

EL AGROTURISMO COMO FUENTE DE EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO.

CASO DE ESTUDIO: LA COLOMBIA ALTA.

AGROTOURISM AS A SOURCE OF COMMUNITY ENTREPRENEURSHIP. CASE

STUDY: LA COLOMBIA ALTA

David Gortaire-Díaz

Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

dgortaire@utb.edu.ec <https://orcid.org/0000-0001-7364-7305>

Daniel Contreras-Moscol,

Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

ddanielcontrerasm@utb.edu.ec <https://orcid.org/0000-0002-5101-1039>

Elma Ramirez-Romero,

Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

eramirezr@utb.edu.ec <https://orcid.org/0000-0001-7799-9084>

Gabriela Almache-Granda,

Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador.

galmache@utb.edu.ec <https://orcid.org/0000-0002-0633-6037>

Recepción: 9 de mayo de 2023

Aprobación: 29 de junio 2023

DOI: <https://doi.org/10.48204/semillaeste.v4n1.4436>

RESUMEN

El turismo rural integra naturaleza, cultura y participación activa de los locales, cuyo objetivo es mejorar la condición de vida de la comunidad al aprovechar los flujos económicos que el mismo produce. Sin embargo, no se han encontrado estudios para analizar el potencial del agroturismo en el recinto La Colombia Alta, ubicada en la provincia de Bolívar, Ecuador.

Por lo tanto, el presente caso de estudio tuvo como propósito analizar las prácticas empíricas de la principal promotora en dicha localidad y evaluar el impacto del agroturismo en el sector; al estudiar y describir la percepción y grado de satisfacción de los turistas para identificar los aspectos prioritarios a mejorar. Este estudio es mixto, bajo un enfoque descriptivo, de corte longitudinal, realizado a través de entrevistas, encuestas y visitas de campos siendo las principales técnicas e instrumentos de recolección de datos. Los hallazgos probaron que 1. el perfil de la principal promotora emprendedora del sector coincide con los de otros estudios. 2. la percepción de los visitantes fue positiva (91,4%) y nivel de satisfacción difiere 3. el nivel de impacto del agroturismo en el sector tiene una incidencia positiva (80% de los turistas estiman regresar e incurrir a la fecha de 3.14 veces). Por consiguiente, se recomienda llevar la continuidad del caso, tras la aplicación de acciones de cambio a mejoras en base a las sugerencias dadas en este artículo. Los resultados podrían tener implicaciones en el campo investigativo del agroturismo local y a su aplicación real para el mejoramiento de las necesidades de las comunidades.

Palabras clave: economía rural, ecoturismo, patrimonio natural, turismo.

ABSTRACT

Rural tourism integrates nature, culture and the active participation of locals, whose objective is to improve the living conditions of the community (Baroroh, Wahjoedi, Utomo and Lestari, 2021). However, no studies have been found to analyze the potential of agrotourism in the La Colombia Alta site, located in the province of Bolívar, Ecuador. Therefore, the purpose of this case study is to analyze the empirical practices of the main promoter in that locality and to evaluate the impact of agrotourism in the sector; by studying and describing the perception and degree of satisfaction of tourists to identify the priority aspects to improve. This study is mixed, under a descriptive, longitudinal approach. Interviews, surveys and field visits were the main collection instruments. The findings proved that 1. the profile of the main entrepreneurial promoter in the sector coincides with those of other studies. 2. the perception of visitors was positive (91.4%) although the level of satisfaction differed. 3. the level of impact of agrotourism in the sector has a positive incidence (80% of tourists estimate to return and incur to date of 3.14 times). Therefore, it is recommended to carry out the

continuity of the case, after the application of change actions to improvements based on the suggestions given in this article. The results could have implications in the research field of local agrotourism and its real application for the improvement of the needs of the communities.

Keywords: rural economy, ecotourism, natural heritage, tourism.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a varios estudios, se ha demostrado que el turismo es una fuente de generación de ingresos que potencializa el desarrollo de la economía en países alrededor del mundo, principalmente en los del tercer mundo (Mathieson y Wall, 1982; como se citó en Güzel, Ehtiyar y Ryan, 2021; Mendoza, Cruz y González, 2021). Por lo tanto, debido a su importancia, la gama de iniciativas innovadoras en el sector turístico se ha ampliado y básicamente se traduce en “experiencias”. Por consiguiente, términos como turismo de naturaleza y ecológico, turismo de aventura y turismo rural comunitario (TRC) han salido en auge a lo largo de los últimos años. Por otra parte, estudios locales corroboran el efecto que produce el ecoturismo en la economía de comunidades no antes conocidas o rurales, inclusive por el sector local (Baroroh, Wahjoedi, Utomo y Lestari, 2021; Villalva, Gonzalez y Vitvar, 2021). Este modelo tiene como propósito lograr mejorar el bienestar de los habitantes de la zona y defiende el mejoramiento de la calidad de vida y prosperidad de los mismos.

Así pues, en el recinto La Colombia Alta, ubicado a treinta minutos de Ventanas, en la provincia de Bolívar, se ofrece a los visitantes a conocer paisajes de ensueños, cascadas, ríos, aspectos de la cultura local y aprender prácticas de cultivo, cosecha y pesca. Además, también está a disposición platos típicos de la gastronomía local y degustación y venta del *ají*, producto estrella producido por la comunidad.

El turismo de naturaleza tiene una relación muy estrecha con el desarrollo y el turismo sostenible, enmarcándose en los hábitats naturales y su biodiversidad, siendo relevantes dentro del mismo los parques naturales, las reservas y demás áreas protegidas; el ecoturismo;

el medio rural; el agroturismo; y primordialmente, la inclusión de la comunidad perteneciente al área delimitada para la implantación turística (Quintana, 2017).

Lo que hace evidente que su enfoque busca la preservación y/o conservación de los recursos naturales; la reducción del impacto y la contaminación ambiental; asimismo, busca generar réditos económicos para los habitantes de las comunidades locales (Capdevilla et al., 2020).

El turismo rural comunitario es considerado una modalidad de turismo de naturaleza que se realiza en zonas rurales, fundamentándose en principios ambientales, culturales, sociales y económicos (Sánchez Sánchez & Sánchez, 2018) y sus inicios datan desde los años 90, creado como un medio para responder a objetivos de lucha contra la pobreza y protección del medioambiente a través de las estructuras organizativas colectivas de las poblaciones locales, con el fin de ejercer control y gestión directa de actividades turísticas, procurando que sean respetuosas con la naturaleza, la cultura y la sociedad, permitiendo disfrutar de un intercambio de experiencias provechoso entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la colectividad es justa y la distribución de las utilidades es equitativa (Kieffe, 2018).

Algunos autores suelen identificar al turismo rural con el agroturismo, dado que el turismo rural va más allá de los rubros agrícolas y pecuarios, se considera que el agroturismo es una submodalidad del turismo rural (Alejandre-Castellanos et al., 2020; Iglesias, 2020).

Aunque generalmente se entiende el agroturismo como vacaciones en las granjas o intrínseco a los propietarios de granjas (Cunha et al., 2020), su apreciación va un poco más allá, ya que se trata de un emprendimiento sostenible de carácter familiar y comunitario que consiste en el máximo aprovechamiento de los recursos disponibles en un sector para atraer potenciales turistas (Burbano et al., 2020), como un proceso cultural que ofrece una gama variada de opciones de recreación, amigando al turista con la naturaleza y de manera especial con paisajes cultivados (Cejas & Albán Yáñez, 2018).

En otras palabras, se trata de una serie de actividades organizadas por agricultores que buscan el aumentar el desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas para que conozcan las propias tradiciones del lugar en un intento de presentar los

valores relacionados con la agricultura, constituyendo servicios por los que se cobra (Rodríguez Alonso, 2019).

Una adecuada gestión agroturística se convertiría en el vínculo que brinde armonía entre los planes de vida de la comunidad y la recuperación de su patrimonio cultural (Aráuz, 2020).

El propósito principal del agroturismo es satisfacer los requerimientos de ciertos segmentos de mercado ambientalmente comprometidos, con un interés enfocado en la comprensión de la cultura y tradición de los campesinos e impulsa nuevas figuras de convivencia en los argumentos regionales del turismo partiendo del principio de mantener prácticas agrarias sostenibles (Sandoval et al., 2018a) y promover desarrollo socioeconómico de los campesinos (Gujarro et al., 2018).

Los productos agroturísticos que generalmente se ofertan en el Ecuador son alimentación con productos de cosecha propia, alquiler de caballos, práctica de deportes de riesgo, escuela de ecología, viajes en carro o cursos de cocina artesanal (Izurieta et al., 2021).

Todas las expresiones del turismo comunitario -incluyendo el agroturismo-, cuentan con un valioso contenido de criterios antropológicos que buscan detallar la interrelación de los elementos culturales y sociales que cimentan la forma de vida de las comunidades locales en cada zona (Jørgensen et al., 2021; Rocca & Zielinski, 2022), es decir, busca rescatar los elementos más relevantes de sus costumbres y tradiciones con el fin de evitar que se pierdan en tiempo, producto de causas exógenas que contribuyen a su desgaste y extinción (Aquino, 2022; Moayerian et al., 2022; Yang et al., 2021).

Por ello, el presente caso de estudio tiene como objetivo analizar las prácticas empíricas emprendedoras de la principal promotora de este tipo de turismo en la localidad *La Colombia Alta* y a su vez evaluar el impacto del agroturismo en el sector; al estudiar y describir la percepción y grado de satisfacción de los turistas que la han visitado para finalmente identificar los aspectos prioritarios a mejorar.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente caso de estudio fue realizado bajo una metodología cualitativa y cuantitativa, principalmente mediante un enfoque descriptivo, de corte longitudinal, buscando evaluar el impacto del agroturismo en La Colombia Alta, y la percepción de los turistas que la visitan. Para lograr los objetivos de este estudio de caso, se abordaron las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál es el perfil del principal emprendedor agroturístico del recinto La Colombia Alta?

¿Cuál es la percepción del turista con respecto a su visita a La Colombia Alta?

¿Cuál es el nivel de satisfacción del turista tras su visita a La Colombia Alta?

¿Cuáles son los aspectos prioritarios a mejorar desde la perspectiva del turista?

Diseño y recolección de datos

Para el diseño de este caso de estudio se utilizaron dos cuestionarios semi-estructurados para el levantamiento de datos, el primero como entrevista directa para el emprendedor agroturístico y el segundo fue dirigido a los turistas que visitaron el sector mediante encuesta bajo consentimiento informado. Se realizó un muestreo por conveniencia a 35 turistas que han visitado la zona previamente, que saturan la información de la encuesta notoriamente (Stott & Ramil, 2014).

Análisis de Datos

Para el análisis de datos se utilizó estadística descriptiva para estudiar la información levantada en la encuesta y en la entrevista. Se realizó también gráficos incluyendo un modelo de telaraña para evaluar aspectos integrados sobre el turismo en el lugar como fuente de emprendimiento.

Debido a que el estudio es de base cualitativo y cuantitativo, se estudian diferentes tipos de variables como cuantitativas (Gortaire-Díaz et al., 2022): numéricas (costos de viaje, disponibilidad de pago), dicotómicas (permanencia, medio de conocimiento del lugar, etc), escalares (percepción y nivel de satisfacción del turista) y binomiales (género, visitas, etc). Estas variables van a ser presentadas de acuerdo a los instrumentos utilizados, en tablas y gráficos que resuman la principal información recopilada.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este apartado está dividido en dos partes, primero se analiza la situación actual del emprendedor principal del sector, que fue entrevistado previamente, luego se analiza el perfil del turista y su percepción sobre el agroturismo en el sector. La Tabla 1 presenta el perfil del emprendedor según la información recolectada mediante entrevista.

Tabla 1.

Perfil del Emprendedor Agroturístico

Sector	Colombia Alta
Ocupación	Agricultor
Actividades realizadas	Ganadería, Acuicultura, Pesca, Cultivo de cacao y frutas, elaboración de aguardientes y licor, Ají "Huasi" (producto artesanal)
Tipo de emprendimiento	Familiar
Actividades turísticas propuestas	Exploración y Aventura Experiencia cultural Servicio de alimentación con productos de cosecha propia

La Sra. Jony Amparo Zapata fue la emprendedora entrevistada. Es una emprendedora, madre de familia, con una edad entre 50 y 55 años y habitante del sector La Colombia Alta. Actualmente, ella y su familia se dedican a la agricultura principalmente, aunque en menor proporción también se dedican a la ganadería, acuicultura, ocasionalmente elaboran aguardiente para los turistas que visitan la localidad y recientemente han logrado presentar su producto artesanal en ferias: Ají "Huasi." El trabajo es realizado por su familia pues es la

naturaleza de los emprendimientos en esta comunidad, de acuerdo a la información levantada durante la entrevista.

Algunas de las actividades turísticas ofrecidas están relacionadas a la exploración y aventura, sin embargo, los habitantes de La Colombia Alta buscan también que el turista tenga una experiencia cultural y que a través de ello se empodere a su comunidad, se reconozcan sus valores culturales y se promueva la conservación de sus recursos naturales.

La percepción del emprendedor es que la pandemia impulsó el desplazamiento de personas desde la ciudad hacia el campo, por lo que para la familia Garófalo Zapata, el agroturismo se ha convertido en un importante componente en su economía a raíz de ello. El número de turistas que visitan la localidad se ha incrementado, esto les permitió también brindar un servicio de alimentación y visitas guiadas como conocedores del sector.

La Tabla 2, por su parte presenta el perfil del turista (Sandoval et al., 2018b) que visita La Colombia Alta por diversos motivos.

Tabla 2.

Perfil del turista de La Colombia Alta

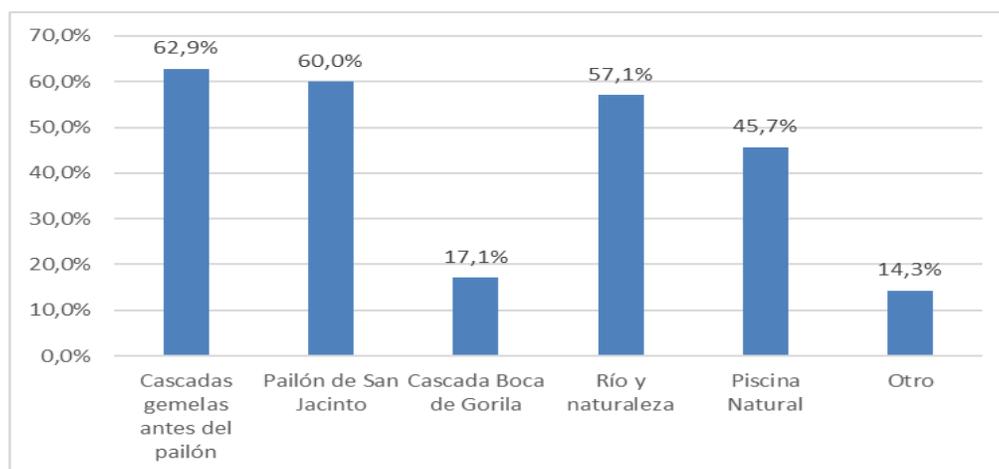
Género		Residencia	
Femenino	40,0%	Babahoyo	37,1%
Masculino	60,0%	Guayaquil	57,1%
Nivel de estudios		Nivel de Ingresos	
Bachiller	8,6%	\$1 - \$425	45,7%
Estudiante secundario	5,7%	\$426 - \$850	8,6%
Estudiante universitario	37,1%	\$851 - \$1275	22,9%
Maestría o Postgrado	25,7%	\$851 - \$1700	11,4%
Tercer nivel	22,9%	Mayor a \$1700	11,4%
Actividad Económica			
Agricultor	8,6%	Estudiante	8,6%
Comerciante formal o informal	5,7%	Trabajador privado	5,7%
Jubilado	2,9%	Trabajador público	2,9%

Negocio propio	0,0%	Otro	0%
Movilización al sitio		Tiempo de permanencia	
Auto, camioneta o furgoneta	74,3%	2 - 4 horas	54,3%
Bus + caminar	11,4%	4 - 8 horas	25,7%
Motocicleta	14,3%	8 - 24 horas	14,3%
		1 - 2 días	5,7%

De los turistas encuestados durante la investigación, el 40% fueron de género femenino y 60% masculino. Los turistas provienen de la ciudad de Guayaquil en un 57.1% y de Babahoyo y recintos aledaños en un 37.1%. Mayormente son estudiantes universitarios con un 37.1%, y profesionales de tercer nivel (22.9%) y cuarto nivel (25.7%). Mayormente, poseen ingresos que van hasta el sueldo básico en un 45.7%, siendo segundo el rango de sueldo de \$851 - \$1275 en 22.9%. La actividad económica principal es de trabajadores de empresas privadas en 31.4% y estudiantes en 28.6%. Se presenta a continuación, el Gráfico I, que identifica los lugares turísticos más visitados por los turistas.

Figura 1.

Sitios visitados en La Colombia Alta por los turistas

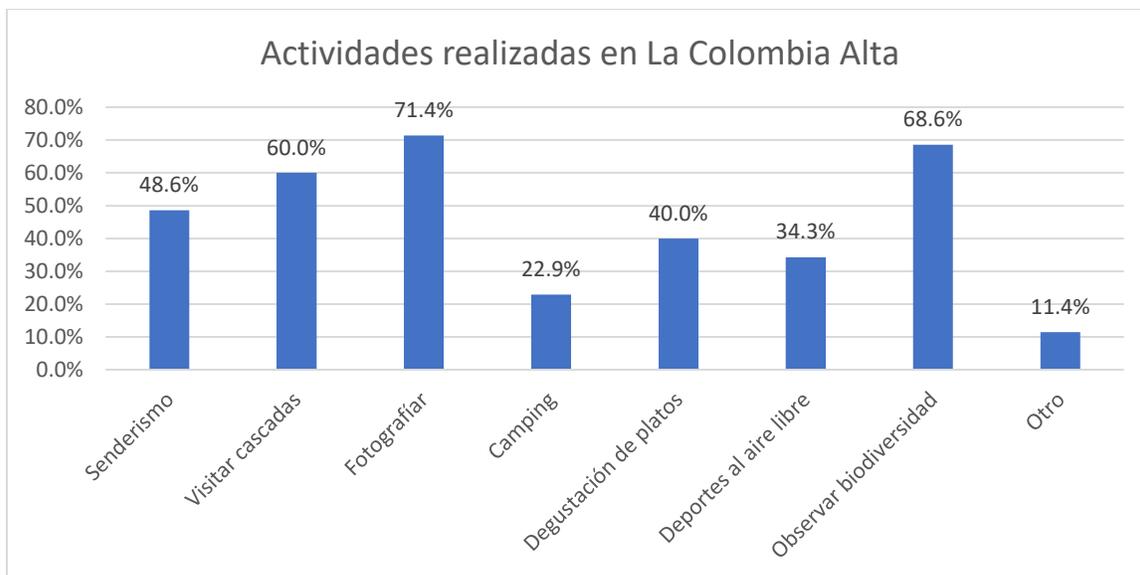


Los sitios más visitados por los turistas en la comunidad de La Colombia Alta son las cascadas gemelas (62.9%), el Pailón de San Jacinto (60%) y el río en conjunto con su naturaleza (57.1%), puesto que son los atractivos más comunes en la localidad. La piscina natural (45.7%) y la cascada Boca de Gorila (17.1%) son los atractivos menos visitados,

puesto que son de más difícil acceso para los turistas. Adicional el 14.3% de los turistas han visitado otros sitios, ya que, al estar rodeado de montañas, tienen otras cascadas de más difícil acceso, cuevas, ríos, sitios de camping en la montaña, entre otros. El gráfico 2, por su parte, nos muestra las actividades realizadas por los turistas.

Figura 2.

Actividades realizadas en La Colombia Alta por los turistas



Las actividades principales que se pueden realizar en el sitio y que los turistas encuestados han podido realizar, son fotografíar (71.4%), observar la biodiversidad (68.6%), visitar las cascadas (60%) y realizar senderismo o trekking (48.6%). Como la Figura II lo indica también se puede realizar camping, deportes al aire libre, degustar la comida local entre otros. Ahora se observa la Tabla 3, que muestra la percepción de los turistas (Abarca & Vargas, 2020; Monroy & Urcádiz, 2020) con respecto a los sitios visitados.

Tabla 3.*Percepción del turista con respecto a La Colombia Alta*

Percepción del turista	Totalmente de acuerdo	Indeciso	En desacuerdo
Los turistas consideran al sitio un atractivo natural para el cantón	100,0%	0,0%	0,0%
Los turistas conocen que el recurso se promociona turísticamente	48,6%	40,0%	11,4%
Los turistas consideran que los recursos naturales se encuentran bien conservados	71,4%	28,6%	0,0%
A los turistas les gustó visitar los sitios naturales de La Colombia Alta	91,4%	8,6%	0,0%

Es importante conocer entonces la percepción que les dejó a los turistas su visita al lugar. De acuerdo con la Tabla III, al 91.4 % de los turistas les ha gustado visitar la comunidad y sus atractivos y el 100% de los turistas consideran al sitio un atractivo natural para el cantón, sin embargo, sólo el 48.6% de los turistas conocen que el recurso se promociona turísticamente y el 71.4% de los turistas consideran que los recursos naturales se encuentran bien conservados. Sin embargo, la satisfacción de los turistas no está del todo acorde a la percepción que tuvieron del lugar (Rasoolimanesh et al., 2017), lo que se puede observar en la Tabla 4.

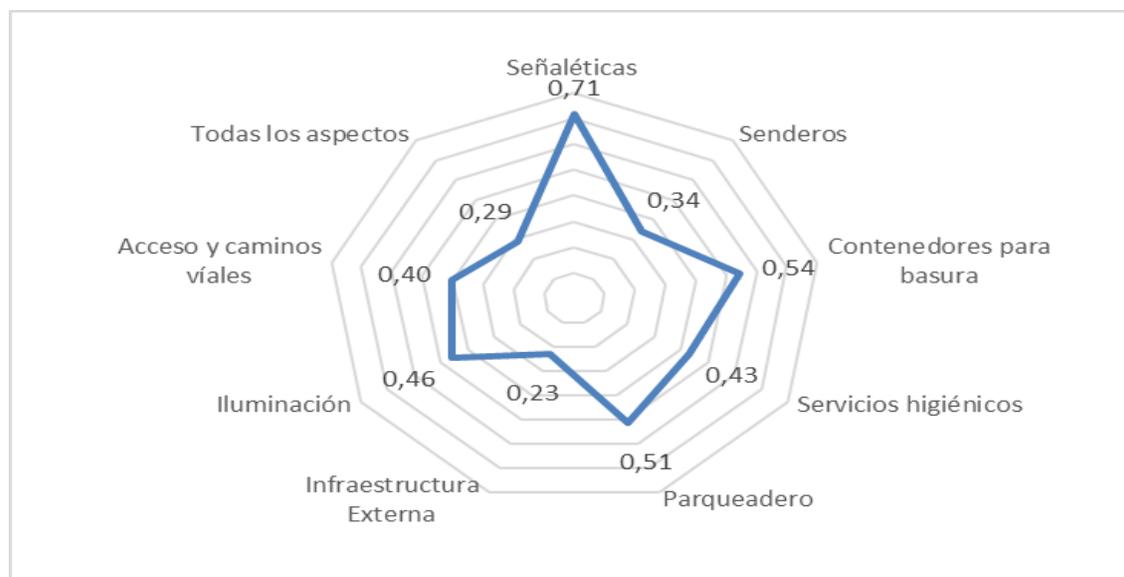
Tabla 4.*Nivel de satisfacción del turista*

Aspectos de satisfacción	Muy satisfecho	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho	Muy insatisfecho
Señalización en el lugar	40,0%	11,4%	25,7%	17,1%	5,7%
Limpieza	34,3%	42,9%	14,3%	14,3%	8,6%
Flora y Fauna	74,3%	22,9%	2,9%	0,0%	0,0%
Acceso y estacionamiento	48,6%	31,4%	5,7%	8,6%	5,7%
Biodiversidad y medio ambiente	80,0%	17,1%	2,9%	0,0%	0,0%
Servicios y comida en el lugar	48,6%	22,9%	22,9%	0,0%	5,7%

Mayormente, la satisfacción del turista está basada en aspectos como la flora y la fauna del lugar y la biodiversidad existente que mantienen porcentajes altos de satisfacción. Por otro lado, aspectos como la señalización en el lugar, la limpieza o el acceso al lugar y estacionamiento mantienen tanto niveles de satisfacción, como de insatisfacción, por lo que pueden ser aspectos a mejorar en el lugar. La Figura 3, presenta los aspectos que los turistas consideran prioritarios para mejorar en el sitio.

Figura 3.

Aspectos prioritarios a mejorar desde la perspectiva del turista



De acuerdo con el gráfico anterior, el principal aspecto a mejorar con un índice de 0.71 es la señalización en el lugar, puesto que el acceso al sector es un poco complejo y puede llevar a perderse, tanto en el camino de tránsito vehicular, como el sendero de acceso a los diversos atractivos. También se pueden mejorar los sitios de estacionamiento y la ubicación de contenedores de basura en el sitio. La iluminación en la ruta a las cascadas, para el retorno que a veces se da en las noches y también en el acceso vehicular pueden ser aspectos a mejorar. La Tabla V, es una comparación de los costos adquiridos por persona para la visita al lugar, y la disponibilidad de pago por el servicio turístico.

Tabla 5.

Costos y disponibilidad de pagos del turista

Aspecto	Valores
Costo de viaje promedio	\$ 14,06
Disponibilidad de pago	\$ 8,31

El turista expresó haber incurrido en un costo de viaje por día total y por persona de \$14.01, aproximadamente en promedio, este costo incluye la movilización, comidas, y otros gastos, que son relativamente bajos en comparación con otros lugares turísticos de similares características. Adicional, dado que el emprendimiento actualmente no cobra ningún valor por el servicio turístico que ofrece, los turistas incurren en sus gastos de comidas, bebidas y/o camping, se ha considerado evaluar la disponibilidad de pago por parte del turista para el servicio turístico per sé, teniendo como resultado \$8.31 en promedio por el servicio de turismo que se ofrece en el sector.

Cabe recalcar, que el emprendimiento comunitario y agroecológico que se propone en el lugar ha tenido un impacto positivo en los turistas que lo han visitado, puesto que su percepción ha sido considerablemente buena y están dispuestos a pagar para visitar el lugar, tanto que el 80% de los turistas comentan que visitarán el sitio nuevamente en los próximos meses y que en promedio ha sido visitado ya 3.14 veces. Es importante también mencionar que el emprendimiento se ha dado a conocer mayormente por el boca a boca, mediante familiares y amigos, sin embargo, no ha tenido ningún tipo de apoyo gubernamental o de alguna organización social local.

A continuación, se presenta una nube de palabras para evaluar las principales recomendaciones comentadas por los turistas entrevistados.

Figura 4.

Nube de palabras de principales recomendaciones emitidas por los turistas



Finalmente, basándose en las recomendaciones brindadas por los turistas, se realizó una nube de palabras que pretendía explicar los comentarios finales emitidos. Innegablemente los comentarios están enfocados en la conservación del lugar y su biodiversidad, así como en la protección del medio ambiente, explican que puede ser factible emprender charlas o en la visita ir explicando la biodiversidad de la zona y concientizando a los turistas que la visitan sobre el cuidado del lugar y la correcta recolección y traslado de la basura que se genera.

El impacto del emprendimiento agroturístico en la comunidad de La Colombia Alta es positivo. Sin embargo, aún hay camino por recorrer hacia el incremento de su integración social, económica y medio ambiental.

Aún existe una baja atención al rol del turismo como un medio para promover una sociedad más inclusiva y un mayor desarrollo sustentable, por ello, es necesario buscar alianzas que lo impulsen.

El apoyo de las autoridades locales es fundamental para contribuir a un mayor bienestar para la comunidad de La Colombia Alta. El cuidado y protección de este sector requerirá de una estructura más organizada para que de forma colectiva puedan gestionar mayores actividades turísticas donde exista un beneficio no sólo para los visitantes sino también para los residentes.

El emprendimiento encontrado de carácter familiar que responde a una oportunidad que se abrió durante la pandemia busca lograr su autosostenibilidad y aprovechar los recursos disponibles del sector. Es importante para sus residentes que exista una distribución más equitativa de las utilidades que el impulso del agroturismo en el sector, pueda proporcionarles.

Además, es también imprescindible que la promoción de su sector como destino turístico, así como su desarrollo socioeconómico tenga como eje transversal la reducción del impacto y contaminación ambiental.

CONCLUSIONES

El presente caso de estudio se enfoca en el análisis de las prácticas empíricas emprendedoras de la principal promotora de este tipo de turismo en la localidad *La Colombia Alta* y a su vez evaluar el impacto del agroturismo en el sector; al estudiar y describir la percepción y grado de satisfacción de los turistas que la han visitado para finalmente identificar los aspectos prioritarios a mejorar.

De acuerdo a los hallazgos encontrados, el perfil de la principal promotora coincide con los emprendedores de agroturismo comunitarios de otros estudios, es decir, personas cuya principal ocupación es la agricultura, cuyo emprendimiento es de tipo familiar, que tienen actividades económicas principales como: la ganadería, agricultura, pesca, cultivo de cacao y frutas, elaboración de aguardientes u otros licores y ají "huasi".

Adicionalmente, se concluye que el 91.4% de los turistas presentaron una percepción positiva sobre la comunidad y su potencial turístico y que el 100% de ellos considera al lugar un atractivo natural para el cantón.

Sin embargo, estos hallazgos no coinciden del todo con el nivel de satisfacción tras su visita a *La Colombia Alta*. Aspectos como el de señalización, limpieza y acceso presentaron indicadores bajos. Por lo tanto, se determina que el principal aspecto a mejorar es la señalización del lugar. A este le siguen, colocación de contenedores de basura, un mejoramiento en lugares para estacionamiento e iluminación en la ruta de las cascadas.

Finalmente, se concluye que el nivel de impacto del agroturismo en el sector tiene una incidencia positiva, puesto que el 80% de los turistas encuestados comentaron que visitarían el lugar nuevamente y que su promedio de visitas ha sido de 3.14 veces hasta la fecha. Además, bajo la perspectiva de la comunidad, reconocen que ha sido fundamental para la economía del mismo como fuente de ingreso, pero que, sin embargo, no han tenido ningún apoyo gubernamental para la promoción del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abarca, R. M. L., & Vargas, M. V. R. (2020). Percepción de actores locales respecto al turismo rural como estrategia de desarrollo. Caso parroquia Malacatos, Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(3), 1–24.
- Alejandre-Castellanos, L. R., Devezé-Murillo, P., Mora-Brito, Á. H., & Villagómez-Cortés, J. A. (2020). Potencial del agroturismo como actividad emergente en el municipio de Cuitláhuac, Veracruz, México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(55).
- Aquino, R. S. (2022). Community change through tourism social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 95, 103442.
<https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2022.103442>
- Aráuz, M. B. B. (2020). El Agroturismo en sinergia con la preservación de los recursos culturales ancestrales; el tejido de la fibra de cabuya en la comunidad de Nizag, Chimborazo, Ecuador. *Revista ECOVIDA*, 9(2), 164–183.
- Baroroh,k., Wahjoedi,. Wahyono, H., Utomo, S., & Lestari, F. (2021). Incorporating Village Tourism into "Community Economy" Course: A Project-Based Learning Method in University. *International Journal of Instruction*, 14(4), 567-584.
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1319022.pdf>
- Burbano, I. E. M., Cevallos, H. V., & Romero, H. C. (2020). Agroturismo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la Parroquia Río Bonito. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 138–144.
- Capdevilla, D. A. G., Losada, H. F. V., & Lizcano, J. J. R. (2020). El turismo de naturaleza: educación ambiental y beneficios tributarios para el desarrollo de Caquetá. *Aglala*, 11(1), 107–132.
- Cejas, M., & Albán Yáñez, C. (2018). El agroturismo: eje dinamizador en el desarrollo de Ecuador.
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215–226. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2020.06.007>
- Gortaire-Díaz, D., Ortega-Pacheco, D., Santos-Ordóñez, A., Carvajal-Cañarte, L., Mora-Aristega, J., Reasco-Garzón, B., & Chong, M. D. (2022). Análisis comparativo de sostenibilidad de la situación socioeconómica, productiva y ambiental de agricultores diferenciados a pequeña escala. <https://doi.org/10.37423/220605994>

- Guijarro, G., Pacheco, V., & Verdesoto, J. F. (2018). Percepciones y sostenibilidad del turismo comunitario: comunidad Shiripuno. Misahuallí–Ecuador. *Antropología Cuadernos de Investigación*, 19, 12–34.
- Güzel, O., Ehtiyar, R., & Ryan, Ch. (2021). The Success Factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey. *Journal of Rural Studies*, 84. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.021>
- Iglesias, M. C. (2020). Una aproximación geográfico-jurídica al agroturismo en España desde el punto de vista de la oferta. *Cuadernos de Turismo*, 46, 25–46.
- Izurieta, G., Torres, A., Patiño, J., Vasco, C., Vasseur, L., Reyes, H., & Torres, B. (2021). Exploring community and key stakeholders' perception of scientific tourism as a strategy to achieve SDGs in the Ecuadorian Amazon. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100830. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2021.100830>
- Jørgensen, M. T., Hansen, A. V., Sørensen, F., Fuglsang, L., Sundbo, J., & Jensen, J. F. (2021). Collective tourism social entrepreneurship: A means for community mobilization and social transformation. *Annals of Tourism Research*, 88, 103171. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2021.103171>
- Kieffe, M. (2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. *El Periplo Sustentable*, 34, 8–43.
- Mendoza, J., Cruz, E., & González, T. (2021). Socio-technical innovation in community-based tourism organizations: A proposal for local development. *Technological Forecasting & Social Change*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120949>
- Moayerian, N., McGehee, N. G., & Stephenson, M. O. (2022). Community cultural development: Exploring the connections between collective art making, capacity building and sustainable community-based tourism. *Annals of Tourism Research*, 93, 103355. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2022.103355>
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2020). Percepción de turistas nacionales y foráneos del servicio en restaurantes de Todos Santos Pueblo Mágico, México. *Visión de Futuro*, 24(2), 0.
- Quintana, V. M. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), a396–a396.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management*, 60, 147–158. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2016.11.019>

- Rocca, L. H. D., & Zielinski, S. (2022). Community-based tourism, social capital, and governance of post-conflict rural tourism destinations: the case of Minca, Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100985. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2022.100985>
- Rodríguez Alonso, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Centro Agrícola*, 46(1), 62–65.
- Sánchez Sánchez, A. M., & Sánchez, F. J. (2018). Impacto del turismo rural sobre el empleo en España: una aproximación a escala provincial. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(82), 19–37.
- Sandoval, D., Ordoñez, O., & Noblecilla, M. (2018a). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 14–21.
- Sandoval, D., Ordoñez, O., & Noblecilla, M. (2018b). Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador). *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 14–21.
- Stott, L., & Ramil, X. (2014). Metodología para el desarrollo de estudios de caso.
- Villalva, R., González, M., & Vitvar, T. (2021). How Empathy-Based Sensitisation and Knowledge Reinforcement Affect Policy Compliance: A Case Study of Dolphin Watching, Ecuador. *Australian Journal of Environmental Education*, 37(3), 285-305. <http://dx.doi.org/10.1017/aee.2021.12>
- Yang, E., Kim, J., Pennington-Gray, L., & Ash, K. (2021). Does tourism matter in measuring community resilience? *Annals of Tourism Research*, 89, 103222. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2021.103222>