Revista

El Periplo Sustentable
Universidad Autónoma del Estado de México
http://rperiplo.uaemex.mx/
ISSN: 1870-9036
Publicación Semestral
Número: 43
Julio / Diciembre 2022

Artículo

Título
Propuesta de opciones de Turismo Alternativo integradas al cantón Cuenca

Autor:
Silvia Elizabeth Franco Ordoñez
Nidia Florencia Jiménez Rodríguez
Gliceria Petrona Gómez Ceballos

Fecha Recepción:
12/11/2020
Fecha Reenvío:
01/10/2021
Fecha Aceptación:
11/01/2022

Páginas:
276 - 315

Propuesta de opciones de Turismo Alternativo integradas al cantón Cuenca

Alternative Tourism options proposal integrated to the Cuenca canton

Resumen

Ecuador es un país que posee gran variedad de atractivos turísticos; no obstante, se observa que, a pesar de las políticas planteadas a nivel nacional con relación al desarrollo de esta actividad, no se evalúan ampliamente las potencialidades de desarrollo de formas alternativas del turismo. Por tal razón, esta investigación tiene como objetivo, identificar opciones de turismo alternativo, como contribución al fortalecimiento del posicionamiento del destino Cuenca, Ecuador; dado que, en la actualidad, el énfasis de la gestión, está en los atractivos culturales y religiosos, manejados como turismo de ciudad. El estudio se apoya en el levantamiento de información primaria, a través de la aplicación de la metodología de inventarios turísticos emitida por el Ministerio de Turismo de Ecuador, 2017; instrumento que posibilitó jerarquizar los atractivos existentes en las zonas seleccionadas, a fin de establecer las fuentes que, posteriormente, faciliten el desarrollo de productos turísticos integrados a la oferta actual; promoviendo un enfoque de gestión de destino. Se complementó este análisis con la aplicación de cuestionarios de entrevistas, encuestas y grupos focales, vinculando los actores que forman parte del proceso de decisión de gestión turística en el territorio, lo que permitió evaluar su percepción acerca de la causas que obstaculizan el desarrollo de ofertas de turismo alternativo; para el procesamiento de la información se utilizaron métodos de medición estadísticos descriptivos e inferenciales, lo que evidenció como resultado que en las 20 parroquias seleccionadas como objeto de estudio, existen 12 recursos/atractivos evaluados con jerarquía II y 8 con jerarquía I, actualmente desaprovechados, que pueden ponerse en valor a partir de la estructuración de ofertas turísticas, siempre que se eliminen y/o atenúen las debilidades identificadas en torno a la gestión y se concreten las políticas de desarrollo turístico en el territorio a fin de generar oportunidades de desarrollo para la localidad.

Palabras clave:

Turismo Alternativo, Potencial Turístico, inventario recursos/atractivos.

Abstract

Ecuador is a country that has a wide variety of tourist attractions; However, it is noted that, despite national policies regarding the development of this activity, the potential for the development of alternative forms of tourism is not widely assessed. For this reason, this research aims to identify alternative tourism options, as a contribution to strengthening the positioning of the destination Cuenca, Ecuador; since the emphasis of management is currently on cultural and religious attractions, managed as city tourism. The study is based on the lifting of primary information, through the application of the methodology of tourist inventories issued by the Ministry of Tourism of Ecuador, 2017; instrument that enabled the attractions in the selected areas to be hierarchical, in order to establish the sources that would subsequently facilitate the development of tourist products integrated into the current offer; promoting a target management approach. This analysis was complemented by the application of interview questionnaires, surveys and focus groups, linking the actors that are part of the tourism management decision-making process in the territory, which allowed to evaluate their perception of the causes that hinder the development of alternative tourism offers; descriptive and inferential statistical measurement methods were used for the processing of information, which showed that in the 20 parishes selected as the subject of study, there are 12 resources /attractives evaluated with hierarchy II and 8 with hierarchy I, currently wasted, that can be valued from the structuring of tourist offers, provided that the weaknesses identified around management and concrete, tourism development policies in the territory are eliminated and/or attenuated in order to generate development opportunities for the locality.

Keywords:

Alternative Tourism, Tourism Potential, Resource Inventory/Attractive

De las AUTORAS

Silvia Elizabeth Franco Ordoñez

Administración de Empresas.
Universidad Politécnica
Salesiana, Ecuador.

silfra_17@hotmail.com

Nidia Florencia Jiménez Rodríguez

Administración de Empresas.
Universidad Politécnica
Salesiana, Ecuador.

Gliceria Petrona Gómez Ceballos

Doctora en Ciencias Economicas.
Universidad Politécnica
Salesiana, Ecuador.
Grupo de Investigación de
Gestión de las MiPymes.

Introducción

El turismo alternativo tuvo sus inicios a finales de 1980, concepto que fue integrado en Europa por organizaciones ambientalistas, especialistas y profesionales de turismo. En 1985, durante el evento organizado por la Bolsa Internacional de Turismo en Berlín, es presentado como una nueva modalidad de turismo, cuyo propósito era luchar contra los efectos negativos del turismo de masas. En el siguiente año, 14 organizaciones se unieron a esta causa formando un grupo denominado Turismo Consciente y Responsable, pero fue hasta 1988 que lanzaron su primer folleto en el que incentivaban a un turismo alternativo que promoviera la autenticidad, armonía a nivel social y ambiental, además de la asociación equitativa entre los involucrados (Acerenza, 2010).

Sobre esta base, se plantea que esta modalidad de turismo no solo genera beneficios económicos y sociales, sino que además, permite integrar la ejecución de programas de educación ambiental, tanto para visitantes como para los miembros de las comunidades receptoras, por otra parte, da la posibilidad de aprovechar al máximo la gestión de los recursos/atractivos existentes en las zonas turísticas de cada localidad, además de contribuir al desarrollo sostenible y sustentable para las actuales y futuras generaciones (Valdivieso, Uribe & Ramírez, 2019).

En tal sentido, “sostenible significa que algo se puede mantener por tiempo indefinido, sin que colapse o se deteriore, […] sustentable se origina del verbo sustentar, cuyo significado se enfoca hacia un proceso independiente, que no necesita de recursos externos para mantenerse” (Rivera *et al*., 2017: 60).

Países de Europa, como Suiza, Islandia y Alemania, apoyados por sus gobiernos, se beneficien de esta modalidad turística, bajo el enfoque de sostenibilidad, aprovechando sus riquezas naturales; convirtiéndose en destino número uno para el turismo de aventura (BBC News, 2019).

En la región sur de América, Ecuador, ha incorporado políticas de desarrollo del turismo alternativo como vía para atenuar la dependencia económica del sector primario, así, se ha propuesto desarrollar un modelo de gestión de turismo sostenible y como parte de esta transformación elaboró el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible (PLANDETUR) con visión al año 2020 (Reyes, Ortega & Machado, 2017).

Derivado de los programas y proyectos de este plan, el flujo de turismo en el país se mantuvo en ascenso; en el periodo de enero a septiembre de los años 2017, 2018 y 2019 se registró un ingreso de turistas de 1.161.728, 1.806.899 y 1.671.955 respectivamente, mostrando un incremento del 55,54% del 2018 con respecto al 2017, sin embargo, el 2019 muestra una disminución del 8,07% con respecto al 2018. El Ministerio de Turismo (MINTUR) asume que esta disminución puede derivarse de la ausencia de actividades turísticas en el país, producto a deficiencias en la planificación estratégica en el área de marketing, tanto a nivel nacional como internacional (Altamirano, Marín & Ordóñez, 2018). No obstante, los indicadores del turismo reflejan una baja notable en el 2020, como consecuencia de los impactos de la pandemia del COVID.

La respuesta a esta situación es posible encontrarla en el incentivo de los esfuerzos al interior de los territorios del país, vinculado al desarrollo de alternativas de turismo, que se sostengan en la integración de ofertas turísticas manejadas como destino, incorporando los recursos/atractivos existentes en las localidades con enfoque de sostenibilidad, lo cual genera fuentes de ingreso y bienestar para la población.

Cañada (2015) realiza un estudio acerca de la viabilidad del turismo comunitario como forma alternativa en la región de América Latina, el énfasis se centra, en las posibilidades de crecimiento y desarrollo de esta modalidad en la región con base en la gran diversidad existente; factor que además genera empleo y contribuye a la regulación de los impactos ambientales, frente a la presencia masiva de visitantes, sin embargo, en su criterio existe una barrera que impide lograr los resultados deseados a partir de los bajos niveles de gestión de una parte y, la apropiación de los canales de intermediación para la comercialización de este tipo de turismo en manos de las operadoras de turismo privadas.

Lo expuesto anteriormente, cobra mayor significación en los momentos actuales (2022), motivado por los efectos de la pandemia que prácticamente ha provocado el colapso de la actividad económica del sector.

Teniendo en cuenta estos antecedentes y las posibilidades que ofrece el desarrollo del turismo alternativo como opción de diversificación de la economía, la investigación tiene como objetivo, identificar iniciativas de turismo alternativo como contribución al posicionamiento del destino, a partir del aprovechamiento de oportunidades de mercado y las potencialidades del territorio fuera de la ciudad.

Con ello se pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes, ¿Existe desaprovechamiento de las oportunidades para el desarrollo del turismo alternativo en los territorios? ¿Es posible generar propuestas de turismo alternativo a partir de los recursos/atractivos que posee la localidad? ¿Cuáles son las causas que impiden la gestión del turismo alternativo y el desarrollo de ofertas integradas como destino turístico?

Para el desarrollo del estudio se seleccionó como caso, al cantón Cuenca, ubicado en el valle interandino de la Sierra Austral del Ecuador, cuenta con una extensión territorial de 8.639 km² y con una población de aproximada de 580.000 habitantes; el territorio se divide en 15 parroquias urbanas y 21 rurales, las cuales están representadas por las juntas parroquiales ante el Municipio de Cuenca, diferenciadas en dos áreas: la zona dominada por los Andes orientales y Occidentales, al Este; y, la zona más cercana a la región Costa, dominada por ramificaciones sub andinas, al Oeste. Además, en su zona más alta se encuentra el Parque Nacional El Cajas (Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2020), este es el principal atractivo del territorio.

Ilustración 1. Mapa del Cantón Cuenca



Fuente: Google Maps.

En el periodo de enero a septiembre de 2018, Cuenca registró un ingreso de 22.000 turistas, el grupo etario más significativo es de 60 años en adelante que representa el 45,45% del total; en 2019 se registró una disminución significativa de entradas por 7.000 turistas, el grupo etario más representativo coincide con el año anterior, representa un 71,43% del total, las motivaciones por las que el turista elige el destino Cuenca son recreación, paisajes naturales, sus atractivos; un 60% son visitantes por primera vez y un 40% de retorno, lo que equivale a que de cada 10 turistas que ingresan, 4 presentan probabilidad de retorno (GIER, 2017).

Como resultados se evidenció, que las causas principales que impiden el desarrollo del turismo alternativo están vinculadas al desconocimiento para diseñar productos turísticos, con base en el levantamiento de recursos atractivos y su jerarquización, además, de la insuficiente articulación de actores que promuevan una oferta integrada.

Marco teórico

El turismo alternativo es toda aquella oferta turística diferente a la tradicional (sol y playa), en donde el factor clave es el compromiso que deben asumir los involucrados en torno al cuidado de la naturaleza, es más costoso debido a la experiencia única y diferente que se oferta (Pardo, 2015); consiste en realizar viajes a lugares desconocidos de acuerdo con las necesidades y tiempo, en el cual se puede apreciar la cultura de la zona, también el turista puede realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza, cubriendo sus expectativas, que no son ofertadas por el turismo tradicional (SECTUR, 2004; Sicheri, Nolasco y Malvas, 2019); además, es posible denominarlo como un conjunto de experiencias y vivencias únicas, irrepetibles y personales vividas en un ambiente geográfico y social que permite al turista interactuar con el entorno y anfitriones de la localidad (Morillo y Coromoto, 2011); constituye una opción de desarrollo territorial (Llugsha, 2021).

Con base en las ideas expresadas anteriormente, se encuentra que el turismo alternativo se realiza en áreas naturales, donde “la conservación de los beneficios naturales del destino turístico es de gran importancia, haciendo hincapié en el cuidado de la flora, fauna, del agua y suelos, del uso de la energía y la disminución de la contaminación” (Barrera & Bahamondes, 2012: 52). Es considerado un aliado de la conservación de los recursos naturales y ecosistemas, particularmente en el caso de las áreas naturales protegidas (García & Cervera, 2020). Esta modalidad tiene relación con el desarrollo

sostenible, ya que ayuda a mejorar la calidad de vida de las comunidades, generando empleos, mitigando la pobreza ayudando al progreso de las actividades sociales, mentales y culturales, disminuyendo la migración de la población local (Nolazco, Sandoval, Salvador, 2019). Estos elementos se exponen en la Carta de Turismo Sostenibles formulada en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995), en donde se describe de forma detallada, que las bases del turismo alternativo se encuentran en el desarrollo sustentable y sostenible, en el fomento de la conservación de los recursos del territorio que promueva el desarrollo de una cultura medioambiental.

Algunas características del turismo alternativo son: a) dinamismo controlado por actores locales; b) se realiza a pequeña escala; c) promueve los emprendimientos de la zona; d) promueve acciones hacia la conservación ambiental; e) establece vínculos con otros partes de la economía local; f) equidad de los beneficios económicos; g) fortalecimiento de los grupos vulnerables en la toma de decisiones; h) atrae a otros segmentos de mercado (Narváez, 2014).

Destaca en estas expresiones, que esta modalidad de turismo aprovecha potencialidades en torno a los recursos endógenos existentes en diferentes espacios geográficos y contextos culturales específicos, por lo que cada experiencia vivida es única; de aquí que el segmento para el cual pudiera resultar atractivo una oferta de esta naturaleza se diferencia notablemente del turismo masivo, en consecuencia, estos turistas estarán dispuestos a pagar precios elevados por el disfrute de atractivos únicos, ya sean naturales o culturales (SECTUR, 2004).

Desde esta perspectiva se tiene, que las personas que practican esta modalidad de turismo son las que desean estar en contacto directo con las manifestaciones culturales y sus pueblos, realizando actividades fuera de lo común, experimentando diferentes emociones, lejos de la civilización, practicar labores de campo, aprovechando los beneficios de la naturaleza (Picaso, Ruiz y Torres, 2018 en Quesada, 2007).

No obstante, no siempre la gestión de esta modalidad de turismo ha estado acompañada de beneficios e impactos positivos; en algunos casos ésta ha generado división entre comuneros y avecindados, derivando en conflictos internos; de manera que los esfuerzos de las comunidades por promover este tipo de turismo enfatizando en la conservación de sus tradiciones ancestrales y el cuidado de los recursos naturales, algunas veces ha resultado exitosa y en otras ocasiones no, en estos casos

el desarrollo de esta modalidad se ha visto acompañada por el abandono y poco interés por el turismo alternativo de parte de los miembros de la comunidad (Pérez & Zizumbo, 2014), dentro de este contexto uno de los puntos débiles en esta modalidad son las capacidades gerenciales y administrativas de las comunidades, ya que las mismas son grupos heterogéneos con intereses que se pueden confrontar con relaciones de poder desiguales, generando conflictos entre sí (Navarro *et al*., 2019).

Sin embargo, el estudio realizado por Nolazco, Sandoval y Salvador (2019) hace énfasis en que el turismo alternativo implica un impacto positivo de transformación en la sociedad, el hecho de fomentar esta actividad crea oportunidades laborales, sin dejar de lado la importancia del conocimiento y capacitación con relación a su gestión, para fomentar su mantenimiento generando satisfacción del turista por el beneficio que reporta la calidad del producto ofertado, estimulando la conservación de los recursos naturales, sus costumbres y festividades locales, por lo cual se proponen tres ejes estratégicos para la mejora o renovación, el guiado, el cuidado de la planta turística y el patrimonio cultural. En síntesis, el turismo alternativo ayuda a las comunidades a dinamizar su economía local, generando fuentes de empleo en la zona, concientizando la conservación de los espacios naturales, el cuidado de la flora y fauna, brindando a los turistas la oportunidad de compartir y aprender las tradiciones y cultura, ofreciendo al visitante una modalidad completamente diferente del turismo tradicional con el compromiso de vivir una experiencia única e inolvidable.

Materiales y Métodos

El tipo de investigación empleada fue mixto, con énfasis en la investigación cualitativa, como proceso interpretativo que posibilita recopilar las percepciones y perspectivas de los sujetos involucrados en el estudio (Iño, 2018) y cuantitativa, para medir el comportamiento de las variables seleccionadas.

Los métodos teóricos utilizados fueron el Lógico y el Hipotético-deductivo, que permitieron identificar las regularidades existentes con relación al soporte teórico-metodológico de la investigación (Rodríguez & Pérez, 2017).

Para el levantamiento de información primaria se aplicaron las técnicas de encuestas (cuestionario con preguntas semiestructuradas) y entrevistas a los presidentes de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD´S) parroquiales rurales del cantón Cuenca o sus delegados, además, grupos focales, con el propósito de conocer la percepción del problema desde la perspectiva de los actores involucrados, se trabajó con la metodología de inventario de atractivos turísticos elaborada por el Ministerio de Turismo de Ecuador (2017).

Las variables seleccionadas para el estudio fueron:
Independientes:

1. Desconocimiento por parte de los gestores del turismo sobre:
    - Posibilidad de promover el turismo alternativo
    - Involucramiento del turismo alternativo en la oferta de ciudad
    - Inventario Turístico
    - Georreferenciación
    - Integración de esta modalidad
    - Información sobre ofertas de turismo alternativo

2. Políticas públicas que facilitaran el desarrollo de este tipo de turismo
    - Apoyo de los entes encargados del turismo

Dependientes:

3. Desaprovechamiento de las oportunidades y potencialidades del cantón Cuenca
    - Innovación productos/servicios
    - Canales para la venta o promoción de la oferta turística
    - Paquetes turísticos de turismo alternativo
    - Incorporación del turismo alternativo a la oferta
    - Cantidad de turistas que visitan la parroquia

Y las unidades de análisis escogidas en correspondencia con los actores vinculados al proceso de gestión del turismo alternativo fueron:

- Parroquiales rurales. La investigación de campo se inició visitando las parroquias rurales del cantón Cuenca, se contó con el apoyo de 15 presidentes, 1 técnico y 4 vocales (20 de 21 parroquias rurales seleccionadas para el estudio, una de ellas se negó a brindar información), se coordinó con ellos la visita a los lugares turísticos existentes en la localidad, para recopilar la información necesaria de la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.
- Agencias de Servicios Turísticos: Mediante información obtenida de la página del Ministerio de Turismo y con base en el Reglamento de operación e intermediación Turística se realizaron 62 encuestas (a partir del cálculo del tamaño de muestra, con base en una población finita de 73 establecimientos registrados en la ciudad de Cuenca, de estos, 22 son Operadores Turísticos y 51 Agencias de viajes duales y un nivel de confianza del 95%). Con el objetivo de valorar la posibilidad de ampliación de la oferta turística y las barreras existentes, desde la percepción de los actores involucrados en la gestión del destino.
- Comunidades seleccionadas. Una vez elaboradas las fichas de atractivos turísticos, se seleccionaron las 5 parroquias rurales que obtuvieron mayor ponderación; se aplicó en éstas la técnica de grupos focales.

Los métodos empleados para conocer el potencial turístico de un territorio se basan en información detallada de los recursos existentes y jerarquización de estos, prestando interés a cualidades socioeconómicas como la cultura, transporte, infraestructura, que permiten promover el turismo, conectando a los recursos atractivos mediante vías de comunicación y con la participación de los integrantes de la comunidad (Gonzáles, Carrillo, Chávez & Nájera 2019).

La guía metodológica utilizada define lineamientos técnicos para la identificación, clasificación, y valoración de los atractivos que demuestren los mejores escenarios para el desarrollo de productos turísticos. Establece ponderaciones específicas divididas en varios criterios: accesibilidad y conectividad, planta turística/servicios, estado de conservación e integración sitio/entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican en el atractivo, difusión del atractivo, registro de visitantes y afluencia, recursos humanos. Una vez levantada la información la metodología lo clasifica por rangos y jerarquía como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Rangos y jerarquía

Rangos	Jerarquía	Descripción
86 – 100	IV	Atractivo excepcional capaz de motivar visitantes del mercado turístico internacional.
61 – 85	III	Atractivo con rasgos excepcionales presenta condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos para el mercado turístico nacional e internacional.
36 – 60	II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presenta condiciones básicas para generación de productos turísticos.
11 – 35	I	Atractivo con condiciones mínimas para generar productos como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
0 – 10	Recurso	Elemento natural o cultural que no cuenta con ningún tipo de estructura de apoyo.

Fuente: Elaboración propia con base en Guía metodológica Ministerio de Turismo.

A partir del levantamiento de los recursos/atractivos, entendido como parte del análisis de la información necesaria relacionada con la variable No 3, se identificó su naturaleza y jerarquización, con lo cual se evidenció el desaprovechamiento de las potencialidades existentes en el territorio, para convertir estos recursos/atractivos en productos turísticos.

Resultados y Discusión

Una vez realizada la investigación de campo y aplicada la metodología de inventario de atractivos turísticos, se clasificaron estos con base en las ponderaciones obtenidas (tabla 2). Como resultado se obtuvo que 12 parroquias se ubican en jerarquía II, lo cual significa que es posible diseñar productos turísticos que despierten interés y motivación de parte de los turistas, mientras que las 8 parroquias restantes se encuentran en jerarquía I, lo que implica que los atractivos que estas parroquias poseen pueden ser complementados con otros de mayor jerarquía en la estructuración de una oferta integrada que sea gestionada en forma de circuitos turísticos.

Tabla 2. Jerarquía II (36 - 60)

Sitio de Visita: Parroquia Sayausí (Ponderación 59.1)	
Atractivos	
0. Parque Nacional Cajas	3. Cerro de Minas
1. Senderismo 5 cascadas	4. Turismo rural Sayausí
2. Casa mirador	5. Puente de Carcabón
Sitio de Visita: Parroquia Baños (Ponderación 56)	
Atractivos	
0. Aguas Termales	3. Descenso en bicicleta
1. Biocorredor "Uchuloma"	4. Camping
2. Cabalgatas (Ruta del Arriero)	5. Gastronomía
Sitio de Visita: Parroquia Turi (Ponderación 53.2)	
Atractivos	
0. Mirador de Turi centro parroquial	5. Cerro el Calvario
1. Parque Icto Cruz	6. Artesanías locales
2. Mirador Cerro Monjas	7. Gruta “Señor de Belén”
3. Cerro y bosque Boquerón	8. Gastronomía
4. Aventuri (Parque-Mirador)	
Sitio de Visita: Parroquia Sidcay (Ponderación 51.2)	
Atractivos	
0. Área protegida y mirador "El Chonta"	5. Recorrido por la cordillera
1. Mirador Gran Poder	6. Mirador Corona Loma
2. Mirador San Vicente	7. Capilla y museo sector la caldera
3. Tramo camino del inca	8. Cuenca Canopy
4. Cueva de Tulum Judco	9. Mirador Cruz Loma
Sitio de Visita: Parroquia Chaucha (Ponderación 49.9)	
Atractivos	
0. Laguna de Napalé	5. Cascada "San Gabriel"
1. Cascada de Jerez	6. Volcan Inactivo Patawasi

2. Refugio San Antonio	7. Aguas Termales Naturales "Gur Gur"
3. Itur San Antonio (Hospedaje)	8. Mirador "Cedro"
4. Río Chaucha	9. Senderismo Comunidad de Habas
Sitio de Visita: Parroquia San Joaquín (Ponderación 48.4)	
Atractivos	
0. Laguna "Estrella cocha"	4. Cestería
1. Aguas Termales "San Vicente" “Pumamaqui”	5. Recorrido Granja Orgánica "Elabriego alegre"
2. Ecomuseo del Yanuncay	6. Fábrica de Chocolates “El Squisito”
3. Mirador de Verde Llano	7. Gastronomía
Sitio de Visita: Parroquia Chiquintad (Ponderación 48.1)	
Atractivos	
0. Represa “El Labrado”	3. Mirador Turístico
1. Central Hidroeléctrica de Saymirín	4. Gruta de la Virgen de los Migrantes
2. Cascada San Antonio	5. Santa Teresita (Fuentes de Agua)
Sitio de Visita: Parroquia Quingeo (Ponderación 48.1)	
Atractivos	
0. Bosque protector Guarango	3. Cerro Pillachikir (hito de triangulación, Misión Geodésica 1736)
1. Loma de Guamán (Restos arqueológicos)	4. Laguna Pillachikir
2. Cerro del Rodeo	5. Patrimonio Cultural (35 inmuebles)
Sitio de Visita: Parroquia Molleturo (Ponderación 44.3)	
Atractivos	
0. Cerro de Paredones	3. Vestigios arqueológicos
1. Comunidad de Miguir	4. Gastronomía
2. Aguas Termales	5. Vinos artesanales.
Sitio de Visita: Parroquia Sinincay (Ponderación 43.3)	
Atractivos	
0. Cerro y Laguna Cabugana	3. Producción de Teja, ladrillo y mármol.
1. Cascada Río Sinincay	4. Iglesia colonial de Mármol
2. Monolitos de Agua Salada	

Sitio de Visita: Parroquia Ricaurte (Ponderación 42.1)			
Atractivos			
0.	Cerro Bashún	2.	Iglesia
1.	Cerro Cachaulo	3.	Gastronomía
Sitio de Visita: Parroquia Cumbe (Ponderación 40.8)			
Atractivos			
0.	Cerro el Calvario	2.	Cerro Mirin
1.	Sector el Salado	3.	Mirador San Pedro
2.	Cerro Cauzhin	4.	Gastronomía

Fuente: Elaborada por las autoras con base en información primaria.

Tabla 3 Jerarquía I (11 - 35)

Sitio de Visita: Parroquia Tarqui (Ponderación 34.6)			
Atractivos			
0.	Centro comunitario “Parcoloma”	3.	Zoológico Yurak Allpa
1.	Comunidad Chilca Totora	4.	Volcán Buquerón
2.	Cerro Francés Urco	5.	Lagunas de Totoracocha y Condorcocha
Sitio de Visita: Parroquia Paccha (Ponderación 33.8)			
Atractivos			
0.	Cerro Guabizhun	3.	Sombreros de paja toquilla
1.	Pan en horno de leña	4.	Gastronomía
2.	Ferias agroecológicas		
Sitio de Visita: Parroquia Llacao (Ponderación 33.1)			
Atractivos			
0.	Mirador Cerro Pachamama	3.	Pan en horno de leña
1.	Camino del Inca	4.	Artesanías: Sombreros de Paja Toquilla
2.	Gruta		

Sitio de Visita: Parroquia Checa (Ponderación 31.6)			
Atractivos			
0.	Senderismo “Camino al cielo”	2.	Cementerio
1.	Represa Chanlud		
Sitio de Visita: Parroquia El Valle (Ponderación 27.8)			
Atractivos			
0.	Lagunas	2.	Mirador
1.	Hostería	3.	Cabalgatas
Sitio de Visita: Parroquia Santa Ana (Ponderación 26.4)			
Atractivos			
0.	Parque Pichacay	2.	Iglesia de arquitectura moderna.
1.	Proyecto de Agua	3.	Pan en horno de leña
Sitio de Visita: Parroquia Nulti (Ponderación 26.4)			
Atractivos			
0.	Cerro Guagua yumi	3.	Zona Arqueológica “El plateado”
1.	Quebrada del Salado	4.	Cerro Zhizhio
2.	Ciclismo de montaña	5.	Pan en horno de leña
Sitio de Visita: Parroquia Octavio Cordero Palacios (Ponderación 26.4)			
Atractivos			
0.	Túnel de Tulunhutco	2.	Parcoloma
1.	Bosque protegido Machángara – Tomebamba (6% parroquia)	3.	Producción Huertos Orgánicos

Fuente: Elaborada por las autoras con base en información primaria.

Los principales atractivos de las zonas rurales que posee actualmente el Cantón Cuenca son el Parque Nacional Cajas en la parroquia de Sayausí, los balnearios de aguas termales en la parroquia Baños y el mirador Turístico en la parroquia Turi, sin embargo, el análisis realizado evidencia que el territorio posee otros recursos, que pueden combinarse estructurando alternativas de turismo con base en actividades vinculadas a la naturaleza, la artesanía especialmente la fabricación de sombreros

de paja toquilla, la cultura de estas comunidades e incluso, las prácticas agrícolas propias del lugar; fortalezas que actualmente se desestiman por parte de los gestores del turismo y los gobiernos parroquiales, quienes son los principales responsables de impulsar su desarrollo.

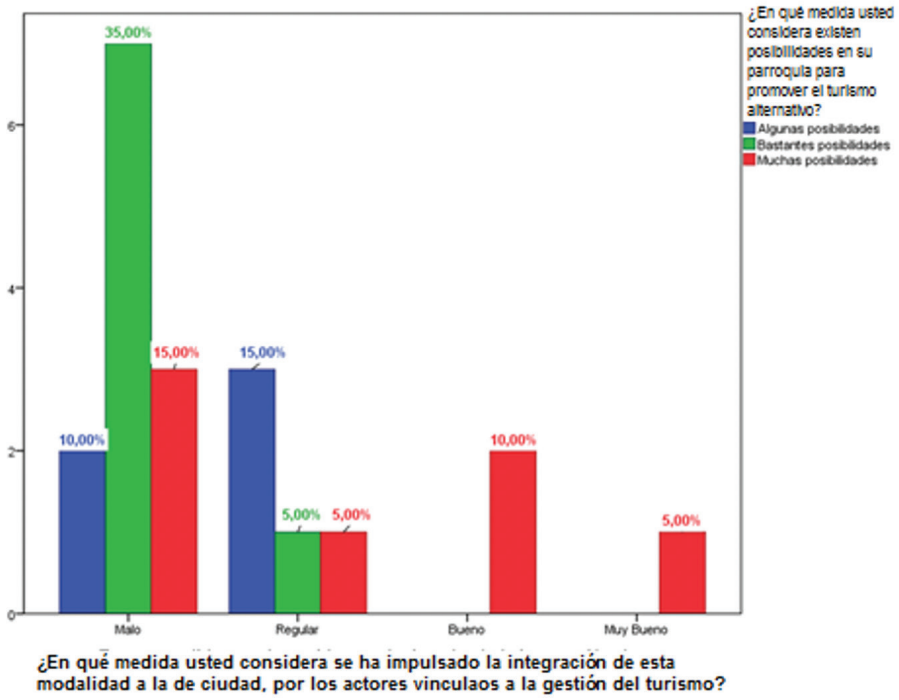
Cabe destacar que, el Parque Nacional Cajas, por sí solo, es considerado con jerarquía III, ya que atrae a turistas nacionales e internacionales en cualquier época del año sin necesidad de un atractivo secundario, oportunidad aprovechable para combinar las modalidades de turismo alternativo antes mencionadas y contribuir a aumentar el tiempo de estancia del turista.

Resultados Entrevista GAD´s Parroquiales

El gráfico 1 es el resultado de la tabla cruzada entre las posibilidades que poseen las parroquias para el desarrollo de turismo alternativo y el desempeño de los gestores. Como se puede observar, estos no realizan una adecuada gestión; el 60% de los funcionarios de los GAD´s parroquiales rurales consideran que la gestión es mala y apenas un 5% opina que se realizan acciones para integrar esta modalidad de turismo.

El aporte de los actores encargados de promover, incentivar, capacitar y coordinar las iniciativas locales y asociaciones constituye un eje clave para el desarrollo y sustentabilidad del proyecto, que permite dinamizar la generación de empleo y mejorar la calidad de vida de la población (Narváez, 2014); para ello existe la posibilidad de realizar intercambios de experiencias y saberes, de tal forma, que se disminuyan los errores que impidan su desarrollo y permitan su expansión. Al mismo tiempo, generar nuevas alternativas de turismo, en las que se involucre a los miembros de la comunidad, provee posibilidades de empleo, sin embargo, si existen problemas como la falta de compromiso de parte de quienes toman decisiones, corrupción o mal uso de los recursos existentes, las personas optan por emigrar (Sotomayor, Barrios & Chininin, 2019), abandonando a sus familias, terrenos y país cambiando así su estilo de vida y muchas veces olvidando su cultura y tradición.

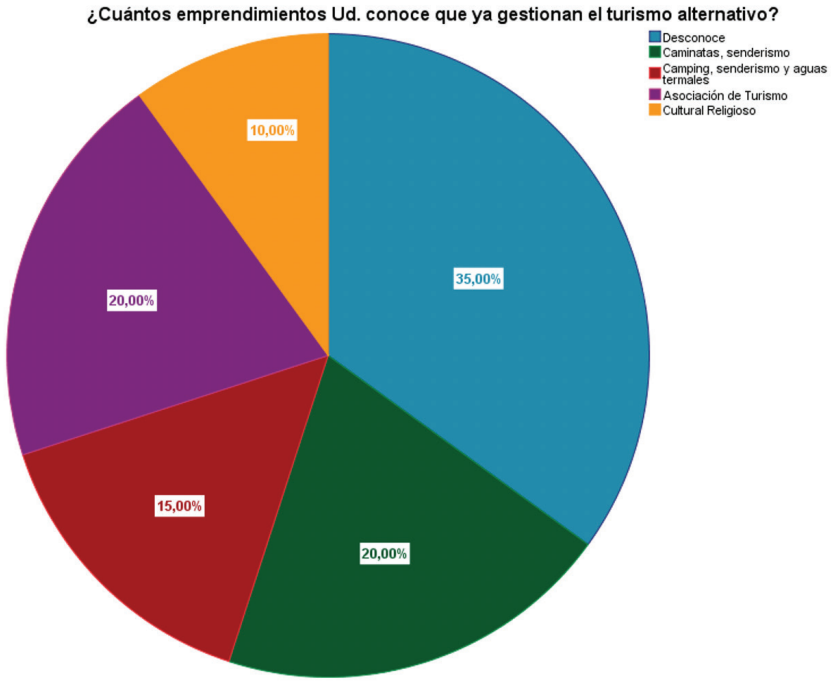
Gráfico 1. Posibilidades vs Integración



Fuente: Elaborada por las autoras con base en información primaria.

El gráfico 2 muestra que el 35% de los miembros de los GAD´s parroquiales desconocen los emprendimientos de turismo alternativo existentes en la localidad. Por supuesto, ello deriva en falta de apoyo a estos emprendedores para contribuir a la mejora de la oferta turística, realizando actividades de capacitación para ampliar sus conocimientos, vincularlos con su experiencia y recursos que pudiera influir en la mejora del servicio.

Gráfico 2. Emprendimientos que gestionan Turismo Alternativo

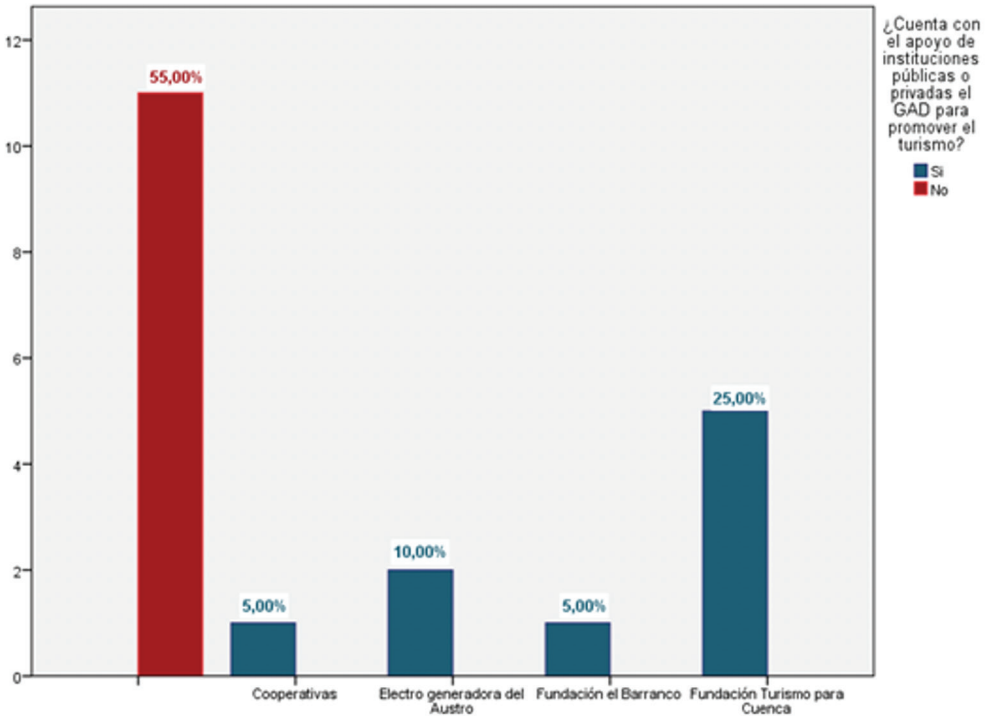


Fuente: Elaborada por las autoras con base en información primaria.

Esta situación se acentúa por el desconocimiento de los centros de apoyo o Redes de Turismo Comunitario que podrían ayudarlos durante su ingreso y expansión en temas turísticos, por ejemplo: Federación plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), Red de Turismo comunitario del Austro Pakariñan, Red de Turismo Comunitario Saraguro Rikuy, Red de Turismo Comunitario del Pueblo Cañari Sumak Pacha, entre otros; para la ciudad de Cuenca uno de los principales apoyos es la Red de Turismo Comunitario del Austro Pakariñan, la cual fue fundada el 02 de septiembre del 2005 en la parroquia de San Joaquín, con la misión de promover el desarrollo integral, basados en principios, valores, que no violenten a personas o a la naturaleza (Cabrera, 2011).

El gráfico 3 muestra el resultado de la tabla cruzada entre la disponibilidad de apoyo de Instituciones Públicas y su destino, a partir de su análisis se evidencia que el 55% de los GAD´s no han contado con el apoyo de ninguna institución, solo el 25% ha recibido soporte de la Fundación Turismo para Cuenca, entidad que posee las competencias turísticas a nivel de la ciudad desde el 19 de julio de 2001, según la firma del convenio de transferencia de competencias entre el Ministerio de Turismo y la Municipalidad de Cuenca.

Gráfico 3. Apoyo de Instituciones Públicas



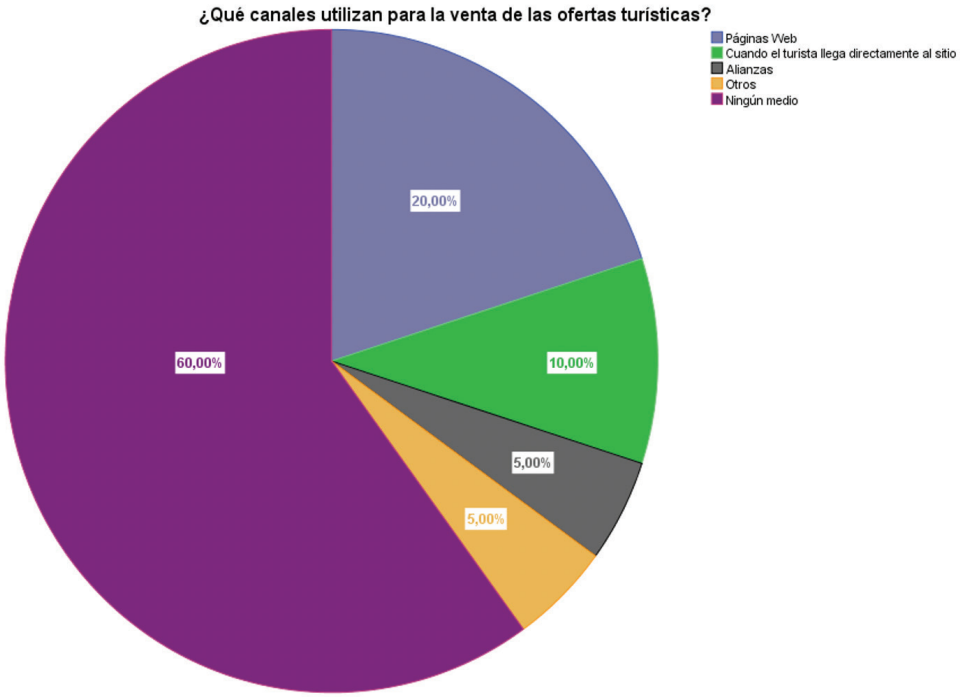
Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Dentro del cantón existen regulaciones que apoyan y promueven el turismo en las parroquias rurales, se diría que existe la intencionalidad de promover políticas a nivel territorial fijando determinadas regulaciones que pueden concretar en la práctica del territorio su impacto; sin embargo, los resultados muestran que éstas no se ponen en práctica de forma sistemática, por ejemplo, se tiene, la Ordenanza que regula el sistema cantonal de Turismo de Cuenca en su Título II, capítulo 1, artículo 11 literal b que expone entre las facultades de la Fundación Turismo para Cuenca: "Promocionar a las parroquias urbanas y rurales del cantón Cuenca como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional", literal h "El desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno", además, el Título III, Capítulo 4, artículo 35 establece como responsabilidades de la Fundación de Turismo en su literal d "Establecer rutas turísticas mediante la identificación de las potencialidades y vocación turística de las parroquias rurales" y en su literal f "Incluir los destinos turísticos de avance comunitario en el inventario de atractivos turísticos de la circunscripción cantonal, será corresponsabilidad de la administración municipal promover la vinculación y aprovechamiento turístico de actividades productivas, agrícolas, agroindustriales y aquellos que preserven las tradiciones, culturas, riquezas e identidad de sus parroquias rurales" (GAD Cuenca, 2019).

La Ordenanza es clara en el detalle de sus artículos, sin embargo, ésta no se aplica de forma efectiva, ya que no se promueve la implementación de modelos de desarrollo turístico alternativo. Se continua haciendo énfasis en el turismo de ciudad, desaprovechando la integración de actividades histórico-culturales con las que puede generar la inclusión de esta modalidad alternativa, mediante una correcta asignación de fondos, tanto en infraestructura, cursos de formación, como en la promoción de los sitios turísticos, teniendo en cuenta la opinión de los beneficiarios y la transparencia de la información (Velasco, 2016; Orgaz & Moral, 2016), de tal forma que, los recursos culturales, naturales y patrimoniales que intrínsecamente, poseen una enorme riqueza sean promocionados y utilizados de manera sostenible (Castellanos & Orgaz, 2013), articulando los atractivos turísticos de tipo natural y comunitario en general, ampliando con ello la posibilidad de que el turista disfrute los beneficios de una experiencia integrada.

El gráfico 4 muestra los canales utilizados para la promoción y venta de ofertas turísticas.

Gráfico 4. Canales



Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Uno de los principales problemas, radica en la ausencia de canales de distribución y medios de comunicación para publicitar y promocionar estos atractivos, ya que el 60% de estas instituciones no utilizan ninguna vía, asumiendo una posición poco proactiva; el 20% lo hace mediante páginas web, desaprovechando la versatilidad de los canales digitales existentes en la actualidad, especialmente las redes sociales. Los medios digitales forman parte del diario vivir y el diseño de estrategias de marketing digital, que ayuden a promover la marca del destino con el uso de las tecnologías de la información, son claves para su desarrollo (Andrade, 2016; Martínez-Sala, 2018). Es importante destacar que, la información ofrecida, no debe ser enfocada de manera genérica, sino que debe transmitir e influir en la motivación de los turistas al disfrute de nuevas experiencias (Fraiz, 2015);

ofreciéndoles la oportunidad de conocer e interactuar con nuevas costumbres y facilitar al mismo tiempo, que los habitantes se sientan cómodos al demostrar sus tradiciones de forma espontánea, sin exigencias ni tratamientos inadecuados (Acero-Tinoco, 2017).

La creación de formatos integrados con el uso de medios digitales ilustrando el turismo alternativo es posible, utilizando la tecnología y el ciberespacio, lo que contribuye a la diversidad de uso de las herramientas en línea, ello tributa directamente al incremento de las ventas y ganancias en el turismo alternativo (Domínguez, Bernard & Burguete, 2018).

Para complementar el análisis descriptivo expuesto anteriormente, se calcula la correlación existente entre las variables, para ello se realizó las pruebas de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, planteando las siguientes hipótesis:

- $h_0 > 0{,}05$ los datos siguen una distribución normal
- $h_1 < 0{,}05$ los datos no siguen una distribución normal

Se obtuvo un nivel de significancia menor a 0.05, lo cual determina que se rechaza la hipótesis nula (h_0) y se acepta la hipótesis alternativa (h_1) puesto que se ha demostrado que los datos no provienen de una distribución normal, con este antecedente se entiende que la correlación no es paramétrica por ello se utiliza la correlación Rho de Spearman, la cual es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden de cada grupo de variables y compara dichos rangos, así también la afirmación de una relación causa-efecto se realiza mediante la comprensión de la relación natural que existe entre las variables y no exclusivamente por la presencia de una fuerte correlación (Restrepo & González, 2007).

Tabla 4. Pruebas de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
¿Posee el GAD Parroquial un inventario turístico sobre los atractivos que pueden ser valorados con fines de turismo alternativo?	,463	20	,000
¿Los destinos de turismo alternativo de la Parroquia dispone de Georreferenciación?	,527	20	,000
¿En qué medida usted considera existen posibilidades en su parroquia para promover el turismo alternativo?	,223	20	,010
¿En qué medida usted considera se ha impulsado la integración de esta modalidad a la de ciudad, por los actores vinculados a la gestión del turismo?	,352	20	,000
¿En qué medida Ud. Considera resultaría importante involucrar al turismo alternativo en la oferta de la Ciudad?	,424	20	,000
¿El GAD apoya o a apoyado emprendimientos de turismo alternativo?	,335	20	,000
¿Cuántos emprendimientos Ud. conoce que ya gestionan el turismo alternativo?	,202	20	,031
¿De las actividades que se desarrollan que nivel de aceptación han tenido por parte de los turistas?	,240	20	,004
¿Qué porcentaje de presupuesto asigna el GAD para fomentar el turismo alternativo en la Parroquia?	,272	20	,000
¿Qué canales utilizan para la venta de las ofertas turísticas?	,367	20	,000
Aproximadamente la cantidad de turistas que visitan la parroquia como promedio mensual	,343	20	,000

Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Una vez realizada la correlación Rho de Spearman se plantea como hipótesis las siguientes:

- $h_0 > 0{,}05$ los datos no tienen correlación
- $h_1 < 0{,}05$ los datos tienen correlación entre sí.

Tabla 5. Correlaciones

Variable dependiente	Variable independiente	Descripción	Rho de Spearman	Sig (bilateral)
Cantidad de turistas que ingresan a las parroquias	Involucramiento de turismo alternativo en la oferta de ciudad	La cantidad de turistas que ingresan a las parroquias se ve reflejado en el involucramiento del turismo alternativo en la oferta de ciudad, es decir, existe una relación directa en la cual, a mayor involucramiento de turismo alternativo en la oferta de ciudad mayor cantidad de turistas visitarán las parroquias.	0,512*	0,021
Canales que se utilizan para la venta o promoción de la oferta turística	Georreferenciación	Los canales que se utilizan para la venta o promoción de los destinos turísticos alternativos requieren información como georreferenciación, es decir, al conocer la ubicación exacta de los atractivos turísticos los canales que se utilicen para la venta de los mismos podrán ser más eficaces.	0,525*	0,018
Cantidad de turistas que ingresan a las parroquias	Inventario turístico	La cantidad de turistas que ingresan a las parroquias son promovidos por el inventario turístico disponible, es decir, el mantener registros turísticos actualizados aporta información relevante para el incremento del número de turistas que los visiten.	0,595**	0,006

***La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
*La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

La información sobre las opciones de turismo alternativo existentes, así como su ubicación son importantes para que el turista nacional e internacional opte por una de ellas y no solo el turista local (Benites, 2012). Contar con información sobre los atractivos existentes brinda la oportunidad de clarificar y comparar que tanto estos atractivos superan o se igualan a otros, pues se dan casos en

los que existe los atractivos turísticos con altas potencialidades, pero la inconsistencia por parte de los actores involucrados debilita o anula su desarrollo (Méndez *et al*., 2016).

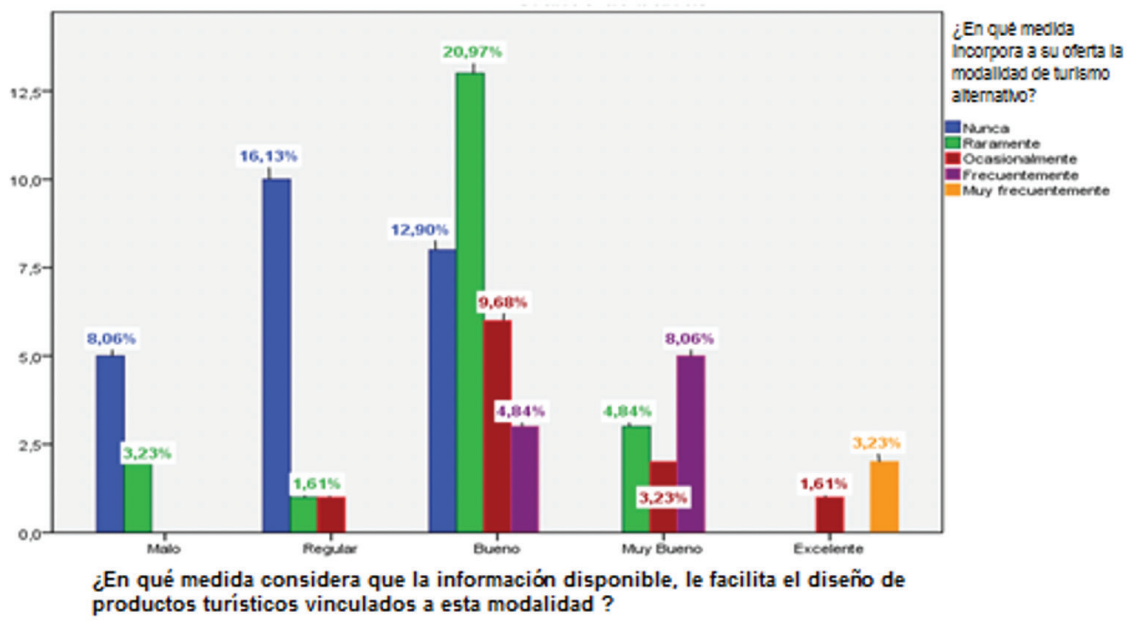
En resumen, el análisis de correlación, que muestra la tabla 5, evidencia la necesidad de fortalecer el registro y actualización del inventario turístico, para atraer a un mayor número de visitantes, pero es necesario concientizar que si estos recursos tractivos no se convierten en productos que aporten valor a la oferta, no será posible promover la demanda de visitantes, de ahí el énfasis que se hace en la investigación, con respecto a la necesidad de actuar en pro de generar nuevas formas de turismo alternativo que se complementen e integren a la oferta actual del destino. La base para generar una propuesta de valor diferente la constituye el levantamiento de inventario turístico realizado.

A continuación, se describe el análisis realizado sobre la gestión de la intermediación, aspecto que se considera imprescindible dentro de la gestión de la cadena de valor, para conseguir el contacto con visitantes actuales y futuros.

Resultados, Entrevistas Operadoras Turísticas

El gráfico 5 muestra la tabla cruzada entre el nivel de posibilidades que da la información disponible para el diseño de productos vinculados a la modalidad de turismo alternativo y su inclusión en la oferta del destino, se observa que, el 48,39% de los operadores turísticos considera que la información disponible es buena y permite diseñar productos turísticos, sin embargo, este valor solo está representado con la opción Parque Nacional Cajas, puesto que es el único atractivo de naturaleza que ofertan las agencias, sin la información oportuna de todos los recursos/atractivos existentes en el cantón Cuenca, los operadores turísticos limitan la oferta y con ello la dinámica del turismo receptor restringiendo la posibilidad de generación de ingresos por parte de los habitantes de las parroquias rurales.

Gráfico 5. Información existente e inclusión

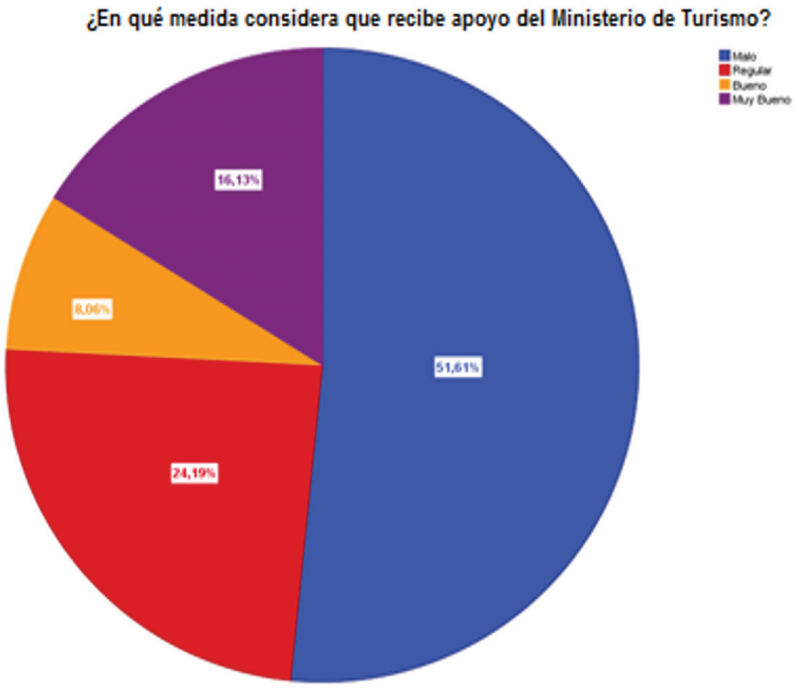


Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

La información con la que cuentan las operadoras turísticas en conjunto con su oferta en portales web, influye e incentiva el proceso comercial de productos turísticos, de ahí la importancia en la calidad de información que se transmite hacia el turista (Vázquez, 2018).

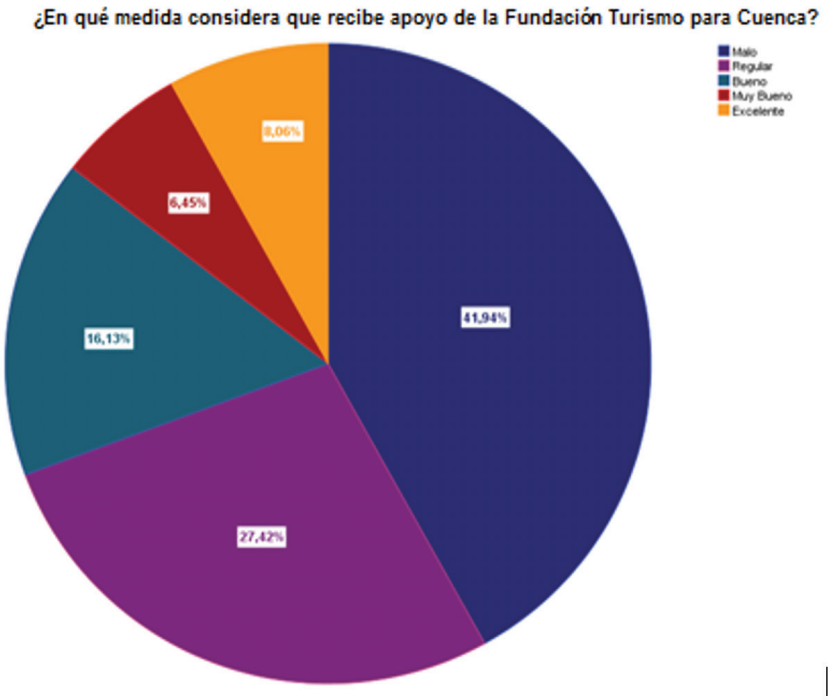
Al comparar los gráficos 3, 6 y 7 se observa que no existe suficente apoyo por parte de agentes encargados de la promoción y difusión de las ofertas turísticas.

Gráfico 6. Apoyo desde el Ministerio de Turismo



Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Gráfico 7. Apoyo desde la Fundación Turismo para Cuenca



Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Se procedió nuevamente a complementar la información descriptiva expuesta anteriormente con análisis de correlación de variables.

Para ello se realizó la Prueba de Normalidad con base en las siguientes hipótesis:

- $h_0 > 0{,}05$ los datos siguen una distribución normal
- $h_1 < 0{,}05$ los datos no siguen una distribución normal

Se obtuvo un nivel de significancia de 0.00, lo cual determina que se rechaza la hipótesis nula (h_0) y se acepta la hipótesis alternativa (h_1) con esto se entiende que la correlación no es paramétrica puesto que los datos no provienen de una distribución normal, por ello se utiliza la correlación Rho de Spearman.

Tabla 6. Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov[a]		
	Estadístico	gl	Sig.
¿En qué medida maneja información sobre ofertas de turismo alternativo?	,207	62	,000
¿En qué medida considera que la información disponible, le facilita el diseño de productos turísticos vinculados a esta modalidad?	,258	62	,000
¿En qué medida incorpora a su oferta la modalidad de turismo alternativo?	,227	62	,000
Después de que el turista visito estos lugares de turismo alternativo como lo calificó del uno al cinco.	,414	62	,000
¿En qué medida considera que recibe apoyo del Ministerio de Turismo?	,302	62	,000
¿En qué medida considera que recibe apoyo de la Fundación Turismo para Cuenca?	,232	62	,000
¿Cuál es el nivel de importancia que usted le otorga a la posibilidad de incorporar el turismo alternativo en la gestión de su oferta turística?	,404	62	,000
¿En qué medida usted considera que las agencias están preparadas para innovar productos a partir de los recursos/atractivos vinculados con el turismo alternativo?	,303	62	,000

Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Una vez realizada la correlación Rho de Spearman con base en las siguientes hipótesis se obtiene como resultado:

- $h_0 > 0{,}05$ los datos no tienen correlación
- $h_1 < 0{,}05$ los datos tienen correlación entre sí.

Tabla 5. Correlaciones Operadoras Turísticas

Variable dependiente	Variable independiente	Descripción	Rho de Spearman	Sig (bilateral)
Paquetes turísticos de turismo alternativo	Apoyo entes encargados del Turismo	La creación de paquetes turísticos alternativos se ve impulsada de mejor manera cuando se cuenta con el apoyo de los entes encargados del Turismo, es decir, con un mayor apoyo por parte de las autoridades designadas se les facilitaría a las operadoras el diseño de productos turísticos alternativos.	0,337**	0,007
Paquetes turísticos de turismo alternativo	Información sobre ofertas de turismo alternativo	El diseño de paquetes turísticos alternativos es posible cuando se cuenta con información sobre ofertas de turismo alternativo, de manera que a mayor información mayor diseño de ofertas de productos turístico y viceversa.	0,397**	0,001
Innovar productos/ servicios	Apoyo entes encargados del Turismo	Las operadoras están preparadas para innovar sus productos/servicios turísticos de forma ágil cuando cuentan con el apoyo de los entes encargados del Turismo, siendo que a mayor apoyo mayores innovaciones y viceversa.	0,417**	0,000
Incorporación del turismo alternativo a su oferta	Información sobre ofertas de turismo alternativo	La incorporación del turismo alternativo a la oferta de las operadoras turísticas se ve reflejado en la información que poseen sobre estas ofertas, es decir, desde la perspectiva de las operadoras no incorporan ofertas sobre turismo alternativo puesto que no poseen información sobre estos lugares en las parroquias rurales.	0,646**	0,000

**La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

En resumen, el análisis de estos resultados demuestra la necesidad de fortalecer alianzas entre las agencias de intermediación y las posibilidades de ofertar productos que estén vinculados a la modalidad de turismo alternativo, como estrategia para impulsar su desarrollo.

Estos hallazgos se alinean con el planteamiento de Benites (2012) y Narváez (2014), cuando exponen la necesidad de contar con el apoyo e involucramiento de los actores públicos y privados en coordinación con la localidad, para la planeación y proyección del turismo alternativo. Ello apunta al desarrollo de programas de capacitación, infraestructura, transporte, es decir, diseñar un producto turístico atractivo, en pro de provechar esta oportunidad estratégica, que contribuye al impulso del desarrollo socioeconómico y cultural de la comunidad; contar con toda la información existente sobre los atractivos turísticos, permite mantener aprendizajes sobre todas las actividades que puedan desarrollarse sin olvidar la concientización sobre la preservación y manejo de los recursos naturales, que tributen al posicionamiento de la localidad como destino turístico (Huaraca, Paladines & Suárez, 2017).

Finalmente se realizó un grupo focal con las comunidades seleccionadas, con base en el nivel de ponderación obtenido en el levantamiento de inventario turístico, considerando que, en ellas existe mayor posibilidad para iniciar un proceso de desarrollo e integración del turismo alternativo a la actual oferta del destino

Se seleccionaron 5 parroquias rurales: Sayausí, Baños, Turi, Sidcay y Chaucha; la técnica de grupo focal se apoyó en las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es su opinión sobre el turismo alternativo?
- ¿Considera que este tipo de turismo ha permitido el desarrollo de la parroquia?
- ¿Qué factores han sido claves para el desarrollo de este tipo de actividades?
- ¿Cuáles fueron sus principales problemas?

En general, sus criterios se enfocan en que el turismo alternativo es una fuente de ingresos significativa siempre y cuando se encuentre bien manejada y direccionada al apoyo de los sectores vulnerables.

Con relación a los factores claves para el desarrollo de la actividad, consideran como muy importante, la hospitalidad con la que se reciba al turista, para motivarlo al regreso y que recomiende a otros la experiencia vivida. Por otra parte, razonan acerca de que otro de los factores, es el apoyo de parte de las instituciones que deben promover esta actividad a partir del desarrollo de emprendimientos, sobre lo cual manifiestan su descontento, coinciden en afirmar que están declaradas políticas a nivel ramal, pero éstas no se concretan en el ámbito territorial.

En resumen, es posible sintetizar los resultados del diagnóstico realizado a partir de la tabla 6.

Tabla 6. Problemas y Sugerencias de los Actores Involucrados

Gobiernos autónomos descentralizados Rurales	Agencias de Viajes	Parroquias identificadas
	Problemas	
Falta de Recursos	Ineficiente Apoyo Institucional	Falta de Recursos
Inseguridad en el flujo de personas	Insuficiente personal capacitado en el área turística	Poco apoyo de las instituciones
Distancia y vías de acceso en estado regular	Falta de Infraestructura en parroquias	Falta de coordinación y capacitación
Falta de Promoción y comunicación	Falta de información	Discrepancia entre los actores
	Sugerencias	
Motivación, trabajo en equipo	Técnicos de Turismo en cada GAD	Diálogos y capacitaciones
Apoyo Institucional	Capacitaciones a guías locales	Protección de las áreas verdes
Identificar y diagnosticar potencialidades	Apoyo institucional	Apoyo real no solo promesas
Promoción y Comunicación	Promoción y Comunicación	Información trasparente

Fuente: Elaboración propia con base en información primaria.

Conclusiones

La revisión bibliográfica realizada evidencia que el turismo alternativo ocupa un segmento de mercado importante y creciente, pues los turistas buscan actividades o situaciones novedosas, auténticas y hasta exclusivas, además de que este tipo de turismo tributa de manera directa al desarrollo sostenible, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de las comunidades, generando empleos, mitigando pobreza y aportando al desarrollo de sus habitantes (Nolazco, Sandoval, Salvador, 2019). El turismo alternativo se concibe como una tipología de turismo diferente, frente al turismo tradicional de masas, promueve la vivencia de experiencias a partir de poner en valor la autenticidad y exclusividad intrínsecas en diferentes espacios naturales, histórico-concretos que, muchas veces deriva en intercambios directos con modos de vida y culturas específicas.

Lo anterior presupone que las motivaciones para elegirlo son diversas, por ejemplo, si se toma en consideración las motivaciones por las que el turista elige el destino Cuenca, se encuentra entre ellas la recreación y paisajes naturales (GIER, 2017), demostrando que existe una oportunidad para potenciar el turismo alternativo, a fin de fortalecer su posicionamiento como destino turístico gestionando circuitos.

Los hallazgos de la investigación resultado del levantamiento de fuentes primarias, junto con la validación estadística, permitieron evidenciar el desaprovechamiento de las potencialidades existentes en la localidad, a partir de la caracterización de los recursos/atractivos presentes en las parroquias rurales del cantón, 12 de las parroquias se encuentran en jerarquía II y 8 se encuentran en jerarquía I, estos pueden ser objeto de evaluación por parte de los gestores del turismo, diseñando productos turísticos e integrándolos a la gestión de la oferta, con base en la estructuración de opciones alternativas que respetan la vida y diversidad de especies tanto flora como fauna, de forma sustentable y sostenible, influyendo favorablemente en los ingresos a favor del beneficio de los habitantes de estas parroquias.

El inventario sugiere la posibilidad de diseñar productos turísticos en torno a la modalidad de naturaleza, por la rica diversidad que poseen los alrededores de la ciudad en primera instancia; también, puede aprovecharse la modalidad cultural a partir de las diferentes expresiones artísticas de los miembros de la comunidad y sus prácticas productivas en torno al desarrollo del turismo rural.

Se evidencia, además, que entre las principales causas que impiden el desarrollo del turismo alternativo en el caso seleccionado para el estudio, se encuentran las vinculadas al desconocimiento de la importancia que tiene realizar el levantamiento de recursos atractivos y jerarquizarlos, como base para la estructuración de productos turísticos, además y de manera significativa, la articulación de actores que apoyen e impulsen las actividades de turismo alternativo, a partir de la integración de actividades con base en el levantamiento de los recursos/atractivos, su georreferenciación, vialidad, y la coyuntura de esfuerzos para garantizar efectividad en el apoyo de los entes gubernamentales y, la distribución y promoción del destino con el concurso de intermediarios.

Se muestra que hay potencialidades que se pueden articular en una oferta integrada, tal es caso de la parroquia Sayausí, cuyo atractivo más importante es el Parque Nacional Cajas, con jerarquía III, que por sí solo puede atraer flujos de turistas a nivel nacional e internacional, así como aprovechar otros recursos/atractivos identificados en las diferentes parroquias rurales, ello puede contribuir al incremento de la afluencia de turistas y su tiempo de estancia, se reitera que ello deriva en la necesidad de promover la articulación de los actores locales, cuyo efecto puede impulsar sinergias en torno al diseño de productos turísticos, en la que predomine la integración de las potencialidades existentes en la localidad, ello puede contribuir a la diversificación de la oferta, aprovechando las oportunidades del mercado, tributando con ello a un mejor posicionamiento del destino.

Se coincide con lo expresado por (Méndez, García, Serrano e Ibarra, 2015), en su análisis con relación a los factores que, desde la comunidad, pueden influir en el desarrollo del turismo alternativo, al considerar como factores determinantes, la propia percepción de los miembros de la comunidad con relación a los recursos atractivos existentes en la localidad, la disposición a involucrarse en su propuesta y el nivel de organización. Sin embargo, se adicionan los elementos a los que ha hecho referencia este estudio, con respecto a los factores externos, alineados al apoyo necesario a los actores de la comunidad y, además, a la posibilidad de articular actores dentro y fuera de la misma, como oportunidad para conseguir una oferta integrada de mayor atractivo y significación para el turista.

Limitaciones del estudio:

El levantamiento y análisis de la información se realizó con base a métodos cualitativos, por lo que las inferencias al ser obtenidas básicamente desde la percepción de las personas involucradas, pueden tener sesgo, especialmente en lo referente a la jerarquización de recursos/atractivos, en cuyo trabajo debe involucrarse un equipo multidisciplinario con competencias específicas que tributen a este objetivo.

Futuras líneas de desarrollo de investigación:

Es necesario aplicar los métodos y técnicas utilizados en otros contextos, que permita realizar un estudio comparativo entre destinos de igual naturaleza y donde se observe una problemática similar.

Referencias

Acerenza, M. Á. (2010). Conceptos, tipos y modalidades de Turismo II. Turismo alternativo. *Portal de América*. México. Disponible en http://portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/1849-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-ii-turismo-alternativo, [03 de noviembre de 2019].

Acero-Tinoco, E. C. (2018). Turismo, Patrimonio y Comunidades Indígenas. *Turismo y Sociedad, (22)*, 213-233. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5762/576262645011, [06 de diciembre de 2019].

Altamirano Benítez, V., Marín Gutiérrez I., Ordóñez González, K. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social,* (73), 633-647. DOI: 10.4185/RLCS-2018-1273.

Andrade Naranjo, D., Quiñónez Bedón, M., Tapia Pazmiño, J. (2018). Ecuador un destino clave para la práctica del Turismo alternativo. *Ciencias Económica, Administrativa y Comercio*. Disponible en http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/15420, [05 de noviembre de 2019].

BBC News (2019). *Los 10 destinos turísticos más competitivos de América Latina.* Disponible en https://www.bbc.com/mundo/noticias-49585344>, [30 de octubre de 2019].

Benites Cuba, M. (2012). Factores Determinantes del Desarrollo Turístico el Distrito de Yura. *TURyDES 4(11)*. Disponible en https://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.html, [03 de noviembre de 2019].

Barrera, C., Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo – RIAT. 8(1),* DOI: http://dx.doi.org/10.4067/riatvol8iss1pp50-56%250718-235X, [03 de noviembre de 2019].

Cabrera Tigre, F. L. (2011). *Evaluación del Turismo Comunitario en el desarrollo económico, social y cultural en las comunidades de Parcoloma y Chilca Totora de la parroquia Tarqui Cuenca – Ecuador*. Disponible en http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1687.



Castellanos, M. & Orgaz, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo Local, 6(14)*, 1-9. Disponible en https://www.eumed.net/rev/turydes/14/ecoturismo.html, [07 de noviembre de 2019].

Cañada, E. (2015). La Comercialización del Turismo Comunitario en América Latina. *Anuario de Estudios Centroamericanos, 41*, 159-189. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=152/15242605009, [13 de enero de 2020].

Domínguez, P., Bernard, A. & Burguete, E. (2018). Turismo Alternativo y Tecnología: Promoción de la Sierra Mágica por medio de Internet. *Gestión Turística, (2)*, 41-73.

Fundación Municipal Turismo para Cuenca. (2020). Disponible en http://cuenca.com.ec/es/conoce-cuenca, [20 de enero de 2020].

Fraiz Brea, J. A. (2015). Editorial. La constante evolución del turismo: innovación, tecnología, nuevos productos y experiencias. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13(4)*, 739-740. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=881/88140288001, [20 de enero de 2020].

Gad Municipal Cuenca (2019). *Ordenanza que regula el Sistema cantonal de Turismo de Cuenca*. Registro oficial, edición especial 777. Disponible en http://www.cuenca.gob.ec/?q=system/files/ORDENANZA%20QUE%20REGULA%20EL%20SISTEMA%20CANTONAL%20DE%20TURISMO%20DE%20CUENCA._0.pdf., [20 de enero de 2020].

García, F., y Cervera, D. (2020). Turismo alternativo y localización territorial: el caso de la Península de Yucatán, México. *PASOS. 18(3)*, 375-380. DOI: https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.026.

Gonzáles, A., Carrillo, F., Chávez, R. & Gonzáles, O. (2019). Análisis de métodos de evaluación de la aptitud del territorio para turismo alternativo. *El Periplo Sustentable*, *(39),* 139-162. Disponible en https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/10063, [20 de enero de 2020].

Grupo de Investigación en Economía Regional (GIER) (2017). Estudio de la Demanda y Oferta Turística de la Ciudad de Cuenca. Disponible en https://cuencaecuador.com.ec/sites/default/files/Bolet%C3%ADn%20Demanda%20y%20oferta%20cuarto%20trimestre%202017.pdf, [07 de noviembre de 2019].

Huaraca, L., Paladines, G. & Suárez, J. (2017). Gestión del turismo comunitario como alternativa de desarrollo local. Comunidad Yunguilla. Quito. *Revista Publicando 4(11)*, 427-441 ISNN-e 1390-9304. Disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6115136, [07 de noviembre de 2019].

Iño, W. (2018). Investigación educativa desde un enfoque cualitativo: la historia oral como método. *Voces de la Educación*, 3(6), 93-110. ISSN 1665-1596 (versión impresa).

León Santiesteban, M. y Mariño Jiménez, J.P. (2018). Bahía de Altata, Navolato – Nuevo modelo de desarrollo turístico sostenible. *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico, 7(2)*, 68-85. DOI: http://dx.doi. org/10.17993/3cemp.2018.070234.68-85/.

Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo La necesidad de contar con un enfoque territorial frente a los efectos de la pandemia COVID 19.* CONGOPE. Ediciones Abya Yala: Incidencia Pública Ecuador.

Martínez-Sala, A.-M. (2018). MARKETING 2.0 Aplicado al sector Turístico: La función comercial de los sitios webs de las organizaciones de marketing de destinos. *Vivat Academia, (143)*,1-23. DOI: https://doi.org/10.15178/va.2018.143.01-23.

Méndez, A., García, A., Serrano de la Cruz, M. & Ibarra, V. (2016). Determinantes sociales de la viabilidad del turismo alternativo en Atlautla, una comunidad rural del Centro de México. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía, UNAM, (90)*, 119-135. DOI: https://doi.org/10.14350/rig.48297.

Ministerio de Turismo (2019). *Turismo en cifras. Llegadas anuales*. Disponible en https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales, [03 de noviembre de 2019].



Ministerio de Turismo (2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador*. Disponible en https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte2_GuiaLevantamientoDeAtractivosTuristicos2017_2daEd.pdf, [07 de noviembre de 2019].

Morillo Moreno, M. C. (2011).Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46554589001, [6 de enero de 2021].

Narváez, E. L. (2014). El Turismo alternativo una opción para el turismo local. *RevIISE: Revista de Ciencias Sociales y Humanas, 6(6)*, 9-18. Disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5537859, [07 de noviembre de 2019].

Navarro Gamboa, M., Vazquez Solís, V., Van ´t Hooft, A. & Reyes Agüero, J. (2019). Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: cuatro estudios de caso. *El Periplo Sustentable, (36)*, 7-33. Disponible en https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9081, [20 de enero de 2020].

Nolazco Labajos, F. A., Sandoval Mendoza, J. A. L. & Salvador García, C. R. (2019). Percepción y fomento del turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná – Cañete, Lima -Perú. *INNOVA Research Journal, 4(3.1)*, 208-222. https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1107, [20 de enero de 2020].

Orgaz, F. & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable, (31)*. Disponible en https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4889, [11 de noviembre de 2019].

Pardo, Juan A. (2015). El impulso del turismo alternativo en Uruguay: la experiencia del proyecto Uruguay Alternativo. *Open Edition Journals,* 31-32. Disponible en https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/7564, [03 de noviembre de 2019].



Pérez Paredes, A., Fernández Salazar, A., Torralba Flores, A. & Cruz de los Ángeles, J. (2016). Certificación del turismo de aventura como área de oportunidad en el estado de Puebla en México. *International Journal of Scientific Managment Tourism, 2(2)*, 329-351. Disponible en http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/111/122, [07 de noviembre de 2019].

Picasso Salazar, E., Ruiz Ceseña, F.I. y Torres García, A.F. (2018). Análisis de oportunidades para el desarrollo de actividades de turismo alternativo en la región norte de Baja California Sur (México). *3C Empresa: investigación y pensamiento crítico, 7(1)*, 32-48. DOI: http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.32-48/, [03 de noviembre de 2019].

Reyes Vargas, M., Ortega Ocaña, A. & Machado Chaviano, E. (2017). Modelo para la Gestión Integrada del Turismo Comunitario en Ecuador, Caso de Estudio Pastaza. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, (123)*, 250-275. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=367/36750475010, [20 de enero de 2020].

Restrepo B, Luis F. & González L, Julián (2007). De Pearson a Spearman. *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias, 20(2)*, 183-192. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2950/295023034010, [20 de enero de 2020].

Rivera-Hernández, J. E., Blanco-Orozco, N. V., Alcántara-Salinas, G., Houbron, E. P. & Pérez-Sato, J. A. (2017). ¿Desarrollo sostenible o sustentable? La controversia de un concepto. *Posgrado y Sociedad Revista Electrónica del Sistema de Estudios de Posgrado*, *15*(1), 57-67. https://doi.org/10.22458/rpys.v15i1.1825, [07 de noviembre de 2019].

Rodríguez Jiménez, A. & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios, (82),* 1-26. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=206/20652069006, [20 de enero de 2020].

SECTUR (Secretaría de Turismo) (2004). Turismo Alternativo una nueva forma de hacer Turismo. *Secretaría de Turismo. México* 4-60. Disponible en https://www.entornoturistico.com/turismo-alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo-pdf/, [07 de noviembre de 2019].



Sotomayor León, D., Barros Miranda, A. & Chininin Macanchi, M. (2019). Consecuencias de la migración ecuatoriana. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(4), 458-464. Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400458&lng=es&tlng=es, [20 de enero de 2020].

Sicheri Monteverde, L. G., Nolazco Labajos, F. A. & Malvas Silvestre, S. F. (2019). Turismo rural en el distrito de Chacas, departamento de Ancash, Perú. *INNOVA Research Journal*, *4*(2), 13-20. https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.1003.

Valdivieso Gutiérrez, A., Uribe Castillo, L.F. & Ramírez, A.F. (2019). Modelando el turismo alternativo con SIG. Una propuesta para el desarrollo sostenible local con visión global. *UD y la Geomántica, (13)*, 76-85. DOI: https://doi.org/10.14483/23448407.15229.

Vázquez Luna, D. & Lara Rodríguez, D. (2018). Percepciones contrastantes como indicadores de análisis para el turismo alternativo: Reto del desarrollo sustentable en Veracruz, México. *El Periplo Sustentable, (34)*, 109-135. Disponible en https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9020, [12 de enero de 2020].

Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(3)*, 577-594. Disponible en https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=881/88145925002, [20 de enero de 2020].