

Research Article

Barriers to Innovation in Tourism: A Case from Hotel Industry in Canton Alausí

Determinación de Barreras para la Innovación Turística: El Caso de la Hotelería del Cantón Alausí

Diana Paredes Peralta*, Alexandra Herrera Cepeda, Carlos Marquez Heredia, and Edison Maldonado Alvarado

Instituto Superior Tecnológico Manuel Galecio, Alausí, Ecuador

ORCID

Diana Paredes Peralta: <https://orcid.org/0000-0002-8855-2795>

V CONGRESO CIENTÍFICO
INTERNACIONAL DE LAS
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y FINANCIERAS FADE 2021

Corresponding Author: Diana
Paredes Peralta; email:
dianaparedes24@gmail.com

Published: 6 October 2022

Production and Hosting by
Knowledge E

© Diana Paredes Peralta
et al. This article is distributed
under the terms of the
Creative Commons
Attribution License, which
permits unrestricted use and
redistribution provided that
the original author and
source are credited.

Abstract

In recent decades, tourism has emerged as an integral element for strengthening the lesser developed and precarious sectors all over the world including in Ecuador. In an attempt to fit tourism into these new sectors, some complementary activities have been proposed and supported not only by the public but also by private organizations. Moreover, regional and national plans for developing travel policies have been proposed, encouraging providers to include new and better practices according to the national and international standards. The reality, however, differs from the proposed plans. The present study is a quantitative, cross-sectional research that aims at identifying the barriers that prevent local hotel administrators from innovating and meeting their own strategic goals. Thus, a literature review on the topic was carried out as a starting point, followed by a survey questionnaire directed to hotel administrators who provided useful primary data. Finally, data were analyzed taking into account statistical analysis in order to draw conclusions which are presented in this article as the reality that faces the accommodation providers in the town of Alausí in Ecuador.

Keywords: *innovation barriers, tourism innovation, innovation in hospitality.*

Resumen

En las últimas décadas, el turismo se ha convertido en un componente básico, para fortalecer los sectores menos desarrollados y precarios del Ecuador y el mundo. El aspecto de encajar en nuevos espacios en el factor económico del turismo colectivo a todo el conjunto de actividades atractivas complementarias al turismo, tanto público como privado, mecanismos como: planes de desarrollo, programas regionales y/o locales, han esmerado políticas regionales y sectoriales con el propósito de fortalecer el consumo del turismo y de que los establecimientos involucrados logren alcanzar estándares de calidad nacionales e internacionales mediante la adopción de nuevas y mejores prácticas. Esta investigación usa el método cuantitativo de tipo transversal y busca determinar las barreras que impiden que los establecimientos hoteleros logren innovar y alcanzar sus metas estratégicas, para lo cual, han sido elaborados algunos procedimientos, a saber: en primera instancia se realizó la revisión bibliográfica, donde se abordan temas directamente conectados con esta investigación. Consecutivamente, han sido realizadas encuestas a representantes de los centros de hospedaje local, con la finalidad de establecer y conocer la realidad del sector reflejada en los datos proporcionados por los actores involucrados. Para finalmente analizar los resultados estadísticos que especializaron los datos obtenidos a lo largo del proceso consultivo. Con ello, se identificó el papel asumido por la actividad turística en Alausí, y la necesidad de resolver la problemática que impiden la

 OPEN ACCESS



innovación en el sector mediante herramientas que promuevan cambios e intervenciones, a partir de gestiones desarrolladas por la administración tanto pública como la de los establecimientos hoteleros del cantón.

Palabras Clave: *Palabras clave: barreras de innovación, innovación turística, innovación hotelera.*

1. Introducción

La rama hotelera a nivel mundial forma una parte fundamental dentro del ámbito turístico, contribuyendo favorablemente a la economía de cada país y esto se ha logrado gracias a la variedad de servicio, hospitalidad y acomodación que cada hotel brinda al turista de acuerdo con sus necesidades. Alrededor del mundo existen 184.299 hoteles según datos de STR (Empresa Especialista en Benchmarking), una cantidad considerable dentro del ámbito hotelero.

El turista aprovecha su tiempo de ocio para descubrir el mundo y se define al ocio como: Un conjunto de ocupaciones a las cuales el individuo puede entregarse libremente, sea para descansar, para divertirse o para desarrollar su información o formación desinteresada, su participación social voluntaria o su libre capacidad creadora, después de haber cumplido sus obligaciones profesionales, familiares y sociales [1].

Las personas que realizan cualquier tipo de ocio están contribuyendo al crecimiento de la gama hotelera manteniendo un alto servicio al cliente gracias a opiniones y sugerencias transmitidas.

Hoy en día en el Ecuador posee diferentes tipos de hoteles de acuerdo con su categorización. Dentro de las ciudades más importantes del Ecuador como Quito, Guayaquil y Cuenca existen cadenas hoteleras reconocidas a nivel mundial. Sin embargo, de acuerdo con el Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT (2019) el 85% de la rama hotelera en todo el país son pequeñas y medianas empresas siendo su mayoría bajo la propiedad de ecuatorianos.

El cantón Alausí, ubicado en la provincia de Chimborazo, posee un alto potencial turístico gracias a la existencia del reconocido tramo ferroviario denominado “La Nariz del Diablo”, dando apertura a las pequeñas empresas hoteleras locales quienes invierten en el sector gracias a la demanda de visitantes, turistas nacionales e internacionales y así permiten una dinamización de la economía local. A su vez, este modelo de trabajo ha venido manteniendo procesos carentes de inversión debido a las diferentes barreras que se presentan en el sector turístico como la inclusión familiar, capital económico y políticas públicas que intimidan la continua innovación.



Esta investigación de tipo transversal se ha llevado a cabo con el objetivo de determinar cuáles son las barreras más importantes que impiden que la industria innove y se vuelva más competitiva, para lo cual utiliza el método cuantitativo, parte de una revisión minuciosa de la literatura disponible y la aplicación de un estudio de campo mediante encuestas a los centros de hospedaje del cantón Alausí, de este modo se ha llegado a determinar las áreas en las que se ubican tales barreras. Por lo que, se insta a los actores involucrados en el campo público y privado hacer uso de este estudio para la toma de decisiones en dirección a la reactivación de este importante sector de la economía local.

1.1. Revisión bibliográfica

Desde tiempos remotos el ser humano por diferentes motivos se ha trasladado de un lugar a otro con la finalidad de encontrar mejores oportunidades de vida, es así como también surge el deseo de viajar y descubrir lugares para satisfacer necesidades. El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia del ser humano y se han diversificado los medios y los sistemas de los cuales se ha valido para su realización [2]. Es por ello por lo que el turismo a nivel mundial ha ido evolucionando y abriéndose campo de acuerdo con sus oportunidades en torno al medio, haciendo así hincapié a diferentes ramas, siendo una de ellas, el campo hotelero.

La industria hotelera ha evolucionado con el tiempo, siendo así que la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de los Estados Americanos (OEA) (2018) establecen que el turismo *“es una herramienta potencial de desarrollo y un motor de crecimiento que dinamiza la economía, pues es responsable del más del 10% del producto interno bruto mundial”* [3, 4]. Además, en distintos países de América del Sur, la gestión turística se ha implementado bajo políticas públicas, participación ciudadana, cooperación gubernamental e internacional bajo principios del Buen Vivir [4, 6].

Según el Plan Nacional de Turismo (2030) y el Plan Nacional del Buen Vivir (2017-2021), el turismo en el Ecuador abarca una amplitud de actividades económicas, culturales, recreativas para el desarrollo local sostenible, particularmente a nivel de ingresos económicos y calidad de vida, es decir el turismo ecuatoriano *“es un aporte al Buen Vivir, como un medio de desarrollo planificado, consensuado, construido y empoderado colectivamente por sus habitantes, mediante prácticas sociales y culturales”* [5], que sin apropiados planes de desarrollo turístico puede generar desequilibrio económico, territorial y ambiental [7, 8].

Por otra parte, el Plan de Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo menciona que *“el turismo constituye un sector con alto potencial de generación de*



empleo e ingresos en el corto y mediano plazo, puede aportar a dinamizar otros sectores antes, durante y después de ofertar el servicio” [9, 10]. Por ejemplo, el turismo en Chimborazo presenta una gran variedad de atractivos naturales y culturales, los mismos que se encuentran distribuidos en sus diferentes cantones aptos para el aprovechamiento sostenible de los recursos, impactando de manera sustancial en la mejora de la calidad de vida de la población [11] y particularmente el turismo en el cantón Alausí, el cual se caracteriza, en primera instancia, por ser *“un potencial turístico de gran importancia para la provincia y el país con sus diferentes microclimas, recursos escénicos, aptos para varias modalidades que adaptan a la dinámica turística actual”* [11]. Sin embargo, el índice de oferta hotelera en este cantón no se ha desarrollado al mismo nivel, manteniendo casi el mismo número de servicios turísticos a través de los años. En el caso de las agencias u operadoras turísticas, para el año 2010 existían dos, que son las mismas que se encuentran en el año 2015, el número de alojamientos es de 17 establecimientos de tercera y cuarta categoría, comidas y bebidas 20 y balnearios 2, esto para el año 2015, generando 142 empleos en todo el cantón [12].

Además, el servicio turístico en Alausí se caracteriza por presentar: *“escasa infraestructura de servicios de alojamiento con la que cuenta, lo que ha impedido la estadía por más tiempo en el sitio por parte de los turistas”* [11]. Esta situación ha influenciado directamente en la cantidad de turistas y la oferta de alojamiento en el cantón Alausí por distintas razones como son: *“la desinformación y la escasa promoción de atractivos turísticos, así como a la baja oferta de servicios, lo que incide directamente en la permanencia del turista en el cantón”* [12]. Es decir, la provincia de Chimborazo y particularmente el cantón Alausí presenta una variedad de valiosos destinos y atractivos turísticos, pero se requiere potenciar el servicio turístico particularmente la red de servicios de alojamiento del cantón puesto que *“existen pocos sitios que se dedican a ofertar servicios turísticos, los cuales se pueden potenciar, además de motivar a la inversión turística incentivando a la población a dinamizar la economía apostando por el turismo”* [13].

Por otra parte, toda actividad turística en el Ecuador está influenciada por oferta, demanda predispuesta a la “autenticidad”, calidad de los servicios, una forma específica de intermediar; etc., se “contagia”, con razón o sin ella, con lo comunitario [10, 14, 15], y a su vez presenta importantes desafíos a largo plazo tales como: mejora de los establecimientos relacionados con calidad, escasa y mala conectividad; poca priorización del estado nacional y local para la dotación de servicios básicos como vías, agua potable, luz eléctrica; necesidad de diversificación de los productos ofertados; limitado manejo profesional de los pequeños negocios turísticos tanto en la esfera operativa como en la gerencia; insuficiente acceso a conocimientos y mercados [16].



Es decir, entre los principales desafíos que enfrenta el sector turístico en el Ecuador se encuentran a nivel tecnológico, económico, oferta-demanda y capacitación [4, 16].

Finalmente, evaluar el potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones [17, 18]. Además, este análisis requiere incluir indicadores y criterios de evaluación de los servicios turísticos del cantón Alausí como, por ejemplo: *“infraestructura y planta turística, situación organizativa y calidad de la oferta y valoración de productos de turismo comunitario”* [10, 19, 20].

Por los motivos previamente mencionados se desarrolla el presente artículo para analizar la relación entre calidad y servicios turísticos como “una cualidad intrínseca de cada producto” [10], para de esta manera potenciar turísticamente el sector hotelero del cantón de objeto de estudio: Alausí.

2. Metodología

Este artículo hace uso del método cuantitativo, de tipo transversal que explora las razones por las que los centros de alojamiento del cantón Alausí no han logrado innovar partiendo del análisis de literatura relacionada a la experiencia de los establecimientos de hospedaje; para este propósito se han tomado en cuenta tres variables: la administración eficiente, la calidad del servicio y las facilidades para contratar el servicio. Por lo que, se propone el análisis de las variables mediante una encuesta en la que han participado el total de los establecimientos turísticos locales.

El criterio para el escogitamiento del área de estudio se basa en que Alausí es un área eminentemente turística, que ha logrado posicionarse en el mercado local, nacional e internacional. Además, por el hecho de que la oferta está dispersa y no es homogénea en cuanto al servicio y categoría, se ha considerado que todo el sector sea objeto de estudio de esta investigación sin obtener una muestra.

Para la recolección de la información se llevó a cabo un diagnóstico mediante el uso del cuestionario semi-estructurado con la ayuda de medios electrónicos [21], a más del estudio directo aplicado a los establecimientos en sus localidades, en aquellos casos en que no ha sido posible contactar al establecimiento de forma electrónica.

Finalmente, los análisis de los datos se clasificaron de acuerdo con la categorización de las variables de estudio, de modo que se presentan de forma ordenada y clara en orden de relevancia para los establecimientos locales y sus realidades. Se analizó la



frecuencia de ocurrencia y de no ocurrencia para determinar las generalizaciones que se comparan con los supuestos iniciales que provienen de la revisión de literatura.

3. Desarrollo y discusión

Los resultados del estudio demuestran que hay varios factores que impiden alcanzar la innovación en los centros de hospedaje en el cantón Alausí y se han resumido como se presenta a continuación.

Tabla 1

Principales barreras de innovación en el sector hotelero de Alausí.

Tipo de establecimientos	Ubicación	Áreas de estudio	Principales Barreras de innovación identificadas
Hoteles	La Matriz	Administración eficiente	Altas tasas de interés al capital
Hostales		Calidad del servicio	Altos costos de innovación y capacitación del personal
Hosterías	Parroquias rurales	Facilidades para contratar el servicio	Ausencia de un plan de apoyo a la reactivación del turismo
Lodges			Falta de conocimiento en el uso de herramientas digitales útiles en comercio electrónico y marketing
			Infraestructura turística en mal estado como vías de acceso y saneamiento

Fuente: Equipo de investigación.

Elaborado por: Equipo de investigación.

De estos, los de mayor impacto son de tipo financiero que han sido mencionados en varias ocasiones por los administradores, haciendo referencia puntual a las altas tasas de interés sobre los préstamos y a la falta de un programa de incentivos para reactivar el turismo post pandemia. Esta es una apreciación generalizada de los establecimientos que han visto reducidos sus ingresos significativamente, con la mitad de ellos reportando una reducción del más del 50% de su aforo habitual en lo que va del año 2021.

En segundo lugar, el 40% de los establecimientos han mencionado como limitante la dificultad de manejar nuevos programas, plataformas y medios digitales para dar a conocer sus productos y usarlos como herramientas de apoyo para incrementar el flujo de visitantes a sus sitios web y aumentar el número de reservaciones.

Sin embargo, en referencia a la percepción del rol del administrador, los establecimientos reportaron en un 50% que creen mantener una administración eficiente, mientras el otro 50% ha identificado como las barreras principales para la innovación una vez más a los recursos económicos y financieros, y a la estructura turística de apoyo como accesos, saneamiento y servicios. Aunque conviene mencionar que de



los establecimientos encuestados el 70% se encuentran en la zona urbana del cantón, mientras el 30% están dispersos en la zona rural.

Adicionalmente, el 60% de los establecimientos reporta que su fortaleza se encuentra en la calidad del servicio ya que aseguran conocer al cliente y las motivaciones de visita. El 40% cree que existe una relación directamente proporcional entre la calidad de servicio y el precio por lo que se evidencia que existe conocimiento sobre estrategias de precio en este segmento de los encuestados. Además, el 30% de los encuestados creen haber logrado posicionar su marca no solo en el mercado local, sino también en el internacional por lo que aseguran que al menos el 60% de los administradores cree que sus clientes están satisfechos con el servicio y tienen la tendencia a recomendarlos con otros clientes potenciales. Solamente, el 20% reporta que sus clientes han sugerido la mejora del servicio e implementar cambios, mientras el 10% reconoce que no conocen el nivel de satisfacción de sus clientes ya que no han implementado mecanismos para estos fines, y el otro 10% cree que sus clientes no son fáciles de satisfacer.

Asimismo, en relación con las facilidades para contratar el servicio el 50% de los establecimientos señalan que cuentan con todas las facilidades incluido el comercio electrónico, así como las rutas tradicionales de reserva. Mientras el 50% usa medios tradicionales como el e-mail, teléfono y visita en su recepción para contratar el servicio, este segmento encuentra más dificultad en adoptar los nuevos medios electrónicos por dos motivos principales: el conocimiento y los costos de innovación.

La revisión de literatura establece una evidencia significativa a nivel económico, social y cultural que aporta el turismo en el Ecuador, particularmente en la provincia de Chimborazo y específicamente en el cantón Alausí [7, 8, 22–24]. No obstante, los resultados de la presente investigación establecen que factores financieros, económicos, el limitado conocimiento en competencias digitales y acceso a servicios básicos son las principales barreras de la actividad e innovación turística en el cantón.

En primera instancia, estos resultados obtenidos se pudieron corroborar en diversas investigaciones previas donde mencionaron el desafío que existe en el sector turístico en la actualidad en cuanto a conectividad, capacitación y acceso a servicios básicos y hoteleros. Además, según la revisión bibliográfica desarrollada, se menciona que particularmente en el cantón Alausí, la gestión turística se ha caracterizado por una baja oferta de los servicios previamente mencionados [4, 10–13, 16, 19, 20].

Los resultados obtenidos, a su vez, permiten generar nuevos debates en cuanto al análisis del nivel de gestión administrativa y calidad del servicio turístico ofertado al cliente ya que el 50% de encuestados ha establecido el nivel de su gestión administrativa y hotelera como eficiente. Asimismo, con respecto a la calidad del servicio turístico ofertado al cliente en el cantón Alausí se evidencia un 60% de relación favorable



particularmente con un 40% en cuanto al precio por el servicio ofertado, un 50% por el empleo de facilidades de pago a partir del comercio electrónico y un 30% en cuanto al posicionamiento del servicio turístico hotelero ofertado tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, se requiere analizar aún más el potencial turístico-hotelero del cantón ya que a su vez existe un 20% de encuestados que sugieren que la calidad del servicio turístico implica una mejora implícita, cambios y conocer el nivel de satisfacción del cliente con los servicios ofertados lo cual según los participantes encuestados desconocen en un 10%.

4. Conclusiones

Como resultado de la investigación y tomando en cuenta el análisis de los hallazgos se llegó a las siguientes conclusiones: A partir de este estudio y de la revisión bibliográfica, se puede afirmar que existe una necesidad de innovación en cuanto a la gestión administrativa-hotelera del cantón Alausí, ya que existe un potencial turístico en el cantón, pero se requiere de distintas acciones como las mencionadas por los encuestados para desarrollar el potencial en cuanto a préstamos, capacitación en competencias digitales, acceso y programas de incentivos para la reactivación turística-hotelera tras la pandemia.

Siendo la determinación de barreras para la innovación turística en el cantón Alausí la esencia de esta investigación y tras el análisis de las potencialidades hoteleras que posee el cantón se pudo determinar que existe una relación positiva de un 60% entre la calidad de servicio turístico ofertado con el nivel de satisfacción del cliente.

Las reflexiones expuestas en esta investigación abren un nuevo debate y análisis para medir el impacto entre la calidad del servicio turístico ofertado en el cantón Alausí y el nivel de satisfacción del cliente frente a los hallazgos expuestos en esta investigación como son las barreras financieras, económicas, de acceso y tecnológicas en investigaciones a nivel nacional, turístico y empresarial ya que constituyen demandas de carácter prioritario de la comunidad científica y académica para la reactivación turística en la actualidad.

Referencias

- [1] Dumazedier J. Sociologie empirique du loisir. Critique et contre-critique de la civilisation du loisir. Paris: Instituto de Sociología; 1974.
- [2] Cárdenas F. (2001). Comercialización del turismo. Determinación y análisis del Mercado. Mexico: Trillas; 2001.



- [3] Organización Mundial del Turismo y Organización de los Estados Americanos. El turismo y los objetivos de desarrollo sostenible – Buenas prácticas en las Américas. OMT, Madrid: UNWTO; 2018.
- [4] Palomino-Siza LB, Cabanilla-Vásquez EA, García-Quintana Y. Turismo comunitario en la zona tres de Ecuador: Un análisis de la incidencia en el desarrollo local. *Explorador Digital*. 2020;4(4):50–59. Available from: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1414>
- [5] Castillo-Vizúete D, Aguirre-Merino C, Romero-Cañizares F. (2015). Turismo un aporte al buen vivir comunitario en territorios andinos rurales ecuatorianos. Estudio de caso: Qhapac Ñan-Pistishi-Nariz del diablo. *Revista Científica Europea*. 2015;11(20):88–104. Available from: https://www.researchgate.net/publication/322662000_TURISMO_UN_APORTE_AL_BUEN_VIVIR_COMUNITARIO_EN_TERRITORIOS_ANDINOS_RURALES_ECUATORIANOS_ESTUDIO_DE_CASO_QHAPAC_NAN_-_PISTISHI_-_NARIZ_DEL_DIABLO
- [6] Washburn-Herrera C, Vergara-Díaz N, Flores-Poveda J. Reflexiones sobre experiencias de desarrollo local en Europa, América Latina y Ecuador. *DELOS: Sustainable Local Development*. 2016;9(27).
- [7] Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Plan nacional para el buen vivir 2017-2021. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades. Available from: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- [8] Peña-Forero E. Una aproximación del buen vivir y el turismo rural como alternativas de desarrollo del municipio de Cajamarca, Colombia. *Compendium*. 2020;4. Available from: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88064965005/html/index.html>
- [9] Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Chimborazo 2005–2020. Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Chimborazo; _____.
- [10] Dillon-Gallegos JF. El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria [master's thesis]. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar; 2016. Available from: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5124/1/T2041-MGD-Dillon%20El%20turismo.pdf>
- [11] Cuzco-Argos MB. Determinación de factibilidad para la creación de una hostería en el cantón Alausí, provincia de Chimborazo [master's thesis]. Ecuador: Escuela



- Superior Politécnica de Chimborazo; 2016. Available from: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/5142/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n%20word.pdf>
- [12] Pulgar ME. (2017). Análisis de la operación de la empresa ferrocarriles del Ecuador, ruta nariz del diablo y su impacto en el índice de oferta de servicios de alojamiento, cantón Alausí, 2015 [master's thesis]. Ecuador: Universidad Internacional SEK. Available from: <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2633/1/Trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n.pdf>
- [13] Chávez CR, Redroban PA, Aguirre CP, Torres L. Desarrollo económico enfocado al ámbito turístico en el Camino del Inca (Ecuador). *Revista Espacios*. 2019;40(25):1–12. Available from: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n25/a19v40n25p24.pdf>
- [14] Pulido-Fernández JI. Criterios para una Política Turística Sostenible en los Parques Naturales de Andalucía. Spain: Junta de Andalucía; 2005.
- [15] En Dillon-Gallegos JF. El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria [master's thesis]. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar; 2016. Available from: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5124/1/T2041-MGD-Dillon-El%20turismo.pdf>
- [16] Procasur. Manejo del turismo comunitario-Ecuador. Procasur; 2011. Available from: <https://docplayer.es/14827639-Manejo-del-turismo-comunitario-ecuador.html>
- [17] Tierra P. Planificación Territorial. Texto básico. Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; 2017. p. 48–49.
- [18] En Quishpi-Quishpi LA. Diseño de un producto turístico para la parroquia Guasuntos, Cantón Alausí, Provincia de Chimborazo [master's thesis]. Riobamba, Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; 2019. Available from: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/12343/1/23T0739.pdf>
- [19] Noboa P, Tierra P, Guadalupe A. Caracterización integral del potencial de turismo cultural para la provincia de Chimborazo. Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador-Quito. 2010.
- [20] En Dillon- Gallegos JF. El turismo comunitario como una alternativa de la dinamización de la economía popular y solidaria [master's thesis]. Ecuador: Universidad Andina Simón Bolívar; 2016. Available from: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5124/1/T2041-MGD-Dillon-El%20turismo.pdf>
- [21] Saunders M, Lewis P, Thornhill A. *Research methods for business students*. Fifth Edition. England, UK: Pearson Education Limited; 2009.



- [22] Báez W, Silva A, Díaz J, Naranjo P, Picón C. Plan de desarrollo, cajamarca y anaimé está en nuestras manos 2020–2023. Alcaldía Municipal de Cajamarca-Tolilma. 2020.
- [23] En Peña-Forero E. (2020). Una aproximación del buen vivir y el turismo rural como alternativas de desarrollo del Municipio de Cajamarca, Colombia. *Compendium*. 2020;44. Available from: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/880/88064965005/html/index.html>
- [24] Ministerio de Turismo del Ecuador. Plan nacional de Turismo 2030. Ecuador: Ministerio de Turismo del Ecuador; 2019. Available from: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf
- [25] En Palomino-Siza LB, Cabanilla-Vásquez EA, García-Quintana Y. Turismo comunitario en la zona tres de Ecuador: Un análisis de la incidencia en el desarrollo local. *Explorador Digital*. 2020;4(4):50–59. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1414>
- [26] Chávez W. Políticas públicas para un desarrollo endógeno sustentable en países en desarrollo. *Servicios Académicos Intercontinentales SL*. 2008;04.
- [27] Empresa Especialista en Benchmarking STR. La planta hotelera mundial ha crecido un 18% en 10 años. *Hosteltur* [Internet]. 2018 Apr 3. Available from: https://www.hosteltur.com/127394_planta-hotelera-mundial-ha-crecido-18-diez-anos.html
- [28] Najda M, Koper J. Exploring barriers to innovation in the tourism industry. Elsevier; 2013. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281305502>
- [29] Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT. Quito, Ecuador: Datos de Ecuador; 2019.