de acuerdo" + "De acuerdo". Escala Likert 5 puntos (Autores, 2026).

Los resultados sobre motivaciones de visita (Tabla 9) revelan un patrón de preferencias claramente definido hacia experiencias de contacto directo con la naturaleza y actividades vivenciales. Tres motivaciones superan el 90% de aceptación: caminatas en áreas naturales (93.3%), descanso y recreación (92.2%), y actividades agropecuarias (91.5%). Estos datos evidencian el interés que predomina por el turismo experiencial, donde se combina relajación con inmersión en entornos rurales auténticos.

Valoración de los servicios turísticos

La percepción de calidad de servicios turísticos influye significativamente en la satisfacción y decisión de visita a destinos comunitarios. La tabla 10 sintetiza las valoraciones de turistas potenciales sobre componentes clave de servicios turísticos, incluyendo hospitalidad, disponibilidad de guías, calidad de alojamientos y acceso a información sobre actividades locales.

Tabla 10

Valoración de Servicios Turísticos por Turistas Potenciales (N=165)

Servicio Turístico	Acuerdo Total (%)	Muy de acuerdo (%)	Ranking
Calidad de atención y hospitalidad comunitaria	94.0	60.7	1
Comodidad y limpieza de alojamientos locales	93.3	60.0	2
Disponibilidad de guías turísticos locales	91.5	71.5	3
Acceso a información sobre actividades comunitarias	81.2	47.3	4

Nota: Acuerdo Total = "Muy de acuerdo" + "De acuerdo". Escala Likert 5 puntos. Los cuatro servicios presentan valoración superior al 80% (Autores, 2026).

Los resultados sobre servicios turísticos (Tabla 10) revelan que la calidad de servicios constituye un factor determinante en la decisión de visita, con los cuatro componentes evaluados superando el 80% de aceptación. Tres servicios alcanzan consenso superior al 90%: hospitalidad comunitaria (94.0%), comodidad de alojamientos (93.3%) y disponibilidad de guías locales (91.5%), posicionándose como elementos no negociables en la experiencia turística esperada.

Valoración de los servicios de gastronómicos

La gastronomía constituye un componente experiencial central en el turismo comunitario, representando oportunidad para destacar identidad cultural y generar valor agregado. La tabla 11 presenta la valoración de turistas potenciales sobre aspectos clave de servicios gastronómicos, incluyendo calidad de comida tradicional, atención del personal, relación calidad/precio y uso de ingredientes locales.

Tabla 11

Valoración de Servicios de Gastronomía por Turistas Potenciales (N=165)

Servicio Gastronómico	Acuerdo Total (%)	Muy de acuerdo (%)	Ranking
Calidad de comida tradicional	94.0	76.4	1
Atención y hospitalidad del personal en restaurantes	93.3	73.3	2
Uso de ingredientes frescos y locales en platillos	92.1	51.5	3
Relación calidad/precio de menús	83.6	53.3	4

Nota: Acuerdo Total = "Muy de acuerdo" + "De acuerdo". Escala Likert 5 puntos. Todos los componentes superan el 83% (Autores, 2026).

Los resultados sobre servicios gastronómicos (Tabla 11) posicionan la autenticidad culinaria como elemento diferenciador crítico, con los cuatro componentes evaluados superando el 83% de aceptación. Tres aspectos alcanzan consenso superior al 92%: calidad de comida tradicional (94.0%), hospitalidad del personal (93.3%) e ingredientes frescos y locales (92.1%), ratificando el alto interés de la experiencia gastronómica en el turismo comunitario.

Valoración de las actividades en el destino

Las actividades disponibles en el destino determinan el tipo de experiencias turísticas y condicionan la duración de estadía. La Tabla 12 presenta las preferencias de turistas potenciales sobre actividades específicas, enfocándose en experiencias participativas con la comunidad, opciones recreativas al aire libre y actividades de ecoturismo.

Tabla 12

Valoración de Actividades en el Destino por Turistas Potenciales (N=165)

Actividad en el Destino	Acuerdo Total (%)	Muy de acuerdo (%)	Ranking
Realizar actividades de ecoturismo (avistamiento de aves, caminatas)	95.2	60.0	1
Realizar recorridos turísticos guiados por la comunidad local	95.1	64.8	2
Acceso a parques y áreas recreativas (picnics, deportes, juegos)	87.2	63.0	3

Nota: Acuerdo Total = "Muy de acuerdo" + "De acuerdo". Escala Likert 5 puntos. Todas las actividades evaluadas superan el 87%(Autores, 2026).

Los resultados sobre actividades en el destino (Tabla 12) revelan un consenso excepcional hacia experiencias participativas y de contacto directo con la naturaleza, con las tres actividades evaluadas superando el 87% de aceptación. Dos actividades alcanzan unanimidad: ecoturismo (95.2%) y recorridos comunitarios guiados (95.1%), posicionándose como componentes esenciales de la experiencia turística esperada.

4. Discusión

Potencial de recursos naturales y culturales

Los resultados confirman que el cantón Mocache posee recursos naturales y culturales con potencial significativo para el desarrollo del turismo comunitario. La jerarquización de atractivos según la metodología MINTUR (2018) revela que el Rodeo Montuvio (86 puntos) alcanza un nivel excepcional (Jerarquía II), posicionándose como atractivo capaz de motivar corrientes turísticas internacionales. Este hallazgo se alinea con Barcia-Zambrano (2022), quienes subrayan que actividades culturales auténticas valoran el patrimonio cultural y generan empleos, elementos esenciales para fortalecer economías rurales y mejorar calidad de vida comunitaria.

La Piscina Natural (82 puntos) y el Lago de Patos (72 puntos), ambos en Jerarquía I, demuestran capacidad para motivar visitas en conjunto con otros atractivos. Estos resultados coinciden con Proaño et al. (2019), quienes identifican la accesibilidad, señalización adecuada y preservación de recursos naturales como elementos claves para la sostenibilidad turística de un destino.

No obstante, persisten desafíos estructurales críticos. La deficiente infraestructura vial, evidenciada en las bajas puntuaciones en accesibilidad y conectividad (10/18 puntos en los tres atractivos), representa una barrera significativa para el desarrollo turístico. Este hallazgo es consistente con Sanchez et al. (2021), quienes en su estudio de atractivos turísticos en Jimbura identificaron que la ausencia de infraestructura adecuada afecta la capacidad de destinos para atraer visitantes de manera sostenible.

La ausencia de estrategias de promoción efectivas, particularmente evidenciada en el Lago de Patos (0/7 puntos en difusión), limita severamente la visibilidad de estos recursos. Mientras que el Rodeo Montuvio y la Piscina Natural utilizan redes sociales, carecen de presencia en medios especializados nacionales o internacionales. Esta limitación contrasta con las mejores prácticas internacionales donde la promoción digital integrada constituye un elemento esencial para el posicionamiento turístico Villarroel (2022).

3.2 Capacidades de gestión comunitaria

Los hallazgos sobre habilidades de gestión revelan un patrón dual: por un lado, capacidades autodidactas notables en innovación y adaptación; por otro, deficiencias críticas en formación formal y profesionalización de servicios. Este patrón es consistente con Raza y Acosta (2023), quienes destacan que la participación comunitaria, autogestión y colaboración son esenciales para la conservación de recursos y generación de ingresos en turismo comunitario.

El modelo organizativo de D'Veritas, basado en reuniones familiares y aportación colaborativa de ideas, ejemplifica fortalezas en cohesión social y sentido de pertenencia, elementos esenciales identificados por Terán (2021) como

fundamentales para diseñar actividades alineadas con capacidades locales. La integración vertical de servicios (alojamiento, alimentación, transporte) representa una ventaja competitiva significativa al ofrecer experiencias completas y auténticas, reduciendo dependencias externas y maximizando retención de beneficios económicos en la comunidad.

Sin embargo, la ausencia de formación formal en gestión turística, marketing y atención al cliente representa una vulnerabilidad estratégica. Del Corral-Villarroel et al. (2024) subrayan que complementar el aprendizaje autodidacta con formación estructurada es clave para estandarizar calidad de servicio y asegurar sostenibilidad. La falta de protocolos formales para gestión de quejas puede afectar la calidad del servicio con el incremento del turismo, comprometiendo la reputación del destino.

La estrategia de promoción, limitada a redes sociales sin apoyo profesional, aunque efectiva para mantener presencia digital básica, resulta insuficiente para alcanzar mercados turísticos nacionales e internacionales de manera competitiva. Esta limitación es particularmente crítica considerando que el 58.8% de turistas potenciales encuestados desconoce la zona, señalando oportunidades significativas no capitalizadas.

El desafío de inseguridad identificado por los entrevistados como principal obstáculo refleja una problemática externa que requiere intervención gubernamental y comunitaria coordinada. Este hallazgo coincide con Villarroel (2022), quien identifica la seguridad como factor determinante en la satisfacción y decisión de retorno de visitantes.

3.3 Motivaciones y preferencias de turistas potenciales

Los resultados sobre motivaciones turísticas revelan una convergencia notable entre las preferencias de turistas potenciales y las características de la oferta de turismo comunitario en Mocache. El alto interés por experiencias de descanso y recreación (92.2%), actividades agropecuarias (91.5%), inmersión cultural (78.8%) y ecoturismo (93.3%) valida el enfoque de turismo comunitario como estrategia apropiada para el desarrollo local.

Estos hallazgos son consistentes con De La Cruz-Piña et al. (2021), quienes identifican una tendencia creciente hacia el turismo de bienestar donde experiencias de relajación y contacto con la naturaleza responden a necesidades de turistas modernos. El marcado interés en actividades agropecuarias (91.5%) confirma los resultados de Macias et al. (2024), quienes documentan que el agroturismo genera beneficios económicos tangibles en comunidades locales, diversificando ingresos y fortaleciendo preservación cultural.

La alta valoración de calidad de atención y hospitalidad comunitaria (94.0%), disponibilidad de guías locales (91.5%) y autenticidad gastronómica (94.0% valora calidad de comida tradicional) se alinea con Salazar et al. (2018), quienes subrayan

que los turistas buscan experiencias que integren productos locales y frescos, valorando autenticidad y calidad en servicios gastronómicos.

Particularmente revelador es el hallazgo de que el 36.4% de encuestados prefiere específicamente turismo comunitario sobre otras modalidades (23.6% sol y playa, 23.0% aventura, 17.0% religioso), señalando un segmento de mercado claramente definido y receptivo a la oferta de Mocache. Este resultado sugiere oportunidades significativas para posicionar al cantón como destino especializado en turismo comunitario.

La preferencia por hospedaje en hoteles (43.0%) versus cabañas (29.1%) señala la necesidad de equilibrar autenticidad con comodidad en infraestructura de alojamiento. Los turistas buscan experiencias auténticas, pero mantienen expectativas de confort y servicios básicos de calidad, hallazgo consistente con las altas valoraciones de limpieza y comodidad de alojamientos (93.3%).

El predominio de viajes en grupos pequeños (1-3 personas: 29.7%; 2-4 personas: 27.3%) sugiere oportunidades para experiencias personalizadas y turismo familiar, en contraste con turismo masivo. Esta característica se alinea favorablemente con las capacidades actuales de gestión familiar en D'Veritas y el modelo de turismo comunitario de pequeña escala.

5. Conclusiones

El cantón Mocache posee recursos con alto potencial para desarrollar el turismo comunitario, según la jerarquización propuesta por el MINTUR (2018). El Rodeo Montuvio (Jerarquía II) se posiciona como un atractivo excepcional capaz de motivar corrientes turísticas internacionales; mientras que, la Piscina Natural y el Lago de Patos (Jerarquía I) complementan la oferta con experiencias de ecoturismo y recreación. Esta trilogía integra armónicamente elementos culturales, naturales y recreativos. No obstante, las deficiencias críticas en infraestructura vial, ausencia de sistemas de registro de visitantes en la mayoría de atractivos, y limitaciones promocionales constituyen barreras que impiden capitalizar estos recursos.

Las familias locales han desarrollado capacidades autodidactas con fortalezas en innovación continua, mediante reuniones colaborativas y oferta integral autosuficiente de servicios (alojamiento, alimentación con productos locales, transporte). Sin embargo, la ausencia de formación formal en gestión turística, marketing y protocolos estandarizados limita la competitividad del destino. La promoción restringida a redes sociales básicas resulta insuficiente para promocionar el destino a los turistas. La brecha entre capacidades operativas desarrolladas y ausencia de profesionalismo representa una alta vulnerabilidad ante el incremento de la demanda.

Las motivaciones de los turistas potenciales convergen favorablemente con la oferta de turismo comunitario en Mocache, evidenciándose una preferencia hacia el

ecoturismo: recorridos comunitarios guiados, hospitalidad y gastronomía local. La triangulación de resultados revela que el éxito del turismo comunitario como motor de desarrollo local depende de articulación efectiva entre recursos de la zona bien conservados, capacidades de gestión profesionales, y estrategias de promoción que conecten oferta con demanda. La brecha entre potencial existente y desarrollo alcanzado señala oportunidades para intervenciones en infraestructura, capacitación y comercialización que pueden transformar al turismo comunitario en motor efectivo de desarrollo sostenible para economías familiares de Mocache

CONFLICTO DE INTERESES

“Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses”.

Referencias Bibliográficas

- Barcia-Zambrano, I. A. (2022). Evaluación de la viabilidad de una empresa de turismo rural en Santo Domingo de los Tsáchilas. *Journal of Economic and Social Science Research*, 2(1), 58–71. <https://doi.org/10.55813/gaeal/jessr/v2/n1/47>
- Cañas Martí, L., & Arnandis-i-Agramunt, R. (2014). Recurso cultural, recurso turístico, producto turístico: ¿Qué creó realmente el plan piloto de dinamización del producto turístico de Xàtiva (Valencia)? *Papers de Turisme*, 55, 65–83. <https://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/186>
- Carvache Franco, W., Torres Naranjo, M., & Carvache Franco, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita–Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, (39), 113–129. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290461>
- de la Cruz-Piña, J.-M., Ferrero-Ronda, R., Rivas-Nuila, J. R., & Cruz-Aguilera, N. (2023). Turismo de bienestar como segmento en crecimiento: Una mirada desde los estudios bibliométricos. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 8(1), 98–112. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.5080>
- Del Corral-Villaruel, V. H., Sucoshañay-Villalba, D. J., Álvarez-Cortez, L. E., Mejía-Pazmiño, L. A., & Montero-Garofalo, M. F. (2024). *Amazonía biodiversa: Explorando el potencial del turismo ecológico sostenible*. Editorial Grupo AEA. <https://doi.org/10.55813/egaea.l.111>
- Ensunchó, A. M., & Vásquez López, L. E. (2023). Emprendimientos culturales como alternativa de desarrollo local. *HUMAN Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, 17(6), 1–9. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v17.4851>
- González Domínguez, I., Osorio García, M., & Delgado Cruz, A. (2021). Empoderamiento en el turismo rural. Propuesta de un instrumento de medición. *Investigaciones Turísticas*, (22), 69–94. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.4>

- Hinojosa Pérez, A. H., & Condori Cáceres, Y. (2023). Negocios y sostenibilidad con enfoque social y medioambiental [Artículo retractado]. *HUMAN Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, 19(3), 1–9. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v19.4921>
- Lujan-Vera, P. E., Martínez Nole, I. V., Chávez Epiquén, A., & Ramírez Zamudio, L. V. (2023). Recursos turísticos para promover el turismo en la provincia de Sullana-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 29(Número especial 7), 460–475. <https://doi.org/10.31876/racs.v29i.40478>
- Macias Mendoza, E. O., Manjarrez Fuentes, N., & Gonzales Osorio, B. (2024). Desafíos y oportunidades de las iniciativas agroturísticas: Caso estudio parroquia San Carlos. *Código Científico Revista de Investigación*, 5(E3), 974–990. <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/nE3/355>
- Merino-Rosero, M. L., Sabando-Murillo, G. A., Siquihua-Aviles, M. S., & Guadalupe-Arias, O. B. (2024). Competitividad y desarrollo sostenible: Un estudio de datos de panel para América Latina. *Kairós, Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 7(12), 24–43. <https://doi.org/10.37135/kai.03.12.02>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Manual de atractivos turísticos*. <https://www.scribd.com/document/438405387/Ficha-Inventario-de-Recursos-Turisticos-2019-2>
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203068533>
- Proaño Ponce, W. P., Ramírez Pérez, J. F., & Pérez Hernández, I. (2019). Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador. *Avances*, 21(1), 59–78. <https://www.gecpr.cu/index.php/publicaciones/article/view/417>
- Ramírez-Cortés, B. A., Cerón-Carballo, J. E., Navarro-Gómez, H. I., González-Sandoval, M. del R., Guerrero-Rodríguez, M., & Ramos-Torres, G. (2024). Estudio del desarrollo local aplicando los criterios de la Agenda 2030. *Pädi Boletín Científico de Ciencias Básicas e Ingenierías del ICBI*, 11(22), 144–153. <https://doi.org/10.29057/icbi.v11i22.11058>
- Raza Carrillo, D. F., & Acosta Plazas, J. (2023). Turismo comunitario y desarrollo local: El caso de Yunguilla en Ecuador. *Sathiri*, 18(1), 200–218. <https://doi.org/10.32645/13906925.1199>
- Saavedra Camargo, J. A., García Revilla, R., Martínez Moure, O., & Mora Forero, J. A. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: Estudio de casos*. Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://doi.org/10.26620/uniminuto/978-958-763-461-7>
- Salazar, D., Guerrero, M., Núñez, J., Zambrano, N. & Tixilema, E. (2018). Perfil del turista en función de sus motivaciones, gustos y preferencias. *Ciencia Digital*, 2(4), 33–44. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v2i4.209>
- Sanchez Ruiz, J., Larrea Silva, J., & Pardo Villalta, Y. (2021). Multicriteria evaluation of the tourist attractions of the Jimbura parish, Amaluza Canton, Loja-Ecuador

2020. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*, 5(2), 85–101. <https://doi.org/10.37956/jbes.v5i2.201>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial least squares structural equation modeling. En C. Homburg, M. Klarmann, & A. E. Vomberg (Eds.), *Handbook of market research* (pp. 1–47). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- Terán Encalada, P. G. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la comunidad de San Clemente del cantón Ibarra* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. Repositorio Institucional UASB. <http://hdl.handle.net/10644/8281>
- Vanegas, J. G., Valencia-Cárdenas, M., Mayorga-Abril, C., & Restrepo-Morales, J. (2025). Motivaciones en la elección de un destino por parte del turista: Un estudio comparado en Medellín y Ambato. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(2), 355–374. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.024>
- Vargas-Peralvo, E. A., Jiménez-Tamayo, F. M., Cuji-Gualinga, A. E., & Tapia-Ramos, D. Z. (2025). Innovación y desarrollo de productos agroindustriales para la promoción del turismo experiencial. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(2), 34–50. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n2/187>
- Villarroel Puma, M. F. (2022). Factores que inciden en el motivo de la visita a un destino turístico: Caso Mindo-Ecuador. *Centro Sur*, 4(3). <https://www.centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/260>
- Zumaeta Macuyama, R. E. (2024). Desarrollo sostenible: Una realidad en las municipalidades de América Latina. *Revista de Climatología*, 24, 1272–1279. <https://doi.org/10.59427/rccli/2024/v24cs.1272-1279>