



UTPL

La Universidad Católica de Loja

Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia

Itinerario 1- Turismo Cultural y Comunitario: Turismo Rural y Desarrollo Local

Guía didáctica





Facultad Ciencias Económicas y Empresariales

Itinerario 1- Turismo Cultural y Comunitario: Turismo Rural y Desarrollo Local

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
Turismo	VIII

Autora:

Ana Patricia Armijos Maurad



Itinerario 1- Turismo Cultural y Comunitario: Turismo Rural y Desarrollo Local

Guía didáctica

Ana Patricia Armijos Maurad

Diagramación y diseño digital

Ediloja Cía. Ltda.

Marcelino Champagnat s/n y París

edilocialtda@ediloja.com.ec

www.ediloja.com.ec

ISBN digital -978-9942-47-372-1

Año de edición: abril, 2025

Edición: primera edición

El autor de esta obra ha utilizado la inteligencia artificial como una herramienta complementaria. La creatividad, el criterio y la visión del autor se han mantenido intactos a lo largo de todo el proceso.

Loja-Ecuador



Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0** (CC BY-NC-SA 4.0). Usted es libre de **Compartir** — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. **Adaptar** — remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: **Reconocimiento**- debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. **No Comercial**-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. **Compartir igual**-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



Índice

1. Datos de información	8
1.1 Presentación de la asignatura.....	8
1.2 Competencias genéricas de la UTPL.....	8
1.3 Competencias del perfil profesional	8
1.4 Problemática que aborda la asignatura	9
2. Metodología de aprendizaje	10
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....	11
Primer bimestre	11
Resultado de aprendizaje 1:	11
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	12
Semana 1	12
Unidad 1. Marco conceptual y contextual	12
1.1. Desarrollo rural: historia y características	12
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	19
Semana 2.....	19
Unidad 1. Marco conceptual y contextual	19
1.2. El turismo rural en el siglo XXI: desafíos y oportunidades	19
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	24
Semana 3.....	24
Unidad 1. Marco conceptual y contextual	24
1.3. La gobernanza en el turismo rural y comunitario	24
Actividades de aprendizaje recomendadas	30
Autoevaluación 1	31
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	35
Semana 4.....	35
Unidad 2. Estrategias y gestión del turismo rural	35
2.1 Sensibilización y gestión integral ambiental	36
2.2 El Senderismo de naturaleza como modalidad de turismo rural	44



Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 48

Semana 5..... 48

 Unidad 2. Estrategias y gestión del turismo rural 48

 2.3. Diversificación de productos turísticos 48

 Actividades de aprendizaje recomendadas 51

 Autoevaluación 2..... 51

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 55

Semana 6..... 55

 Unidad 3. Comunicación y revitalización cultural 55

 3.1. Comunicación para el desarrollo turístico..... 57

 3.2. Revitalización cultural a través del turismo..... 60

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 61

Semana 7..... 61

 Unidad 3. Comunicación y revitalización cultural 61

 3.3 Marketing cultural en el turismo rural 61

 Actividades de aprendizaje recomendadas 64

 Autoevaluación 3..... 65

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 69

Semana 8..... 69

 Actividades de aprendizaje recomendadas 70

Segundo bimestre..... 71

Resultados de aprendizaje 1:..... 71

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 71

Semana 9..... 72

 Unidad 4. Inclusión y empoderamiento 72

 4.1 El Papel de la mujer en el turismo rural 72

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 75

Semana 10..... 75

 Unidad 4. Inclusión y empoderamiento 75



4.2 Educación y capacitación en el turismo rural	75
4.3 Innovación y tecnología en el turismo rural.....	79
Actividades de aprendizaje recomendadas	81
Autoevaluación 4.....	81
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	85
Semana 11	85
Unidad 5. Sostenibilidad y resiliencia rural ante la crisis.....	85
5.1 Resiliencia en el turismo rural ante la crisis	86
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	88
Semana 12.....	88
Unidad 5. Sostenibilidad y resiliencia rural ante la crisis.....	88
5.2 Impacto del turismo en el patrimonio inmaterial	88
5.3 Turismo rural como promotor de bienestar	92
Actividades de aprendizaje recomendadas	92
Autoevaluación 5.....	93
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	97
Semana 13.....	97
Unidad 6. Casos prácticos y estrategias de éxito	97
6.1 Casos de éxito en el turismo rural en Ecuador.....	97
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	100
Semana 14.....	100
Unidad 6. Casos prácticos y estrategias de éxito	100
6.2 Lineamientos estratégicos para el turismo rural en Ecuador	100
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	102
Semana 15.....	102
Unidad 6. Casos prácticos y estrategias de éxito	102
6.3 Modelos de financiamiento y recursos para proyectos rurales	102
Actividades de aprendizaje recomendadas	104
Autoevaluación 6.....	104



Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 109

Semana 16..... 109

 Actividades finales del bimestre 109

 Actividades de aprendizaje recomendadas 110

4. Autoevaluaciones 111

5. Glosario..... 123

6. Referencias bibliográficas 125

7. Anexos 128





1. Datos de información

1.1 Presentación de la asignatura



1.2 Competencias genéricas de la UTPL

- Vivencia de los valores universales del humanismo de Cristo.
- Comunicación oral y escrita.
- Orientación a la innovación y a la investigación.
- Pensamiento crítico y reflexivo.
- Comportamiento ético.
- Organización y planificación del tiempo.

1.3 Competencias del perfil profesional

Aplica modelos estratégicos de planificación, gestión e innovación turística, para promover el desarrollo sostenible de los territorios, mediante el análisis de datos, problemas, tendencias e información del sector turístico, basándose en la preservación del patrimonio natural y cultural, la participación de la población, con equidad, respeto y ética al servicio colectivo.

1.4 Problemática que aborda la asignatura

La asignatura aborda problemáticas relacionadas con la gestión turística y el manejo del patrimonio natural y cultural, con el objetivo de atender las necesidades y demandas específicas del sector turístico, especialmente en áreas rurales. Entre las principales dificultades identificadas se encuentran el manejo inadecuado de destinos rurales y comunitarios, la escasa generación de pequeñas y medianas empresas turísticas, falta de programas que valoren los recursos turísticos rurales y el desconocimiento sobre la sustentabilidad del patrimonio natural y cultural como actividades alternativas.

Esta materia promueve el uso racional y responsable de los recursos naturales, tanto renovables como no renovables, y se enfoca en el desarrollo del turismo rural, comunitario, ecoturismo, turismo cultural y de aventura como herramientas para impulsar el desarrollo local. Estos contenidos serán desarrollados en el transcurso de la asignatura, contribuyendo a la solución de los problemas indicados.





2. Metodología de aprendizaje

En esta asignatura, la metodología para alcanzar los resultados de aprendizaje definidos en el perfil de egreso se fundamenta en la implementación de técnicas didácticas activas. Entre estas se destacan los estudios de caso y el aprendizaje basado en problemas (ABP), herramientas que permiten al estudiante involucrarse en situaciones reales, especialmente aplicadas al contexto nacional. Esta metodología contribuye al desarrollo de competencias como la toma de decisiones, la identificación y resolución de problemas relevantes del entorno profesional, el pensamiento crítico y reflexivo, entre otras.

Se utilizarán recursos innovadores, como estudios de casos, ejemplos de situaciones reales y otras dinámicas que fomentan un aprendizaje interactivo y participativo. Estas actividades no solo enriquecen el proceso educativo, sino que también fortalecen las habilidades prácticas y el trabajo colaborativo.

Además, se promueve el desarrollo de la investigación como una herramienta fundamental en el proceso de aprendizaje. Los estudiantes iniciarán su formación con una base teórica sólida, sustentada en bibliografías específicas y de alta calidad, que respaldarán cada actividad académica. Este enfoque integral garantiza que los estudiantes adquieran conocimientos aplicables, relevantes y alineados con las demandas actuales del sector turístico, especialmente en el contexto del turismo rural en Ecuador.

El presente enfoque metodológico está directamente orientado a que el estudiante pueda aplicar los diferentes lineamientos estratégicos para una gestión adecuada del turismo rural en Ecuador, contribuyendo como un aporte dinamizador de la economía local.





3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1:

Aplica los diferentes lineamientos estratégicos para una gestión adecuada del turismo rural en el Ecuador como aporte dinamizador de la economía local.

El aprendizaje sobre la gestión del turismo rural en Ecuador se centrará en cómo este sector puede ser una herramienta para fortalecer la economía local y mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales. Se abordarán temas esenciales como la evolución histórica del desarrollo rural y su relación con el turismo, destacando su potencial para fomentar el desarrollo sostenible. Además, se explorarán estrategias prácticas para diversificar la oferta turística con productos como el agroturismo, el senderismo y el turismo gastronómico, mientras se garantiza la preservación de la riqueza cultural y natural de cada región.

Este proceso se logrará con la revisión de casos exitosos que conectan a los estudiantes con las realidades y necesidades de las comunidades. A través de la sensibilización ambiental, la inclusión social y el uso de tecnologías innovadoras, este aprendizaje no solo fortalecerá el turismo rural como motor económico, sino también como un medio para revitalizar la cultura, promover el bienestar y construir un futuro más sostenible y resiliente para el Ecuador rural.



Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 1

Unidad 1. Marco conceptual y contextual

1.1. Desarrollo rural: historia y características

¡Bienvenido a esta primera semana de aprendizaje! ¡Qué bien que esté aquí para estudiar el desarrollo rural y su conexión con el turismo en Ecuador! Imagine que acabamos de comenzar un viaje juntos donde descubriremos cómo los espacios rurales están transformándose y encontrando nuevas oportunidades.

¿Alguna vez se ha preguntado cómo pequeñas comunidades pueden convertir sus tradiciones y paisajes en una verdadera estrategia de desarrollo? Pues ese es precisamente nuestro objetivo en estas próximas semanas. Vamos a desentrañar juntos cómo el turismo puede ser mucho más que simplemente visitar un lugar: puede ser una herramienta poderosa para mejorar la calidad de vida de comunidades enteras.

Le invito a que se prepare para un recorrido lleno de aprendizajes, donde no solo conocerá conceptos teóricos, sino que comprenderá realidades concretas. Caminaremos paso a paso, descubriendo cada detalle, cada estrategia, cada posibilidad que se abre cuando el turismo se integra de manera responsable y sostenible en los territorios rurales.

¿Listo para iniciar esta aventura de conocimiento? ¡Adelante! Cada página, cada tema, será un nuevo horizonte por explorar.



1.1.1 El concepto de desarrollo rural y su evolución en Ecuador



El desarrollo rural se refiere a un proceso integral que busca mejorar las condiciones de vida de las poblaciones rurales, promoviendo la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Este concepto ha cambiado significativamente a lo largo del tiempo. Inicialmente, en las décadas de 1960 y 1970, el enfoque estaba centrado exclusivamente en la productividad agrícola. Según Pérez (2018), esta etapa priorizaba la modernización del campo a través de la introducción de nuevas tecnologías, técnicas de cultivo y programas estatales que buscaban aumentar la producción. Sin embargo, este modelo no tomaba en cuenta las necesidades sociales, culturales y ambientales de las comunidades rurales, lo que generaba desigualdades y la pérdida progresiva de las tradiciones locales.

En las décadas posteriores, especialmente a partir de los años 90, Ecuador comenzó a diversificar sus estrategias de desarrollo rural. El turismo rural surgió como una respuesta innovadora para afrontar los retos económicos y sociales de las zonas rurales, aprovechando la riqueza cultural y natural del país. Este enfoque, como señala Pérez (2018), permitió que las comunidades rurales fueran más resilientes ante cambios económicos, especialmente en contextos de crisis agrícolas o fluctuaciones en los precios de los productos básicos. Según el Programa de Desarrollo Rural en el Ecuador (2021), se comenzó a implementar políticas que promovían actividades complementarias como el turismo rural, la agroindustria y las artesanías, reconociendo que la diversificación es vital para enfrentar los retos de las zonas rurales, como la migración y deterioro ambiental.

La evolución de este concepto ha estado vinculada a la transformación agrícola, la gobernanza territorial y el fortalecimiento de las economías locales. Desde la década de 1970, las políticas de desarrollo rural han pasado de enfoques sectoriales centrados en la producción agrícola a estrategias integrales que buscan actividades articulares como el turismo, la agroindustria y los servicios básicos para fomentar la resiliencia de las comunidades rurales.



Las políticas públicas, como las promovidas por el Programa de Agricultura Urbana en Cuenca y el Centro de Reconversión Económica del Austro, han integrado a pequeños productores locales en cadenas de valor, promoviendo tanto la autosuficiencia como el acceso a mercados urbanos.

Así, el desarrollo rural ha estado centrado en aumentar la productividad agrícola mediante programas gubernamentales y la introducción de tecnologías modernas. Sin embargo, este enfoque no abordaba las desigualdades sociales ni las necesidades culturales de las comunidades rurales. A partir de los años 90, el turismo rural comenzó a surgir como una herramienta para diversificar las economías rurales, aprovechando los recursos naturales y culturales únicos del país. Lo afirma Pérez (2018), al indicar que el desarrollo rural en Ecuador ha atravesado múltiples transformaciones, pasando de un enfoque basado en la producción agrícola hacia uno más holístico, que incluye a la actividad turística como estrategia transversal. Gómez, 2017, confirma que las políticas públicas, las reformas agrarias y los movimientos sociales además han moldeado el paisaje rural ecuatoriano.

A continuación, le invito a leer sobre el desarrollo rural en Ecuador en el siguiente módulo didáctico. Cada década es un capítulo de una novela, donde los protagonistas son los agricultores, las comunidades rurales y sus estrategias de supervivencia y adaptación.

Preste mucha atención, porque vamos a descubrir cómo cada década ha dejado una huella en el desarrollo de nuestros territorios. No se trata solo de datos, ¡Se trata de historias de resiliencia, innovación y esperanza!

Prepárese para un viaje donde cada período nos revelará secretos sobre cómo nuestras comunidades rurales han transformado desafíos en oportunidades. ¿Listo para comenzar este recorrido?

¡Adelante! La historia nos espera; para comprender este proceso, le invito a revisar el siguiente Módulo didáctico.

[Línea de tiempo del desarrollo rural en Ecuador](#)



¿Se imagina cuán transformador ha sido este cambio?

¿Sabe qué hace tan especial al desarrollo rural contemporáneo? Ponga mucha atención: ya no es solo cuestión de producción, sino de una visión mucho más rica y compleja. Imagine un enfoque donde la participación de la comunidad, el cuidado del ambiente y el respeto por las tradiciones están en armonía perfecta de la sostenibilidad. Para profundizar en este tema, le invito a revisar el [Plan Institucional 2021-2025](#) y leer el Eje 1: Programa destinos sostenibles. Esto le permitirá tener una visión proyectiva de las acciones a tomarse en el país en el ámbito turístico.

Detengámonos un momento. Cuando hablamos de turismo rural, no estamos hablando simplemente de llevar turistas a un lugar. No, es mucho más particular. Es como un nexo que conecta el pasado y el presente de una comunidad. El turismo se convierte en una herramienta que no solo genera ingresos, sino que también fortalece la identidad cultural.

Una reflexión fundamental es que el desarrollo rural no existe de manera aislada. Funciona como un ecosistema complejo donde todos los elementos están interconectados. El sistema económico y social actúa como el marco estructural que proporciona contexto y significado a todas las iniciativas de desarrollo.

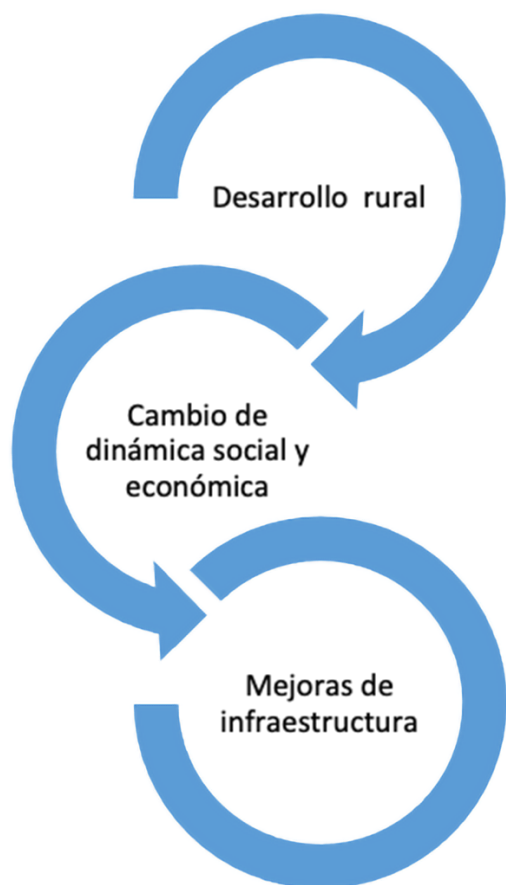
Imagine que estamos diseñando una estrategia de desarrollo donde cada decisión tiene múltiples capas de impacto. No se trata solo de lo que se ve en la superficie, sino de comprender todas las conexiones que hacen que una comunidad rural se fortalezca.

Es importante comprender que el desarrollo rural no se limita a un solo aspecto, sino que requiere un análisis integral considerando el contexto más amplio. El sistema económico y social constituye un marco fundamental para entender este proceso, como se ilustra en la figura 1.



Figura 1

Desarrollo rural



Nota. Adaptado de Condiciones de infraestructura para el desarrollo rural sostenible en Colombia (p. 112), por Urazán et al., 2022.

Para que usted enriquezca su conocimiento en este tema, le invito a que lea el apartado del resumen del [Desarrollo rural](#) que se encuentra en el libro Condiciones de infraestructura para el desarrollo rural sostenible en Colombia.



1.1.2 El contexto del turismo rural en Ecuador y su relación con la economía local.

La riqueza natural y cultural de Ecuador se manifiesta en su variada geografía, que abarca desde las montañas andinas hasta las regiones amazónicas y costeras. Esta diversidad ha permitido el surgimiento del turismo rural como un importante motor económico para las comunidades locales. De acuerdo con la investigación de Santos (2021), este tipo de turismo se ha fortalecido gracias a la integración de actividades agrícolas ofrecidas por campesinos y grupos rurales. Esta modalidad turística cumple un papel fundamental al resaltar las labores tradicionales y artesanales, contribuyendo así a preservar y difundir el patrimonio cultural del país.

Además, el desarrollo del agroturismo tiene el potencial de destacar y estimular prácticas responsables que favorecen el desarrollo sustentable en las zonas rurales.

Por ejemplo, comunidades indígenas en la Amazonía han desarrollado proyectos de turismo comunitario que incluyen actividades como caminatas guiadas, talleres de artesanías y ceremonias culturales. Esto no solo genera ingresos para la comunidad, sino que también refuerza el orgullo por sus tradiciones, además fomenta la economía circular al involucrar a proveedores locales. De igual manera, en la Sierra, el agroturismo permite a los visitantes participar en actividades agrícolas tradicionales como la siembra y la cosecha, fortaleciendo los vínculos entre productores rurales y consumidores urbanos.

El impacto económico del turismo en zonas rurales se extiende más allá del simple alojamiento y alimentación. Los visitantes que llegan a estas comunidades impulsan diversos sectores de la economía local, incluyendo las artesanías, el transporte y la comercialización de productos autóctonos. Este fenómeno económico expansivo convierte al turismo rural en un instrumento valioso para alcanzar un desarrollo económico que beneficia a todos y perdura en el tiempo, según la perspectiva analizada por Gómez (2017). Como observa



Pérez (2018), esta actividad no solo genera recursos adicionales para los habitantes rurales, sino que también establece vínculos significativos entre productores rurales y consumidores de las ciudades.

El turismo rural se presenta como una alternativa para ampliar las fuentes de ingreso en el campo, complementando las actividades agrícolas tradicionales y promoviendo una mayor integración social. Este enfoque aprovecha el patrimonio cultural y los recursos naturales del territorio, creando experiencias genuinas que atraen a visitantes interesados en vivencias auténticas. **Un ejemplo** destacado son las ferias agroecológicas realizadas en Cuenca, que ilustran cómo el turismo rural puede fortalecer las economías locales mediante la integración de métodos agroecológicos y actividades turísticas respetuosas con el entorno. Para comprender el proceso histórico del desarrollo del turismo comunitario, le invito a ampliar este tema revisando la siguiente infografía de la publicación Turismo Comunitario en América Latina, un concepto en construcción.

[Construcción del concepto de turismo comunitario](#)

1.1.3 Relación entre el turismo rural y el desarrollo local sostenible

El desarrollo sostenible en Ecuador se ve fortalecido por las actividades de turismo rural, que potencian el valor de los recursos propios de cada región, salvaguardan la herencia cultural y natural, y crean oportunidades laborales. La colaboración entre entidades gubernamentales y el sector privado ha resultado esencial para mantener la viabilidad a largo plazo de estas iniciativas turísticas. Las prácticas tradicionales como el trabajo comunitario a través de mingas y el impulso a la producción agroecológica demuestran cómo el turismo puede mejorar la calidad de vida en las zonas rurales.





Semana 2

Unidad 1. Marco conceptual y contextual

1.2. El turismo rural en el siglo XXI: desafíos y oportunidades

¡Qué interesante tema para explorar juntos! ¿Se ha preguntado alguna vez cómo un pequeño pueblo rural puede transformarse a través del turismo sin perder su esencia? Es fascinante ver cómo las comunidades rurales están encontrando su lugar en el mundo del turismo moderno.

Imagine por un momento un pequeño pueblo en el campo: sus tradiciones centenarias, sus paisajes naturales, su forma de vida auténtica... ¿No es emocionante pensar en cómo todo esto puede convertirse en una experiencia única para los visitantes y, al mismo tiempo, en una fuente de desarrollo para la comunidad?

Es como un delicado baile entre preservar y progresar. Por ejemplo, ¿ha notado cómo algunas comunidades rurales han logrado mantener sus antiguas festividades mientras las comparten con turistas curiosos? O cómo una antigua granja familiar puede transformarse en una experiencia agroturística sin perder su esencia tradicional.

Pero claro, no todo es tan fácil. Es como cultivar un jardín: requiere paciencia, cuidado y enfrentar algunos desafíos en el camino. ¿Se ha preguntado qué obstáculos encuentra una comunidad rural cuando decide abrir sus puertas al turismo?, ¿o cómo logran mantener el equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación de su identidad?

¿Qué aspectos del turismo rural le generan más curiosidad?, ¿los desafíos que enfrentan las comunidades o las oportunidades que se les presentan? Me encantaría explorar juntos estos temas y descubrir cómo el turismo rural está escribiendo nuevas historias de éxito en nuestras comunidades.



1.2.1 Retos globales y locales para el turismo rural

Hernández y Torres, 2019, expresan que las comunidades locales han implementado proyectos turísticos que promueven la conservación cultural y ambiental, al tiempo que generan ingresos y mejoran la calidad de vida de sus habitantes. Sin embargo, sabía que el turismo rural enfrenta desafíos como la competencia con destinos urbanos, por tanto, la necesidad de cumplir con estándares de sostenibilidad. Según Ramírez (2020), la creciente exigencia de los turistas en cuanto a calidad, autenticidad y sostenibilidad obliga a las comunidades rurales a innovar constantemente. Además, la sobreexposición de ciertos destinos puede llevar al fenómeno del “sobreturismo”, que pone en peligro la conservación de recursos naturales y culturales.

Así, el turismo rural a nivel mundial debe adaptarse a múltiples desafíos. Los más comunes son los que se indican en la figura 2.

Figura 2

Desafíos del turismo rural



Nota. Adaptado de Ramírez (2020).

Sin embargo, es preciso hacer un análisis más profundo de cada uno de estos aspectos, con el fin de entender las limitaciones que afronta el turismo rural:

1. **Sobreturismo en destinos rurales:** La masificación puede deteriorar la experiencia del visitante y amenazar los ecosistemas frágiles (Ramírez, 2020).
2. **Adaptación tecnológica:** La digitalización en áreas rurales aún es limitada, dificultando la promoción y reserva de experiencias turísticas (Gómez, 2017).
3. **Sostenibilidad:** Cumplir con estándares de sostenibilidad implica mayores costos iniciales, lo que representa un obstáculo para comunidades con recursos limitados (OMT, 2020).

1.2.2 Retos locales en Ecuador

¿Alguna vez se ha preguntado por qué algunos destinos turísticos permanecen casi como secretos guardados? en Ecuador, la falta de infraestructura y conectividad en zonas rurales limita el acceso de los turistas, afectando directamente a la rentabilidad de los proyectos turísticos. Por ejemplo, en la Amazonía, los elevados costos de transporte y la falta de promoción digital dificultan atraer a visitantes internacionales. Además, la ausencia de capacitación en gestión turística, lo que impacta en la calidad del servicio ofrecido. Convirtiéndose estos en antagonistas del desarrollo de esta región. Seguidamente se especifican los obstáculos de manera puntual, pero a la vez se identifica como los han solventado.

1. **Acceso limitado a recursos:** Muchas comunidades carecen de infraestructura básica como carreteras, servicios sanitarios y acceso a Internet (Pérez, 2018).
2. **Falta de profesionalización:** La gestión turística comunitaria muchas veces carece de capacitación formal, afectando la calidad del servicio y la sostenibilidad (Gómez, 2017).
3. **Fragmentación de iniciativas:** Existe una dispersión de esfuerzos en lugar de una visión integrada que potencia la colaboración entre comunidades y actores gubernamentales (Ostelea, 2020).



Pero aquí está lo interesante: cada obstáculo es una oportunidad disfrazada. Cada limitación en infraestructura nos está gritando "¡Innova!". No se trata solo de quejarse, sino de transformar estos retos en estrategias creativas.

Y hablando de estrategias, la capacitación en gestión turística es otro capítulo. Imagine comunidades locales que no solo reciben turistas, sino que se convierten en verdaderos anfitriones expertos, capaces de ofrecer experiencias únicas e inolvidables.



A continuación, revisemos algunos casos de estudio, en los que se identifica las limitaciones que tuvieron y cómo estas fueron solventadas.

En la comunidad de Papallacta, famosa por sus aguas termales, la falta de señalización adecuada y recursos tecnológicos ha limitado su capacidad para atraer turistas internacionales. Un programa de colaboración entre la comunidad y el Ministerio de Turismo implementó señalética bilingüe y capacitó a las guías locales, incrementando el flujo de visitantes.

Otro caso relacionado a la Infraestructura en comunidades andinas es en la comunidad de Salinas de Guaranda, la implementación de un proyecto de turismo rural enfrentó retos iniciales debido a caminos inadecuados y acceso limitado a Internet. Para superar estos obstáculos, la comunidad, con apoyo gubernamental y ONG, mejoró la infraestructura básica y desarrolló puntos de acceso Wi-Fi. Esto no solo incrementó las visitas, sino que también permitió a los residentes promocionar sus actividades de manera más eficiente.

Oportunidades frente a las nuevas tendencias y demandas turísticas

Tendencias globales en turismo rural: El turismo post-COVID-19 ha incrementado el interés por destinos al aire libre y menos concurridos. Según la OMT, el turismo rural y de naturaleza está experimentando un auge debido a la búsqueda de experiencias auténticas, sostenibles y personalizadas. Esto representa una oportunidad para que las comunidades rurales en Ecuador destaquen su oferta.



El turismo postpandemia ha generado una mayor demanda por experiencias al aire libre y en espacios no masificados. Estas tendencias incluyen:

1. **Turismo regenerativo:** Más allá de no causar daño, los turistas buscan contribuir activamente al desarrollo de las comunidades que visitan (OMT, 2020).
2. **Personalización de experiencias:** La búsqueda de actividades auténticas, como talleres de tejido en Saraguro, está en auge (Pérez, 2018).

1.2.3 Oportunidades locales en Ecuador

El territorio ofrece las condiciones antrópicas y trópicas para la generación de diversas actividades turísticas, revisemos algunas de ellas:

Las oportunidades de desarrollo turístico en Ecuador se fundamentan en su biodiversidad y riqueza cultural, manifestándose a través de diversos productos turísticos innovadores. El agroturismo, ejemplificado por la Ruta del Cacao, ofrece experiencias educativas y de entretenimiento que combinan visitas a plantaciones con catas de chocolate, promoviendo simultáneamente el comercio justo y diversificando los ingresos de los agricultores. Por su parte, comunidades andinas han incursionado en el astroturismo, aprovechando sus cielos despejados para ofrecer experiencias únicas de observación astronómica. En el ámbito del turismo comunitario, iniciativas como la de Saraguro destacan por ofrecer experiencias auténticas que permiten a los visitantes participar en rituales ancestrales y talleres artesanales.

La integración cultural se materializa a través del programa Pueblos Mágicos, que ha transformado localidades como Alausí y Zaruma en destinos turísticos dinámicos. En particular, Alausí, en la provincia de Chimborazo, ha experimentado una notable revitalización gracias a la rehabilitación de su estación de tren y la promoción de recorridos históricos, generando empleo local y dinamizando su economía. Estas iniciativas han logrado integrar exitosamente los festivales culturales y la gastronomía local en su oferta turística.



El acceso a fondos internacionales ha sido crucial para el desarrollo del sector, con organismos como la UNESCO y el BID financiando proyectos de turismo sostenible en áreas protegidas. Un ejemplo destacado es el caso de la comunidad de [Misahuallí](#), en la provincia de Napo, donde se ha implementado un circuito de turismo vivencial centrado en la cultura kichwa y la biodiversidad amazónica. Este proyecto no solo ha generado oportunidades de empleo local, sino que también ha contribuido a sensibilizar a los visitantes sobre la importancia de la conservación ambiental.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 3

Unidad 1. Marco conceptual y contextual

1.3. La gobernanza en el turismo rural y comunitario

¿Alguna vez ha pensado en cómo se organizan las comunidades rurales para gestionar el turismo? Es impresionante ver cómo diferentes personas y organizaciones pueden trabajar juntas por un objetivo común, ¡Como si fuera una orquesta donde cada instrumento es importante!

Imagine una comunidad rural que decide aventurarse en el turismo. ¿Sabe qué es lo más interesante? No es solo el alcalde o un empresario quien toma las decisiones - ¡Es toda la comunidad! Es como una gran mesa redonda donde todos tienen voz: desde la señora que hace artesanías tradicionales hasta el guía local, pasando por las autoridades y las empresas turísticas.



Piénselo así: cuando una comunidad rural desarrolla el turismo, es como construir una casa entre todos. Necesitas buenos cimientos (las políticas públicas), paredes fuertes (las alianzas estratégicas) y un techo protector (la participación comunitaria). ¿No te parece una analogía interesante?



Por ejemplo, ¿te has preguntado cómo deciden qué senderos abrir al público o cómo preservar sus tradiciones mientras las comparten con los visitantes? Estas decisiones son fruto de un diálogo constante entre todos los involucrados. Es como tejer una red donde cada hilo es importante para mantener el equilibrio.

¿Qué aspectos de la gobernanza en el turismo rural te parecen más desafiantes?, ¿la participación comunitaria, las alianzas con empresas privadas, o quizás la creación de políticas públicas efectivas? Me encantaría conocer tu perspectiva sobre este fascinante tema.

La gobernanza en el turismo rural y comunitario constituye un pilar para promover y asegurar la sostenibilidad y el éxito de las iniciativas turísticas, integrando la participación de actores locales, públicos y privados. Este proceso implica la integración de modelos participativos, alianzas estratégicas y políticas públicas que respalden la gestión eficiente de los recursos naturales, culturales y humanos. Le invito a revisar el apartado del Marco teórico del texto [Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España](#). Este apartado aborda los modelos de participación comunitaria, descentralización y las alianzas público-privadas que potencian la gestión turística y son un referente para Ecuador, de esta manera pobre ubicarlo a nivel micro en el sector en donde reside en los gobiernos locales.

1.3.1 Modelos de participación comunitaria y descentralización en Ecuador

La participación comunitaria implica la inclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones y en la gestión de los recursos turísticos. Según Martínez y Rivera (2019), este modelo promueve la apropiación de proyectos por parte de los habitantes locales, generando beneficios económicos y sociales. Esto no solo fortalece la identidad cultural local, sino que también asegura que los beneficios económicos se distribuyan equitativamente.

Permite que las comunidades rurales se conviertan en protagonistas del desarrollo turístico. Existen varios modelos aplicados en Ecuador, estudiemos las siguientes experiencias:



1.3.2. Experiencias en Ecuador

En Ecuador, diversas comunidades han implementado modelos participativos exitosos. Mullo Romero, Vera Peña y Guillén Herrera (2019) señalan que el país ha desarrollado con éxito proyectos de turismo comunitario, convirtiéndose en referentes nacionales e internacionales. A continuación, se presentan algunos ejemplos:

1. **Gestión comunitaria directa:** Este modelo delega el control total de los proyectos turísticos a la comunidad local:
 - **Comunidad de San Clemente (Imbabura):** Aquí, los residentes participan en todas las etapas de los proyectos turísticos, desde el diseño hasta la implementación y evaluación. Los turistas pueden hospedarse con familias locales, participar en actividades agrícolas y aprender sobre las tradiciones indígenas.
 - **Cabañas Yasuní,** donde los kichwa gestionan completamente la operación de los lodges, en este caso se presenta a Sacha_Ñampi.
2. **Cogestión con actores externos:** implica asociaciones entre comunidades, ONG y empresas privadas para compartir responsabilidades.
 - **Isla de la Plata (Manabí):** a través de un modelo de cogestión, las comunidades locales trabajan junto con el Ministerio del Ambiente para conservar los recursos naturales mientras se desarrollan actividades de turismo sostenible.
 - **Kapawi Lodge** en la Amazonía ecuatoriana, una iniciativa conjunta entre comunidades Achuar y operadores privados.

3. Descentralización

La descentralización permite que los gobiernos locales asuman roles importantes en la planificación y promoción del turismo rural. Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2021), los Gobiernos Autónomos



Descentralizados (GAD) tienen la capacidad de diseñar políticas turísticas que respondan a las necesidades específicas de sus territorios. Estudiemos los siguientes ejemplos:

Galápagos

En las Islas Galápagos, los GAD locales han implementado planes que combinan la conservación ambiental con el turismo comunitario, permitiendo un desarrollo equilibrado y sostenible.

Chimborazo

El GAD ha trabajado en conjunto con comunidades indígenas para promocionar rutas turísticas como el Tren de los Andes, combinando tradiciones locales con infraestructura moderna.

4. Alianzas público-privadas para potenciar la gestión turística. Importancia de las Alianzas Público-Privadas (APP)

Las alianzas público-privadas son instrumentos para financiar y gestionar proyectos turísticos en áreas rurales. Estas asociaciones permiten compartir recursos y conocimientos entre los sectores público y privado, fortaleciendo la capacidad de las comunidades para ofrecer productos turísticos competitivos (Martínez & Rivera, 2019).

Políticas públicas e instrumentos legales que facilitan la APP

El marco legal en Ecuador, como la Ley de Turismo y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), establecen lineamientos para fomentar estas alianzas. Estas normativas facilitan la cooperación entre los diferentes actores del sector. Además, está presente la legislación y planes nacionales.

- a. La **Ley de Turismo de Ecuador**, proporciona incentivos fiscales a empresas que invierten en proyectos turísticos sostenibles.



b. El **Plan Nacional de Turismo Sostenible**, define estrategias para integrar a comunidades locales en las APP y priorizar la sostenibilidad como criterio primordial.

Ecuador cuenta con un sólido marco legal que respalda el desarrollo del turismo a través de Alianzas Público-Privadas (APP). Analicemos la figura 3, que ilustra los actores legales involucrados en este proceso.

Figura 3
Marco Legal para alianzas público-privadas



Nota. Adaptado de Nuevo reglamento para Asociaciones Público Privadas, por Secretaría de Inversiones Público Privada, 2023. [appecuador](http://appecuador.com).

Para fortalecer más este tema, le invito a revisar la Ley de turismo, Capítulo I y III, misma que se encuentra en el [Anexo 1](#).



Con el fin de contextualizar nuestro conocimiento, analicemos los siguientes ejemplos de APP en Ecuador:

- **Proyectos de ecoturismo en la Amazonía:** Empresas privadas, ONGs y comunidades indígenas han trabajado juntas para desarrollar albergues ecológicos como el Napo Wildlife Center, que combinan turismo de alta calidad con la conservación del entorno.
- **Reserva Ecológica Mashpi (Pichincha)**
Mashpi Lodge es un modelo ejemplar de APP. Este proyecto combina la inversión privada en un albergue de lujo con la protección de un bosque nublado. Parte de los ingresos se reinvierte en programas comunitarios y de conservación ambiental, beneficiando a las comunidades cercanas.
- **Desarrollo de infraestructura turística:** En la Ruta del Sol, asociaciones entre gobiernos locales y empresas privadas han permitido la construcción de infraestructura básica como senderos, miradores y centros de información turística.

Estrategias para el desarrollo exitoso de las APP en el turismo comunitario

El desarrollo exitoso de las Alianzas Público-Privadas (APP) en el sector turístico requiere la implementación de estrategias bien definidas y estructuradas. Entre los elementos fundamentales se destaca la transparencia en la gestión y distribución de beneficios, asegurando que todos los participantes comprendan claramente sus roles y responsabilidades. Asimismo, la capacitación permanente de las comunidades locales emerge como un pilar esencial, permitiendo el desarrollo de habilidades necesarias para la gestión turística efectiva. La implementación de tecnologías modernas complementa estas estrategias, facilitando la promoción y comercialización de destinos rurales en el mercado turístico global.

Para su implementación, es necesario establecer objetivos compartidos que beneficien tanto a la comunidad como al inversor privado. La promoción de la transparencia en todos los procesos, especialmente en la distribución de ganancias y responsabilidades, constituye un elemento central para el éxito de estas alianzas. Como señala Fernández (2020), la formación continua de las



comunidades rurales es fundamental, ya que impulsa el turismo como una herramienta de desarrollo sostenible y garantiza que los habitantes locales estén preparados para asumir roles significativos en las operaciones turísticas.

El modelo ecuatoriano de APP en el turismo comunitario presenta ventajas significativas. El empoderamiento comunitario se materializa cuando las comunidades adquieren habilidades y conocimientos específicos para la gestión de proyectos sostenibles, fortaleciendo su autonomía y mejorando su capacidad de negociación en los mercados turísticos. Además, la protección del patrimonio se garantiza mediante la gestión directa por parte de las comunidades locales, quienes, como principales interesados, aseguran la preservación tanto del patrimonio cultural como natural.

Sin embargo, este modelo también enfrenta desafíos importantes. La capacitación insuficiente en algunas comunidades puede afectar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos. El financiamiento limitado representa otro obstáculo significativo, ya que muchas comunidades dependen del apoyo externo para desarrollar infraestructura básica y materiales promocionales. Además, los conflictos internos, particularmente aquellos relacionados con la distribución de beneficios, pueden generar tensiones que afectan la cohesión comunitaria y el éxito de los proyectos turísticos.

Ahora, profundicemos su aprendizaje mediante su participación en las siguientes actividades



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Analice el caso [Napo Wildlife Center](#) e identifique los factores de éxito y los desafíos en la implementación de modelos de gobernanza.
2. Realice una línea de tiempo en una infografía sobre el proceso evolutivo del turismo rural.

Nota. Conteste las actividades en su cuaderno de apuntes o en un documento de Word.



3. Con el propósito de evaluar su progreso en el estudio y fortalecer la comprensión de los conocimientos abordados en la unidad, responda la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 1

1. **¿Cuál fue el enfoque principal del desarrollo rural en las décadas de 1960 y 1970?**
 - a. Productividad agrícola.
 - b. Diversificación económica.
 - c. Gobernanza territorial.
 - d. Turismo rural.
2. **¿Qué factor comenzó a ganar relevancia en el desarrollo rural a partir de los años 90 en Ecuador?**
 - a. Producción agrícola intensiva.
 - b. Políticas de urbanización.
 - c. Turismo rural.
 - d. Privatización de servicios básicos.
3. **El turismo rural en Ecuador comenzó a consolidarse como una alternativa económica viable en los años 90.**

Verdadero

Falso
4. **Las comunidades indígenas en la Amazonía han utilizado el turismo rural solo como una herramienta económica, sin beneficios culturales.**

Verdadero

Falso



5. El turismo rural promueve la _____ al involucrar a proveedores locales y fomentar el comercio justo.

- a. Economía circular.
- b. Empresa.
- c. Economía.

6. Las mingas comunitarias son un ejemplo de cómo el turismo rural no contribuye al bienestar de las comunidades rurales.

Verdadero

Falso

7. En Ecuador, el agroturismo permite a los visitantes participar en actividades agrícolas tradicionales como la siembra y la cosecha.

Verdadero

Falso

8. La comunidad de Salinas de Guaranda no ha logrado superar sus desafíos de infraestructura y conectividad.

Verdadero

Falso

9. El turismo regenerativo busca simplemente minimizar el impacto negativo en las comunidades.

Verdadero

Falso

10. La Ruta del Cacao es un ejemplo de agroturismo que solo busca generar ingresos económicos.

Verdadero



Falso

11. **Papallacta ha logrado mejorar su atractivo turístico mediante un programa de colaboración con el Ministerio de Turismo.**

Verdadero

Falso

12. **El turismo rural en Ecuador no tiene ninguna relación con la preservación del patrimonio cultural.**

Verdadero

Falso

13. **Alausí fue reconocido como uno de los Pueblos Mágicos de Ecuador sin ningún impacto en su economía local.**

Verdadero

Falso

14. **El astroturismo es una de las nuevas modalidades turísticas que se están desarrollando en comunidades andinas.**

Verdadero

Falso

15. **La fragmentación de iniciativas turísticas no representa un desafío para el desarrollo del turismo rural en Ecuador.**

Verdadero

Falso

16. **El turismo rural en Ecuador surgió antes de los años 90 como estrategia de desarrollo.**



Verdadero

Falso

17. El turismo rural en Ecuador solo genera ingresos económicos para las comunidades.

Verdadero

Falso

18. La Amazonía ecuatoriana no ha desarrollado proyectos de turismo comunitario.

Verdadero

Falso

19. El sobreturismo es considerado un desafío global para el turismo rural.

Verdadero

Falso

20. La digitalización no representa un desafío para el turismo rural en Ecuador.

Verdadero

Falso

[Ir al solucionario](#)





Semana 4

Unidad 2. Estrategias y gestión del turismo rural

¿Se ha preguntado alguna vez cómo el turismo puede beneficiar realmente a las comunidades rurales sin dañar su esencia? Permítame compartirle una perspectiva interesante sobre esto.

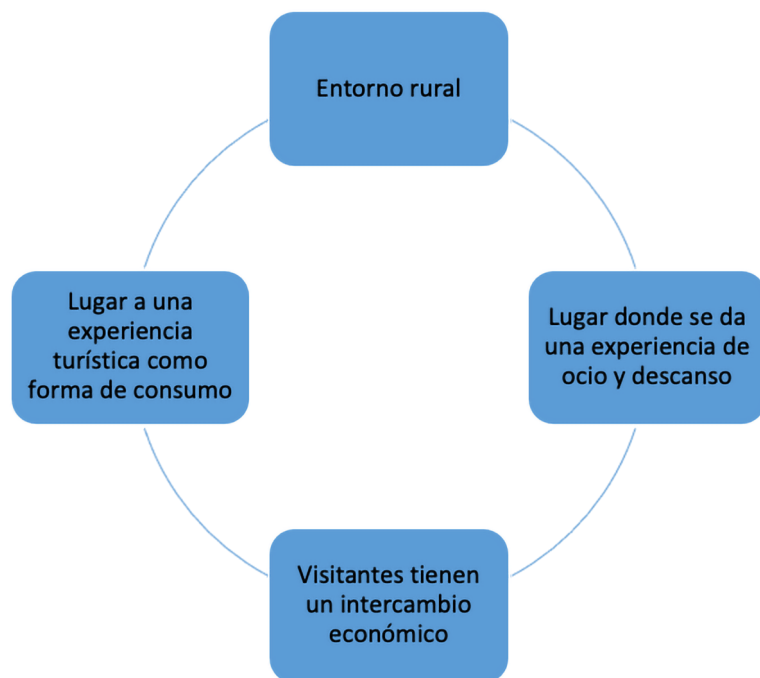
La actividad turística en entornos rurales trasciende la mera generación de ingresos, pues incorpora objetivos de protección ambiental y salvaguarda de las tradiciones comunitarias. De acuerdo con el análisis de García (2021) sobre turismo comunitario, cuando se implementan metodologías adecuadas y un manejo holístico, es posible asegurar el uso sostenible del patrimonio tanto natural como cultural, mientras se atienden las expectativas de los turistas. Este planteamiento lo podemos apreciar claramente en la figura 4, que se presenta a continuación.

¿Qué opina sobre esta forma de ver el turismo rural como algo más que una simple actividad económica?



Figura 4

Entorno rural



Nota. Adaptado de Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos (p. 44), por García Revilla, R, et al., 2021, Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Le invito a profundizar en este tema leyendo el apartado [Turismo rural](#), que se encuentra en el análisis de turismo rural en Colombia y España.

Estrategias y gestión del turismo rural

En esta unidad estudiaremos cómo la sensibilización ambiental y una gestión integral pueden contribuir al desarrollo equilibrado de las comunidades rurales.

2.1 Sensibilización y gestión integral ambiental

¿Se ha preguntado qué hace que el turismo rural sea verdaderamente exitoso?





Todo se reduce a un elemento: la **sostenibilidad**. Si desea generar un impacto positivo en su comunidad y preservar el entorno natural, necesita enfocarse en dos aspectos fundamentales. Primero, debe sensibilizar tanto a su comunidad como a sus visitantes sobre la importancia de conservar estos espacios. Segundo, es crucial que implemente una gestión ambiental efectiva.

Le mostraré cómo puede educar a todos los involucrados y establecer reglas claras para minimizar el impacto negativo que el turismo pueda tener en su territorio.

2.1.1 Educación ambiental para comunidades y turistas

La educación ambiental tiene un impacto transformador al fomentar una relación responsable con el entorno. Para que sea efectivo, debe dirigirse tanto a las comunidades locales como a los visitantes. Así, lo menciona Andrade, 2019, que esta puede integrarse con el turismo rural para fomentar prácticas sostenibles.

a. Programas dirigidos a comunidades locales:

Los residentes locales son los guardianes del ambiente en destinos rurales. Los programas de educación ambiental deben enfocarse en:

- **Prácticas agrícolas sostenibles:** Uso de técnicas como la agroforestería o cultivos rotativos que protegen los suelos y mejoran la biodiversidad.
 - En Loja, comunidades participantes en programas de agroecología para cultivar café orgánico de alta calidad sin agotar los recursos naturales.



- **Conservación de ecosistemas:** Talleres prácticos que capacitan en la protección de fuentes de agua, manejo forestal y recuperación de áreas degradadas.

- En la Amazonía ecuatoriana, comunidades kichwas realizan reforestación con especies nativas para contrarrestar la deforestación causada por la actividad minera.

- **Gestión de residuos y reciclaje:** Crear sistemas efectivos de reciclaje y sensibilizar sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar.

b. Educación ambiental para turistas:

La educación ambiental en el contexto del turismo rural constituye un elemento fundamental para garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos. Los visitantes desempeñan un papel crucial en este proceso, por lo que es necesario implementar programas educativos integrales que promuevan comportamientos responsables y conscientes con el entorno natural.

Los programas de educación ambiental deben enfocarse en informar sobre las normas básicas de conducta en áreas protegidas, incluyendo la gestión adecuada de residuos y la preservación de la flora y fauna local. Para lograr estos objetivos, resulta efectiva la implementación de diversas herramientas como guías informativas, señalización ambiental estratégicamente ubicada y actividades interpretativas que fomentan la comprensión y el respeto por el entorno natural.

Un ejemplo destacado de estas prácticas se encuentra en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, donde se han desarrollado talleres específicos para las comunidades indígenas. Estos programas se centran en la minimización del impacto turístico sobre los ecosistemas de páramo, mientras que los visitantes reciben información detallada sobre la fragilidad de estos entornos antes de participar en las visitas guiadas.



Para fomentar una educación ambiental efectiva, se han desarrollado diversas estrategias innovadoras. Entre ellas destaca el uso de aplicaciones y tecnologías interactivas que orientan a los turistas hacia prácticas responsables, la instalación de señalización interpretativa en senderos y puntos de interés que resaltan el valor ecológico de cada área, y la incorporación de programas de educación ambiental en las escuelas locales para crear conciencia desde edades tempranas. Además, se implementan campañas de sensibilización a través de plataformas digitales y puntos de información en los destinos, y se promueve el turismo educativo mediante actividades como la observación de flora y fauna con guías especializadas.

Es importante reconocer que el crecimiento del turismo rural puede ejercer una presión significativa sobre los ecosistemas y la infraestructura local si no se gestiona de manera adecuada. Por esta razón, resulta fundamental establecer lineamientos claros y específicos que contribuyan a reducir el impacto ambiental de las actividades turísticas. Estas directrices deben considerar tanto la capacidad de carga de los destinos como las necesidades de conservación de los ecosistemas locales, asegurando un equilibrio entre el desarrollo turístico y la preservación ambiental.

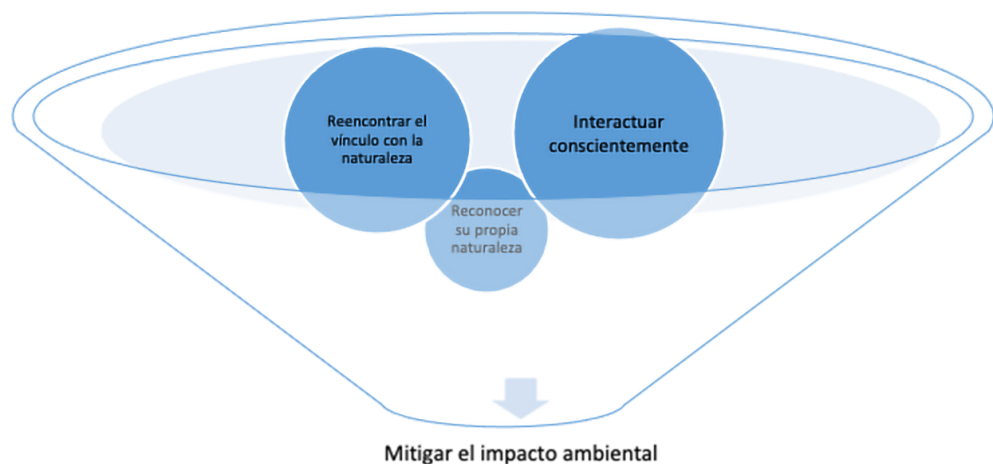
La implementación exitosa de estas estrategias requiere la colaboración activa entre operadores turísticos, comunidades locales y visitantes, creando un marco de responsabilidad compartida para la conservación del patrimonio natural. Este enfoque integral permite no solo minimizar los impactos negativos del turismo, sino también convertir la actividad turística en una herramienta efectiva para la conservación y la educación ambiental.

Desde una perspectiva holística, Rebolledo enfatiza la importancia de reconectar conscientemente con la naturaleza, como se ilustra en la figura 5. Esta interacción consciente implica restablecer el vínculo humano con la biodiversidad, reconociendo que formar parte del ciclo natural es esencial para el bienestar físico, mental y espiritual. Estudios han demostrado que estar en contacto con entornos naturales puede reducir significativamente los niveles de estrés y ansiedad.



Figura 5

Impactos y cuidados ambientales



Nota. Adaptado de Medio ambiente de montaña para el ecoturismo y turismo de naturaleza (p. 79), por P. Rebolledo, 2022, RiL Editores.

Si desea profundizar en este enfoque, ingrese a [Medio ambiente de montaña para el ecoturismo y turismo de aventura](#), en el apartado 6 de Impactos y cuidados ambientales, en donde se conjugan varios elementos que se debe tener en consideración para buenas prácticas turísticas sostenibles en la naturaleza.

Así, se exhorta en indicar que el desarrollo de lineamientos específicos es vital para mantener un equilibrio entre el crecimiento del turismo y la conservación del ambiente. Algunos de los principales lineamientos incluyen:

a. Planificación de capacidades de carga:

La gestión ambiental efectiva en el turismo rural requiere una planificación integral que considere múltiples aspectos, siendo la capacidad de carga uno de los más fundamentales. Este concepto evalúa el número máximo de visitantes que un destino puede recibir sin comprometer la integridad del ambiente ni la calidad de la experiencia turística. En Ecuador, existen casos exitosos de esta implementación, como el [Parque Nacional Cotopaxi](#),

donde las autoridades regulan sistemáticamente el acceso diario de visitantes para proteger los ecosistemas de páramo. Similar estrategia se aplica en las [Islas Galápagos](#), donde un moderno sistema de control de visitas protege la biodiversidad del archipiélago.

La infraestructura sostenible constituye otro pilar fundamental en la gestión ambiental turística. Esta contempla la incorporación de materiales locales y técnicas constructivas tradicionales en el desarrollo de instalaciones turísticas, complementadas con tecnologías ecológicas como paneles solares y sistemas de captación de agua pluvial. Esta aproximación se ejemplifica en la comunidad de Intag, Imbabura, donde los alojamientos ecológicos han implementado exitosamente sistemas de energía solar, reduciendo significativamente su dependencia de combustibles fósiles.

El monitoreo ambiental constituye una herramienta esencial para la gestión sostenible. En la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno, las guías locales participan en la recolección de datos sobre vida silvestre, información que resulta necesaria para ajustar las estrategias de conservación. Este seguimiento sistemático permite evaluar la contaminación, el estado de los ecosistemas y las dinámicas de las especies locales, facilitando la toma de decisiones informadas y oportunas.

La promoción de actividades turísticas de bajo impacto, como el senderismo, la observación de aves y la participación en prácticas agrícolas tradicionales, representa una estrategia efectiva para generar ingresos mientras se preserva el entorno natural. Estas actividades deben estar respaldadas por un marco legal, como la Ley de Gestión Ambiental de Ecuador, que establece principios claros para la conservación ambiental en proyectos turísticos y contempla sanciones para los infractores.

La gestión de residuos sólidos emerge como un componente crítico en la sostenibilidad turística rural. Localidades como Mindo, en Pichincha, han desarrollado iniciativas exitosas de reciclaje mediante la colaboración entre



autoridades municipales y organizaciones comunitarias. Estos programas demuestran la importancia de la participación local en la gestión ambiental efectiva.

La regulación de actividades turísticas debe ser específica y enfática en la prohibición de prácticas destructivas, como el uso de vehículos motorizados en ecosistemas frágiles. Estas normativas, combinadas con sistemas de monitoreo ambiental en tiempo real, permiten una gestión adaptativa que responda efectivamente a los cambios y presiones sobre los ecosistemas.

Este conjunto integrado de lineamientos y estrategias demuestra que la gestión ambiental efectiva en el turismo rural requiere un enfoque multifacético, donde la planificación cuidadosa, el monitoreo constante y la participación de todos los actores son elementos esenciales para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de los destinos turísticos.

b. Buenas prácticas en el manejo de senderos naturales.

La gestión efectiva de senderos turísticos requiere un equilibrio delicado entre el uso recreativo y la conservación ambiental, exigiendo un enfoque integral que considere múltiples aspectos de sostenibilidad. El diseño de estos senderos constituye el primer paso crucial en este proceso, donde resulta fundamental evitar áreas ecológicamente sensibles y priorizar el uso de materiales locales en su construcción. La incorporación estratégica de estaciones de descanso no solo mejora la experiencia del visitante, sino que también contribuye a minimizar el impacto ambiental al concentrar las áreas de uso intensivo.

El mantenimiento continuo emerge como un pilar fundamental para la preservación de estos espacios naturales. La implementación de programas regulares de inspección y reparación, junto con la formación de brigadas comunitarias dedicadas al mantenimiento periódico, asegura la conservación adecuada de los senderos y promueve la participación local en su gestión. Esta aproximación comunitaria fortalece el sentido de pertenencia y responsabilidad hacia estos recursos naturales.



La educación y sensibilización ambiental desempeñan son importantes en la gestión sostenible. La capacitación de guías locales para educar a los visitantes sobre normas ambientales y la importancia de la biodiversidad resulta fundamental. Un ejemplo destacado se encuentra en el [Parque Nacional Podocarpus](#), donde la señalización incorpora información detallada sobre la flora y fauna autóctonas, enriqueciendo la experiencia educativa de los visitantes mientras promueve la conservación.

La integración de tecnología moderna ha revolucionado la gestión de senderos turísticos. La implementación de aplicaciones móviles que proporcionan mapas interactivos y consejos de seguridad mejoran significativamente la experiencia del visitante mientras promueven prácticas sostenibles. En Europa, plataformas innovadoras como Komoot ejemplifican cómo la tecnología puede facilitar la planificación de rutas y fomentar el turismo responsable.

Para mitigar el impacto ambiental, resulta esencial establecer estrategias específicas y medicinales. El establecimiento de límites diarios de visitantes emerge como una herramienta efectiva para prevenir la sobreexplotación de los senderos. Complementariamente, la promoción de programas de reforestación en áreas degradadas por el uso turístico contribuye a la regeneración del ecosistema y asegura la sostenibilidad a largo plazo de estos espacios naturales.

La implementación exitosa de estas estrategias requiere la colaboración entre gestores de áreas protegidas, comunidades locales y visitantes. Este enfoque participativo no solo garantiza la conservación efectiva de los senderos, sino que también enriquece la experiencia turística mientras preserva el patrimonio natural para las generaciones futuras.



2.2 El Senderismo de naturaleza como modalidad de turismo rural

¿Ha descubierto el poder transformador del senderismo? Esta actividad va mucho más allá de una simple caminata por la naturaleza. Imagine recorrer los diversos senderos del Ecuador, donde cada paso no solo mejora su salud, sino que también contribuye al bienestar de las comunidades locales.



¿Sabía que al practicar senderismo está apoyando directamente a las economías rurales? Mientras explora estos magníficos paisajes, los pobladores locales obtienen nuevas oportunidades de ingreso, ya sean como guías, proporcionando servicios de alimentación o alojamiento.

Le invito a descubrir cómo el senderismo puede convertirse en un puente entre la aventura personal y el desarrollo sostenible. Al recorrer nuestros senderos, no solo vivirá una experiencia única donde la naturaleza y la cultura se encuentran, sino que también se convertirá en parte de un movimiento que protege y preserva estos tesoros naturales y culturales para las futuras generaciones.

2.2.1 Potencial de rutas de senderismo en Ecuador

Ecuador es un país privilegiado en términos de biodiversidad y paisajes variados, lo que lo convierte en un destino ideal para el senderismo. Su geografía incluye desde páramos andinos hasta bosques tropicales y costas, ofreciendo múltiples opciones para rutas de senderismo que destacan por su valor escénico, cultural y ecológico. López y García, 2018, proporcionando los



escenarios perfectos para la creación y gestión de rutas de senderismo, enfocadas en la sostenibilidad ambiental y el beneficio de las comunidades locales.

1. Diversidad de rutas:

- **Andes:** El Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica El Ángel ofrecen senderos rodeados de páramos y vistas espectaculares de volcanes.
- **Amazonía:** Caminos en la Reserva de Producción de Fauna Cuyabeno y el Parque Nacional Yasuní permiten a los turistas explorar la selva tropical y conocer comunidades indígenas.
- **Costa:** Áreas como el Bosque Protector Cerro Blanco en Guayas ofrecen senderos entre ecosistemas secos y húmedos.
- **Región insular:** Las Islas Galápagos son famosas por sus rutas que combinan paisajes volcánicos con observación de especies únicas, también están Los senderos del Parque Nacional Machalilla ofrecen vistas costeras y arqueología precolombina.

2. Impacto económico local:

El senderismo incentiva el desarrollo de servicios complementarios como guías locales, hospedajes rurales, y restaurantes de comida típica. Además, permite a las comunidades diversificar su economía y revalorizar su patrimonio cultural.

- La generación de empleo en actividades relacionadas, como guías turísticas, transportistas y operadores de hospedaje.
- La comercialización de productos locales, como artesanías, alimentos y bebidas típicas.
- El aumento del interés por la conservación ambiental como turístico.





Un ejemplo es El "[Camino del Inca, Camino Real o Qhapaq Ñan](#), en Ingapirca es una ruta que combina naturaleza y patrimonio cultural, atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales. Su éxito ha incentivado la formación de guías locales capacitados y la oferta de servicios complementarios.

3. Retos y oportunidades:

La falta de infraestructura y mantenimiento de rutas representa un desafío. Sin embargo, iniciativas como el programa [Ecuador Ama la Vida](#), han promovido el desarrollo turístico sostenible en áreas rurales.

2.2.2 Buenas prácticas en el manejo de senderos naturales

El manejo adecuado de senderos naturales constituye un elemento fundamental para garantizar la sostenibilidad ambiental y social del turismo rural, requiriendo un enfoque integral que abarca diversos aspectos de planificación y gestión. Este proceso comienza con un diseño y mantenimiento sostenible que considera cuidadosamente el impacto ambiental de cada decisión implementada.

La planificación inicial debe centrarse en el diseño de rutas que minimicen el impacto en áreas ecológicamente sensibles, prestando especial atención a la prevención de la erosión del suelo y la preservación de hábitats naturales. La instalación de infraestructura básica, incluyendo señalización apropiada, miradores estratégicamente ubicados y áreas de descanso, complementa este diseño inicial. El mantenimiento continuo, a través de inspecciones regulares y reparaciones oportunas, asegura la preservación a largo plazo de estos senderos.

La participación comunitaria surge como un pilar fundamental en la gestión exitosa de senderos naturales. El involucramiento activo de las comunidades locales en todas las etapas del proceso, desde el diseño inicial hasta la gestión cotidiana y la promoción turística, fomenta un profundo sentido de pertenencia y compromiso con la conservación del entorno. Un ejemplo



sobresaliente de esta aproximación se encuentra en el [Chocó Andino](#), donde las comunidades locales han desarrollado y gestionan rutas de senderismo que integran armoniosamente la biodiversidad con la cultura local, generando beneficios económicos a través del turismo responsable.

La implementación de regulaciones efectivas y sistemas de monitoreo constituye otro componente crucial. El establecimiento de límites de capacidad de carga, basados en estudios técnicos, previene el sobreuso de los senderos y sus consecuentes impactos negativos. Simultáneamente, el monitoreo continuo de indicadores ambientales clave, como la degradación del suelo y las posibles interferencias con hábitats de fauna silvestre, permite una gestión adaptativa que responda oportunamente a los cambios observados. Para profundizar este tema le invito a revisar [Gestión de crisis en el turismo, la cara emergente de la sostenibilidad](#), en el apartado 3, especialmente la tabla 3, en donde visualizará los indicadores tradicionales de turismo sostenible y los posibles indicadores adicionales de crisis potenciales.

La sensibilización de los visitantes representa el último eslabón en esta cadena de gestión sostenible. Los programas educativos dirigidos a turistas deben enfatizar las normas de comportamiento responsable, incluyendo la gestión adecuada de residuos, el respeto por la flora y fauna local, y la importancia de mantenerse en los senderos designados. La incorporación de tecnologías modernas, como aplicaciones móviles que proporcionan guías interactivas y mapas detallados, complementa estos esfuerzos educativos mientras mejora la experiencia del visitante.

La integración efectiva de estos componentes -diseño sostenible, participación comunitaria, regulaciones apropiadas y educación ambiental- crea un marco para la gestión de senderos naturales que beneficia tanto a las comunidades locales como al entorno natural, asegurando la sostenibilidad a largo plazo del turismo rural. Para conocer más sobre esta temática le invito a revisar el artículo sobre [Turismo rural en Ecuador](#) en el apartado 03.1 Turismo comunitario en el entre otros aspectos denota que la comunidad debe involucrarse en la planificación y el desarrollo del proyecto y ser aceptado por todos los miembros de la comunidad.





Unidad 2. Estrategias y gestión del turismo rural

2.3. Diversificación de productos turísticos

¿Está listo para descubrir cómo transformar el destino rural en una experiencia turística inolvidable? Imagine poder ofrecer a los visitantes no solo un lugar para descansar, sino todo un mundo de experiencias únicas que capturan la esencia de la comunidad. El secreto está en la **diversificación**.



¿Por qué limitarse a una sola actividad cuando puede crear un abanico de experiencias? Piense en las posibilidades: desde compartir actividades relacionadas con la agricultura local hasta guiarlos en una experiencia gastronómica con los sabores únicos del territorio.

En Ecuador, las opciones son infinitas: podría desarrollar rutas del vino, organizar sesiones de observación de estrellas, o diseñar tours que muestren las tradiciones ancestrales.

Esta variedad no solo atraerá a más viajeros con diferentes intereses, sino que también fortalecerá la economía de la comunidad. Al crear experiencias innovadoras que conectan naturalmente con recursos locales, sean naturales, culturales o sociales. Así se construye un destino más competitivo y resiliente.

¿Se imagina el impacto positivo que esto podría tener en la comunidad? No solo se generarán más oportunidades económicas, sino también preservando y compartiendo el patrimonio de una manera sostenible y significativa. Revisemos algunas modalidades y ejemplos que se despliegan de la diversificación.



2.3.1 Modalidades de diversificación en el turismo rural

El turismo rural en Ecuador ha evolucionado para incluir diversas modalidades que conectan a los visitantes con las tradiciones locales y el entorno natural. El agroturismo surge como una experiencia significativa que permite a los turistas participar activamente en actividades agrícolas tradicionales. En la provincia de Tungurahua, la comunidad de [Los Salasaka](#) que ejemplifica esta modalidad al ofrecer talleres de tejido y visitas a huertos orgánicos, preservando simultáneamente sus prácticas culturales ancestrales. La creación de paquetes turísticos que incluyen experiencias educativas, como la producción artesanal de quesos o la preparación de café, fortalece esta oferta turística.

El enoturismo representa una tendencia creciente en regiones específicas del país, particularmente en las provincias de Azuay y Loja. La Ruta del Vino en Loja se destaca como una iniciativa exitosa que integra visitas a viñedos locales con degustaciones, enriquecidas por expresiones culturales como la gastronomía y música tradicional. El diseño de circuitos que incorporan viñedos y la participación de productores locales fortalece esta modalidad turística emergente.

El turismo gastronómico aprovecha la rica herencia culinaria como puente cultural entre visitantes y comunidades locales. El festival de la fanesca durante la Semana Santa en la Sierra ecuatoriana ejemplifica cómo las tradiciones culinarias pueden convertirse en atractivos turísticos significativos. La organización de talleres culinarios interactivos, donde los visitantes aprenden a preparar platos emblemáticos como el ceviche o el loco de papas, enriquece la experiencia turística mientras preserva el patrimonio gastronómico.

El astroturismo emerge como una modalidad innovadora que capitaliza las condiciones naturales privilegiadas de ciertas regiones. En el cantón Alausí, la observación astronómica se enriquece con narrativas ancestrales indígenas,



creando una experiencia que fusiona ciencia y cultura tradicional. La implementación de puntos de observación equipados con tecnología adecuada y guías especializadas fortalece esta oferta turística única.



Esta diversificación de experiencias turísticas rurales no solo genera oportunidades económicas para las comunidades locales, sino que también contribuye a la preservación y valorización del patrimonio cultural y natural del Ecuador.

2.3.2 Estrategias para implementar la diversificación

El desarrollo exitoso del turismo rural comunitario requiere una planificación estratégica que comience con la identificación meticulosa de recursos y capacidades locales. Las comunidades deben realizar un inventario de sus recursos naturales, culturales y humanos para determinar su potencial turístico. La comunidad de Saraguro en Loja ejemplifica esta práctica al haber identificado exitosamente sus elementos culturales distintivos, como la música y la vestimenta tradicional, transformándolos en atractivos turísticos significativos.

La capacitación comunitaria constituye un pilar fundamental en este proceso de desarrollo. La formación integral en áreas críticas como atención al cliente, gestión empresarial y sostenibilidad ambiental fortalece las capacidades locales. El programa “Turismo Rural y Sostenibilidad” implementado en la provincia de Imbabura demuestra la efectividad de esta aproximación, habiendo capacitado exitosamente a guías locales en la interpretación y presentación de narrativas culturales.

La promoción y el marketing estratégico emergen como elementos cruciales para el éxito de estas iniciativas. Las campañas de promoción deben enfatizar la autenticidad de los productos turísticos rurales, aprovechando las plataformas digitales para alcanzar mercados específicos. La campaña nacional “Ecuador es Diversidad” ilustra esta estrategia al promocionar efectivamente rutas temáticas que destacan la riqueza cultural y natural de las cuatro regiones del país.



El establecimiento de alianzas estratégicas completa este marco de desarrollo turístico. La colaboración sinérgica entre gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales y el sector privado facilita la obtención de financiamiento y asegura la sostenibilidad de los proyectos. En Chimborazo, estas alianzas han permitido el desarrollo exitoso del circuito de comunidades indígenas alrededor del volcán, demostrando el potencial de la colaboración intersectorial en el turismo rural comunitario.

¿Qué le ha parecido el tema? Es interesante, ¿verdad? Ahora, le invito a enriquecer lo aprendido participando en las actividades que se presentan a continuación.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Diseñe una propuesta para un destino turístico rural sostenible, considerando la educación ambiental y lineamientos para mitigar impactos.
2. Reflexione: ¿cómo le gustaría contribuir a la protección del ambiente mientras promueve el desarrollo del turismo rural? Piense en un caso práctico, en su comunidad o en un destino rural que conozca y desarrolle una propuesta sostenible. Recuerde que su creatividad y compromiso pueden marcar la diferencia para las generaciones futuras.

Nota. Conteste las actividades en su cuaderno de apuntes o en un documento de Word.

3. Con el propósito de evaluar su progreso en el estudio y fortalecer la comprensión de los conocimientos abordados en la unidad, responda la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 2

1. ¿Cuál es el objetivo principal del turismo rural?



- a. Incrementar el flujo turístico.
- b. Promotor de beneficios económicos y ambientales.
- c. Fomentar el turismo urbano.
- d. Reducir los costos de viaje.

2. ¿Qué técnica agrícola sostenible protege los suelos y mejora la biodiversidad?

- a. Agricultura extensiva.
- b. Agroforestería.
- c. Monocultivo intensivo.
- d. Uso de pesticidas químicos.

3. ¿Qué acción ayuda a mitigar el impacto del turismo en áreas protegidas?

- a. Incrementar el número de turistas.
- b. Evitar cualquier tipo de visita.
- c. Implementar señalización ambiental.
- d. Reducir las actividades culturales.

4. ¿Qué enfoque es esencial para una gestión ambiental efectiva en el turismo rural?

- a. Maximizar el turismo en todas las áreas.
- b. Sensibilizar a comunidades y turistas.
- c. Reducir la biodiversidad para facilitar el acceso.
- d. Centralizar todas las actividades en áreas urbanas.

5. ¿Cuál es un ejemplo de turismo educativo mencionado en el texto?

- a. Talleres de cocina local.
- b. Paseos en vehículos motorizados.
- c. Observación de flora y fauna.
- d. Actividades de entretenimiento masivo.



6. La _____ es vital para fomentar comportamientos responsables en turistas y comunidades locales.
- a. Educación ambiental.
 - b. Educación.
 - c. Instrucción.
7. La técnica agrícola _____ protege los suelos y mejora la biodiversidad en el turismo rural.
- a. Agroforestería.
 - b. De terrazas.
 - c. Riego.
8. Las _____ en senderos resaltan la importancia ecológica y cultural de las áreas rurales.
- a. Señales interpretativas.
 - b. Visitas.
 - c. Normas.
9. El turismo rural busca equilibrar el desarrollo económico con la _____ ambiental y cultural.
- a. Conservación.
 - b. Justicia.
 - c. Sostenibilidad.
10. El concepto de _____ mide la cantidad de visitantes que un lugar puede soportar sin causar daño.
- a. Capacidad de carga
 - b. Flujo turístico
 - c. Ecosistema.
11. Los talleres de cocina tradicional con ingredientes locales promueven la sostenibilidad.



Verdadero

Falso

12. El turismo rural puede funcionar sin estrategias de educación ambiental.

Verdadero

Falso

13. El reciclaje es una práctica importante en el manejo de residuos en turismo rural.

Verdadero

Falso

14. El turismo rural debe centrarse únicamente en beneficios económicos.

Verdadero

Falso

15. Los ecosistemas de páramos son sensibles al impacto turístico.

Verdadero

Falso

16. El desarrollo de rutas temáticas puede diversificar el turismo rural.

Verdadero

Falso

17. La educación ambiental debe enfocarse únicamente en adultos.

Verdadero



Falso

18. **Las tecnologías interactivas pueden ayudar en la sensibilización turística.**

Verdadero

Falso

19. **La reforestación con especies nativas no es relevante en el turismo rural.**

Verdadero

Falso

20. **La falta de planificación de la capacidad de carga puede afectar la sostenibilidad del turismo rural.**

Verdadero

Falso

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 6

Unidad 3. Comunicación y revitalización cultural

¿Ha notado el poder que tiene la comunicación para transformar un pequeño pueblo en un destino turístico? Veamos cómo funciona esto.





La comunicación desempeña un papel esencial en la promoción del turismo rural, actuando como un puente entre las comunidades anfitrionas y los turistas. En comunidades rurales se pueden utilizar estrategias de comunicación para promover sus destinos turísticos de manera efectiva, lo indican López y Valdez, 2020.

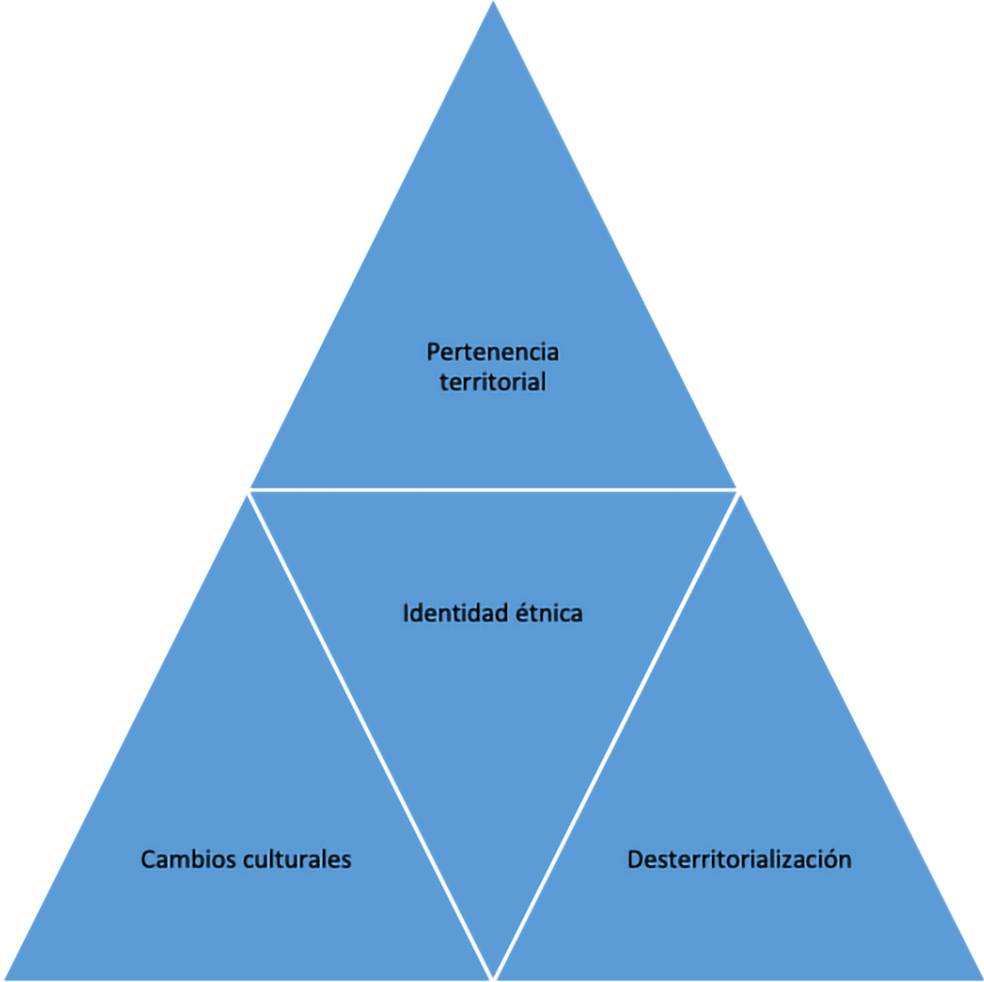
Por otro lado, revitalizar las tradiciones y prácticas culturales locales contribuye a consolidar la identidad de las comunidades, incrementando su atractivo para los visitantes. A través de estrategias integrales y una narrativa convincente, es posible posicionar los destinos rurales en mercados nacionales e internacionales.

Ambos conceptos están estrechamente relacionados, ya que una comunicación efectiva permite destacar los valores culturales únicos de un destino, mientras que la revitalización cultural refuerza el atractivo turístico, promoviendo la sostenibilidad y la participación de las comunidades. Este trabajo endógeno retribuye a la comunidad en su fortalecimiento. Existen diferentes aspectos, que inciden en el fortalecimiento de la identidad, tal como lo menciona Velazco. En la figura 6, identifique cuáles son y cómo se interrelacionan.

¿Qué estrategias de comunicación cree que serían más efectivas para promover el turismo en su comunidad?



Figura 6
Identidad étnica



Nota. Adaptado de Otras formas de defender el territorio: la revitalización cultural e identidad del pueblo Cochimí de Baja California [Imagen], por A. Velazco, 2020, [Scielo](#).

3.1. Comunicación para el desarrollo turístico

Rol de la comunicación en la promoción del turismo rural



La comunicación en el turismo rural no es solo una herramienta de promoción, sino un medio para transmitir la esencia cultural y natural de un destino. Al hacerlo, no solo se fomenta la llegada de turistas, sino también el respeto y aprecio por los valores locales.

Elementos del rol comunicativo:

1. Difusión de mensajes auténticos:

Los turistas buscan experiencias genuinas. La comunicación debe destacar las tradiciones, prácticas culturales y riquezas naturales únicas del lugar, invitando al visitante a conectarse emocionalmente con el destino.

- Ejemplo práctico: la promoción de las [Fiestas de San Pedro y San Pablo](#) en las comunidades ecuatorianas, la cual se centra en su valor histórico y simbólico.

2. Educación del turista:

Informar sobre buenas prácticas, como el respeto a las normas locales y la preservación ambiental, asegura que el turismo contribuya al desarrollo sostenible.

3. Herramientas digitales:

Las redes sociales, blogs de viajes y plataformas como YouTube han transformado la comunicación turística. Permiten a las comunidades rurales, incluso con recursos limitados, proyectarse al mundo.

- **Ejemplo:** La comunidad de Nono utiliza Instagram para mostrar sus atractivos naturales y promover actividades como caminatas guiadas.

La comunicación como herramienta



La comunicación en el turismo rural no solo consiste en la promoción de destinos, sino en la creación de narrativas auténticas que conectan emocionalmente al visitante con la cultura local. Este enfoque implica transmitir mensajes coherentes sobre la sostenibilidad, el respeto por las comunidades anfitrionas y el valor de sus tradiciones.

Estrategias de comunicación efectiva:

La comunicación efectiva en el turismo rural requiere un enfoque integral, que aproveche tanto las tecnologías digitales como los elementos culturales tradicionales. Las plataformas digitales y redes sociales han transformado la manera en que las comunidades rurales alcanzan a su público objetivo, permitiendo compartir contenido visual atractivo que resalta la autenticidad cultural. La campaña “Rincones de Ecuador” ejemplifica esta estrategia al utilizar Instagram para mostrar tradiciones culinarias y paisajes rurales.

La incorporación de narrativas culturales en la promoción turística crea conexiones emocionales significativas con los visitantes potenciales. En Otavalo, la promoción de los mercados artesanales trasciende la simple exhibición de productos al compartir las historias personales de las familias artesanas, enriqueciendo la experiencia turística con un contexto cultural profundo.

El desarrollo de capacidades locales resulta fundamental, particularmente, en la formación de líderes comunitarios en técnicas de comunicación efectiva. Esta capacitación se complementa con la creación de marcas locales distintivas, como demuestra el éxito del eslogan “Ecuador ama la vida” en la atracción de ecoturistas.

La colaboración estratégica con creadores de contenido e influencers especializados en turismo sostenible amplía significativamente el alcance de los destinos rurales. Las promociones de lugares como [Quilotoa](#) y la [Amazonía ecuatoriana](#) por parte de influencers han destacado exitosamente tanto los paisajes excepcionales como las interacciones respetuosas con las comunidades locales.



La participación en eventos promocionales, como la [Feria Internacional de Turismo \(FITUR\)](#), complementa la presencia digital. La digitalización de la promoción turística, mediante páginas web dinámicas y aplicaciones móviles, facilita el acceso a información actualizada y reservas directas. El desarrollo de contenido visual profesional, incluyendo documentales sobre tradiciones andinas en plataformas globales de streaming, ha despertado interés internacional en las zonas rurales ecuatorianas.



Esta aproximación integral a la comunicación turística genera múltiples beneficios: aumenta la visibilidad de los destinos rurales, promueve prácticas sostenibles mediante mensajes sobre respeto ambiental y cultural, y fomenta interacciones significativas entre visitantes y comunidades anfitrionas.

3.2. Revitalización cultural a través del turismo

La revitalización cultural mediante el turismo rural implica recuperar, preservar y promover las tradiciones, costumbres y saberes ancestrales de las comunidades. Este enfoque no solo fortalece la identidad cultural, sino que también genera oportunidades económicas para las localidades rurales. García y Torres, 2018, consideran que en Ecuador han utilizado el turismo como medio para revitalizar y preservar su patrimonio cultural.

Preservación y promoción de las tradiciones culturales mediante actividades turísticas

La integración de tradiciones culturales en las actividades turísticas constituye una estrategia fundamental para su preservación y promoción. Los talleres de aprendizaje interactivo permiten a los visitantes sumergirse en prácticas tradicionales, como se evidencia en la comunidad de Saraguro, donde los turistas participan activamente en el arte del tejido y la confección de trajes típicos, contribuyendo así a la preservación de estas técnicas ancestrales mientras comprenden su valor cultural.



Los festivales culturales representan otro pilar importante en esta integración. El [Inti Raymi en Otavalo](#) ejemplifica cómo estos eventos no solo atraen turistas nacionales e internacionales, sino que también fortalecen los lazos comunitarios a través de celebraciones que incluyen música, danza y gastronomía tradicional. Las rutas culturales temáticas, como las “[Rutas del Cacao](#)” en la región costera ecuatoriana, complementan esta oferta al proporcionar experiencias educativas sobre el impacto histórico, económico y cultural de productos emblemáticos.

Casos exitosos como la Comunidad [Kichwa Añangu en el Yasuní](#) y [Salinas de Guaranda](#) demuestran cómo el turismo puede revitalizar la identidad cultural de manera sostenible. La comunidad Añangu ha logrado un equilibrio ejemplar entre la conservación ambiental y la promoción cultural a través de su albergue ecológico, donde los visitantes participan en actividades como caminatas guiadas, talleres de idioma kichwa y rituales ancestrales. Por su parte, Salinas de Guaranda ha transformado su producción artesanal de sal, quesos y chocolates en una experiencia turística integral que permite a los visitantes participar activamente en los procesos productivos tradicionales.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 7

Unidad 3. Comunicación y revitalización cultural

3.3 Marketing cultural en el turismo rural

Estimado estudiante, imagine que estamos sentados en la terraza de una pequeña posada rural, disfrutando de un café mientras conversamos sobre cómo el marketing cultural puede transformar la experiencia del turismo rural.

¿Alguna vez se ha preguntado qué hace que un destino rural sea realmente especial? Se trata de ir más allá de los paisajes bonitos. El marketing cultural busca precisamente eso: destacar la autenticidad y singularidad de estos lugares, creando conexiones profundas con turistas que buscan experiencias genuinas.



Según Vega (2021), existen estrategias clave para promover y fortalecer el turismo cultural en las comunidades rurales. Estas estrategias deben aprovechar tanto medios tradicionales como digitales, creando narrativas que transporten al viajero más allá de ser un simple espectador, convirtiéndolo en un participante activo de la historia local.



Imagine poder contar la historia de un pueblo a través de sus tradiciones, sus sabores y su gente. Eso es marketing cultural: transformar un viaje en una experiencia inmersiva que conecte emocionalmente al turista con el destino.

3.3.1 Diseño de campañas que resalten la autenticidad cultural de los destinos

El marketing efectivo del turismo rural requiere estrategias que resalten la autenticidad cultural y creen conexiones emocionales con los visitantes potenciales.

El *storytelling* emerge como una herramienta fundamental, construyendo narrativas que capturan la esencia de las comunidades locales. En [Guamote](#), por ejemplo, la promoción turística se centra en la vida vibrante de su mercado indígena, destacando la riqueza cromática, la diversidad de productos locales y las interacciones sociales significativas que ocurren en este espacio tradicional.

El branding cultural constituye otro elemento crucial en la promoción turística rural. El desarrollo de identidades visuales y mensajes que reflejen fielmente los valores comunitarios fortalece la autenticidad de la oferta turística. La campaña “Vive lo auténtico: descubre la herencia cultural de Loja” ejemplifica esta aproximación, resaltando el patrimonio musical y artístico de la región de manera coherente y atractiva.

La integración de experiencias gastronómicas complementa estas estrategias de marketing cultural. La comida tradicional actúa como un poderoso vehículo para la promoción cultural, permitiendo a los visitantes conectar directamente



con las tradiciones locales. La “Ruta de la Fanesca” durante Semana Santa, demuestra cómo un elemento gastronómico puede convertirse en un atractivo turístico significativo, combinando historia, tradición y experiencias culinarias auténticas. Para conocer más sobre este tema, revisar [Dirección de marketing](#) en el capítulo 12, específicamente el apartado de marketing en acción. Aquí se puede identificar el enfoque en los principales mercados en desarrollo y la evaluación de mercados potenciales.

3.3.2 Uso de tecnologías digitales para promover experiencias culturales

Las plataformas digitales actuales ofrecen oportunidades innovadoras para promocionar el turismo cultural rural. Las redes sociales, especialmente Instagram y TikTok, facilitan la difusión efectiva de contenido audiovisual que destaca elementos culturales distintivos. Un ejemplo exitoso es la serie de publicaciones en Instagram sobre la cerámica de Cuenca, que combina contenido visual con tutoriales breves sobre técnicas tradicionales de fabricación.

Las plataformas de reserva en línea han evolucionado para incluir experiencias culturales inmersivas. Servicios como *Airbnb Experiences* permiten a las comunidades locales ofrecer directamente actividades culturales auténticas. La experiencia “Aprende a cocinar empanadas con una familia local en Vilcabamba” ejemplifica cómo estas plataformas facilitan conexiones culturales significativas entre visitantes y anfitriones.

Otro caso de experiencia virtual es el libro [Nacionalidades y pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios del Ecuador](#), este representa una innovadora propuesta que utiliza tecnologías de Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA) para visibilizar y preservar la diversidad cultural de los pueblos Saraguro, Cañari y la nacionalidad Shuar. Esta plataforma digital permite a los usuarios explorar e interactuar con elementos culturales de estas comunidades, superando las limitaciones geográficas y ofreciendo una experiencia inmersiva que destaca el patrimonio cultural de estos territorios.



La iniciativa no solo funciona como una herramienta de difusión cultural, sino que también constituye una estrategia de conservación digital que permite a públicos globales conocer y apreciar las tradiciones, rituales y costumbres de estos pueblos indígenas. Mediante recursos tecnológicos de última generación, la plataforma transforma la experiencia de aprendizaje cultural, haciendo accesible información que tradicionalmente requeriría una visita presencial.

Las tecnologías emergentes de realidad virtual y realidad aumentada están transformando radicalmente la promoción turística tradicional. Estas herramientas permiten a los potenciales visitantes experimentar virtualmente destinos como el mercado de Otavalo, ofreciendo una vista anticipada que genera interés y aumenta las probabilidades de reserva.

Esta aproximación tecnológica no solo mejora la visibilidad de los destinos rurales, sino que también enriquece significativamente la experiencia de planificación del viaje. Al permitir a los usuarios acercarse digitalmente en el entorno cultural y paisajístico antes de su visita física, creando una conexión anticipada que incrementa el valor percibido del destino turístico.

La innovación digital se convierte así en un puente entre la expectativa del viajero y la realidad cultural de los destinos rurales, democratizando el acceso a información y generando mayor interés por experiencias turísticas auténticas y poco conocidas.

Es tiempo de fortalecer su aprendizaje mediante su participación en las siguientes actividades.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividades para el estudiante

1. Investigación en campo:



Visite una comunidad local y documente sus actividades culturales. Luego, diseñe una propuesta de cómo podrían integrarse en un paquete turístico.

2. Taller práctico:

Planifique un taller turístico que promueva una tradición cultural. Presente la planificación para su implementación en una comunidad específica.

Nota. Conteste las actividades en su cuaderno de apuntes o en un documento de Word.

3. Con el propósito de evaluar su progreso en el estudio y fortalecer la comprensión de los conocimientos abordados en la unidad, responda la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 3

1. **¿Qué rol desempeña la comunicación en la promoción del turismo rural?**
 - a. Exclusivamente atraer turistas.
 - b. Promocionar productos comerciales.
 - c. Transmitir la esencia cultural y natural de un destino.
 - d. Incrementar los precios de los paquetes turísticos.
2. **¿Qué estrategia de comunicación permite destacar historias locales en los mensajes promocionales?**
 - a. Uso de herramientas digitales.
 - b. Narrativas culturales.
 - c. Colaboración con influencers.
 - d. Creación de marca local.
3. **¿Qué elemento fortalece el vínculo emocional entre turistas y destinos culturales?**



- a. Publicidad masiva.
- b. Historias locales auténticas.
- c. Ofertas comerciales.
- d. Redes de transporte.

4. ¿Qué beneficio aporta la comunicación estratégica al turismo rural?

- a. Disminuye la sostenibilidad del destino.
- b. Reduce la participación comunitaria.
- c. Promueve el respeto ambiental y cultural.
- d. Elimina las costumbres locales.

5. La comunicación en el turismo rural solo sirve para promocionar destinos.

Verdadero

Falso

6. Las redes sociales no tienen impacto en la promoción del turismo rural.

Verdadero

Falso

7. La revitalización cultural mediante el turismo rural solo beneficia a los turistas.

Verdadero

Falso

8. Las rutas culturales integran elementos históricos y culturales de las comunidades.

Verdadero



Falso

9. **El uso de tecnologías digitales permite una mayor proyección de los destinos rurales.**

Verdadero

Falso

10. **¿Qué rol principal tiene la comunicación en el turismo rural?**

- a. Publicitar destinos masivos.
- b. Transmitir la esencia cultural y natural de un lugar.
- c. Eliminar costumbres locales.

11. **¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de una herramienta digital útil para comunidades rurales?**

- a. Folletos impresos.
- b. Redes sociales.
- c. Publicidad televisiva.
- d. Anuncios radiales.

12. **¿Qué estrategia contribuye al fortalecimiento de la identidad cultural?**

- a. Creación de centros comerciales.
- b. Revitalización de tradiciones locales.
- c. Sustitución de costumbres por prácticas modernas.
- d. Disminuir el uso de herramientas digitales.

13. **¿Qué beneficio aporta el desarrollo de una marca local?**

- a. Homogeneizar las culturas.
- b. Aumentar la autenticidad y el atractivo del destino.
- c. Promover solo elementos modernos.
- d. Reducir la interacción turista-comunidad.

14. **¿Qué tipo de comunicación es más efectiva para los turistas?**



- a. Mensajes auténticos y emocionales.
- b. Publicidad genérica y masiva.
- c. Contenido únicamente visual.
- d. Información exclusivamente técnica.

15. ¿Cuál es el impacto de narrativas culturales en el turismo rural?

- a. Aumenta la desconexión entre visitantes y comunidades.
- b. Fomenta vínculos emocionales entre turistas y destinos.
- c. Reemplaza tradiciones por prácticas modernas.
- d. Limita la visibilidad del destino.

16. ¿Qué efecto tiene la digitalización en la promoción turística?

- a. Dificulta la difusión de los destinos rurales
- b. Permite una mayor proyección de destinos culturales.
- c. Restringe la creatividad en la comunicación.
- d. Disminuye el interés por los valores culturales.

17. ¿Qué tipo de contenido destaca mejor las tradiciones locales?

- a. Publicaciones genéricas.
- b. Videos y fotografías profesionales.
- c. Anuncios radiales tradicionales.
- d. Mensajes impersonales.

18. ¿Cómo impacta la colaboración con influencers en el turismo rural?

- a. Reduce el alcance de las campañas.
- b. Incrementa la visibilidad del destino.
- c. Genera información no confiable.
- d. Elimina el enfoque cultural.

19. ¿Qué actividad ayuda a preservar tradiciones mediante el turismo?

- a. Talleres interactivos sobre prácticas tradicionales.



- b. Reemplazo de actividades culturales por eventos modernos.
- c. Eliminación de costumbres ancestrales.
- d. Promoción de actividades genéricas sin contexto cultural.

20. **El objetivo del marketing cultural en el turismo rural es únicamente económico, sin considerar la conservación cultural o social.**

Verdadero

Falso

Ir al solucionario

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 8

¡Estimado estudiante! ¿Se siente nervioso? Es normal ante una evaluación, pero ¿sabe qué? ¡Está más preparado de lo que cree!

Imagine que esta evaluación es como llegar a la cima de una montaña que ha estado escalando durante todo el bimestre. Cada clase síncrona, cada lectura, cada tarea ha sido un paso que le ha acercado a la cima. ¡Y ahora es su momento!

¿Se ha dado cuenta de cuánto ha aprendido hasta ahora? Es impresionante cómo los conceptos que al principio parecían complejos ahora forman parte de su conocimiento. Esta evaluación es su oportunidad para demostrar ese crecimiento.

Para que se sienta más seguro, le invito a hacer algunas cosas importantes:

Le invito a realizar una revisión por los contenidos más representativos de este bimestre a través del siguiente vídeo.

[Revisión de contenidos del primer bimestre](#)



¿Sabe qué es lo mejor? Este no es un final, sino un paso más en su viaje de aprendizaje. Es como tomar una foto del paisaje desde la cima de la montaña - nos muestra lo lejos que ha llegado y nos da una vista de hacia dónde vamos.

¿Tiene alguna duda específica sobre la evaluación?, ¿hay algún tema que le gustaría repasar? Recuerde que estamos aquí para apoyarle en este proceso.

¡Confíe en su preparación y demuestre todo lo que ha aprendido!

Es tiempo de fortalecer su aprendizaje mediante su participación en las siguientes actividades.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Revisión de las unidades de primer bimestre

1. Realice una lectura comprensiva de las unidades de primer bimestre que se encuentran en la guía didáctica, no olvide la bibliografía complementaria.
2. Revise las autoevaluaciones y actividades de aprendizaje recomendadas; estas afianzarán lo aprendido.
3. Si usted, por alguna razón, no pudo desarrollar la actividad asíncrona (chat o video colaboración), debe ingresar a la plataforma y completar la actividad suplementaria planteada. De esta manera, tiene la posibilidad de recuperar su puntaje; esta estará habilitada a la siguiente semana que se realizó la actividad síncrona.





Segundo bimestre

Resultados de aprendizaje 1:

Aplica los diferentes lineamientos estratégicos para una gestión adecuada del turismo rural en el Ecuador como aporte dinamizador de la economía local.

Con los contenidos que se abordarán se busca formar profesionales capaces de valorar el patrimonio natural y cultural con fines turísticos, promoviendo el desarrollo sostenible, la equidad y el respeto a la interculturalidad. A través de las unidades de Inclusión y Empoderamiento, Sostenibilidad y Resiliencia, y Casos Prácticos y Estrategias de Éxito, los estudiantes desarrollan competencias para integrar a actores locales en la planificación turística, gestionar destinos sostenibles y aplicar estrategias innovadoras que dinamicen la economía rural sin comprometer la autenticidad cultural ni los recursos naturales.

La materia fomenta el aprendizaje práctico mediante el análisis de casos exitosos y el diseño de propuestas estratégicas aplicables a contextos reales. Al completar la asignatura, los estudiantes estarán capacitados para liderar proyectos turísticos que respeten el entorno, fortalezcan la resiliencia comunitaria y generen un impacto positivo en las economías locales, alineándose con el perfil de egreso de profesionales innovadores, éticos y comprometidos con la sostenibilidad.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.





Unidad 4. Inclusión y empoderamiento

¿Se ha detenido alguna vez a pensar cómo el turismo rural puede ser un verdadero motor de transformación social? Imagina un escenario donde no solo se visitan paisajes, sino donde cada viaje se convierte en una oportunidad de crecimiento para toda la comunidad.

La inclusión y la capacitación en el turismo rural son mucho más que palabras. Son esenciales para un desarrollo verdaderamente sostenible. Como lo confirma Scheyvens (2019), el turismo puede convertirse en una herramienta poderosa de empoderamiento, especialmente para grupos tradicionalmente marginados.



Pensemos en las mujeres rurales. No son simples anfitrionas o personal de servicio, sino protagonistas fundamentales del desarrollo local. A través del turismo, pueden acceder a nuevas oportunidades económicas, roles de liderazgo y espacios de decisión que históricamente les han sido negados.

4.1 El Papel de la mujer en el turismo rural

El turismo rural se presenta como una herramienta para promover la igualdad de género, ofreciendo a las mujeres oportunidades para liderar proyectos, fortalecer su independencia económica y revitalizar sus comunidades desde un ámbito endógeno.

Participación femenina en proyectos turísticos rurales



La participación de las mujeres en el turismo rural es diversa. Suelen desempeñar roles esenciales en áreas como la gestión de alojamientos rurales, la organización de actividades culturales, gastronómicas y la elaboración de productos artesanales.

- **Un ejemplo práctico:** en comunidades como Saraguro, las mujeres lideran iniciativas de turismo comunitario, ofreciendo experiencias auténticas como talleres de tejido tradicional y cocina ancestral. Estas actividades no solo generan ingresos, sino que también fortalecen el valor cultural de la región.
- **Dato relevante:** Según Díaz y Romero (2019), las mujeres representan hasta el 60 % de la fuerza laboral en proyectos de turismo rural en Ecuador, lo que subraya su papel protagónico en este sector.

Empoderamiento económico y social a través del turismo

El empoderamiento de las mujeres a través del turismo rural no solo se mide en términos económicos, sino también en su capacidad para tomar decisiones, liderar proyectos y transformar sus comunidades. Le invito a revisar el capítulo 3 de [Mujeres & Negocios: la inclusión que las organizaciones requieren](#). En este aspecto descubrirá cómo la lucha de la mujer ha contribuido a su inclusión y sean ellas quienes lideren los negocios.

- **Impacto económico:** Las mujeres que participan en proyectos de turismo rural tienen acceso a ingresos estables, lo que les permite invertir en educación, salud y mejoras en sus hogares.
- **Impacto social:** A través del turismo, muchas mujeres han encontrado plataformas para compartir sus historias, reivindicar sus derechos y visibilizar sus contribuciones culturales.
 - **Ejemplo:** en la comunidad de Peguche, las mujeres artesanas han consolidado asociaciones que combinan la producción textil con visitas turísticas, promoviendo el arte ancestral y la autonomía económica.

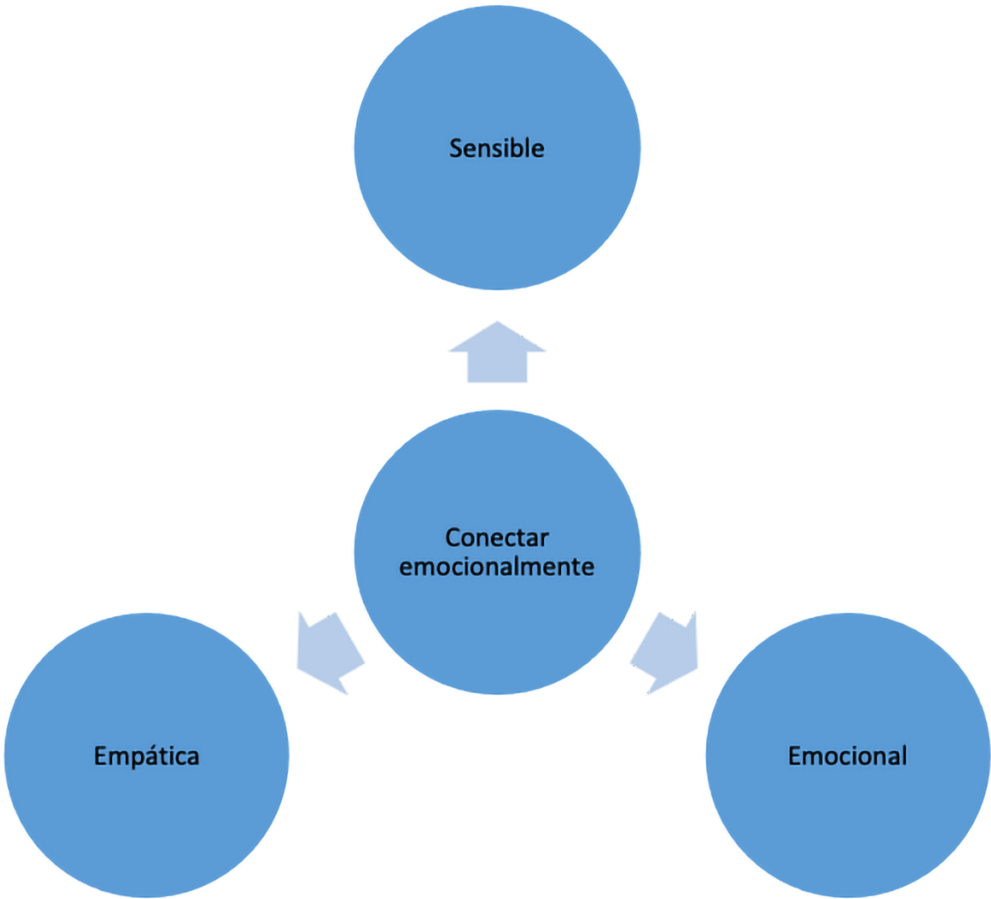


4.1.1 Barreras y estrategias de inclusión

A pesar de estos avances, las mujeres enfrentan desafíos como la falta de acceso a recursos, educación y redes de apoyo.

Aspectos que históricamente han incidido en su rol dentro de la comunidad y sociedad, en los cuales está implícito lo emocional, que muchas veces incide en su relación con el otro, así lo afirma Linardi en la figura 7.

Figura 7
Barreras emocionales



Nota. Adaptado de La inclusión que las organizaciones requieren (p. 68) [Imagen], por A. Linardi, 2021, Ediciones Granica S.A.



Si desea profundizar en este tema, le invito a leer el apartado Estereotipos de la siguiente publicación [Los estereotipos sociales como limitantes en el desarrollo de la líder mujer](#) e identificar cómo estereotipos masculinos y femeninos limitan su desarrollo.

El desarrollo de estrategias efectivas para impulsar la participación femenina en el turismo rural requiere un enfoque integral que aborde las principales barreras existentes. La implementación de programas de capacitación específicos en áreas clave como gestión empresarial, idiomas y marketing turístico fortalece las competencias necesarias para el éxito en este sector.

El establecimiento de políticas públicas enfocadas representa otro pilar fundamental. La creación de incentivos financieros, como líneas de crédito con tasas preferenciales para proyectos liderados por mujeres, facilita el acceso a recursos necesarios para el desarrollo de emprendimientos turísticos.

La formación de alianzas estratégicas con organizaciones no gubernamentales y empresas privadas complementa estas iniciativas. Estas colaboraciones proporcionan respaldo adicional al emprendimiento femenino mediante asistencia técnica, mentoría y acceso a redes de apoyo, fortaleciendo la sostenibilidad de los proyectos turísticos liderados por mujeres.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 10

Unidad 4. Inclusión y empoderamiento

4.2 Educación y capacitación en el turismo rural

¿Alguna vez se ha preguntado qué distingue a un destino turístico rural exitoso? La respuesta está más allá de los paisajes hermosos: se encuentra en la educación y capacitación de su gente.



Imagine que cada habitante de una comunidad rural no solo conoce su territorio, sino que también desarrolla habilidades para convertirlo en una experiencia turística única. La educación se transforma así en el verdadero motor de desarrollo sostenible.



No se trata solo de aprender técnicas de servicio o gestión turística. Es sobre potenciar las capacidades locales para que cada comunidad pueda enfrentar retos y aprovechar oportunidades de manera estratégica e innovadora.

Cuando los miembros de una comunidad rural se profesionalizan, no solo mejoran su propia calidad de vida, sino que generan experiencias auténticas y significativas para los visitantes. Cada curso, cada taller, es un paso hacia un turismo más humano y sostenible.

El secreto está en ver la capacitación no como un gasto, sino como una inversión para el futuro de la comunidad.

Para comprender sobre el fortalecimiento de las comunidades rurales, le invito a revisar el módulo didáctico.

[Fortalecimiento de capacidades en comunidades rurales](#)

4.2.1 Estrategias para fortalecer capacidades en las comunidades rurales

Las comunidades rurales desempeñan un papel central en el turismo rural, y fortalecer sus capacidades requiere estrategias educativas innovadoras y participativas.

1. Capacitaciones en gestión turística:

Es crucial que las comunidades aprendan habilidades en áreas como la administración de negocios, atención al cliente, marketing turístico y gestión ambiental. Estas habilidades no solo mejoran la calidad del servicio, sino que también empoderan a los participantes para liderar sus propios proyectos.



Ejemplo práctico: talleres de planificación empresarial en las comunidades del Valle de Intag, que han permitido desarrollar alojamientos rurales autosostenibles.

2. Educación ambiental como eje transversal:

La sostenibilidad es un valor esencial en el turismo rural. Las capacitaciones deben incluir la enseñanza sobre conservación de recursos naturales, manejo adecuado de desechos y promoción de prácticas ecoamigables.

Ejemplo: en la Amazonía ecuatoriana, los programas de educación ambiental han ayudado a comunidades como los kichwas a integrar prácticas sostenibles en sus ofertas turísticas.

3. Fortalecimiento de habilidades culturales:

La preservación de tradiciones y el desarrollo de actividades basadas en la identidad cultural local son esenciales. Las comunidades necesitan formarse en cómo presentar y adaptar sus expresiones culturales para los visitantes sin perder su autenticidad.

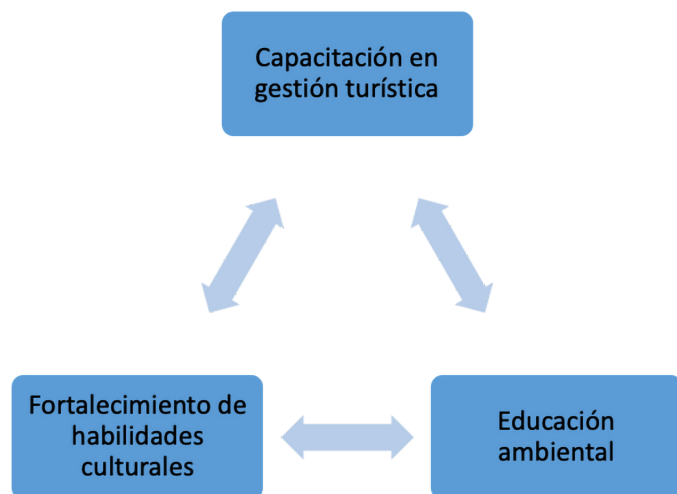
Ejemplo: cursos sobre interpretación cultural en Otavalo, que enseñaron a los artesanos a contar la historia detrás de sus tejidos a los turistas.

Es fundamental examinar esta tríada, analizando cómo sus componentes interactúan e influyen de manera significativa tanto en los sistemas trópicos como en los ámbitos antrópicos. Revisemos la figura 8.



Figura 8

Estrategias para el turismo rural



Nota. Adaptada de Los tres pilares del desarrollo de los jóvenes de las zonas rurales: productividad, conectividad y capacidad de acción, por FIDA, 2025, [ifad](#).

Iniciativas de capacitación lideradas por gobiernos y organizaciones

El éxito de las estrategias educativas en el sector turístico ecuatoriano depende fundamentalmente de una sólida colaboración entre los sectores público y privado. El Ministerio de Turismo del Ecuador ha demostrado su compromiso a través del programa "Capacítate Ecuador", una iniciativa que lleva talleres gratuitos a comunidades rurales para fortalecer las competencias turísticas, con especial énfasis en la inclusión de mujeres, jóvenes y poblaciones indígenas.

En este ecosistema educativo, las organizaciones no gubernamentales juegan un papel crucial al aportar recursos y experiencia en la implementación de proyectos de desarrollo. Un ejemplo destacado es la labor de Conservación Internacional en el Parque Nacional Podocarpus, donde trabajan directamente con las comunidades locales para capacitarlas en el diseño e implementación de rutas turísticas sostenibles que preserven el patrimonio natural de la región.

El sector académico complementa estos esfuerzos a través de programas educativos especializados. La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) ejemplifica este compromiso mediante sus diplomados en gestión del turismo rural, diseñados específicamente para empoderar a líderes comunitarios y emprendedores locales con las herramientas necesarias para desarrollar proyectos turísticos exitosos y sostenibles en sus territorios.

4.3 Innovación y tecnología en el turismo rural

La innovación y el uso de tecnología han transformado el turismo rural, permitiendo una mayor visibilidad de destinos remotos y fomentando la competitividad de las comunidades rurales en el mercado global. Esta integración tecnológica no solo mejora la experiencia del visitante, sino que también optimiza la gestión y promoción de servicios turísticos.

4.3.1 Digitalización de la oferta turística en áreas rurales

La digitalización es un motor para conectar la oferta turística rural con mercados más amplios. Su implementación abarca diversos aspectos:

1. Presencia en línea de destinos rurales:

El desarrollo de páginas web y perfiles en redes sociales es esencial para posicionar destinos rurales. Estas plataformas permiten a las comunidades mostrar sus atractivos, servicios y cultura, alcanzando un público global.

Ejemplo práctico: la iniciativa "Rutas del Ecuador" que centraliza información de destinos rurales en una plataforma amigable para el turista.

2. Uso de sistemas de gestión digital:

La tecnología puede facilitar la organización de reservas, inventarios y servicios. Aplicaciones de software de gestión, como CRM turísticos, permiten a las comunidades gestionar sus recursos de manera más eficiente.



3. Desarrollo de contenido multimedia:

Fotos, vídeos y tours virtuales son herramientas que crean experiencias inmersivas. Estos recursos pueden ser integrados en sitios web o redes sociales para captar el interés de turistas potenciales.

Caso de estudio: Un tour virtual de las lagunas de El Cajas, diseñado por una comunidad local para atraer turistas internacionales.

4.3.2 Uso de plataformas y aplicaciones para promoción y gestión

La tecnología se ha convertido en un elemento transformador del turismo rural, revolucionando tanto la promoción como la gestión operativa del sector. Las plataformas de reserva globales como Booking.com y Airbnb han abierto nuevos mercados para los alojamientos rurales, mientras que iniciativas especializadas como Fairbnb priorizan el beneficio directo a las comunidades locales. Un ejemplo notable es el caso de una comunidad en Chimborazo, que utiliza Airbnb para promocionar exitosamente estadias en cabañas administradas por familias indígenas.

La gestión comunitaria se ha fortalecido mediante el desarrollo de plataformas tecnológicas locales. La aplicación "Turismo Andino" ejemplifica esta evolución al conectar eficientemente a guías locales con turistas interesados en experiencias personalizadas, permitiendo a las comunidades optimizar su oferta turística de manera autónoma y organizada.

El marketing digital ha ampliado significativamente el alcance del turismo rural mediante herramientas como Google Ads y campañas en redes sociales, que permiten una segmentación precisa de audiencias. Además, tecnologías emergentes como la realidad aumentada y virtual están enriqueciendo la experiencia turística. Un ejemplo innovador es el museo al aire libre de Peguche, donde la realidad aumentada permite a los visitantes interactuar dinámicamente con información histórica y cultural, creando una experiencia inmersiva que combina tradición con innovación tecnológica.



¿Qué le ha parecido el tema? Es interesante, ¿verdad? Ahora, le invito a enriquecer lo aprendido participando en las actividades que se presentan a continuación.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Identificar y analizar instituciones en Ecuador (gubernamentales, ONG y universidades) que promueven programas de formación en turismo rural.
2. Identificar y analizar iniciativas exitosas de integración tecnológica en comunidades rurales de Ecuador y otros países.

Nota. Conteste las actividades en su cuaderno de apuntes o en un documento de Word.

3. Con el propósito de evaluar su progreso en el estudio y fortalecer la comprensión de los conocimientos abordados en la unidad, responda la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 4

1. **¿Qué porcentaje de la fuerza laboral en proyectos de turismo rural en Ecuador está compuesto por mujeres, según Díaz y Romero (2019)?**
 - a. 30 %.
 - b. 60 %.
 - c. 45 %.
 - d. 75 %.
2. **¿Qué tipo de actividades lideran las mujeres en comunidades como Saraguro?**
 - a. Agricultura.
 - b. Turismo de aventura.
 - c. Talleres de tejido y cocina ancestral.
 - d. Pesca artesanal.



3. ¿Cuál es un impacto económico del empoderamiento femenino en el turismo rural?

- a. Incremento en la migración rural.
- b. Reducción del empleo local.
- c. Acceso a ingresos estables.
- d. Disminución de la autonomía.

4. ¿Cuál es un ejemplo de empoderamiento social en Peguche?

- a. Producción agrícola.
- b. Asociaciones textiles.
- c. Organización de deportes.
- d. Comercio mayorista.

5. ¿Cuál es una barrera común para las mujeres en el turismo rural?

- a. Falta de interés en el sector.
- b. Desafíos en acceso a recursos y redes de apoyo.
- c. Competencia excesiva.
- d. Desconocimiento del mercado.

6. ¿Qué tipo de capacitación es clave para las comunidades rurales en turismo?

- a. Administración de negocios.
- b. Física cuántica.
- c. Mecánica automotriz.
- d. Medicina tradicional.

7. ¿Qué rol juega la educación ambiental en el turismo rural?

- a. Promueve actividades económicas no sostenibles.
- b. Enseña sobre la conservación de recursos naturales.
- c. Reduce el interés en la cultura local.
- d. Genera desincentivos para proyectos comunitarios.



8. ¿Qué institución ofrece talleres gratuitos a comunidades rurales en Ecuador?

- a. Universidades privadas.
- b. El Ministerio de Turismo.
- c. Cooperativas de crédito.
- d. Instituciones extranjeras.

9. ¿Cuál es un ejemplo de alianza exitosa para capacitación rural en Ecuador?

- a. Asociación con empresas petroleras.
- b. ONG Conservación Internacional.
- c. Mineras privadas.
- d. Inversiones bancarias.

10. ¿Qué enseña la interpretación cultural en Otavalo?

- a. Diseño industrial.
- b. Historia de los tejidos.
- c. Creación de herramientas modernas.
- d. Cultivo de granos.

11. ¿Qué tecnologías han transformado el turismo rural?

- a. Drones y GPS.
- b. Motores de vapor.
- c. Telégrafos.
- d. Impresoras 3D.

12. El turismo rural es una herramienta para promover la igualdad de género.

Verdadero

Falso



13. **En Peguche, los hombres lideran la mayoría de las asociaciones textiles.**
- Verdadero
- Falso
14. **El acceso a ingresos estables permite mejorar la educación y la salud en comunidades rurales.**
- Verdadero
- Falso
15. **¿Qué porcentaje de la fuerza laboral en proyectos de turismo rural en Ecuador está compuesto por mujeres, según Díaz y Romero (2019)?**
- a. 50 %.
 - b. 60 %.
 - c. 70 %.
 - d. 80 %.
16. **¿Qué ejemplo práctico se menciona sobre iniciativas lideradas por mujeres en la comunidad de Saraguro?**
- a. Creación de rutas turísticas sostenibles.
 - b. Talleres de tejido tradicional y cocina ancestral.
 - c. Diplomados en gestión de turismo rural.
 - d. Organización de festivales culturales.
17. **¿Qué área es crucial para la capacitación en gestión turística?**
- a. Conservación ambiental.
 - b. Interpretación cultural.
 - c. Administración de negocios.
 - d. Producción textil.



18. **¿Cuál es un impacto económico del empoderamiento femenino en el turismo rural?**

- a. Creación de nuevas políticas públicas.
- b. Generación de ingresos estables.
- c. Desarrollo de programas académicos.
- d. Promoción de la educación ambiental.

19. **¿Qué programa liderado por el Ministerio de Turismo de Ecuador se menciona como ejemplo?**

- a. Turismo responsable.
- b. Capacítate, Ecuador.
- c. Rutas sostenibles.
- d. Gestión Comunitaria.

20. **El turismo rural permite a las mujeres liderar proyectos y fortalecer su independencia económica.**

Verdadero

Falso

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 11

Unidad 5. Sostenibilidad y resiliencia rural ante la crisis

Sostenibilidad y resiliencia

¿Alguna vez ha pensado en el turismo rural como un ecosistema capaz de sobrevivir y adaptarse a los desafíos más complejos? Imagina un territorio que no solo resiste, sino que se transforma frente a las adversidades.





La sostenibilidad y resiliencia no son conceptos abstractos, son la columna vertebral de las comunidades rurales en tiempos de crisis.

Desde la pandemia de COVID-19 hasta los desastres naturales y el cambio climático, estos territorios enfrentan retos que requieren estrategias innovadoras de recuperación y adaptación. No se trata solo de sobrevivir, sino de reinventarse.

Cada crisis puede ser una oportunidad para fortalecer las capacidades locales, diversificar las ofertas turísticas y crear mecanismos de protección comunitaria.

Un destino rural resiliente es aquel que aprende, se transforma y emerge más fuerte después de cada desafío. Es importante la preparación, la flexibilidad y la capacidad de comunidades unidas para enfrentar lo imprevisto.

5.1 Resiliencia en el turismo rural ante la crisis

Las crisis han puesto de manifiesto la vulnerabilidad del turismo rural, pero también su capacidad de resiliencia. Veamos cómo se han adaptado las comunidades rurales ante desafíos recientes y qué estrategias pueden implementarse para enfrentar futuras contingencias.

5.1.1 Recuperación tras la pandemia de COVID-19 y otras crisis

1. Impacto de la pandemia en el turismo rural:

La COVID-19 afectó gravemente a las comunidades rurales dependientes del turismo, con una caída significativa en las visitas y la interrupción de las actividades económicas. Sin embargo, las áreas rurales han demostrado ventajas, como su aislamiento natural y la creciente demanda de espacios al aire libre y menos concurridos.



Ejemplo práctico: las rutas de agroturismo en Imbabura, Ecuador, lograron atraer visitantes locales mediante el uso de campañas en redes sociales que destacaban sus protocolos de bioseguridad.

2. Estrategias post-COVID-19:

- **Fomento del turismo interno:** Incentivar el turismo local para compensar la disminución de turistas internacionales.
- **Diversificación de productos turísticos:** Adaptar actividades y servicios a nuevas demandas, como experiencias al aire libre o turismo de bienestar.
- **Protocolos de seguridad sanitaria:** Implementar y comunicar medidas de bioseguridad para generar confianza en los visitantes.
- **Caso de estudio:** En Azuay, la comunidad de Susudel implementó protocolos sanitarios y promociones para atraer turistas locales.

3. Preparación ante futuras contingencias:

Las comunidades rurales pueden ser proactivas mediante la creación de planes de contingencia y redes de colaboración entre actores públicos y privados.

Ejemplo: Programas de capacitación en gestión de riesgos para emprendedores turísticos rurales liderados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

5.1.2 Estrategias de adaptación para comunidades rurales

La adaptación al cambio en el turismo rural requiere estrategias diversificadas para garantizar la sostenibilidad económica de las comunidades. En Cotopaxi, varias comunidades han implementado exitosamente un modelo que integra la agricultura tradicional con servicios turísticos, comercializando sus productos agrícolas como parte de paquetes turísticos integrales, lo que reduce la dependencia exclusiva del turismo.



La tecnología ha demostrado ser fundamental en la adaptación del sector. Los guías locales de Baños de Agua Santa ejemplifican esta transformación digital al desarrollar tours virtuales innovadores, manteniendo así la conexión con sus mercados incluso durante períodos de movilidad restringida. Estas iniciativas digitales han permitido a las comunidades rurales preservar y expandir su presencia en el mercado turístico.



El fortalecimiento de redes colaborativas entre comunidades, ONG, gobiernos locales y universidades ha sido crucial para enfrentar los desafíos del sector. Estas alianzas estratégicas facilitan el intercambio de recursos, conocimientos y asistencia técnica, creando un ecosistema de apoyo que potencia la capacidad de adaptación y recuperación de las comunidades rurales.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 12

Unidad 5. Sostenibilidad y resiliencia rural ante la crisis

5.2 Impacto del turismo en el patrimonio inmaterial

¿Alguna vez se ha preguntado cómo un viaje puede convertirse en un acto de preservación cultural? Imagine que cada paso que das en un territorio rural no solo es un recorrido, sino una oportunidad de conexión profunda con tradiciones milenarias.

El turismo rural se transforma en un puente entre pasado y presente, facilitando una interacción única entre visitantes y comunidades locales. Como afirma Torres (2020), proteger y promover las expresiones culturales de las comunidades rurales es más que un objetivo turístico: es una herramienta de revitalización del patrimonio inmaterial.





Pero cuidado: esta valoración requiere un delicado equilibrio. No se trata de convertir tradiciones en souvenirs, sino de generar espacios auténticos de intercambio cultural donde saberes, lenguas y costumbres sean respetados y celebrados.

El secreto está en lograr que cada visitante no sea un simple espectador, sino un participante respetuoso que aprende, comprende y valora la riqueza cultural de cada comunidad rural.

5.2.1 Salvaguarda de tradiciones culturales, saberes y lenguas

El turismo rural tiene un papel crucial en la salvaguarda del patrimonio inmaterial, incluyendo tradiciones, saberes ancestrales y lenguas originarias. Estas expresiones culturales representan no solo la identidad de las comunidades, sino también una fuente de aprendizaje e intercambio para los visitantes. Sin embargo, es esencial implementar estrategias sostenibles que eviten la sobreexplotación y trivialización de estos elementos culturales.

5.2.1.1 Preservación del patrimonio inmaterial:

Smith y Robinson, 2018, manifiestan cómo el turismo interactúa con la cultura, analizando los beneficios y desafíos que conlleva, pudiendo ser el turismo una herramienta para la preservación del patrimonio cultural.

- **Tradiciones y costumbres:** Las actividades turísticas permiten que los visitantes experimenten rituales, festividades y gastronomía tradicional. Esto no solo fomenta la apreciación cultural, sino que incentiva a las comunidades a preservar y transmitir estas prácticas a las nuevas generaciones.
- **Saberes ancestrales:** El turismo rural puede apoyar la difusión de conocimientos relacionados con la medicina tradicional, la agricultura sostenible y las técnicas artesanales.
- **Lenguas indígenas:** Promover el uso de lenguas originarias en las actividades turísticas puede fortalecer su presencia y evitar su extinción.



Por ejemplo, en comunidades como Saraguro (Ecuador), las experiencias turísticas incluyen enseñanzas básicas de la lengua kichwa.

Ejemplo práctico: en Cuenca, Ecuador, la elaboración de sombreros de paja toquilla ha sido reconocida como patrimonio inmaterial por la Unesco. A través del turismo, se han implementado talleres vivenciales donde los turistas aprenden el proceso artesanal, generando ingresos para los artesanos y valorando esta tradición.

Inti Raymi en comunidades kichwas de Ecuador: Esta celebración del solsticio de junio combina elementos espirituales y sociales. La participación turística, regulada por las comunidades, fomenta el entendimiento y respeto por la cosmovisión andina.

5.2.1.2 Evitar la comercialización excesiva y la pérdida de autenticidad

La preservación de la autenticidad cultural frente a la presión turística representa un desafío significativo para las comunidades rurales. El incremento en la demanda turística puede conducir a una comercialización excesiva que trivializa las prácticas culturales, diluyendo su profundo significado simbólico y espiritual. Este riesgo se intensifica cuando las actividades tradicionales se modifican únicamente para satisfacer expectativas turísticas.

Para contrarrestar estos desafíos, las comunidades han implementado estrategias efectivas de preservación cultural. La educación y sensibilización juegan un papel fundamental, promoviendo la comprensión del valor cultural intrínseco tanto entre visitantes como en la propia comunidad. La regulación de la capacidad de carga cultural, mediante el control del flujo turístico, ayuda a prevenir el desgaste de elementos culturales esenciales. La participación de líderes locales en la gestión turística garantiza que las experiencias ofrecidas mantengan su autenticidad cultural.





Un ejemplo destacado de estas prácticas se observa en los festivales kichwas del Inti Raymi, donde se han establecido límites claros en la participación turística. Ciertas ceremonias espirituales se mantienen exclusivamente para miembros de la comunidad, preservando así su sacralidad y significado tradicional mientras se permite un acceso controlado a otros aspectos del festival.

5.2.1.3 Estrategias de salvaguarda

Las estrategias de salvaguarda del patrimonio cultural se centran en tres pilares fundamentales: la preservación de saberes ancestrales, la protección de lenguas originarias y la implementación de espacios culturales interactivos. En la Amazonía ecuatoriana, los chamanes comparten su conocimiento ancestral a través de recorridos botánicos educativos, mientras que, en los Andes, las técnicas agroecológicas tradicionales como el sistema de chacras se presentan como modelos sostenibles de cultivo. Estas iniciativas se fortalecen mediante alianzas estratégicas con universidades y la organización de ferias locales que facilitan la interacción directa entre visitantes y portadores de conocimiento tradicional.

La preservación de lenguas originarias se integra activamente en la experiencia turística mediante programas educativos innovadores. Las comunidades indígenas ofrecen clases básicas de kichwa y comparten narrativas orales tradicionales, combinando el aprendizaje lingüístico con la transmisión cultural. Esta preservación se refuerza mediante la implementación de señalización bilingüe y la creación de materiales turísticos que incorporan las lenguas originarias junto al idioma oficial.

Los centros culturales comunitarios y talleres vivenciales complementan estas estrategias, proporcionando espacios dedicados a la documentación y preservación de tradiciones. Estos espacios permiten una participación turística respetuosa que mantiene el valor simbólico de las prácticas culturales mientras facilita una experiencia inmersiva para los visitantes. Esta



aproximación integral asegura que el turismo actúe como un vehículo de preservación y revitalización cultural, generando beneficios económicos que sostienen la continuidad de estas prácticas ancestrales.

5.3 Turismo rural como promotor de bienestar

El turismo rural está estrechamente vinculado con la promoción de la salud y el bienestar físico y mental. En un contexto donde el estrés, la urbanización acelerada y la desconexión con la naturaleza afectan la calidad de vida, el turismo rural se posiciona como una alternativa sostenible que fomenta el equilibrio entre cuerpo, mente y espíritu. Valdez, 2021, manifiesta cómo los destinos rurales pueden diseñar actividades y servicios que promuevan la salud física y mental, aprovechando los recursos naturales y culturales de las comunidades.

Para comprender sobre cómo incide el turismo rural en la salud de las personas, le invito a revisar sobre Turismo rural como promotor de bienestar físico y mental, Creación de espacios para retiros y desconexión en el siguiente módulo didáctico.

[Turismo rural como promotor de bienestar](#)

Es tiempo de fortalecer su aprendizaje mediante su participación en las siguientes actividades.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Diseñar una estrategia de promoción digital para un destino rural que ofrezca actividades de bienestar, enfocándose en mercados nacionales e internacionales.
2. Proponer una campaña educativa para turistas que visitan comunidades rurales, enfocándose en la importancia de respetar y valorar el patrimonio cultural inmaterial.
3. Crear un proyecto que combine turismo rural con otras actividades económicas para asegurar la sostenibilidad de la comunidad.



Nota. Conteste las actividades en su cuaderno de apuntes o en un documento de Word.

4. Con el propósito de evaluar su progreso en el estudio y fortalecer la comprensión de los conocimientos abordados en la unidad, responda la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 5

1. **¿Cuál es una ventaja que tuvieron las comunidades rurales durante la pandemia de COVID-19?**
 - a. Conexión directa con turistas internacionales.
 - b. Aislamiento natural y espacios abiertos.
 - c. Infraestructura tecnológica avanzada.
 - d. Mayor número de eventos culturales.
2. **¿Qué estrategia se menciona para fomentar el turismo tras la pandemia?**
 - a. Reducción de tarifas de transporte.
 - b. Promoción de turismo interno.
 - c. Restricción a eventos al aire libre.
 - d. Suspensión temporal de actividades.
3. **¿Qué herramienta tecnológica ayudó a las comunidades de Baños de Agua Santa durante la crisis?**
 - a. Redes sociales para promocionar festivales.
 - b. Plataformas de tours virtuales.
 - c. Aplicaciones de realidad aumentada.
 - d. Sistemas de reserva internacionales.
4. **¿Cuál es un riesgo asociado al turismo en el patrimonio cultural?**
 - a. Incremento en la educación comunitaria.
 - b. Comercialización excesiva de tradiciones.



- c. Promoción de idiomas originarios.
- d. Inclusión de rituales espirituales.

5. ¿Qué acción ayuda a preservar la autenticidad de las tradiciones culturales?

- a. Incrementar la cantidad de turistas.
- b. Ofrecer talleres abiertos sin regulaciones.
- c. Regular la capacidad de carga cultural.
- d. Adaptar las actividades para atraer más visitantes.

6. Las comunidades rurales pueden diversificar su economía combinando turismo y agricultura.

Verdadero

Falso

7. La implementación de protocolos de bioseguridad no influye en la confianza de los visitantes.

Verdadero

Falso

8. La comercialización excesiva puede trivializar las tradiciones culturales.

Verdadero

Falso

9. El turismo rural no impacta en la preservación de lenguas originarias.

Verdadero

Falso



10. **Las alianzas comunitarias son irrelevantes para superar la crisis en el turismo rural.**

Verdadero

Falso

11. **¿Qué factor permitió al turismo rural mantenerse atractivo durante la pandemia de COVID-19?**

- a. Modernización tecnológica avanzada.
- b. Aislamiento natural y espacios abiertos.
- c. Disponibilidad de paquetes turísticos internacionales.
- d. Presencia constante de turistas extranjeros.

12. **¿Qué actividad cultural es promovida en la comunidad de Saraguro para preservar la lengua kichwa?**

- a. Talleres de música andina.
- b. Cursos de tejido tradicional.
- c. Enseñanzas básicas de la lengua kichwa.
- d. Ceremonias de Inti Raymi exclusivas para turistas.

13. **¿Cuál es un ejemplo de estrategia post-COVID-19 en turismo rural?**

- a. Incrementar la dependencia del turismo internacional.
- b. Reducir la cantidad de alojamientos rurales.
- c. Diversificar actividades hacia experiencias al aire libre.
- d. Suspender las actividades turísticas.

14. **¿Qué estrategia promueve la autenticidad cultural en actividades turísticas?**

- a. Ofrecer descuentos masivos para aumentar las visitas.
- b. Involucrar a líderes locales en la gestión turística.
- c. Prohibir la participación de turistas en rituales.
- d. Maximizar la comercialización de productos culturales.



15. ¿Cuál de los siguientes es un impacto positivo del turismo rural en las tradiciones?

- a. Desgaste de prácticas culturales.
- b. Mayor desconexión de los jóvenes con su cultura.
- c. Fomento de la preservación de rituales tradicionales.

16. La diversificación económica hace que las comunidades rurales sean más vulnerables ante la crisis global.

Verdadero

Falso

17. Las plataformas digitales han jugado un papel importante en la promoción del turismo rural durante períodos de restricción de movilidad.

Verdadero

Falso

18. Las comunidades rurales pueden gestionar las crisis de manera efectiva sin colaboración externa.

Verdadero

Falso

19. El turismo rural puede contribuir a la extinción de lenguas indígenas.

Verdadero

Falso

20. El aislamiento natural de las áreas rurales es una ventaja para atraer turistas durante una crisis sanitaria.

Verdadero



Falso

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 13

Unidad 6. Casos prácticos y estrategias de éxito

¿Se ha imaginado alguna vez un viaje que no solo recorra paisajes, sino que te conecte profundamente con el alma de un territorio? Ecuador es precisamente ese destino donde el turismo rural se convierte en una experiencia transformadora.



Imagine comunidades donde cada tradición, cada paisaje, cada encuentro, cuenta una historia. En Ecuador, el turismo rural no es simplemente un servicio, es un diálogo vivo entre visitantes y comunidades, impulsado por una increíble riqueza de biodiversidad y diversidad cultural.

Los casos de éxito en este ámbito van más allá de los beneficios económicos. Se trata de un modelo de desarrollo que fortalece la identidad cultural, donde cada experiencia turística es una celebración de las raíces locales y una oportunidad de conexión auténtica.

Cada rincón de Ecuador tiene una historia que contar, cada comunidad rural, un mundo por descubrir. Un viaje que no solo recorre kilómetros, sino que también recorre las profundidades de la cultura y la tradición.

6.1 Casos de éxito en el turismo rural en Ecuador

El turismo rural en Ecuador ha experimentado un aumento en las últimas décadas, impulsado por su rica biodiversidad, diversidad cultural y la capacidad de las comunidades para integrar sus tradiciones en experiencias



turísticas únicas. Los casos de éxito en este ámbito no solo generan beneficios económicos para las comunidades, sino que también promueven la sostenibilidad y el fortalecimiento de la identidad cultural.

En este apartado, analizaremos ejemplos emblemáticos de turismo rural comunitario en Ecuador, identificando las lecciones aprendidas y analizando los factores que han contribuido a su sostenibilidad y replicabilidad.

6.1.1 Análisis de comunidades y proyectos turísticos comunitarios exitosos

Los proyectos de turismo comunitario exitosos en Ecuador demuestran la efectiva integración de cultura, naturaleza y desarrollo económico sostenible. La comunidad indígena de San Clemente, en Imbabura, sobresale por su enfoque en la cultura kichwa, ofreciendo talleres artesanales, caminatas guiadas y experiencias gastronómicas tradicionales. Su éxito se fundamenta en una sólida organización comunitaria, la formación continua de guías locales y la integración auténtica de valores culturales en cada actividad turística.

En Manabí, la comunidad de Agua Blanca, ubicada en el Parque Nacional Machalilla, ha desarrollado un modelo ejemplar que combina turismo arqueológico con conservación ambiental. Sus recorridos integran la historia precolombina de la cultura manteña con experiencias naturales únicas, como los baños de lodo medicinales. Este proyecto destaca por su gestión sostenible de recursos naturales y sus alianzas estratégicas con instituciones académicas para la investigación arqueológica.

El Centro de vida silvestre Napo, en la Amazonía, representa un caso sobresaliente de ecoturismo de lujo responsable desarrollado por una comunidad kichwa. Su oferta incluye actividades especializadas como el avistamiento de aves en torres ecológicas y la participación en rituales culturales auténticos, todo ello respaldado por prácticas sostenibles como el uso de energías renovables. Su éxito se basa en la combinación única de



conocimientos indígenas con estándares internacionales de ecoturismo, la capacitación continua del personal local y la colaboración efectiva con organizaciones conservacionistas.

6.1.2 Lecciones aprendidas y replicabilidad en otras zonas

Los casos exitosos de turismo comunitario en Ecuador revelan patrones comunes que pueden servir como modelo para otras comunidades rurales. El primer elemento fundamental es la organización comunitaria basada en un modelo participativo, donde cada miembro de la comunidad tiene voz en la toma de decisiones. Este enfoque no solo asegura una distribución equitativa de los beneficios económicos, sino que también fortalece la cohesión social. La implementación de asambleas comunitarias regulares emerge como una estrategia efectiva para definir roles y establecer objetivos compartidos en los proyectos turísticos.



La capacitación y educación continua constituyen el segundo pilar del éxito. La formación en gestión turística, servicio al cliente y prácticas sostenibles resulta esencial para ofrecer experiencias auténticas y de calidad.

El establecimiento de alianzas estratégicas con universidades locales para desarrollar programas de capacitación permanente ha demostrado ser una estrategia efectiva para alcanzar estos objetivos educativos.

La diversificación de productos turísticos representa el tercer componente para el éxito sostenible. La integración de actividades culturales, naturales y gastronómicas permite satisfacer las diversas preferencias de los visitantes. La creación de paquetes turísticos temáticos especializados en aventura, relajación o cultura, basados en un análisis FODA detallado, permite a cada comunidad capitalizar sus fortalezas únicas y responder efectivamente a las necesidades específicas de su contexto local.





Unidad 6. Casos prácticos y estrategias de éxito

6.2 Lineamientos estratégicos para el turismo rural en Ecuador

¿Alguna vez ha soñado con un modelo de turismo que transforme completamente una comunidad? Ecuador tiene la oportunidad de convertir ese sueño en realidad a través del turismo rural.

Imagine un desarrollo turístico donde cada estrategia no solo genere ingresos, sino que fortalezca la identidad, empodere a las comunidades y respete profundamente su entorno. El turismo rural en Ecuador no es solo un sector económico, es una herramienta de transformación social.



Los lineamientos estratégicos son la clave. No basta con tener recursos naturales o culturales excepcionales; se requiere una gestión inteligente que garantice sostenibilidad, inclusión y competitividad.

Las propuestas deben alinearse con políticas públicas y objetivos de desarrollo sostenible, convirtiendo cada experiencia turística en un motor de progreso local y nacional.

Un viaje que va más allá de recorrer paisajes: una verdadera experiencia de desarrollo integral.

6.2.1 Propuestas para una gestión sostenible y dinamizadora de la economía local

La gestión sostenible del turismo rural requiere un enfoque integral que comience con el desarrollo de infraestructura adaptada al entorno. Es fundamental garantizar la accesibilidad mediante caminos adecuados y servicios básicos, priorizando construcciones sostenibles que minimicen el



impacto ambiental y promuevan el uso de energías renovables. El mantenimiento continuo de esta infraestructura es esencial para preservar la calidad de los servicios turísticos.

La diversificación de productos turísticos es un elemento clave para la dinamización económica local. La creación de rutas temáticas que conecten múltiples comunidades, como las rutas del cacao, café o artesanías, junto con programas de agroturismo que permitan a los visitantes participar en actividades agrícolas tradicionales, amplía significativamente la oferta turística. Esta diversificación debe acompañarse de programas de formación y capacitación comunitaria, incluyendo talleres especializados en atención al cliente, gestión de recursos y marketing digital, respaldados por alianzas estratégicas con instituciones educativas.

La integración efectiva de actores locales, nacionales e internacionales es crucial para el éxito sostenible del turismo rural. A nivel local, la formación de cooperativas y el empoderamiento de mujeres y jóvenes en roles de liderazgo aseguran una distribución equitativa de beneficios. La colaboración con gobiernos implica la implementación de incentivos fiscales y la creación de mesas de trabajo coordinadas. Las alianzas internacionales, a través de la participación en redes globales de turismo rural y convenios con organizaciones como la OMT, proporcionan acceso a financiamiento y conocimientos especializados. Este enfoque multinivel, combinado con políticas públicas inclusivas, garantiza un desarrollo turístico que beneficia económicamente a las comunidades mientras preserva su patrimonio cultural y natural.





Unidad 6. Casos prácticos y estrategias de éxito

6.3 Modelos de financiamiento y recursos para proyectos rurales

¿Alguna vez has pensado en el turismo rural como una inversión que transforma comunidades? Ecuador tiene un potencial increíble para convertir cada recurso financiero en una oportunidad de desarrollo integral.

Financiar proyectos de turismo rural no es solo cuestión de dinero, sino de estrategia. Hablamos de recursos que pueden provenir de fuentes públicas, privadas e incluso de cooperación internacional, cada uno con su papel crucial en el desarrollo económico y social de las comunidades.



Lo esencial está en atraer inversiones inteligentes que no solo aporten recursos económicos, sino que generen capacidades locales, fortalezcan la identidad cultural y promuevan un desarrollo sostenible.

No se trata solo de conseguir fondos, sino de reinvertir estratégicamente en proyectos que impulsen el potencial turístico de cada territorio rural ecuatoriano.

Un viaje de transformación donde cada inversión cuenta una historia de progreso.

Para comprender sobre las fuentes de financiamiento, le invito a revisar sobre las Fuentes de financiamiento público y privado, Fuentes de financiamiento privado en la presentación interactiva.

[Fuentes de financiamiento](#)



6.3.1 Estrategias de inversión y reinversión en turismo rural

La sostenibilidad económica y social de los proyectos turísticos rurales requiere estrategias integrales que aseguren tanto la atracción de capital como su reinversión efectiva en las comunidades. Este enfoque dual resulta fundamental para garantizar el desarrollo sostenible a largo plazo.

Para atraer inversiones sostenibles, es esencial desarrollar planes de negocio sólidos que incluyan estudios de viabilidad detallados, análisis de mercado integrales y estrategias de sostenibilidad. Estos planes deben enfatizar el impacto positivo que los proyectos generarán tanto en la comunidad como en el entorno natural. La promoción de incentivos fiscales, particularmente beneficios tributarios para inversores interesados en proyectos rurales, complementa esta estrategia. Además, el fomento de alianzas estratégicas entre comunidades, gobiernos y empresas privadas facilita la distribución de recursos y riesgos.

La implementación de programas de reinversión comunitaria constituye el segundo pilar de esta aproximación. La creación de fondos locales de desarrollo, donde se destina un porcentaje específico de las ganancias para financiar nuevos proyectos y mejorar la infraestructura local, asegura beneficios continuos para la comunidad. Paralelamente, la inversión en programas de capacitación y educación fortalece las competencias locales en gestión turística y emprendimiento.

La diversificación de fuentes de ingresos surge como un elemento crucial para la sostenibilidad financiera. La integración del turismo con actividades complementarias como agricultura sostenible, producción artesanal y gastronomía local reduce la dependencia de una única fuente de ingresos. El desarrollo de experiencias turísticas únicas, incluyendo turismo cultural, de bienestar, aventura y gastronómico, permite adaptar la oferta a diversos segmentos de mercado.



El éxito de los proyectos turísticos rurales en Ecuador depende principalmente de una planificación estratégica que combine efectivamente fuentes de financiamiento público y privado con estrategias sólidas de inversión y reinversión. Este enfoque integral permite a las comunidades rurales transformar sus recursos naturales y culturales en motores sostenibles de desarrollo económico y social.

¿Qué le ha parecido el tema? Es interesante, ¿verdad? Ahora, le invito a enriquecer lo aprendido participando en las actividades que se presentan a continuación.



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Investigue un caso exitoso de financiamiento turístico en Ecuador. Describa las fuentes de recursos utilizados, los desafíos que enfrenta y cómo se lograrán superar.
2. Investigue un caso exitoso de turismo rural en otro país y compáralo con las necesidades del turismo rural en Ecuador. Identifique lecciones que puedan adaptarse al contexto local.
3. Diseñe una presentación para potenciales inversionistas, destacando la sostenibilidad, viabilidad económica y beneficios sociales de un proyecto rural.

Nota. Conteste las actividades en su cuaderno de apuntes o en un documento de Word.

4. Con el propósito de evaluar su progreso en el estudio y fortalecer la comprensión de los conocimientos abordados en la unidad, responda la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 6

1. **¿Qué actividades ofrece la comunidad de San Clemente para conectar a los visitantes con la cultura kichwa?**



- a. Observación de aves y tours en bote.
- b. Talleres de artesanía y caminatas guiadas.
- c. Exploración arqueológica y baños de lodo.
- d. Talleres de energía renovable.

2. ¿Cuál es uno de los factores de éxito del proyecto en Agua Blanca?

- a. Uso de tecnologías avanzadas de realidad virtual.
- b. Conservación ambiental y arqueología.
- c. Promoción de turismo de lujo.
- d. Dependencia exclusiva de turistas internacionales.

3. ¿Qué estrategia usa el Centro de Vida Silvestre Napo para respetar el ecosistema?

- a. Uso de torres para el avistamiento de aves.
- b. Restricción total del acceso a turistas.
- c. Organización de eventos masivos.
- d. Reducción de actividades comunitarias.

4. ¿Qué elemento es clave para la sostenibilidad en proyectos turísticos comunitarios?

- a. Contratación de operadores externos.
- b. Organización comunitaria sólida.
- c. Reducción de actividades culturales.
- d. Exclusión de tradiciones locales.

5. ¿Qué rutas temáticas podrían diversificar el turismo rural en Ecuador?

- a. Rutas de cacao, café y artesanía.
- b. Rutas de centros comerciales.
- c. Rutas de transporte público.
- d. Rutas de energía fósil.



6. ¿Qué comunidad ha implementado talleres vivenciales sobre la elaboración de sombreros de paja toquilla?

- a. Agua Blanca.
- b. San Clemente.
- c. Cuenca.
- d. Napo Wildlife Center.

7. ¿Qué actividades ofrece el Centro de Vida Silvestre Napo relacionadas con la sostenibilidad?

- a. Uso de energías renovables y manejo de residuos.
- b. Construcción masiva de alojamientos.
- c. Organización de festivales masivos.
- d. Reducción de actividades turísticas.

8. ¿Cuál es un ejemplo de diversificación de productos turísticos mencionados en el contenido?

- a. Promoción de tours virtuales.
- b. Exclusión de actividades culturales.
- c. Integración de la agricultura en paquetes turísticos.
- d. Limitación de visitantes internacionales.

9. ¿Qué comunidad combina la historia precolombina con la conservación ambiental?

- a. Agua Blanca.
- b. Napo Wildlife Center.
- c. Saraguro.
- d. Imbabura.

10. ¿Qué factor contribuyó al éxito de la comunidad de San Clemente?

- a. Explotación masiva de recursos naturales.
- b. Formación de guías locales.
- c. Dependencia de agencias extranjeras.



d. Exclusión de valores culturales.

11. ¿Qué estrategia de promoción utiliza Agua Blanca?

- a. Exclusión de redes sociales.
- b. Asociaciones con instituciones académicas.
- c. Promoción de turismo internacional exclusivamente.
- d. Uso de herramientas no tecnológicas.

12. ¿Cuál es un factor común en los casos de éxito turísticos rurales en Ecuador?

- a. Organización comunitaria participativa.
- b. Exclusión de miembros locales en decisiones.
- c. Reducción de actividades culturales.
- d. Exclusividad para turistas extranjeros.

13. ¿Qué aprendizaje puede replicarse en otras comunidades rurales según el texto?

- a. Exclusión de actividades tradicionales.
- b. Capacitación y educación en gestión turística.
- c. Dependencia exclusiva del turismo internacional.
- d. Fomento de actividades no sostenibles.

14. ¿Qué caracterizan a los recorridos en Agua Blanca?

- a. Uso de tecnologías avanzadas.
- b. Baños de lodo medicinales y senderos ecológicos.
- c. Organización de eventos masivos.
- d. Dependencia de operadores turísticos internacionales.

15. ¿Qué comunidad implementa rituales culturales como parte de su oferta turística?

- a. Napo Wildlife Center.
- b. San Clemente.



- c. Saraguro.
- d. Agua Blanca.

16. **¿La comunidad de San Clemente ofrece talleres de artesanía y tejido como parte de su oferta turística?**

Verdadero

Falso

17. **¿El proyecto Agua Blanca combina turismo arqueológico con baños de lodo medicinal?**

Verdadero

Falso

18. **¿El Centro de Vida Silvestre Napo depende exclusivamente del turismo internacional?**

Verdadero

Falso

19. **¿La diversificación de productos turísticos incluye actividades culturales, naturales y gastronómicas?**

Verdadero

Falso

20. **¿El turismo rural en Ecuador excluye la participación de comunidades locales en la planificación?**

Verdadero

Falso

[Ir al solucionario](#)





Semana 16

Actividades finales del bimestre

¡Estimado estudiante! ¿Se siente nervioso? Es normal ante una evaluación, pero ¿sabe qué? ¡Está más preparado de lo que cree!

Imagine que esta evaluación es como llegar a la cima de una montaña que ha estado escalando durante todo el bimestre. Cada clase síncrona, cada lectura, cada tarea ha sido un paso que le ha acercado a la cima. ¡Y ahora es su momento!

¿Se ha dado cuenta de cuánto ha aprendido hasta ahora? Es impresionante cómo los conceptos que al principio parecían complejos ahora forman parte de su conocimiento. Esta evaluación es su oportunidad para demostrar ese crecimiento.

Para que se sienta más seguro, le invito a hacer algunas cosas importantes:

Le invito a realizar una revisión por los contenidos más representativos de este bimestre a través del siguiente video.

[Revisión de contenidos del segundo bimestre](#)

¿Sabe qué es lo mejor? Este no es un final, sino un paso más en su viaje de aprendizaje. Es como tomar una foto del paisaje desde la cima de la montaña - nos muestra lo lejos que ha llegado y nos da una vista de hacia dónde vamos.

¿Tiene alguna duda específica sobre la evaluación?, ¿hay algún tema que le gustaría repasar? Recuerda que estamos aquí para apoyarle en este proceso.

¡Confíe en su preparación y demuestre todo lo que ha aprendido!

Es tiempo de fortalecer su aprendizaje mediante su participación en las siguientes actividades.





Actividades de aprendizaje recomendadas

Revisión de las unidades de segundo bimestre

1. Realice una lectura comprensiva de las unidades del segundo bimestre que se encuentran en la guía didáctica, no olvide la bibliografía complementaria.
2. Revise las autoevaluaciones y actividades de aprendizaje recomendadas; estas afianzarán lo aprendido.
3. Si usted, por alguna razón, no pudo desarrollar la actividad asíncrona (chat o video colaboración), debe ingresar a la plataforma y completar la actividad suplementaria planteada. De esta manera, tiene la posibilidad de recuperar su puntaje, esta estará habilitada a la siguiente semana, que se realizó la actividad síncrona.





4. Autoevaluaciones

Autoevaluación 1

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	A	Durante estas décadas, el desarrollo rural se centraba exclusivamente en aumentar la producción agrícola a través de la modernización tecnológica (Pérez, 2018).
2	C	Turismo rural.
3	V	A partir de los años 90, el turismo rural fue reconocido como una herramienta para diversificar las economías rurales (Pérez, 2018).
4	F	Además de generar ingresos, el turismo rural refuerza las tradiciones culturales y fomenta el orgullo comunitario (Gómez, 2017).
5	Economía circular.	El turismo rural conecta comunidades con mercados, creando sinergias económicas inclusivas (Gómez, 2017).
6	F	El documento menciona las mingas comunitarias como un ejemplo de iniciativas que reflejan el impacto positivo del turismo en el bienestar de las comunidades rurales.
7	V	En la Sierra, el agroturismo permite a los visitantes participar en actividades agrícolas tradicionales como la siembra y la cosecha.
8	F	La comunidad, con apoyo gubernamental y ONG, mejoró su infraestructura básica y desarrolló puntos de acceso wifi, incrementando las visitas.
9	f	El turismo regenerativo va más allá de no causar daño, buscando que los turistas contribuyan activamente al desarrollo de las comunidades que visitan.
10	f	La Ruta del Cacao combina educación y entretenimiento, no solo diversificando ingresos de agricultores, sino también educando sobre comercio justo.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
11	v	Papallacta implementó señalética bilingüe y capacitó a guías locales con apoyo ministerial, incrementando el flujo de visitantes.
12	f	El turismo rural contribuye a preservar el patrimonio cultural, fortalecer la identidad y mantener las tradiciones locales.
13	f	La rehabilitación de la estación de tren y la promoción de recorridos históricos transformaron Alausí, generando empleo local y revitalizando su economía.
14	v	El documento menciona que las comunidades andinas han comenzado a implementar experiencias de observación astronómica, aprovechando sus cielos despejados.
15	f	La fragmentación de iniciativas como uno de los obstáculos, indica que existe una dispersión de esfuerzos en lugar de una visión integrada.
16	f	El turismo rural comenzó a consolidarse como alternativa económica a partir de los años 90, surgiendo como respuesta para afrontar retos económicos y sociales de las zonas rurales.
17	f	El turismo rural no solo genera ingresos, sino que también fortalece la identidad cultural, refuerza el orgullo por las tradiciones y contribuye al desarrollo sostenible.
18	f	Comunidades indígenas en la Amazonía han desarrollado proyectos de turismo comunitario con actividades como caminatas guiadas, talleres de artesanías y ceremonias culturales.
19	v	El sobreturismo es un riesgo que puede deteriorar la experiencia del visitante y amenazar ecosistemas frágiles, citando a Ramírez (2020).
20	f	La limitada digitalización en áreas rurales dificulta la promoción y reserva de experiencias turísticas, siendo este uno de los desafíos mencionados.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 2

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	El turismo rural busca equilibrar la generación de beneficios económicos con la conservación ambiental y cultural.
2	b	La agroforestería combina cultivos con árboles, mejorando la biodiversidad y evitando la erosión del suelo.
3	c	La señalización educa a los turistas y fomenta comportamientos responsables en zonas protegidas.
4	b	La sensibilización crea conciencia sobre la importancia de conservar los recursos naturales y culturales.
5	c	Este tipo de turismo fomenta el aprendizaje sobre biodiversidad y promueve la sostenibilidad.
6	Educación ambiental.	La sensibilización mediante educación transforma la relación con el entorno.
7	Agroforestería.	Integra cultivos y árboles, promoviendo la sostenibilidad.
8	Señales interpretativas.	Informar y sensibilizar a los visitantes.
9	Conservación.	Este equilibrio es fundamental para la sostenibilidad del sector.
10	Capacidad de carga.	Controla el flujo turístico para preservar los ecosistemas.
11	v	Fomentar el uso responsable de los recursos locales y preservar las tradiciones culturales.
12	f	La educación ambiental es crucial para sensibilizar a turistas y comunidades sobre la importancia de la conservación.
13	f	La gestión de residuos ayuda a minimizar los impactos negativos en el ambiente.
14	f	También busca conservar el medioambiente y las culturas locales.
15	v	Son ecosistemas frágiles que necesitan protección ante la presión turística.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
16	v	Las rutas temáticas integran cultura, naturaleza y gastronomía, ampliando la oferta.
17	f	Es importante inculcar conciencia ambiental desde edades tempranas.
18	v	Apps y señalización interactiva facilitan la adopción de prácticas responsables.
19	f	Es esencial para restaurar ecosistemas y proteger la biodiversidad.
20	v	Sin planificación, los recursos pueden agotarse por un exceso de visitantes.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 3

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	La comunicación en el turismo rural busca transmitir la esencia cultural y natural del destino para atraer visitantes con respeto hacia los valores locales.
2	b	Las narrativas culturales incorporan historias locales, ayudando a crear un vínculo.
3	b	Historias auténticas conectan emocionalmente a los turistas con los destinos, promoviendo su interés.
4	c	La comunicación estratégica fomenta la sostenibilidad mediante mensajes que resaltan el respeto ambiental y cultural.
5	f	La comunicación también transmite valores culturales, naturales y fomenta prácticas sostenibles.
6	f	Las redes sociales son herramientas clave para proyectar destinos a audiencias amplias.
7	f	También fortalece la identidad cultural y genera oportunidades económicas para las comunidades.
8	v	Estas rutas están diseñadas para enseñar sobre la historia y cultura de un lugar.
9	v	Las herramientas digitales amplían la visibilidad de los destinos en mercados nacionales e internacionales.
10	b	La comunicación busca resaltar los valores culturales y naturales para promover un turismo sostenible y respetuoso.
11	b	Las redes sociales permiten a las comunidades llegar a audiencias más amplias con recursos limitados.
12	b	La revitalización cultural fomenta el reconocimiento y preservación de las tradiciones.
13	b	Una marca local resalta la identidad cultural única del destino.
14	a	Los mensajes auténticos generan un vínculo emocional entre los turistas y el destino.
15	b	Las narrativas culturales destacan historias locales que conectan emocionalmente con los visitantes.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
16	b	Las herramientas digitales amplían la visibilidad y alcance de los destinos rurales.
17	b	El contenido visual de calidad es efectivo para captar la atención y resaltar la autenticidad de los destinos.
18	b	Los influencers amplifican la proyección de los destinos al compartir experiencias auténticas.
19	a	Los talleres enseñan a los turistas prácticas culturales, ayudando a preservarlas y darles valor.
20	f	Aunque el marketing cultural genera beneficios económicos, también promueve la conservación de tradiciones y el fortalecimiento de la identidad cultural local.
Ir a la autoevaluación		



Autoevaluación 4

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Según Díaz y Romero (2019), las mujeres representan el 60% de la fuerza laboral en proyectos de turismo rural en Ecuador.
2	c	En Saraguro, las mujeres destacan liderando talleres de tejido tradicional y cocina ancestral.
3	c	El acceso a ingresos estables permite a las mujeres invertir en educación, salud y mejorar su calidad de vida.
4	b	Las mujeres de Peguche han consolidado asociaciones textiles que promueven la autonomía económica y el arte ancestral.
5	b	Las mujeres enfrentan barreras como falta de acceso a recursos y educación.
6	a	La administración de negocios es crucial para liderar proyectos sostenibles.
7	b	La educación ambiental ayuda a conservar recursos y promover prácticas ecoamigables.
8	b	El Ministerio de Turismo lidera el programa "Capacítate Ecuador".
9	b	Conservación Internacional trabaja con comunidades en turismo sostenible.
10	b	En Otavalo, se enseña cómo presentar la historia de los tejidos a los turistas.
11	a	Las tecnologías como drones y GPS aumentan la visibilidad de los destinos.
12	v	Este sector ofrece oportunidades para liderar proyectos y fortalecer la independencia.
13	f	Son las mujeres quienes lideran estas iniciativas.
14	v	Los ingresos contribuyen directamente al bienestar familiar.
15	b	Díaz y Romero (2019) destacan el papel protagónico de las mujeres en este sector, subrayando su participación significativa.
16	b	Estas actividades generan ingresos y fortalecen el valor cultural de la región.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
17	c	Aprender habilidades administrativas, empodera a los participantes para liderar proyectos.
18	b	Esto permite invertir en educación, salud y mejoras en los hogares.
19	b	Este programa ofrece talleres gratuitos para mejorar las competencias en turismo rural.
20	a	Este es uno de los roles más destacados del turismo rural, como se explica en el contenido.
Ir a la autoevaluación		



Autoevaluación 5

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Estas características respondieron a la demanda de espacios seguros y menos concurridos.
2	b	Es una medida clave para compensar la falta de turistas internacionales.
3	b	Los tours virtuales permitieron a los guías mantener contacto con turistas durante restricciones.
4	b	Esto puede trivializar el valor simbólico de las prácticas culturales.
5	c	Limitar la cantidad de visitantes para prevenir el desgaste de las tradiciones.
6	v	Esta estrategia reduce la dependencia exclusiva del turismo y mitiga riesgos.
7	f	Los protocolos generan confianza en los turistas al garantizar su seguridad.
8	f	Este fenómeno reduce el significado simbólico y espiritual de las prácticas.
9	f	Promover el uso de lenguas indígenas en actividades turísticas puede fortalecerlas.
10	f	Estas colaboraciones son claves para compartir recursos y conocimientos.
11	b	Estas características respondieron al deseo de los turistas por entornos seguros y menos concurridos.
12	c	Esta actividad fomenta el uso y preservación de la lengua indígena.
13	c	Adaptar las ofertas a las nuevas demandas es clave para la recuperación.
14	b	Garantiza que las actividades reflejen la identidad cultural auténtica.
15	c	Las actividades turísticas bien gestionadas incentivan la continuidad de prácticas culturales.
16	f	La diversificación reduce la dependencia exclusiva del turismo y fortalece la resiliencia económica de las comunidades.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
17	v	Herramientas como redes sociales y tours virtuales han permitido a comunidades rurales mantener la conexión con sus mercados.
18	f	Las alianzas con ONG, gobiernos locales y otros actores externos son fundamentales para compartir recursos y asistencia técnica.
19	f	Cuando se gestiona correctamente, el turismo rural fomenta el uso y la valorización de lenguas indígenas, como el kichwa en Saraguro.
20	v	Los espacios rurales ofrecen menor riesgo de contagio, lo que los hace atractivos durante las pandemias.
Ir a la autoevaluación		



Autoevaluación 6

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	Estas actividades resaltan la identidad cultural kichwa y permiten una experiencia auténtica.
2	b	Agua Blanca combina historia y naturaleza como parte de su oferta turística.
3	a	Estas estructuras minimizan el impacto ambiental al permitir la observación sin alterar el entorno.
4	b	La cohesión social y la participación comunitaria son esenciales para el éxito a largo plazo.
5	a	Estas rutas destacan los recursos naturales y culturales locales, atrayendo a diversos turistas.
6	c	Cuenca es conocida por la tradición de los sombreros de paja toquilla, reconocida como patrimonio inmaterial.
7	a	Estas estrategias reflejan un compromiso con el ecoturismo sostenible.
8	c	Esta diversificación permite combinar actividades tradicionales con turismo rural.
9	a	Agua Blanca destaca por sus sitios arqueológicos y enfoque ambiental.
10	b	Este factor asegura experiencias auténticas y fortalece la identidad cultural.
11	b	Estas colaboraciones promueven el valor histórico y ambiental del lugar.
12	a	La participación activa de la comunidad garantiza equidad y sostenibilidad.
13	b	La formación asegura calidad y autenticidad en la oferta turística.
14	b	Estas actividades combinan salud y naturaleza de manera sustentable.
15	a	El Centro de Vida Silvestre Napo incluye rituales liderados por miembros indígenas como parte de su oferta cultural y espiritual.



Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
16	Si	San Clemente integra actividades culturales, como talleres de artesanía y tejido, para preservar y promover la cultura kichwa, generando una experiencia auténtica para los visitantes.
17	Si	Agua Blanca se distingue por ofrecer visitas a sitios arqueológicos y baños de lodo con propiedades medicinales, fortaleciendo su atractivo turístico al combinar historia y salud.
18	No	Aunque atrae turismo internacional, el centro también se enfoca en la sostenibilidad local y trabaja con comunidades indígenas kichwas para equilibrar sus fuentes de ingreso.
19	Si	La diversificación es clave para satisfacer las diferentes preferencias de los turistas, destacando elementos culturales, naturales y gastronómicos en las experiencias ofrecidas.
20	No	La participación comunitaria es fundamental para garantizar la sostenibilidad de los proyectos, permitiendo que las comunidades locales definan roles y objetivos.
Ir a la autoevaluación		





5. Glosario

Agroturismo: Modalidad de turismo rural que ofrece a los visitantes, experiencias relacionadas con actividades agrícolas, ganaderas o de producción en el campo.

Autenticidad Cultural: Elemento central del turismo rural que resalta las tradiciones, costumbres y estilos de vida únicos de una comunidad local.

Capacidad de Carga Turística: Límite máximo de visitantes que un destino puede soportar sin causar deterioro ambiental, económico o social.

Conservación Ambiental: Prácticas destinadas a proteger y preservar los recursos naturales y la biodiversidad en áreas turísticas.

Comunidad Local: Grupo de personas que residen en el área de un destino turístico y juega un rol clave en su desarrollo.

Desarrollo Sostenible: Estrategia que busca equilibrar las necesidades económicas, sociales y ambientales, asegurando recursos para generaciones futuras.

Ecoturismo: Turismo responsable en áreas naturales que fomenta la conservación, el respeto a las culturas locales y beneficios para las comunidades.

Empoderamiento Comunitario: Proceso mediante el cual las comunidades locales adquieren mayor control sobre sus recursos y decisiones turísticas.

Gestión del Turismo Rural: Planificación y manejo de actividades turísticas en áreas rurales para garantizar su sostenibilidad y beneficios para la comunidad.

Gentrificación Turística: Fenómeno en el que el desarrollo turístico eleva los costos de vida, desplazando a los residentes locales.



Patrimonio Cultural: Conjunto de bienes materiales e inmateriales que representan la identidad y la historia de una comunidad o región.

Participación Comunitaria: Inclusión activa de los habitantes locales en la planificación, desarrollo y gestión del turismo.

Riqueza Cultural: Variedad de expresiones, tradiciones y conocimientos que caracterizan a una comunidad.

Rutas Turísticas: Circuitos diseñados para destacar atractivos culturales, naturales o históricos de una región.

Sostenibilidad: Uso racional de recursos para garantizar su disponibilidad a largo plazo. En el turismo, se enfoca en minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios locales.

Turismo Comunitario: Modalidad de turismo que involucra a las comunidades locales en la creación y gestión de experiencias turísticas. Para conocer más sobre este tema, le invito a revisar [Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos](#).

Turismo Regenerativo: Forma de turismo que busca no solo minimizar los impactos negativos, sino también mejorar los ecosistemas y comunidades visitadas.

Turismo Rural: Actividad turística realizada en zonas rurales, enfocada en promover experiencias auténticas y la convivencia con el entorno natural.

Valorización del Patrimonio: Reconocimiento y promoción del valor cultural, histórico o ambiental de un lugar o tradición como atractivo turístico.





6. Referencias bibliográficas

- Andrade, T. (2019). *Educación ambiental y turismo rural: Estrategias para la sostenibilidad*. Quito: Ministerio del Ambiente.
- Cabanilla, E. (2018). *Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción*. Universidad Central del Ecuador. <https://www.redalyc.org/journal/6538/653868369011/html>
- Díaz, P., & Romero, A. (2019). *Mujeres y turismo rural en Ecuador: Empoderamiento y participación*. Quito: Editorial Inclusiva.
- Espinoza, S. (2022). *Financiamiento de proyectos turísticos rurales: Fuentes y estrategias*. Loja: Editorial UTPL.
- Fernández, C. (2020). *Capacitación comunitaria para el desarrollo del turismo rural* Loja: Editorial UTPL.
- García Revilla, R. Martínez Moure, O. y Mora Forero, J. A. (2021). *Análisis del turismo rural comunitario en Colombia y España: estudio de casos*: (ed.). Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado de: <https://repository.uniminuto.edu/items/c11a9cc9-2c12-4fd6-a974-428dce1c8015>
- Hernández, J., & Torres, A. (2019). *Turismo comunitario: Un enfoque desde América Latina*. Ediciones Siglo XXI.
- Kotler, P., y Keller, K. (2019). *Gestión de marketing: una perspectiva asiática*. Pearson Educación. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-de-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf

- Larrea, J. (2022). *Retos del turismo comunitario como una alternativa local frente al modelo de turismo neoliberal globalizado*. Quito: Editorial Andina. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8793/1/T3844-MEPAD-Noboa-Retos.pdf>
- López, C., & Valdez, J. (2020). *Estrategias de comunicación para la promoción del turismo rural*. Quito: Editorial Nacional.
- Martínez, P., & Rivera, C. (2019). *Gobernanza y participación comunitaria en el turismo rural ecuatoriano*. Loja: Editorial UTPL. <https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/25973>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Políticas públicas para el desarrollo turístico sostenible*. Quito: MINTUR. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2022/02/Plan-Institucional-2021-2025_08_12_2021.pdf
- Mullo Romero, E. del C., Vera Peña, V. M., & Guillén Herrera, S. R. (2019). *El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias*. *Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Recuperado de scielo.sld.cu
- Organización de las Naciones Unidas. (2020). *Turismo y desarrollo rural*. ONU. <https://www.unwto.org/es/news/turismo-desarrollo-rural>
- Richards, G. (2020). *Turismo cultural en Europa*. Publicaciones ATLAS. <https://es.richardstourism.com/atlas-cultural-tourism-project>
- Rodríguez, D. y Fraiz, J. (2020). *Gestión de crisis en el turismo, la cara emergente de la sostenibilidad*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3887951>
- Santos, R. (2021). *Turismo Rural en Ecuador*, Iditur- Ostelea. Recuperado de https://www.ostelea.com/sites/default/files/2021-02/Informe_Turismo%20rural.pdf



Urazán Bonells, C. F. Caicedo Londoño, M. A. & Ayala Rojas, L. E. (2022). *Condiciones de infraestructura para el desarrollo rural sostenible en Colombia*: (1 ed.). Universidad de La Salle - Ediciones Unisalle. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecautpl/titulos/222215>

Vega, F. (2021). *Marketing digital y turismo cultural: Herramientas para destinos rurales*. Loja: UTPL.

Valdez, J. (2021). *Turismo rural y bienestar: Diseño de experiencias saludables*. Loja: Editorial UTPL.





7. Anexos



Anexo 1. Ley de turismo



No imprimir este documento a menos que sea absolutamente necesario



LEY DE TURISMO

Ley 97

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

Última modificación: 29-dic.-2014

Estado: Vigente

CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

LEY DE TURISMO

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y



promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Jurisprudencia:

Gaceta Judicial, CONTRATO DE VIAJE O DE TURISMO, 31-jul-2001

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;



d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPITULO III DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;
2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;
3. El Ministro del Ambiente o su delegado;
4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;
5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;
6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;
7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,
8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomará por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se harán en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

CAPITULO IV DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;



2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.-Nota: Artículo derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008 .

CAPITULO V DE LAS CATEGORIAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

CAPITULO VI AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo

dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos.

Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.

En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país.

Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años.

Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

CAPITULO VII DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un período, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.

El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

Art. 28.- Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país.

Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

Art. 29.- Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país,

tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

Art. 31.- Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 34.- Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a. Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b. Ubicación en las zonas o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 35.- El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento.

De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la

cancelación del registro y de la Licencia Unica Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

Art. 36.- No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

- a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y,
- b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

Art. 37.- Los bienes importados bajo el amparo de esta Ley no podrán ser vendidos, arrendados, donados ni cedidos a terceros bajo cualquier otra modalidad, antes del período de depreciación contable del bien. El quebrantamiento de esta norma será sancionado con el triple del valor de los derechos arancelarios que fueron objeto de exoneración.

No se aplicará esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificado por el Ministerio de Turismo.

CAPITULO VIII DE LOS COMITES DE TURISMO

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

- a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;
- b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;
- c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,
- d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

CAPITULO IX PATRIMONIO AUTONOMO

Art. 39.- El ministerio rector de la política turística determinará y regulará a través de Acuerdo Ministerial los siguientes recursos:

- a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo;
- b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley;
- c) Los valores por concesión de registro de turismo; y,
- d) La tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero.

Nota: Artículo sustituido por artículo 50 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014 .

Nota: Ver Normas para Declaración de Contribución del Uno por Mil, Resolución del Servicio de Rentas Internas No. 45, ver Registro Oficial Suplemento 429 de 2 de Febrero de 2015, página 34.

Art. 40.- Derogado.

Nota: Literal e) sustituido por Disposición Reformativa Vigésima novena de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 332 de 12 de Septiembre del 2014 .

Nota: Artículo derogado por artículo 51 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014 .

Art. 41.- Derogado.

Nota: Artículo derogado por artículo 51 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014 .

CAPITULO X
PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualquier otros grupos humanos en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de



un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios.

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

CAPITULO XI DE LOS DELITOS CONTRA LA SEGURIDAD PUBLICA

Art. 53.- En el Título V del Libro Segundo del Código, Penal, a continuación del artículo 440-A, añádase el Capítulo XIII que se denominará "De ciertos delitos promovidos o ejecutados por medio de actividades turísticas" y agréguese el siguiente:

"Art. 440-B.- La persona o personas que instigaren promovieren o ejecutaren actividades turísticas con el objeto de cometer o perpetrar el delito de plagio tipificado en el artículo 188 y contemplado en el Capítulo III referido a los "Delitos contra la Libertad Individual", del Título II, Libro Primero del Código Penal; de los delitos, contra las personas contempladas en el Título VI y particularmente tipificados en el Capítulo I referido, a los delitos contra la vida; en el Capítulo II relacionado con "Las Lesiones" y el Capítulo III relativo al "Abandono de Personas" del Libro II del Código Penal; de los delitos sexuales contemplados en el Título VIII, en los Capítulos II relativo al "Atentado contra el Pudor, de la violación y del estupro", el Capítulo II atinente a los delitos de proxenetismo y corrupción de menores y Capítulo IV relativo al rapto; el Libro Segundo del Código Penal, de los delitos contra la propiedad contemplados en el Título X y particularmente tipificados en el Capítulo I relacionado con el delito de hurto, el Capítulo II acerca del delito de robo, el Capítulo IV relativo al delito de extorsión y el Capítulo V referido a las estafas y otras defraudaciones del Libro II del Código Penal, se les impondrá el máximo de la pena que corresponda a la naturaleza de la correspondiente infracción. Así mismo, quienes cometieran delitos previstos en este artículo contra

personas que tengan la condición de turistas y a sabiendas que tenía tal condición se les impondrá la máxima pena prevista para la infracción perpetrada.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 54.- En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Etico Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Art. 59.- La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

DISPOSICIONES FINALES

Art. 61.- Refórmase el artículo 3 del Decreto Supremo 1269, de 20 de agosto de 1971, publicado en Registro Oficial No. 295 de 25 de agosto de 1971, por el siguiente texto: "El Ministro de Trabajo y Recursos Humanos es responsable del control y estricto cumplimiento del presente Decreto, a objeto de que el diez por ciento adicional al consumo en concepto de propina que se paga en los establecimientos, hoteles, bares y restaurantes de primera y segunda categoría, sean entregados a los trabajadores, sin descuentos ni deducciones de ninguna naturaleza".

En los artículos de este Decreto Supremo, que se refiere a Ministerio de Previsión Social y Trabajo, cámbiese por Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

Art. 62.- Concédese al Ministerio de Turismo y a sus delegados, jurisdicción coactiva para la recaudación de los recursos previstos en esta ley.

Art. 63.- Derógase la Ley Especial de Desarrollo Turístico, en actual vigencia, sin perjuicio de ello, se respetarán los derechos adquiridos bajo la vigencia de la ley derogada.

DISPOSICION FINAL

La presente Ley entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial.