



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA DE TURISMO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADA EN TURISMO**

TEMA:

**GESTIÓN TURÍSTICA COMUNITARIA DEL COMERCIO DE ARTESANÍAS EN
BAJO DE LA PALMA**

AUTOR:

GENESSIS DAMARIS QUIJIJE ALVIA

TUTORA:

DRA. MABEL FONT ARANDA

MANABÍ - MANTA

2024

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Educación, Turismo, Artes Y Humanidades de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Quijije Alvia Genessis Damaris legalmente matriculada en la carrera de Turismo, período académico 2021-2024, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es “Gestión turística comunitaria del comercio de artesanía en el Bajo de la Palma”.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 17 de diciembre de 2024

Lo certifico



Dra. Mabel Font Aranda

Docente Tutor(a)

Área: Turismo

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

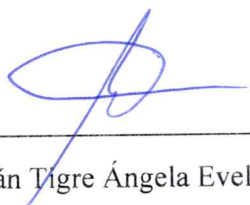
El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado "Gestión turística comunitaria del comercio de artesanías en Bajo de la Palma", ha sido realizado y concluido por la estudiante Quijije Alvia Genessis Damaris; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:



Ing. Farfán Tigre Ángela Evelina, Mg.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



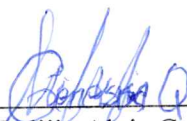
Dr. Álvaro Silva Gustavo Xavier, PhD.
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Lic. Duran Vasco Marco Edmundo, Mg.
MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN



Dra. Mabel Font Aranda, PhD.
DOCENTE TUTOR



Quijije Alvia Genessis Damaris
ESTUDIANTE

AUTORÍA

El estudio de investigación, realizado en preparación para obtener el título de Licenciada en Turismo, es exclusivamente propiedad de la autora. Este énfasis en la autoría individual destaca el compromiso y esfuerzo dedicados al proyecto. Al utilizar el documento, es esencial reconocer y atribuir los créditos correspondientes.

Yo, Quijije Alvia Genessis Damaris declaro que el presente trabajo titulado “Gestión turística comunitaria del comercio de artesanía en el Bajo de la Palma” es producto de mi propia investigación y esfuerzo. Declaro que todas las fuentes utilizadas en la recopilación de información y en la redacción del trabajo están debidamente citadas y referenciadas según el estilo de citación APA 7.

Quijije Alvia Génesis Damaris

1316093523

DEDICATORIA

La perseverancia y el esfuerzo tiene su recompensa gracias a mis padres quienes estuvieron junto a mí siempre a lo largo de estos años por la confianza y soporte incondicional enseñándome valores que me han servido para forjar mi carácter y ser una persona de bien, fueron los pilares fundamentales para mi formación académica, a mi madre que diariamente se preocupaba por el largo trayecto.

A mi padre que siempre me ha enseñado que basta con tener ganas de superación y puedes conseguir muchos objetivos que siempre se debe ser humilde y no olvidar de donde se viene, que la educación es lo más bonito que puede tener un ser humano, a mi familia en general con cada palabra motivadora que sirvió como fuente de inspiración para cumplir cada uno de mis deseos.

Fue un arduo el sacrificio que tuve que hacer para conseguir lo tan anhelado que ahora es una realidad. ¡Mil gracias!

Quijije Alvia Genessis Damaris

AGRADECIMIENTOS

Gratitud a Dios quien me ha dado la fortaleza y la sabiduría para cada día continuar y superar cada obstáculo que se presentó a lo largo de la carrera.

A mis padres por ser quienes me inspiraron a prepararme y por el gran apoyo que me han brindado para cumplir una de mis metas planteadas, quienes a los limitados recursos económicos trabajaron para poder brindarme la herencia más preciada como lo es la preparación y la educación.

A aquellos docentes de la carrera de Turismo, quienes que con sus conocimientos ayudaron en mi formación universitaria, mismos que serán de gran ayuda para desarrollarlos en el ámbito profesional.

Quisiera hacer énfasis en reconocer el apoyo que me brindo mi tutora de tesis por la paciencia y conocimientos trasmitidos han sido de gran ayuda para finalizar mi proyecto de titulación.

Quijije Alvia Genessis Damaris

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo identificar las estrategias de gestión turística comunitaria que pueden mejorar la promoción y el desarrollo del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma. Para alcanzar este objetivo, se empleó un enfoque metodológico mixto, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, tales como la recolección de datos a través de entrevistas al 100% de los artesanos de la comunidad, el uso de una ficha técnica, análisis FODA y estadística descriptiva. Los resultados obtenidos indican que los artesanos de la comunidad, en su mayoría ebanistas con educación básica, se dedican tanto a la producción como a la comercialización de sus productos, utilizando materiales como la paja toquilla, la tagua y la madera. Las estrategias de gestión turística y comercialización propuestas incluyen la promoción de los productos a través de ferias, redes sociales, y talleres; la protección del patrimonio cultural; la mejora de la mano de obra; el desarrollo del turismo local; la implementación de nuevas tecnologías y maquinarias, así como una mayor variedad de productos y precios, todo con el fin de mejorar el comercio de artesanías y contribuir al desarrollo turístico de la comunidad. Demostrando finalmente que, a través de la implementación de estrategias centradas en la promoción, comercialización, y el fortalecimiento de los recursos humanos y materiales, se puede mejorar el acceso al mercado, incrementar la demanda de productos artesanales y favorecer el desarrollo socioeconómico de la comuna.

Palabras claves: gestión turística, gestión comunitaria, turismo cultural, comercio de artesanías, El Bajo de la Palma.

ABSTRACT

The present research project aims to identify community tourism management strategies that can improve the promotion and development of the craft trade in Bajo de la Palma. To achieve this objective, a mixed methodological approach was used, combining qualitative and quantitative techniques, such as data collection through interviews with 100% of the community's artisans, the use of a technical sheet, SWOT analysis, and descriptive statistics. The results obtained indicate that the community's artisans, mostly cabinetmakers with basic education, are dedicated to both the production and marketing of their products, using materials such as straw, tagua, and wood. The proposed tourism management and marketing strategies include the promotion of products through fairs, social networks, and workshops; the protection of cultural heritage; the improvement of the workforce; the development of local tourism; the implementation of new technologies and machinery, as well as a greater variety of products and prices, all with the aim of improving the trade of crafts and contributing to the tourist development of the community. Finally demonstrating that, through the implementation of strategies focused on promotion, marketing, and the strengthening of human and material resources, market access can be improved, demand for craft products can be increased, and the socioeconomic development of the commune can be favored.

Key words: tourism management, community management, cultural tourism, craft trade, The Lower Palm.

ÍNDICE

<i>RESUMEN</i>	7
<i>ABSTRACT</i>	8
<i>INTRODUCCIÓN</i>	13
1 CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	19
1.1 <i>Gestión turística</i>	19
1.2 <i>Gestión comunitaria</i>	22
1.3 <i>Turismo Cultural</i>	23
1.4 <i>Comercio de artesanías</i>	25
1.5 <i>Estrategias de gestión turística comunitaria en el comercio de artesanías</i>	27
2 CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	29
2.1 <i>Aspectos generales sobre el proceso de investigación</i>	29
2.2 <i>Antecedentes metodológicos</i>	31
2.3 <i>Secuencia metodológica para el desarrollo del proyecto</i>	33
2.4 <i>Descripción de los pasos, métodos, técnicas e instrumentos</i>	34
2.4.1 <i>Determinación de las políticas comunitarias</i>	34
2.4.2 <i>Diagnóstico del comercio de artesanías en Bajo de la Palma</i>	35
3 CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
3.1 <i>Determinación de las políticas comunitaria y caracterización</i>	40
3.2 <i>Diagnóstico del comercio de artesanías en Bajo de la Palma</i>	41
3.3 <i>Resultados de la entrevista</i>	44
3.3.1 <i>Ocupación</i>	44
3.3.2 <i>Formación profesional</i>	45
3.3.3 <i>Tipo de negocios</i>	46
3.3.4 <i>Producción y comercialización</i>	47
3.4 <i>Materia prima</i>	48

3.4.1	<i>Matriz FODA.....</i>	49
3.4.2	<i>Influencia positivo-negativa de la oferta de artesanía.....</i>	51
3.5	<i>Identificación de estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma</i>	54
3.5.1	<i>Estrategias político-institucionales.....</i>	55
3.5.2	<i>Estrategia de sostenibilidad ambiental.....</i>	56
3.5.3	<i>Estrategias de innovación.....</i>	57
3.5.4	<i>Estrategias de comercialización</i>	57
CONCLUSIONES.....		59
RECOMENDACIONES		61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		62
ANEXOS		68

ÍDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelos de gestión turística.....	21
Tabla 2. Aspectos clave del turismo cultural artesanal	24
Tabla 3. Estudios similares sobre el comercio de artesanías.....	32
Tabla 4. Secuencia de pasos metodológicos para el desarrollo de la investigación.....	34
Tabla 5. Población de artesanos de la comuna Bajo de la Palma.....	42
Tabla 6. Entrevista a los artesanos de la comuna El Bajo de la Palma	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Hilo conductor del marco teórico referencial	19
Figura 2. Acciones tras la implementación de una buena gestión turística.....	21
Figura 3. Gestión comunitaria, sus componentes clave	23
Figura 4. Elementos involucrados para el comercio de artesanías.....	25
Figura 5. Pautas que se deben seguir para llevar a cabo un buen comercio de artesanías	26
Figura 6. Recomendaciones para el buen comercio de artesanías	27
Figura 7. Plantilla de matriz FODA	38
Figura 8. Plantilla para diagrama de afinidad sobre estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías.....	39
Figura 9. Ubicación de la comuna El Bajo de la Palma.....	41
Figura 10. Ocupación de artesanos	44
Figura 11. Formación profesional de artesanos	45
Figura 12. Tipos de negocios artesanales.....	46
Figura 13. Producción y comercialización.....	47
Figura 14. Materia prima.....	48
Figura 15. Matriz FODA de los negocios de artesanías de la comuna El Bajo de la Palma	49
Figura 16. Impactos de la oferta de artesanías	52
Figura 17. Diagrama de afinidad sobre estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías.....	55

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que abarca aspectos sociales, culturales y económicos, asociado con el traslado de individuos hacia destinos diferentes a su lugar de residencia usual, ya sea por una razón personal o comercial (Ostela, 2021). Dado que es principalmente un fenómeno cultural, su significado varía entre diferentes culturas debido a que la experiencia se construye a través de símbolos y los acuerdos sociales sobre su significado (Borja, 2023). La integración entre turistas y comunidades locales enriquece la experiencia del visitante y hace que la actividad turística prospere en cualquier destino (Masegosa, 2024). El turismo no solo se trata de viajar, también implica interactuar con diferentes culturas y comunidades locales, esta interacción enriquece la experiencia del viajero y contribuye al éxito del turismo cultural en cualquier destino.

En Ecuador, el turismo plantea la necesidad de preservar su entorno, las culturas y tradiciones, aspirando ser potencia turística. Las artesanías representan la identidad comunitaria y contribuye a la diversificación de la oferta turística e incremento del PIB turístico (Ministerio de Turismo, 2023). El turismo en Ecuador ha sido una fuente importante de ingresos económicos, generando divisas para el país, en el periodo 2023 se ingresó \$449 millones (Corporación Financiera Nacional, 2023). El turismo contribuye significativamente a la economía del país, es un motor importante para el desarrollo tanto nacional como local ya que genera ingresos y oportunidades comerciales como es el caso de los artesanos que su producción y venta genera una importante fuente de ingreso.

La gestión turística permite aprovechar las potencialidades de un territorio mediante modelos que integren aspectos sociotécnicos, este enfoque se consolida como una herramienta para impulsar el crecimiento de las comunidades, con impactos positivos en los aspectos sociales, económicos y ambientales (Ministerio de Turismo, 2023). El turismo comunitario es un modelo de gestión liderado plenamente por la comunidad

anfitriona, que oferta algún tipo de producto y/o servicio turístico con criterios ambientales, sociales y económicos, cuyos beneficios resultantes son reinvertidos en el bienestar comunitario (GAD, Montecristi, 2024). La gestión turística y el turismo comunitario impulsa el éxito de los artesanos ya que al promover sus productos y mejorar sus habilidades, preservar su herencia cultural y asegurar su participación en el desarrollo económico.

La práctica artesanal es un componente esencial de identidad cultural, juega un papel crucial en el avance socioeconómico de un país, al mismo tiempo que impulsa creación de empleos tanto en talleres artesanales como en vivienda de los propios locales (Bustos y Bruno, 2021). En Ecuador, la actividad artesanal es de las mayores potencialidades del país, con una amplia variedad de artesanías en áreas como la paja, cerámica, cuero, joyería y madera, esta actividad es crucial porque contribuye de manera significativa al crecimiento económico (Díaz, et al. 2022). La artesanía no solo preserva tradiciones y técnicas ancestrales, también genera empleo, lo que beneficia directamente a las comunidades, además, al mencionar la amplia variedad de artesanías disponibles en Ecuador, se resalta la diversidad y riqueza cultural del país.

Las artesanías se ubican en el puesto 48 entre los 60 productos más exportados del Ecuador, la actividad artesanal impacta de forma directa en la vida de 4.5 millones de ecuatorianos, que equivale al 32.7% de la población económicamente activa (Ministerio de Turismo, 2024). Para el año 2033, se estima que la industria turística incrementará su aporte al PIB a más de 7.5 millones de dólares, equivalente al 5.2% de la economía ecuatoriana, y dará trabajo a casi 481 mil personas en todo el territorio nacional, según las proyecciones de la entidad global de turismo (World Travel & Tourism Council, 2023). Estos datos muestran que tanto las artesanías como el turismo van de la mano son

sectores clave en la economía ecuatoriana, ambos sectores representan oportunidades importantes para el desarrollo económico y la mejora de la calidad de vida en el país.

A lo largo de su historia, la comunidad de Bajo de la Palma ha desarrollado una destacada tradición en la elaboración de artesanías, lo que constituye un atractivo notable para los visitantes de la localidad (Zambrano et al., 2022). El proceso de promoción dirigido a los turistas se lleva a cabo de manera fragmentada y descoordinada por parte de cada negocio, lo que no permite ofrecer una visión unificada de la oferta comercial (Roben y Rodríguez, 2021). Es necesario implementar estrategias de gestión turística comunitaria que coordinen los esfuerzos individuales y promuevan una identidad local distintiva.

A partir de los criterios previamente mencionados, el trabajo encuentra su Justificación en diversos contextos, metodología de gestión turística y gestión comunitaria en el comercio de artesanías en la comunidad del Bajo de la Palma con la finalidad de impulsar el turismo y beneficiar a los artesanos locales.

Desde el punto de vista *teórico*, estudiar la gestión turística comunitaria del comercio de artesanía en Bajo de la Palma ofrece una oportunidad para explorar y aplicar diversas teorías relacionadas con el desarrollo local, el turismo sostenible, el marketing turístico.

Desde el punto de vista *práctico*, esta investigación aportará conocimientos sobre cómo la gestión turística comunitaria del comercio de artesanía puede ser una estrategia efectiva para promover el desarrollo local; además, dará pautas para que estos negocios no estén fragmentados y descoordinados, permitiendo así tener una visión unificada de la oferta comercial.

La justificación *económica* da lugar por su potencial para generar ingresos, a través de una gestión adecuada así podrá estimular el turismo, diversificar la economía

local y preservar la cultura, todo lo cual puede contribuir al desarrollo económico y social sostenible del Bajo de la Palma.

En lo *político institucional* debido a su alineación con las prioridades y políticas gubernamentales orientadas al desarrollo económico y cultural de las comunidades locales, esta investigación respalda los objetivos de descentralización y empoderamiento comunitario promovidos por las instituciones gubernamentales, al contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural.

La justificación *legal*, debido a su alineación con las regulaciones y leyes vigentes relacionadas con el desarrollo económico y turístico de la región, al promover prácticas comerciales que cumplan con las normativas locales y nacionales, esta investigación ayuda a garantizar el cumplimiento de las leyes laborales, fiscales y comerciales pertinentes.

El comercio de artesanías locales puede fomentar un turismo más sostenible al ofrecer alternativas de consumo que no afecten negativamente al medio *ambiental*, esto puede reducir la presión sobre los recursos naturales y contribuir a la conservación del entorno natural del Bajo de la Palma.

Para indicar el *planteamiento del problema* con base en los problemas que tiene la mala gestión del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma se utilizó la técnica del árbol del problema donde se muestran sus causas y efectos (Anexo 1).

De acuerdo al análisis del árbol de problema se puede identificar la falta de coordinación entre los negocios locales, lo que se traduce en dificultades para establecer canales efectivos de comunicación, limitaciones en la expansión del mercado, disparidades en recursos financieros y habilidades, la ausencia de un organismo central que facilite la colaboración, esta falta de coordinación resulta en una competencia desigual y una resistencia al cambio, lo que perpetúa un enfoque individualista en lugar

de una visión unificada de la oferta comercial, es crucial o fundamental implementar estrategias que fomenten la colaboración entre los actores locales.

Partiendo de lo anterior se realiza la *formulación del problema* ¿Cómo mejorar el comercio de artesanías en la comuna de Bajo de la Palma?

La *idea por defender* es que las estrategias de gestión turística comunitaria en el Bajo de la Palma aportarán a la mejora del comercio de artesanías.

La *variable independiente* es la identificación de estrategias de gestión turística comunitaria. Mientras, la *variable dependiente* es la mejora del comercio de artesanías en la comuna Bajo de la Palma.

El *objetivo general* de la investigación es identificar las estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías en la comuna Bajo de la Palma.

Los *objetivos específicos* se desglosan en tres:

1. Sistematización de los preceptos teóricos y metodológicos sobre el comercio de artesanías y la gestión turística comunitaria.
2. Diagnosticar las prácticas de gestión del comercio de artesanías en la comunidad de Bajo de la Palma y los principales desafíos y obstáculos enfrentados los artesanos.
3. Definir las estrategias de gestión turística comunitaria para el comercio de artesanías en el Bajo de la Palma.

Respecto el *diseño metodológico*, destaca un enfoque cualitativo y cuantitativo predominante que implica diversas actividades, entre ellas se incluyen la revisión bibliográfica, la recolección de historias y narrativas de vida de artesanos locales para comprender sus experiencias y sus perspectivas, la recopilación y análisis de documentos oficiales relevantes, se identificarán indicadores clave en una ficha técnica para recoger

la información de campo. Finalmente se proponen estrategias basadas en los hallazgos obtenidos.

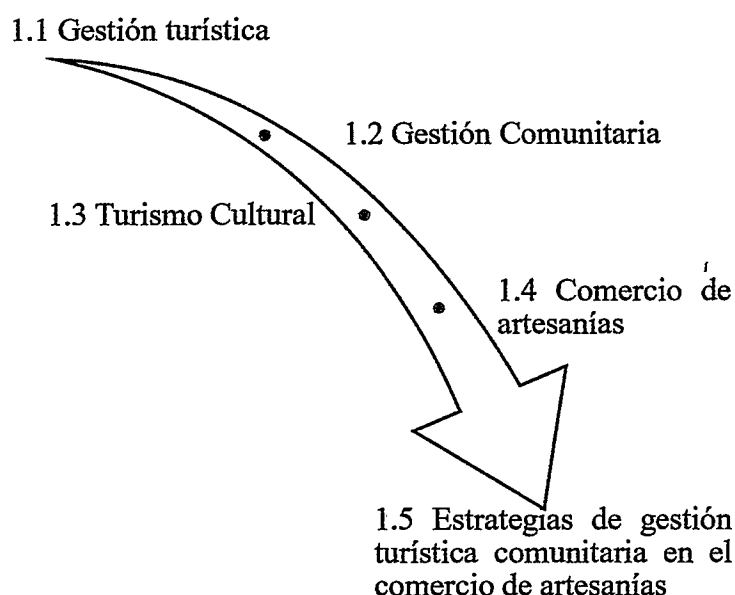
La investigación se estructura en tres partes fundamentales, en el *Capítulo I*, se analizan estudios previos de teorías, investigaciones académicas para comprender los enfoques. El *Capítulo II*, detalla la metodología empleada en la investigación sobre comercio de artesanías y las técnicas de recolección de datos, así como la influencia del turismo en la comuna. En el *Capítulo III* se detallan los resultados obtenidos en la investigación, se describen las experiencias recopiladas, los desafíos identificados y las estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías en la comuna Bajo de la Palma.

1 CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En este capítulo se expone el marco teórico referencial, detallando cada una de las palabras claves que se han identificado (Figura 1).

Figura 1.

Hilo conductor del marco teórico referencial



Nota. Quijije - Alvia, 2024.

1.1 Gestión turística

La gestión turística influye en la configuración social y espacial, convirtiéndose en un objeto de estudio crucial para entender cómo se organiza y transforma el espacio (Bringas, et al, 2020). La efectividad de la gestión turística se basa en detallar las actividades a realizar, teniendo en cuenta los destinos de interés, para mejorar el procedimiento en las áreas turísticas y asegurar la satisfacción del visitante (Valencia y Pelegrín, 2024). La gestión turística es crucial tanto para entender la dinámica social y espacial de las áreas turísticas, como para asegurar un desarrollo equilibrado y beneficioso

para todas las partes involucradas, la capacidad de influir en la organización y transformación del espacio.

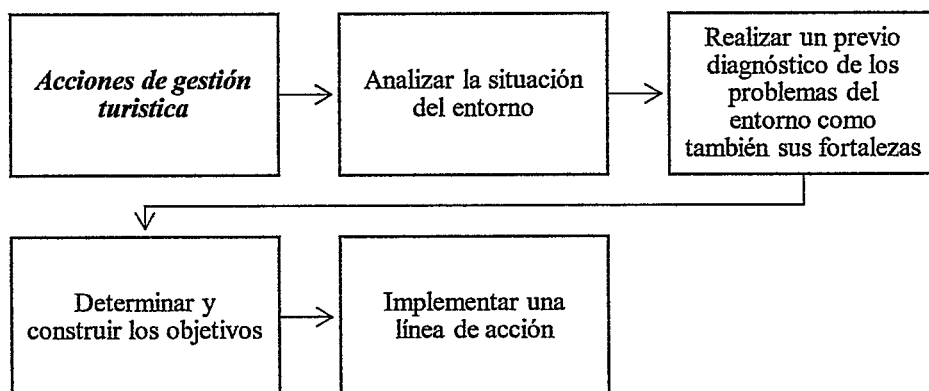
La gestión del turismo se basa en pilares esenciales como el desarrollo estratégico provincial, la capacitación y fortalecimiento, la promoción y difusión de recursos turísticos, y el fortalecimiento de la identidad cultural, todo esto través de capacitaciones y certificaciones de calidad. (GAD Montecristi, 2020). La sinergia entre estos sectores es vital para la implementación efectiva de estrategias que promuevan el desarrollo sostenible del turismo, además puede facilitar la creación de políticas que respeten y preserven los recursos naturales y culturales, garantizando así la sostenibilidad a largo plazo del destino turístico.

El turismo comunitario se ha convertido en un aspecto de gran importancia para las comunidades del Ecuador, cuyos proyectos son crucialmente relevantes para alcanzar los objetivos establecidos en los planes nacionales de gobierno (Gómez, 2023). La competitividad de los lugares turísticos se alcanza mediante la planificación que considera aspectos económicos, socioculturales y ambientales, involucrando a los actores locales relevantes (Ortiz y Vásquez, 2021). La gestión turística debe implementar un enfoque que garantice la promoción del turismo sostenible, lo cual implica organizar y coordinar actividades, adaptar el entorno en evolución y llevar a cabo un análisis exhaustivo para desarrollar las estrategias más eficaces.

Para que la gestión turística se lleve a cabo hay que tener en cuenta algunos parámetros ante su posible implementación siendo un proceso ordenado, que define las acciones, la gestión y por último su planificación la cual la observamos en la siguiente figura.

Figura 2.

Acciones tras la implementación de una buena gestión turística



Nota. Quijije - Alvia, (2024) a partir de Codespa, (2024).

Los modelos de gestión turística son pautas primordiales para planificar, organizar de una forma efectiva las actividades relacionadas con el turismo, cada modelo tiene sus propias diferencias y también objetivos específicos sobre un desplazamiento turístico específico (Naranjo y Marín, 2019). Estos modelos son muy importantes ya que facilitan una estructura para la toma de decisiones, como se observa en la siguiente tabla son herramientas valiosas ya que si se aplican de una manera adecuada contribuyen al desarrollo económico.

Tabla 1.

Modelos de gestión turística

<i>Modelos más empleados y recomendados en la gestión turística</i>	
Modelos generales	Este modelo abarca aspectos como la planificación estratégica, la organización de recursos, la toma de decisiones y calidad de servicio.
Modelo de proceso	Este modelo se enfoca en mejorar la eficiencia y efectividad de los procesos.
Modelo de demanda	Este modelo se basa en el análisis de la demanda turística, es decir en la preferencias, necesidades y comportamiento de los turistas.
Modelo de desarrollo de destino	Este modelo se enfoca en el desarrollo integral y sostenible de un destino turística tiene aspectos como la planificación estratégica del destino, la gestión de recursos naturales y culturales y la participación comunitaria.
Modelo de impacto	Este modelo se utiliza para evaluar y gestionar los impactos del turismo en un destino, tanto positivo como negativo.

Nota. Quijije - Alvia, (2024) a partir de Palma y Naranjo (2019).

En este caso, aunque no se ha valorado la creación de un modelo de gestión y lo que se pretende es identificar las estrategias que pueden potenciar la promoción y el desarrollo del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma, es factible considerar las bases de los modelos generales y de desarrollo de destino.

1.2 Gestión comunitaria

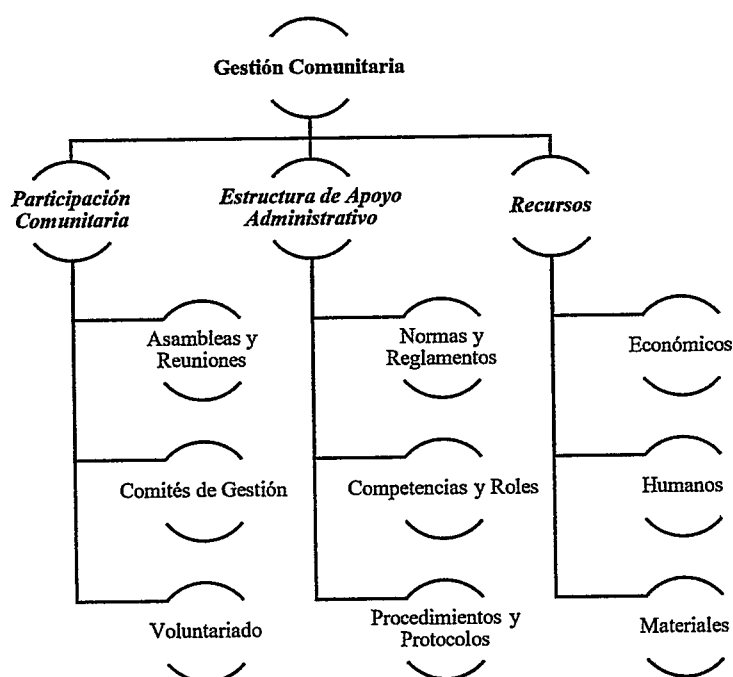
El término de turismo comunitario fue introducido por primera vez en 1985 por Peter Murphy, con el objetivo de encontrar una expresión que pudiera describir la relación entre el turista y la comunidad local (Sarasola, 2024). La base de la gestión comunitaria es la creación de confianza y el incentivo a la sociedad a participar activamente en el desarrollo de actividades que promuevan cambios en el comportamiento, enfocándose principalmente en el aprovechamiento de los recursos existentes e incluso en la facilitación de la toma de decisiones (Huaraca, et al, 2022).

Aunque el turismo comunitario se presenta como un modelo de desarrollo sostenible y empoderamiento local, su implementación práctica enfrenta desafíos significativos relacionados con la dependencia de recursos y conocimientos externos y la gestión de las complejidades internas de las comunidades.

La gestión comunitaria implica la participación de los residentes en la planificación, implementación y evaluación de proyectos y actividades para la mejora de calidad de vida, y así desarrollar sus potencialidades y utilizar más sus propios recursos (Hernández et al., 2019). En la figura 6, nos referimos a la participación de los miembros de la comunidad permite la transformación de su entorno, ya que tienen la capacidad de utilizar los recursos disponibles para mejorar las condiciones de vida.

Figura 3.

Gestión comunitaria, sus componentes clave



Nota. Quijije - Alvia, 2024.

Según la participación comunitaria es un comportamiento común que garantiza la credibilidad en la toma de decisiones y es un precursor importante para legitimar cualquier proyecto social, ya que cuando la comunidad participa en la actividad, el proyecto fortalece a la comunidad y asegura su sostenibilidad (Chirino, 2017).

Esto involucra criterios de naturaleza administrativa, ya que poseen una estructura de apoyo compuesta por normas, competencias, procedimientos, estructuras administrativas, recursos económicos y humanos, esta articulación permite a las organizaciones proveedoras satisfacer las necesidades y demandas de sus usuarios.

1.3 Turismo Cultural

El turismo cultural es definido como una forma de viaje donde los visitantes buscan adquirir conocimiento y entablar relaciones sociales con diferentes grupos, los viajeros se motivan ideológicamente a explorar las costumbres y tradiciones de distintas

comunidades (Landa, 2021). Es común que los turistas con afinidades culturales busquen descubrir y valorar el patrimonio de diferentes contextos culturales, lo cual enriquece sus experiencias personales frente a las expectativas de su entorno social (Moragues, 2008). El turismo cultural se define como la práctica de viajar con el propósito principal de conocer y experimentar aspectos culturales únicos de una región o país, incluyendo su patrimonio histórico, tradiciones locales, arte, gastronomía y eventos culturales como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2.

Aspectos clave del turismo cultural artesanal

<i>Visitas a talleres y mercados artesanales</i>	Los turistas pueden visitar talleres donde los artesanos crean sus productos, lo cual proporciona una visión directa del proceso de fabricación y la habilidad artesanal involucrada.
<i>Participación en talleres y clases</i>	Algunos destinos ofrecen talleres donde los turistas pueden aprender técnicas artesanales tradicionales, como cerámica, tejido, tallado a madera, entre otros.
<i>Festivales y eventos artesanales</i>	Muchas comunidades celebran festivales y eventos dedicados a las artesanías locales, estos eventos no solo son oportunidades para comprar productos únicos, sino también para experimentar la cultura local a través de presentaciones, demostraciones en vivo y actividades interactivas.
<i>Conciencia cultural y sostenibilidad</i>	El turismo cultural artesanal a menudo promueve la conservación de tradiciones artesanales y el apoyo a comunidades locales. Los turistas pueden contribuir directamente al bienestar económico de los artesanos y sus familias al comprar productos auténticos.
<i>Exploración del patrimonio cultural</i>	Las artesanías no solo son objetos decorativos, sino que también reflejan la historia, tradiciones y valores culturales de una comunidad.

Nota. Quijije - Alvia, 2024 a partir de Utrilla, et al. (2020).

El turismo cultural artesanal se enfoca en la experiencia y apreciación de las artesanías locales de una región o país, este tipo de turismo no solo permite a los visitantes adquirir productos artesanales únicos, sino que también les ofrece la oportunidad de interactuar con artesanos locales y comprender el proceso creativo detrás de estas obras.

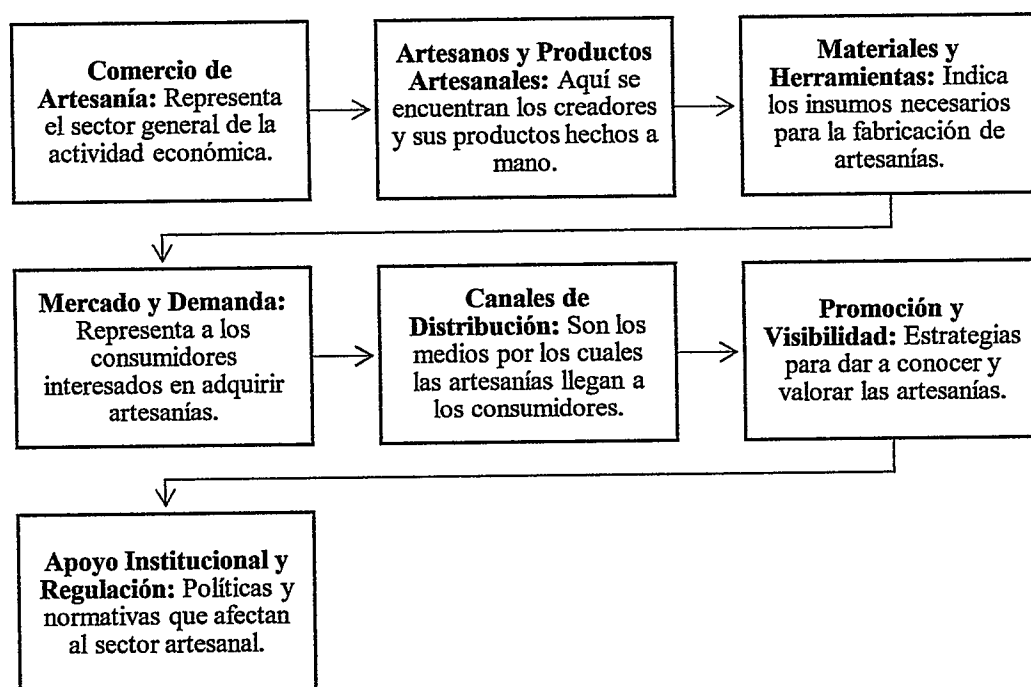
1.4 Comercio de artesanías

Las empresas artesanales generalmente tienen características centradas en producción familiar, se basan en valores y creencias arraigadas en la ideología tradicional, tienen una participación de mercado limitada y, a menudo, están ubicadas en zonas rurales (Soledispa et. al, 2021). Debido a su enfoque en la producción familiar y sus valores tradicionales, las empresas artesanales pueden ofrecer productos únicos y auténticos que apelan a un nicho de mercado específico, lo que les permite diferenciarse de las grandes corporaciones.

El comercio de artesanías no solo implica la transacción de productos, sino que también juega un papel importante en la preservación de tradiciones culturales, el apoyo a comunidades locales y el fomento del turismo cultural (Núñez y Riveiro, 2023). en la figura 4, nos referimos al comercio artesanal el cual promueve prácticas de comercio justo que aseguran que los artesanos reciban una remuneración justa por su trabajo y que se respeten las condiciones laborales adecuadas.

Figura 4.

Elementos involucrados para el comercio de artesanías

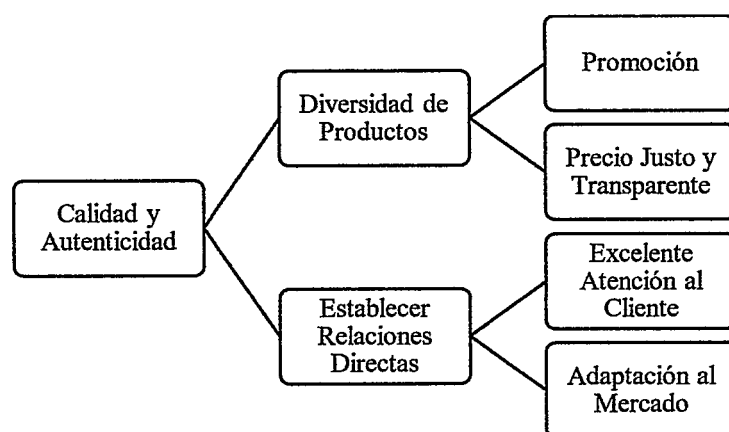


Nota. Quijije - Alvia, 2024.

Como se muestra en la figura 5, el comercio de artesanías es un proceso en el que involucra una red compleja de actores y factores que interactúan para llevar las creaciones hechas a mano de los artesanos a los consumidores. En el centro de este proceso se encuentran los artesanos y sus productos artesanales, únicos y llenos de valor cultural. Estos productos llegan a los consumidores a través de diversos canales de distribución, ya sea directamente del artesano al cliente o mediante intermediarios como tiendas físicas o plataformas en línea. El éxito de este proceso depende en gran medida de la demanda del mercado, la cual varía según las preferencias de los consumidores en cuanto a materiales, estilos y precios. Es por ello por lo que es necesario fomentar estrategias efectivas de comercialización, basándose en estos elementos claves para el éxito del sector artesanal y su contribución al desarrollo económico y cultural de las comunidades.

Figura 5.

Pautas que se deben seguir para llevar a cabo un buen comercio de artesanías



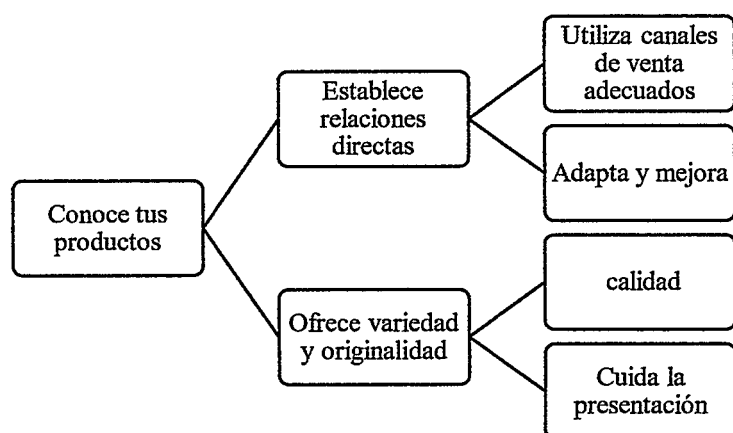
Nota. Quijije - Alvia, 2024.

En la figura 6, se presentan los elementos esenciales para el éxito en la comercialización de productos artesanales. La implementación de estas pautas contribuye a fortalecer la competitividad de los artesanos en el mercado, aumentar sus ingresos y

mejorar sus condiciones de vida. Además, promueve la preservación y difusión de la cultura local, generando un impacto positivo en el desarrollo económico y social de las comunidades.

Figura 6.

Recomendaciones para el buen comercio de artesanías



Nota. Quijije - Alvia, 2024.

1.5 Estrategias de gestión turística comunitaria en el comercio de artesanías

Actualmente “la industria turística está involucrada en el proceso de fortalecimiento de la participación de las comunidades locales a través de iniciativas turísticas locales” (Sánchez y Babinger, 2022, p. 5). Es importante tener en cuenta que cuando una comunidad se concentra en el desarrollo económico de la misma, podrá crecer y beneficiarse de los ingresos que puedan obtener para el beneficio local. Estas iniciativas tienen el potencial de impactar positivamente el bienestar social, la calidad de vida de las personas y la protección del entorno natural, histórico y cultural (Montenegro y Jarquín, 2020, p. 21).

Es crucial valorar los recursos locales, ya que la economía está respaldada por los actores que participan en su desarrollo y tienen un papel importante en mejorar la

distribución del ingreso local. El objetivo es reducir la pobreza y la desigualdad, por lo que es necesario replantear estrategias que fomenten la comunidad para incentivar la generación de riqueza, la creación de empleos para los habitantes.

En este sentido, la dinamización turística apunta a fortalecer el turismo comunitario a través de estrategias que promuevan la planificación, la competitividad turística y la gestión territorial, especialmente en los destinos turísticos (Siza et al., 2020, p. 7). El fortalecimiento del turismo comunitario a través de la dinamización turística puede incentivar a las comunidades locales a participar activamente en la gestión de los destinos turísticos. Esto no solo puede mejorar la sostenibilidad de las prácticas turísticas, sino también fomentar un sentido de orgullo y propiedad entre los residentes, lo que puede conducir a una mayor protección y valorización de sus recursos naturales y culturales.

La gestión turística se define como el conjunto de procedimientos que se llevan a cabo para el logro de los fines trazados en el destino turístico con la debida planificación y la coordinación de los distintos organismos (Díaz, 2018).

La planificación del turismo posibilita preservar y expandir todos los recursos naturales y culturales, así como a fomentar la economía local. Esto va de la mano con la gestión para que tenga un buen funcionamiento, ya que se considera fundamental para el éxito de su desarrollo turístico. Sin una gestión adecuada, no se puede alcanzar el objetivo, por lo que la planificación es la base y la gestión es el complemento que brinda eficiencia y competitividad.

2 CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

El capítulo presenta el diseño metodológico que guía la investigación sobre la gestión turística comunitaria del comercio de artesanía en el Bajo de la Palma, donde se detallan los aspectos generales del proceso de investigación. Se determinan las bases para una investigación comprometida con la comunidad, buscando no solo entender su realidad, sino también contribuir al fortalecimiento de su patrimonio cultural y su desarrollo sostenible con el objetivo de identificar estrategias de gestión turística comunitaria que posibilita la mejora, promoción y el desarrollo del comercio de artesanías.

2.1 Aspectos generales sobre el proceso de investigación

El presente proyecto utiliza una investigación de tipo no experimental, lo que implica que se lleva a cabo sin manipular variables o intervenir en las prácticas de la comunidad, este enfoque permite observar y analizar las dinámicas existentes de manera natural. Según Kiss (2024), la investigación no experimental se limita a observar los fenómenos relevantes en su entorno natural para describirlos y analizarlos sin necesidad de reproducirlos en un entorno controlado. Al no intervenir en la comunidad, se podrá captar de manera más auténtica cómo las dinámicas locales influyen en la sostenibilidad y desarrollo del turismo, así como en el fortalecimiento del patrimonio artesanal y de esta manera, la investigación podrá ofrecer estrategias de gestión basadas en un entendimiento profundo de la situación actual en el Bajo de la Palma.

En este sentido, el paradigma que utiliza el proyecto de investigación es constructivista, ya que éste tipo de paradigma se enfoca en la forma de aprender de manera dinámica, ejerciendo la mente, la creatividad y el crecimiento personal, al igual que indica Véliz (2022), basándose en las investigaciones de Piaget, sostiene que el constructivismo es un proceso dinámico y activo en el que los estudiantes construyen su

propio conocimiento a través de experiencias significativas, adaptándose constantemente a su entorno.

La investigación utiliza un enfoque mixto, siendo este cualitativo y cuantitativo, puesto que esta combinación permite explorar y contextualizar las percepciones y experiencias de los actores locales, a la vez proporciona datos cuantificables sobre el impacto económico y la participación en el comercio de la artesanía. Una investigación cualitativa es una herramienta útil para explorar y comprender la complejidad de los fenómenos sociales y las experiencias humanas (Espinoza, 2020). Por lo tanto, el enfoque cualitativo del presente estudio se utiliza para entender las dinámicas culturales, las motivaciones y los significados que los artesanos y turistas atribuyen a su interacción con la artesanía local, esto se logra a través de una revisión bibliográfica y recolección de datos a partir de los artesanos de la comunidad.

Se emplea el enfoque cuantitativo ya que se levanta información primaria que se obtiene de mediante una ficha técnica que luego se procesa mediante estadística descriptiva, tal como lo explica Ochoa et al. se aplica para recoger datos sobre la producción, venta y consumo de artesanías, así como para analizar variables como la afluencia turística y su relación con el comercio artesanal (2020). También este enfoque identifica indicadores que permiten medir el impacto real de la gestión turística en la comunidad y ofrecer un análisis más concreto al estudio.

De esta manera, al integrar ambos enfoques, la investigación se enriquece, proporcionando una comprensión más completa y matizada de la gestión turística comunitaria y su relación con el comercio de artesanía en el Bajo de la Palma.

El alcance de la presente investigación es exploratorio y descriptivo, ya que se pretende documentar las prácticas actuales del comercio de artesanía en la comunidad y así identificar si se tiene una correcta gestión de ese patrimonio para el turismo. Este tipo

de alcance permite identificar estrategias para el desarrollo de la comunidad, así como también elaborar recomendaciones que contribuyan a fortalecer la gestión comunitaria y la sostenibilidad del turismo en el destino. Por ello, el alcance descriptivo de la investigación muestra las características de las artesanías, los procesos de producción, y las estrategias de venta, así como mapea la experiencia turística en la comunidad. Coincidiendo Guarecuco (2023), la investigación descriptiva se centra en detallar las características de un fenómeno o área de estudio, sin manipular variables ni establecer relaciones causales y su objetivo es ofrecer una representación precisa y completa del objeto de estudio.

Por otro lado, para el alcance exploratorio se orienta a descubrir nuevas oportunidades y desafíos, permitiendo una reflexión crítica sobre la sostenibilidad y el potencial de desarrollo en el ámbito turístico. Bajo este contexto, Galarza (2020) sostiene que los estudios exploratorios se utilizan para adentrarse en áreas de conocimiento inexploradas, con el propósito de descubrir y describir las características de fenómenos novedosos. Además, se espera que la presente investigación genere información valiosa que pueda ser utilizada por la comunidad y otros interesados en la promoción del turismo y la valorización del patrimonio cultural. De este modo, se contribuirá a un entendimiento más profundo de la realidad local y se ofrecerán recomendaciones prácticas para fortalecer la gestión comunitaria del comercio de artesanía.

2.2 Antecedentes metodológicos

La gestión turística comunitaria en el Bajo de la Palma se presenta como una oportunidad clave para impulsar el desarrollo económico local y preservar las tradiciones artesanales de la comunidad. No obstante, la ausencia de estrategias claras que articulen el turismo y el comercio artesanal ha limitado el potencial de crecimiento sostenible en esta área, lo cual la falta de una gestión integrada entre ambas actividades ha dificultado

que la comunidad pueda beneficiarse plenamente de sus recursos culturales y económicos.

Cabe recalcar que en la tabla 3, la implementación de estrategias específicas para la gestión turística comunitaria del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma podría fortalecer tanto el desarrollo turístico como la economía local. Por lo cual, para diseñar estas estrategias, la presente investigación se apoya en la revisión de documentos oficiales y estudios de caso previos sobre turismo comunitario en entornos rurales, permitiendo adaptar y aplicar prácticas que han sido exitosas en contextos similares.

Tabla 3.

Estudios similares sobre el comercio de artesanías

Autores	Tipo de estudio	Metodología
Rivera M, y Hernández, R. (2018).	Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial.	Cuantitativo y cualitativo: Encuesta Revisión bibliográfica
Silvia Verónica, E. M. (2021).	Gestión turística y desarrollo sostenible artesanal en la reserva de producción de fauna Chimborazo.	Cuantitativo y cualitativo: método científico e interpretación de datos mediante medición numérica y análisis estadístico.
Nuñez, S., y Riveiro, M. (2023).	Relación entre el comercio de artesanías y el sector turístico en Imbabura-Ecuador: consideración desde la planificación y promoción institucional.	Revisión bibliográfica.
Cruz Gonzales, R. Z. (2023)	Estrategias de comercialización de artesanías tacanas como oferta turística, de la comunidad indígena	Diagnóstico documental, encuesta, taller participativo, observación in situ

La tabla 3, presenta diversas investigaciones relevantes, destacando sus objetivos, metodologías utilizadas, y resultados, ya que esto proporcionará un marco de referencia para las decisiones metodológicas adoptadas en este estudio, ilustrando cómo se han abordado temas similares en otras comunidades o contextos y permitirá establecer conexiones entre los estudios existentes a la presente investigación, facilitando la identificación de patrones y enfoques que pueden ser aplicados o adaptados al caso específico de la comunidad del Bajo de la Palma.

La investigadora asume la metodología de Nuñez & Riveiro (2023) y de Cruz (2023) ya que combinan enfoques cualitativos y cuantitativos, incluyendo la revisión de literatura científica y la realización de entrevistas a los artesanos y líderes comunitarios. Estos enfoques metodológicos permiten una comprensión profunda de las dinámicas sociales y económicas del comercio artesanal en el contexto del turismo comunitario, contribuyendo no solo al desarrollo local, sino también a la generación de conocimientos relevantes para investigaciones futuras en este ámbito.

2.3 Secuencia metodológica para el desarrollo del proyecto

La siguiente tabla resume las fases del estudio, los métodos y herramientas utilizadas, así como los resultados esperados, lo que facilita la planificación y ejecución de la investigación.

Tabla 4.

Secuencia de pasos metodológicos para el desarrollo de la investigación

Pasos	Descripción	Métodos, técnicas y herramientas
1. Determinación de las políticas comunitaria.	Revisión de documentos oficiales a distintos niveles, desde el país hasta la comunidad.	Revisión de documentos oficiales distintos niveles país hasta comunidad.
2. Diagnóstico del comercio de artesanías en Bajo de la Palma	Análisis detallado del estado actual del comercio de artesanías de la comunidad.	Ficha técnica Observación científica Estadística descriptiva
3. Identificación de estrategias de gestión turística comunitaria para el comercio de artesanías en el Bajo de la Palma.	Diseñar estrategias específicas para gestionar y potenciar el comercio artesanal dentro del marco del turismo comunitario.	Entrevistas estructuradas a artesanos

Nota. Quijije Alvia, 2024

2.4 Descripción de los pasos, métodos, técnicas e instrumentos

A continuación, se definen por cada paso los métodos, técnicas e instrumentos utilizados en el desarrollo del proyecto de investigación la cual el instrumento fundamental utilizado es Microsoft Forms para una recolección de información confiable y segura.

2.4.1 Determinación de las políticas comunitarias

Como primer paso, se procede a realizar una exhaustiva revisión de documentos oficiales que abarcan distintos niveles, desde políticas a nivel nacional hasta las normativas locales de la comunidad en cuestión. Este proceso implica analizar marcos legales, planes de desarrollo y regulaciones específicas, que sirven como base para

comprender las directrices que guían la gestión comunitaria en Bajo de la Palma, esto con el objetivo de identificar las políticas relevantes que impactan en la comunidad y su entorno turístico. Para llevar a cabo esta revisión, se utilizan métodos de análisis documental, recurriendo a fuentes oficiales y normativas vigentes a nivel gubernamental, regional y comunitario.

Revisión de documentos oficiales: Para establecer las estructura y pautas que guían el turismo comunitario en el Bajo de la Palma, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de documentos oficiales de varios autores nacionales, provinciales y locales, misma que incluye leyes, decretos, ordenanzas y planes de desarrollo que inciden en el turismo y el comercio artesanal. De manera que, al realizar este análisis documental, se identificaron las problemáticas existentes y los espacios de oportunidad para el desarrollo del comercio artesanal del objeto de estudio.

2.4.2 Diagnóstico del comercio de artesanías en Bajo de la Palma

En el siguiente paso, se realiza un análisis detallado del estado actual del comercio artesanal dentro de la comunidad a través de una ficha técnica, donde se recopila información clave sobre la producción, distribución y comercialización de las artesanías locales. Por otro lado, la observación científica se emplea para estudiar el contexto en el que se desarrolla esta actividad, mientras que la estadística descriptiva ayuda a cuantificar aspectos como la oferta, demanda y precios de los productos artesanales. Estos métodos permiten obtener una visión clara y precisa sobre la situación actual del comercio de artesanías en Bajo de la Palma.

Con el objetivo de comprender la realidad actual del comercio de artesanías en la comunidad, se implementó un diagnóstico integral que se basó en las siguientes técnicas e instrumentos:

2.4.2.1 Ficha técnica

Se diseñó una ficha técnica para recolectar información sobre cada artesano y su producción, incluyendo datos sobre los materiales utilizados, técnicas de elaboración, formas de comercialización, precios y cantidad de producción.

La ficha técnica se estructura de la siguiente manera:

Características demográficas del total (100%) de artesanos que viven en la Comuna Bajo de la Palma.

Por medio de una caracterización se busca trazar un perfil de cada artesano, desvelando los secretos de su oficio, facilitando la descripción de información para la identificación de los artesanos lo cual permite comprender completamente el proceso de y los aspectos claves de cómo están gestionando su negocio en cuanto al comercio de las artesanías. Asimismo, se podrá identificar los canales de comercialización y diseñar estrategias de promoción y comercialización más efectivas.

1. La caracterización demográfica incluye los datos del entrevistado, o sea de los artesanos:

Comuna Bajo de la Palma

Nombre y apellidos

Ocupación

Edad

Años de experiencia

Formación profesional

Tipo de negocio

Se plantean preguntas de selección múltiples o no.

2. Seleccione la actividad que realiza en la oferta de artesanía:

a. Producción

b. Comercialización

c. Producción y comercialización

3. Seleccione el o los oficios a los que se dedica:

a. Artesano tallador

b. Artesano tapicero

c. Artesano en bisutería

d. Artesano ebanista

e. Artesano de tejido fino de paja toquilla

f. Otro

4. Seleccione las materias primas que incluye las artesanías que oferta

a. Madera

b. Tagua

c. Paja toquilla

d. Otras

La interrogante 5. Identifique aquellas debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del comercio de artesanías en la comuna Bajo de la Palma:

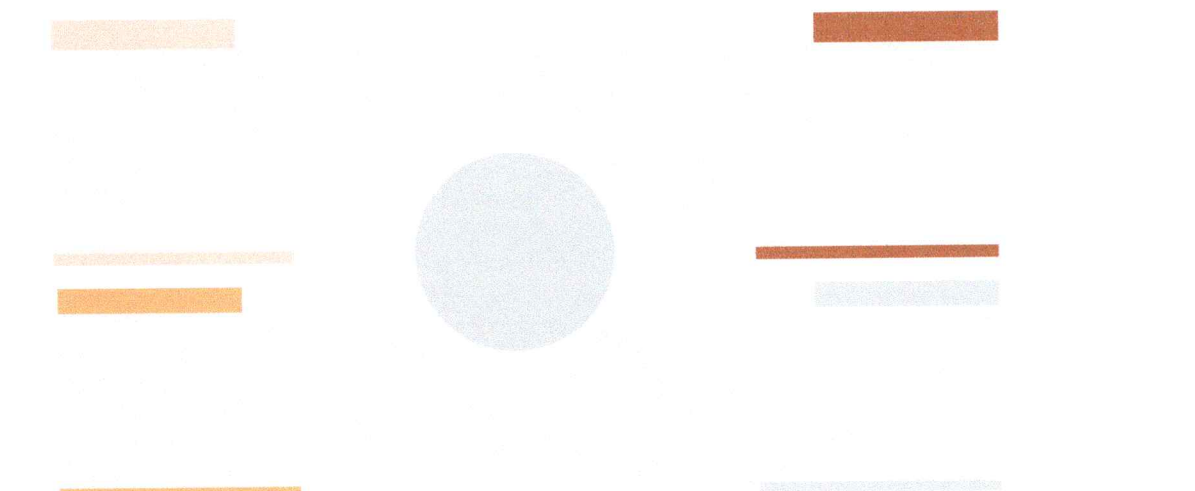
2.4.2.2 Técnica FODA

Con el propósito de trazar un panorama de la situación de los negocios artesanales en el Bajo de la Palma, se diseñan preguntas para realizar un diagnóstico. En la figura 7 se busca identificar aquellos aspectos favorables y los desafíos que obstaculizan una

buena gestión y permitan la propuesta de estrategias de gestión comunitarias que aprovechen la llegada de turistas movidos por el interés de comprar artesanías locales.

Figura 7.

Plantilla de matriz FODA



Nota. Modelo de plantilla FODA obtenido de canva

6. Clasifique la influencia positivo o negative de la oferta de artesanías.

Influencia de la oferta de artesanías en:	Tipo de influencia (impacto)	
	Positivo	Negativo
Presencia de los turistas nacionales y extranjeros en la comunidad		
Satisfacción del visitante con el territorio		
Satisfacción del visitante con la compra de artesanías		
Comercialización por internet de productos artesanales		
Promoción de las artesanías de la comunidad		
Innovación de los productos artesanales		
Experiencia del artesano		
Vida de los artesanos		
Empleo		
Conservación de las tradiciones de la comunidad		
Conocimiento y respeto por la cultura y las formas de vida local		
Responsabilidad social		
Situación ambiental		
Reciclaje de los productos y materias primas		

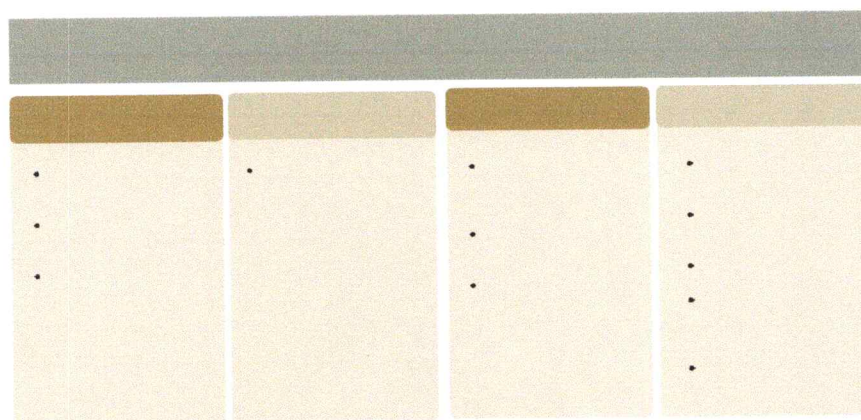
Condiciones de la vegetación por actividad desarrollada		
Condiciones de la fauna y mundo animal por la actividad desarrollada		
Sostenibilidad de la actividad turística		
Desarrollo económico local general		

2.4.2.3 Identificación de estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma

Finalmente, en la figura 8 se plantea el diseño de estrategias específicas que fomenten la gestión y promoción del comercio artesanal dentro del marco del turismo comunitario. Para lograr esto, se lleva a cabo entrevistas a los artesanos locales y líderes comunitarios, con el fin de conocer sus necesidades, percepciones y sugerencias. Estas permiten recopilar información cualitativa que, combinada con el diagnóstico previo, facilita la creación de estrategias que beneficien tanto a los artesanos como al desarrollo turístico de la comunidad.

Figura 8.

Plantilla para diagrama de afinidad sobre estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías



Nota. Modelo de esquema, obtenido de canva

Las ideas planteadas por los artesanos son agrupadas por afinidad lo que permite orientar la toma de decisiones.

3 CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente capítulo aborda los resultados obtenidos a partir del análisis de los datos recopilados en el capítulo anterior que sigue la misma lógica de la secuencia de pasos, para dar respuesta al problema científico. De esta manera, se facilita la comprensión de los hallazgos y su relación con los objetivos del estudio.

3.1 Determinación de las políticas comunitaria y caracterización

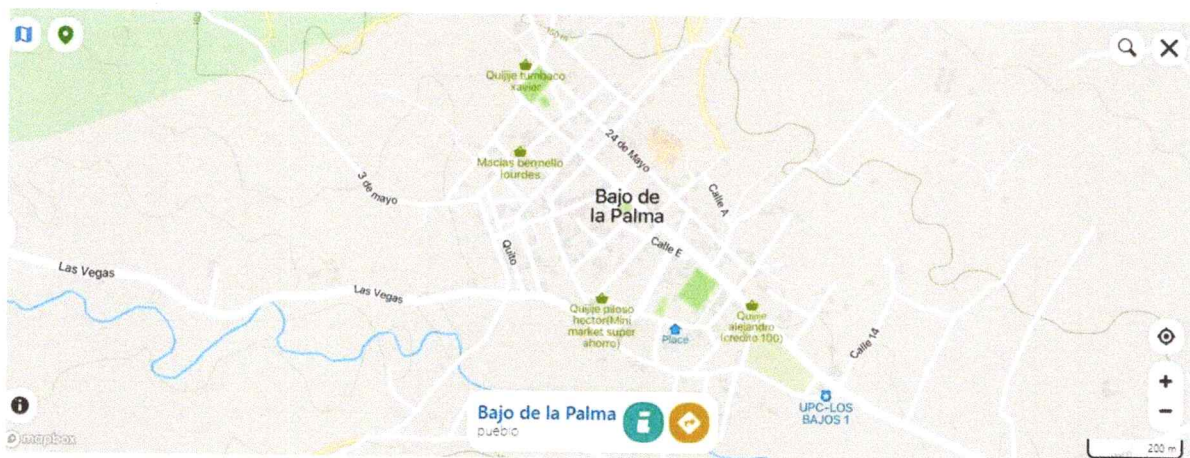
En el *Plan Nacional de Desarrollo (PND, 2024)* se enfatiza que el eje económico que el turismo es una fuente importante de divisas y para generar ingresos económicos. También, señala la necesidad de estrategias para la recuperación y fomento de las industrias culturales y creativas conocido como Economía Naranja. Este aspecto tiene relación directa con la producción y comercialización de artesanías en Bajo de la Palma.

A nivel provincial el *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manabí (PDOTM, 2023)* que los productos derivados de la agricultura, ganadería y artesanía se venden a mejor precio, porque el contacto es directo con los compradores mayoristas. Además, destaca los oficios artesanales y la rica tradición de artesanía, con gran variedad de productos incluyendo la talla de madera y el sombrero de paja toquilla que se produce en Bajo de la Palma.

En el *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del cantón Montecristi (2023)* refiere el Lineamiento “Fomentar iniciativas productivas generando empleo y circuitos económicos inclusivos en bienes y servicios”, al que se asocia la Estrategia de “Promover el encadenamiento productivo mediante el establecimiento de redes de comercialización con énfasis en la reactivación económico de pequeñas empresas y emprendimiento a nivel local”. Lo que se hace efectivo a través del Proyecto Capacitate, Emprende y Prospera,

La comunidad Bajo de la Palma se encuentra ubicada en el cantón Montecristi de la provincia de Manabí, Ecuador. Se caracteriza por su relieve llano y ligeramente ondulado, propio de la zona costera. El clima es tropical seco, con temperaturas entre 24°C y 32°C, presenta una temporada lluviosa de enero a abril y una seca de mayo a diciembre, favoreciendo la agricultura y las actividades artesanales. El lugar cuenta con arroyos estacionales que sustentan la producción local. La economía se basa principalmente en la elaboración de artesanías de paja toquilla, tagua y madera, lo que refleja su riqueza cultural y tradiciones. El entorno natural y el potencial artesanal ofrece oportunidades para el turismo comunitario con base en su identidad cultural.

Ubicación de la comuna El bajo de la palma.



3.2 Diagnóstico del comercio de artesanías en Bajo de la Palma

El levantamiento de información se llevó a cabo durante los días del 15 al 24 del mes de noviembre de 2024, en horarios que oscilaban entre las 08:00 y las 17:00, dependiendo de la disponibilidad de los artesanos de Bajo de la Palma. El tiempo promedio destinado para llenar cada ficha fue de aproximadamente 20 a 30 minutos por

artesano, dependiendo de la disposición del entrevistado. Algunos casos específicos requirieron hasta 40 minutos, esto se debió a la necesidad de profundizar en ciertos temas o de aclarar detalles que los artesanos compartían.

El 100% (30) de los artesanos accedió a la entrevista y el llenado de la ficha técnica (Tabla 5). Esta información fue levantada a través del trabajo de campo y el recorrido por toda la comuna.

Tabla 5.

Población de artesanos de la comuna Bajo de la Palma

No	Nombre y apellidos	Ocupación
1	Paula Delgado	Artesano en tejido de paja taquilla
2	Erwin Quijije	Artesano en tagua
3	Oscar Espinal	Artesano en tagua
4	Beatriz Delgado	Artesano en tejido de paja taquilla
5	Juana Quijije Delgado	Artesano en tejido de paja taquilla
6	Jessica Mero	Artesano en tejido de paja taquilla
7	Francisco Delgado	Artesano en tagua
8	Lisbeth Lucas	Artesano en tejido de paja taquilla
9	Manuel Delgado	Artesano en tagua
10	Lorena Espinal	Artesano en tejido de paja taquilla
11	Daniel López	Ebanista
12	Benjamin Quijije Anchundia	Artesano en tagua
13	Olga Parrales	Artesano en tejido de paja taquilla
14	Gabriela Barcia	Artesano y Ebanista
15	Rosa Delgado	Artesano en tejido de paja taquilla
16	Gladis López	Artesano en tejido de paja taquilla
17	Pedro Mero	Ebanista
18	Carlos Villa	Ebanista
19	Fernando Dueñas	Ebanista
20	Ney Espinal	Ebanista
21	Andrés Pico	Ebanista
22	Diego Palma	Ebanista
23	Antonio Espinal	Ebanista
24	José Bravo	Ebanista
25	Jorge Chávez	Ebanista
26	Félix Posligua	Ebanista
27	Klever Quijije	Ebanista
28	William Piloso	Ebanista
29	Rosario Alonzo	Ebanista
30	Marisol Posligua	Ebanista

Nota. Quijije Alvia, 2024

En la tabla 6 la mayoría de los artesanos se mostró cordial y receptivo desde el inicio. En sus palabras y gestos, era evidente el orgullo que sentían por su oficio hablando con pasión de sus técnicas, de los materiales que utilizan y de los significados culturales que envuelven a sus creaciones. Sin embargo, no todos tuvieron la misma disposición inicial ya que siete de ellos (23%), más reservado al principio, mostró cierta reticencia a hablar de temas sensibles como los ingresos económicos. No obstante, al explicarles los objetivos de la investigación y asegurarles la confidencialidad de sus respuestas, lograron sentirse más cómodos y se abrieron al diálogo.

Tabla 6.



Entrevista a los artesanos de la comuna El Bajo de la Palma

3.3 Resultados de la entrevista

En promedio de edad es de 48 años, mientras el número que más se repite o sea la moda es de 45 años, mientras que la desviación obtenida es de 10.4 y revela que existe una considerable dispersión en las edades, lo que significa que hay una variabilidad significativa en la edad de los artesanos entrevistados. La edad mayor 67 años y la edad menor es 28 años.

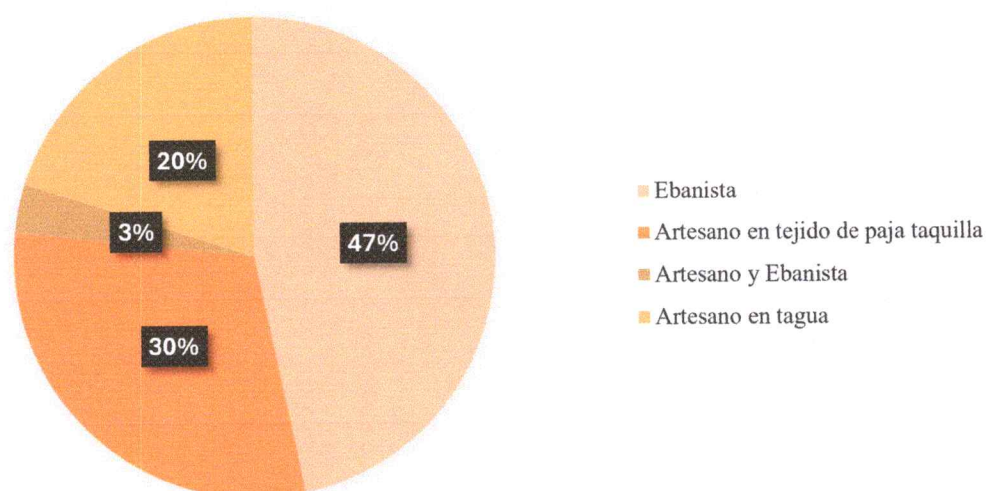
Los datos obtenidos con respecto a los años de experiencia de los artesanos muestran que, en promedio tienen 19 años de experiencia, en otro sentido, la moda obtenida señala que la experiencia más común entre los empleados es de 10 años y la desviación es de 10.8 siendo ésta, la variabilidad en los años de experiencia entre los artesanos. Un artesano posee 40 años de experiencia y el de menos tiene 5 años en la artesanía.

3.3.1 Ocupación

Al analizar las respuestas se identificó que la ocupación predominante son los ebanistas, seguidos por artesanos especializados en el tejido de paja toquilla (Figura 10).

Figura 10.

Ocupación de artesanos



También hay una combinación interesante de artesanos que ejercen múltiples actividades como la ebanistería y la artesanía estos representan el 3%; lo que denota la versatilidad de las habilidades locales. La representación de quienes trabajan con tagua es de 20%, lo que podría indicar un nicho a ampliar.

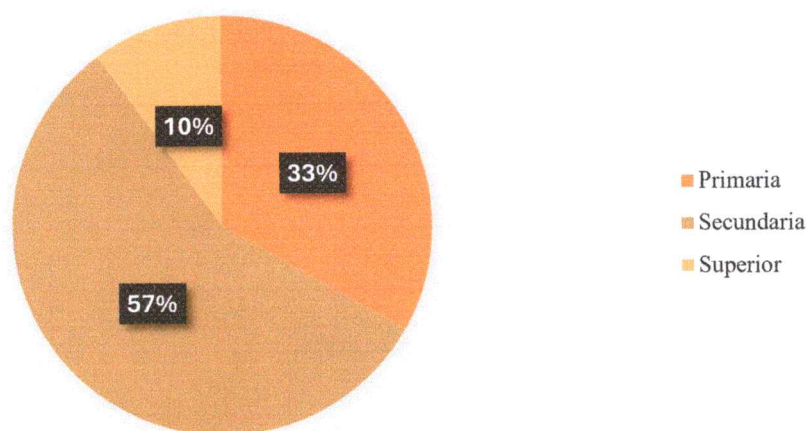
La prevalencia de ebanistas y artesanos en paja toquilla destaca las principales actividades económicas de la comunidad, reflejando la riqueza cultural y las tradiciones transmitidas generacionalmente. Sin embargo, la baja participación de otras especializaciones, como el trabajo con tagua, sugiere áreas con potencial de desarrollo que podrían fortalecerse para diversificar la oferta artesanal.

3.3.2 Formación profesional

En cuanto al nivel educativo (Figura 11), la mayoría de los artesanos ha alcanzado un nivel de secundaria, mientras que una proporción significativa (10%) tiene solo formación primaria.

Figura 11.

Formación profesional de artesanos



Lo anterior sugiere que las actividades artesanales en la comunidad han sido transmitidas principalmente de manera empírica, lo que refuerza la tradición oral y práctica como método de aprendizaje. El porcentaje reducido con educación superior

podría limitar la comprensión para el acceso a herramientas de gestión y comercialización modernas.

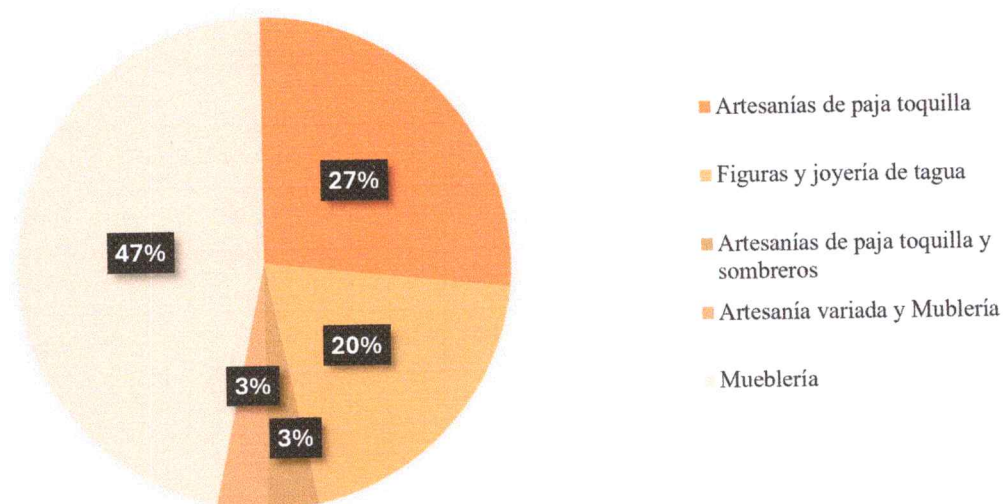
El predominio de artesanos con formación secundaria y primaria evidencia una dependencia de la experiencia práctica y empírica para el aprendizaje del oficio indicando así la necesidad de programas de educación y capacitación específicos que fortalezcan habilidades en gestión empresarial y comercialización, permitiendo a los artesanos competir en mercados más amplios.

3.3.3 Tipo de negocios

La diversidad de negocios refleja las capacidades creativas de la comunidad (Figura 12). Las artesanías de paja toquilla, en sus distintas formas, tienen una mayor representación, destacando como un producto emblemático de la región. Sin embargo, también hay presencia de figuras de tagua y mobiliario, lo que indica que la comunidad tiene potencial para diversificar sus mercados y productos.

Figura 12.

Tipos de negocios artesanales



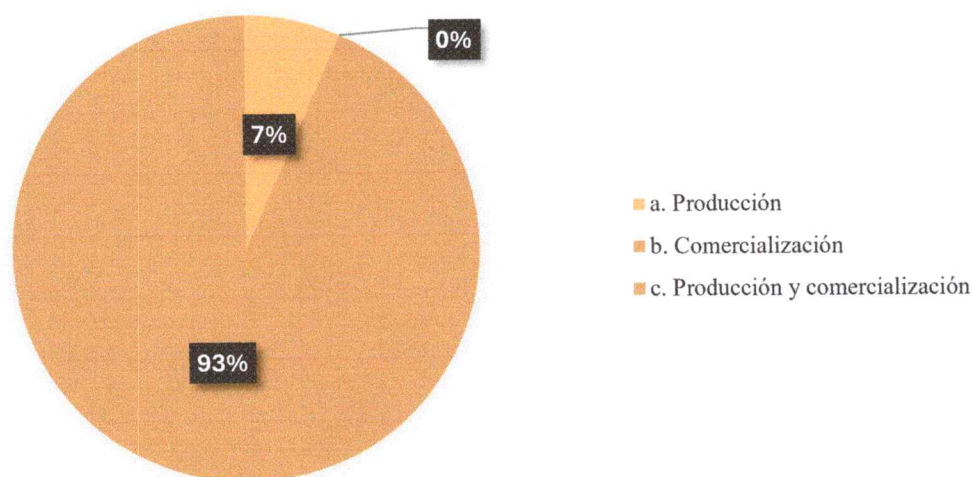
La concentración en productos de paja toquilla muestra el peso de esta actividad en la economía artesanal de la comunidad. No obstante, la presencia de otros productos, como figuras de tagua y variedad de muebles, resalta una oportunidad de diversificación que podría contribuir en la economía local y la innovación dentro del sector.

3.3.4 Producción y comercialización

El resultado revela que la gran mayoría de los artesanos (93%) se dedica tanto a la producción como a la comercialización de sus productos (Figura 13), lo que implica un esfuerzo significativo para mantener ambas actividades. Sin embargo, el grupo reducido que solo produce podría estar enfrentando barreras para llegar directamente al mercado, como falta de conocimiento o recursos para vender, además de intermediarios que elevan los precios a los productos.

Figura 13.

Producción y comercialización



La tendencia mayoritaria hacia la combinación de producción y comercialización resalta el esfuerzo integral que realizan los artesanos para mantener sus negocios. Sin

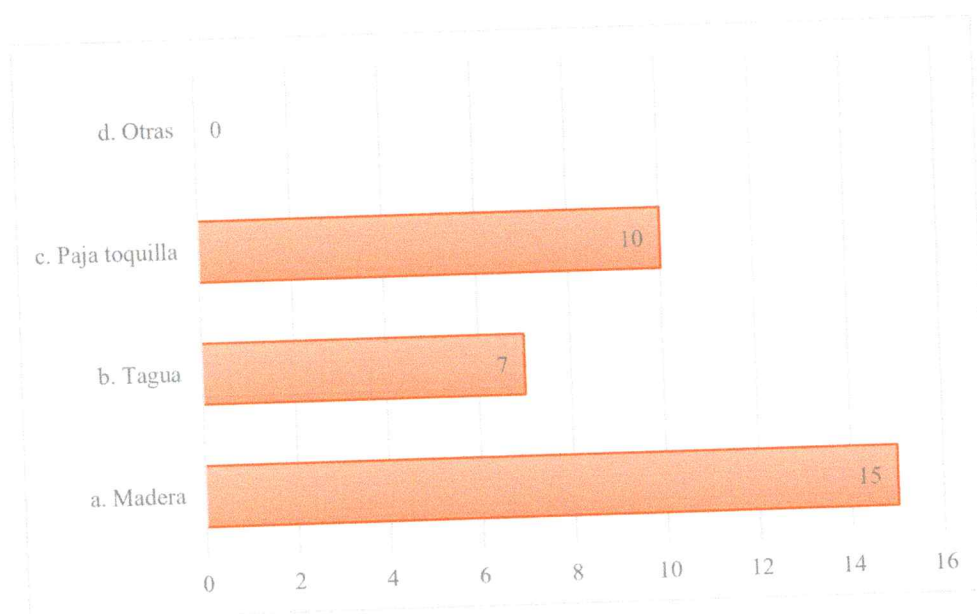
embargo, el pequeño porcentaje que solo produce pone de manifiesto limitaciones para acceder a los mercados, lo que sugiere la necesidad de estrategias de apoyo que conecten a estos productores con canales de venta más efectivos.

3.3.5 *Materia prima*

La madera es la materia prima más utilizada en las artesanías de la comunidad, representando la mitad de las respuestas, lo que evidencia su importancia en la producción local (Figura 14). Le sigue la paja toquilla, un material tradicional con relevancia cultural y comercial en la región. La tagua ocupa un lugar menor, pero aún significativo, como parte de las materias primas empleadas. Cabe destacar que no se identificaron otras materias primas, lo que sugiere una limitada variedad en los insumos utilizados para la elaboración de productos.

Figura 14.

Materia prima



La predominancia de la madera, la paja toquilla y la tagua como materias primas reflejan la conexión de la artesanía local con los recursos tradicionales y la identidad

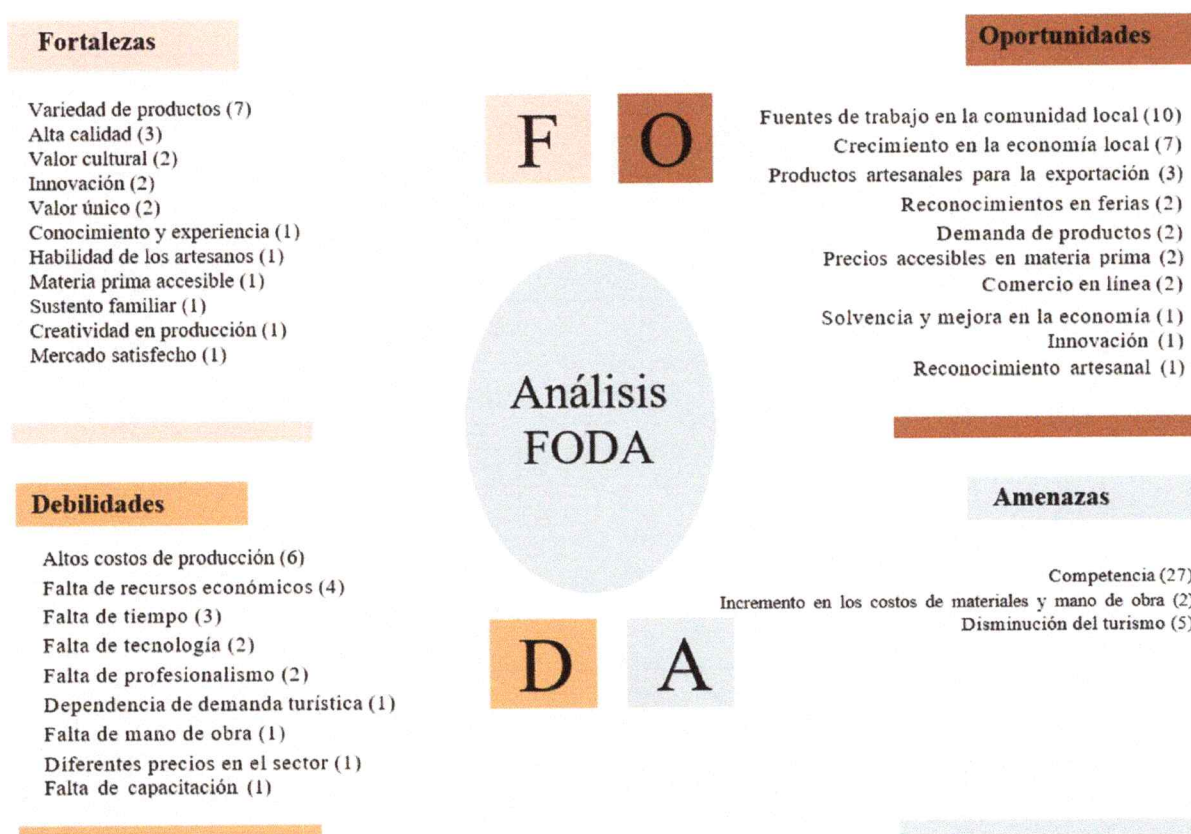
cultural de la comunidad, aunque la limitada diversificación de insumos sugiere una oportunidad para innovar y explorar nuevos materiales que fortalezcan la sostenibilidad y la competitividad del sector artesanal.

3.3.6 Matriz FODA

El análisis FODA presentado (Figura 15) ofrece una visión general de la situación actual de los artesanos del Bajo de a Palma, de esta manera, las fortalezas de los artesanos se centran en la calidad de sus productos, su conocimiento tradicional y su capacidad de innovación y destaca la habilidad en la elaboración de los distintos productos, de esta manera, los artesanos del Bajo de la Palma poseen un valioso patrimonio cultural y habilidades técnicas que los diferencian en el mercado.

Figura 15.

Matriz FODA de los negocios de artesanías de la comuna El Bajo de la Palma



Por otro lado, las debilidades identificadas se relacionan principalmente con la falta de recursos, la competencia y la dependencia del mercado, el primer punto, limita la capacidad de inversión en tecnología, marketing y desarrollo de nuevos productos, por otro lado, en la competencia, tanto a nivel local como internacional, representa una presión constante para mantener la rentabilidad, por último, la dependencia del turismo expone a los artesanos a fluctuaciones en la demanda y a la competencia de otros destinos.

Las oportunidades que identificaron los artesanos en la entrevista se centran en el crecimiento del comercio local, las posibilidades de exportación y la creciente demanda de productos artesanales, esto indica que existe un mercado potencial para los productos de los artesanos del Bajo La Palma.

Por último, las amenazas más significativas son la competencia, el aumento de los costos de producción y la disminución del turismo, en primera instancia, la competencia puede provenir de otros artesanos, de productos importados o más baratos, con respecto al aumento de los costos de materiales y mano de obra, esto reduce los márgenes de ganancia y dificulta la competitividad. Mientras que la disminución del turismo afecta directamente a las ventas de los artesanos, especialmente aquellos que dependen en gran medida de este sector.

Como punto final general, los artesanos del Bajo La Palma poseen un valioso patrimonio cultural y habilidades técnicas que les permiten crear productos de alta calidad, no obstante, enfrentan desafíos como la falta de recursos, la competencia y la dependencia del turismo, aunque a pesar de estas dificultades, existen oportunidades para crecer y fortalecer sus negocios, aprovechando la creciente demanda de productos artesanales y explorando nuevos mercados.

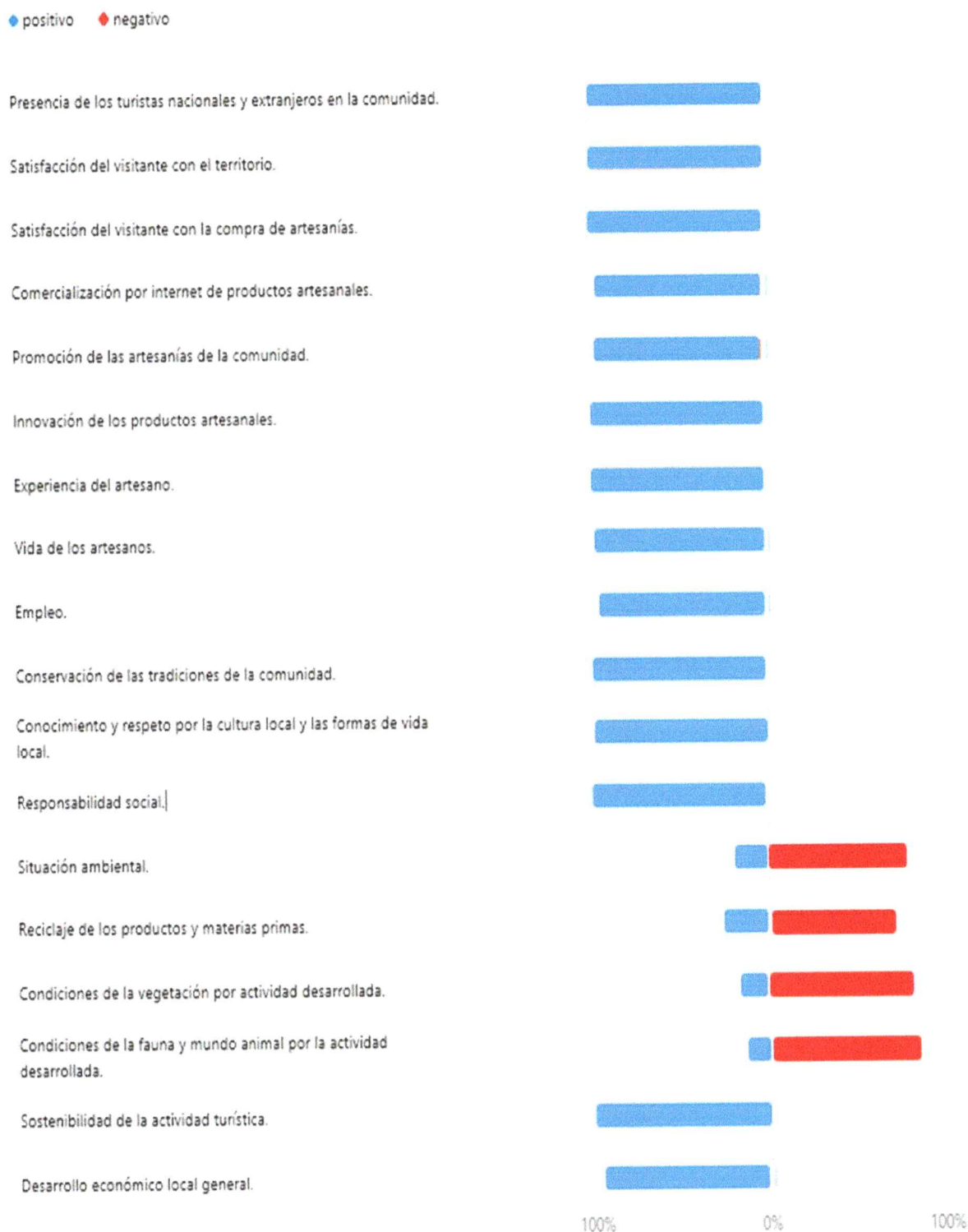
3.3.7 Influencia positivo-negativa de la oferta de artesanía

Los resultados ofrecen una visión integral de cómo la actividad artesanal contribuye al desarrollo local y cómo enfrenta desafíos relacionados con los efectos en la comuna (Figura 16).

Entre los aspectos positivos más destacados se encuentra la presencia de turistas nacionales y extranjeros en la comunidad, y los visitantes no solo generan ingresos directos, sino que también valoran la experiencia, lo que se refleja en la satisfacción con el territorio y con la compra de artesanías por lo cual se percibe como un impulso significativo para la economía local, por lo que este nivel de satisfacción refuerza la importancia del turismo como un motor económico clave para los artesanos y la comunidad en general. Estos aspectos fueron valorados positivamente por el 100% de los artesanos.

Figura 16.

Impactos de la oferta de artesanías



Por otro lado, la comercialización por internet de productos artesanales emerge como una estrategia con alta valoración positiva, demostrando que la digitalización

representa una gran oportunidad para expandir el alcance de los productos y conectar con mercados más amplios. De manera similar, la innovación en los productos es reconocida como un factor clave para mantenerse relevantes en un mercado competitivo, destacando la capacidad de los artesanos para adaptarse a las demandas de los turistas y las tendencias actuales.

Otro punto positivo es la promoción de las artesanías de la comunidad, así como la conservación de las tradiciones culturales, ambos aspectos reflejan cómo la actividad artesanal no solo aporta beneficios económicos, sino que también fortalece la identidad cultural y preserva el patrimonio de la región. Además, el impacto positivo en la responsabilidad social, el empleo generado y la mejora en la calidad de vida de los artesanos refuerzan la relevancia de esta actividad para el bienestar colectivo.

Sin embargo, no todo el panorama es positivo ya que los hallazgos también revelan preocupaciones importantes en alrededor del 80% de los artesanos, respecto al impacto ambiental de la actividad artesanal. La situación ambiental, el reciclaje de materiales y las condiciones de la fauna y la vegetación son percibidos como aspectos negativos y esto sugiere que, aunque la actividad artesanal contribuye al desarrollo económico y cultural, también puede generar presiones sobre el entorno natural, lo que representa un desafío significativo para la comunidad.

La sostenibilidad de la actividad turística es observada por 100% de los artesanos como impacto positivo, lo que evidencia constituye una alternativa viable para el desarrollo de la comuna Bajo de la Palma. Significa que el turismo impulsa la economía local y el comercio de artesanías atrae visitantes. Esto subraya la necesidad de implementar estrategias para garantizar que el desarrollo económico se vea favorecido por el comercio de artesanía en vínculo con la actividad turística sostenible.

3.4 Identificación de estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma

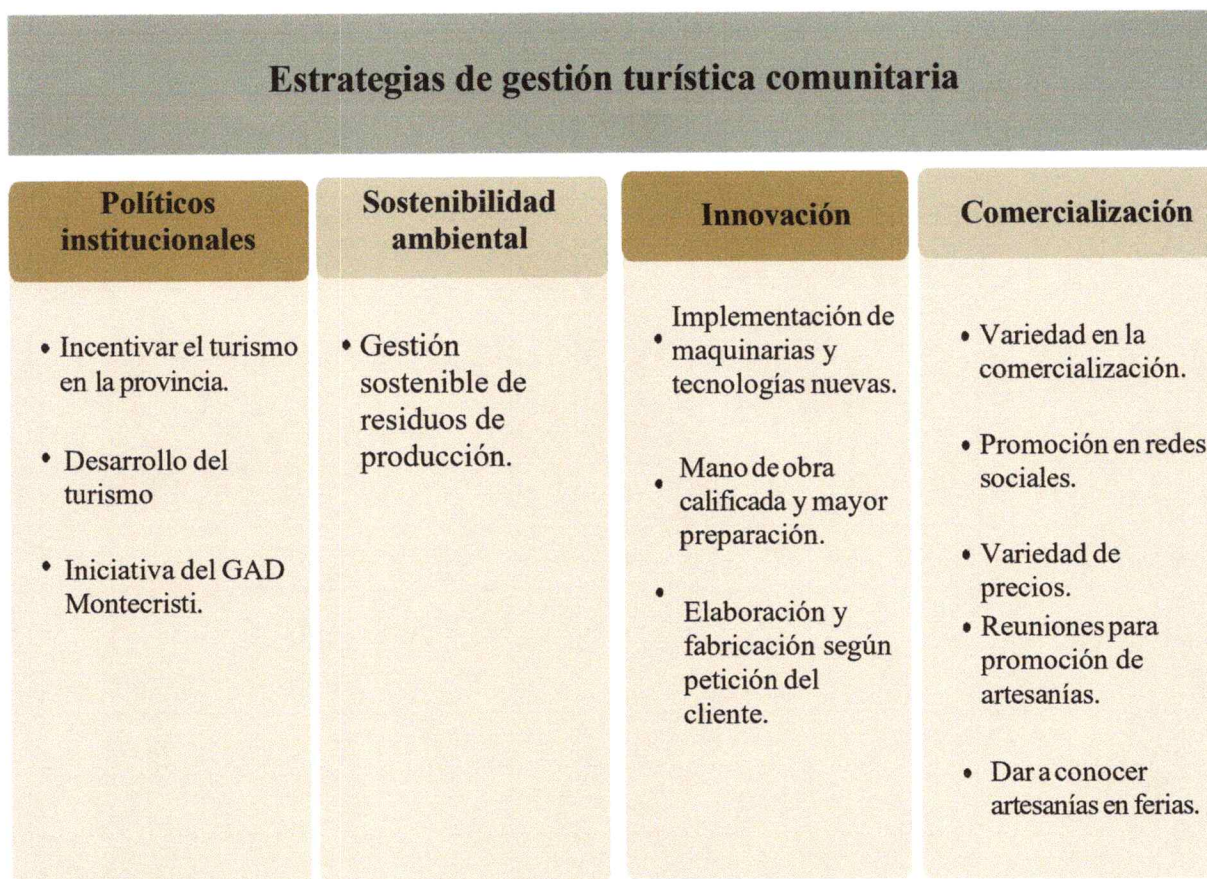
Para mejorar las condiciones del comercio de artesanías resulta fundamental implementar estrategias de gestión turística comunitaria que respondan a las necesidades de los artesanos para que permitan potenciar su actividad económica. Estas estrategias, estructuradas con base en el análisis FODA y en la información recopilada mediante la entrevista y observación de campo, busca aprovechar las fortalezas de la comunidad, como la tradición artesanal y el interés turístico, al tiempo que abordan las debilidades existentes, como la limitada comercialización digital y la falta de apoyo institucional.

Estas estrategias son aspectos claves para impulsar el desarrollo económico y cultural de la comunidad, ya que al integrar la gestión política, la protección del patrimonio, la innovación en la producción y la comercialización en nuevas plataformas, es posible mejorar el comercio de artesanías, promover el turismo y proteger el entorno, no solo posibilitan el aumento de la visibilidad de las artesanías, sino que también fomentan un desarrollo sostenible, garantizando el bienestar económico y cultural de la comunidad.

A continuación, se presenta un diagrama de afinidad de estrategias (Figura 17) que organiza las propuestas en función de ejes prioritarios: político institucional, sostenibilidad ambiental, innovación y comercialización. Estas acciones están orientadas a fortalecer la gestión comunitaria del turismo y a integrar a los artesanos en un modelo de desarrollo sostenible.

Figura 17.

Diagrama de afinidad sobre estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías



***Nota:** El Diagrama de estrategias organiza las propuestas de gestión turística prioritarias en cuatro ejes prioritarios.*

3.4.1 Estrategias político-institucionales

Los artesanos mencionaron que la colaboración con el gobierno local y las organizaciones comunitarias podría fortalecer significativamente su capacidad para atraer turismo. Esta estrategia juega un papel fundamental en la gestión turística comunitaria, ya que, a nivel provincial, es crucial que se implementen estrategias de incentivo al turismo mediante políticas públicas que posicionen a la comunidad. Gracias a esto se genera un respaldo provincial es determinante porque garantiza recursos y planificación

que trascienden lo local, permitiendo un mayor alcance y la atracción de visitantes de otras regiones.

A nivel local, la gestión del turismo y la comercialización de artesanías recae en iniciativas impulsadas principalmente por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Montecristi, que tiene un rol activo en el desarrollo del turismo vinculado al comercio de artesanías. Y este aspecto implica que el gobierno local debe gestionar recursos económicos y técnicos que permitan una mejora en la infraestructura turística, como accesos viales adecuados, señalización y espacios para la comercialización de productos.

3.4.2 Estrategia de sostenibilidad ambiental

Como se sabe, en la comunidad la elaboración de artesanías forma parte fundamental de su identidad cultural y económica, y es esencial implementar una gestión sostenible de los residuos generados durante los procesos de producción. Con una correcta gestión de estos residuos de producción se posibilitaría tener un equilibrio para el aprovechamiento de las materias primas que es un eje clave para la comercialización de las artesanías del Bajo de la Palma.

Esta alternativa servirá como un catalizador para transformar la producción artesanal en un modelo más respetuoso con el medio ambiente, dando un enfoque que no solo ayudaría a preservar los recursos naturales de la región, sino que también generaría beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad. Con esto se podrá impulsar una correcta utilización de materias primas locales y ecológicas, así como garantizar condiciones laborales y remuneraciones adecuadas para los artesanos, además de la importancia de comunicar los valores de sostenibilidad con respecto a los productos artesanales para atraer a un público más comprometido que realice compras recurrentes.

3.4.3 Estrategias de innovación

Se plantearon las estrategias sobre la implementación de maquinarias nuevas para así cada día seguir innovando con las tendencias actuales, la capacitación de mano de obra es una inversión importante para mejorar la calidad de los productos y el servicio, pero sus resultados suelen verse a mediano plazo. La elaboración personalizada de artesanías, aunque atractiva para un público específico, puede resultar difícil de escalar en caso de un aumento en la demanda. Ello implica la creación de productos únicos y diferenciados que respondan a las tendencias del mercado y se diferencien de la competencia, aprovechando las habilidades y conocimientos de los artesanos del Bajo de la Palma.

Del mismo modo, las promociones y combos fueron mencionados como una táctica para incentivar las ventas, pero requieren una planificación cuidadosa para no afectar la percepción de calidad de los productos, este aspecto también está relacionado con la comercialización, pero implica innovar.

3.4.4 Estrategias de comercialización

Se impone este ámbito investigar las tendencias del mercado internacional y adaptar los productos a los gustos y preferencias de todos los consumidores, de esta manera, establecer alianzas estratégicas con distribuidores y comercializadores que beneficien los establecimientos.

La variedad en la comercialización no solo abarca la variedad de productos y servicios, sino también las técnicas de venta, precios. La promoción en redes sociales destacó como una de las principales propuestas, esta estrategia es particularmente relevante en un mundo cada vez más digitalizado, donde la presencia en línea es esencial para competir en el mercado. Considerando que las plataformas digitales son una

herramienta poderosa para dar a conocer los productos, porque permiten un alcance global y permiten interactuar directamente con los clientes.

Otra estrategia altamente valorada fue la participación en ferias y eventos turísticos, los artesanos entrevistados enfatizaron la importancia de asistir a estos espacios para mostrar sus artesanías a un público más amplio. Hay que tomar en cuenta que las ferias no solo generan oportunidades de venta directa, sino que también permiten a los artesanos establecer conexiones con posibles compradores y colaboradores, además de recibir retroalimentación sobre sus productos haciendo de este un enfoque efectivo, especialmente en comunidades donde el turismo juega un papel central en la economía local.

El análisis de las estrategias propuestas evidencia que aquellas relacionadas con la promoción en redes sociales y la participación en ferias tienen el mayor potencial de impacto a corto plazo permitiendo así maximizar la visibilidad de las artesanías y captar la atención de un público más amplio, generando beneficios inmediatos

Por ello, se deberían priorizar las estrategias con mayor efectividad inmediata, complementándolas con planes de acción a mediano plazo que incluyan capacitación, innovación y alianzas institucionales ya que, de este modo, se garantizaría no solo el crecimiento del comercio artesanal en la comunidad, sino también la sostenibilidad de su patrimonio cultural.

Además, la autora de esta investigación luego del análisis de los resultados considera importante la aplicación de otras estrategias como: implementar estrategias de mejora en procesos, como la búsqueda de proveedores de materias primas a precios más competitivos y la creación de una marca colectiva para los productos artesanales.

CONCLUSIONES

El problema principal identificado radicó en la limitada visibilidad y comercialización de las artesanías locales, a pesar del potencial cultural y económico que posee esta actividad, por ello se corrobora la idea defendida sobre la implementación de estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías y se cumple así con el objetivo general de la investigación.

El comercio de artesanías genera una oportunidad para el desarrollo de la economía local, la conservación del patrimonio cultural material e inmaterial y para los ingresos dentro de la comuna; a través de la gestión turística comunitaria es posible mejorar y estimular esta actividad.

La metodología utilizada facilitó involucrar a los artesanos, mediante la ficha técnica, las entrevistas estructuradas, la observación directa y vivencial, haciendo posible el análisis situacional. Se destaca la colaboración de los artesanos, quienes aportaron información valiosa sobre sus prácticas, desafíos y percepciones.

Las características demográficas del 100% (30) de los artesanos de Bajo de la Palma se generalizan en: la mayoría ha alcanzado un nivel de secundaria, 93% se dedica a la producción y comercialización de sus productos, prevalencia de ebanistas y artesanos en paja toquilla.

Acerca de los aspectos favorables del comercio de artesanías se desatacan la variedad de productos, la oportunidad como una fuente de trabajo, la incidencia en el desarrollo económico comunitario. Mientras los aspectos desfavorables son los altos costos de producción y la falta de materia prima, constituyendo una amenaza la competencia desleal.

El predominio de los impactos del comercio de artesanías es positivo para la presencia de turistas nacionales y extranjeros en la comunidad, la satisfacción del visitante

con el territorio y la compra de artesanías; mientras son percibidos como impactos negativos la incidencia ambiental en la vegetación y fauna, así como el deficiente reciclaje de los productos y materias primas.

Los artesanos propusieron cuatro grupos de estrategias de gestión turística comunitaria para la mejora del comercio de artesanías en el Bajo de la Palma relativos apolítico institucional, la sostenibilidad ambiental, la innovación y la comercialización.

RECOMENDACIONES

Poner a disposición de la asociación de artesanos los resultados de la investigación para que lo empleen en la mejora de la comercialización de las artesanías.

Sugerir al gobierno autónomo descentralizado del cantón Montecristi, desarrollar programas de formación continua que abarquen aspectos como diseño, gestión empresarial, marketing digital y comercio electrónico para los artesanos de Bajo de la Palma.

Utilizar los resultados de la investigación en los procesos de enseñanza aprendizaje de asignaturas afines con la gestión cultural y el comercio de artesanías en el turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Borja, D. (2023). Turismo, Desarrollo y Buen vivir. *Revista de Investigación de la Ciencia Turística*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=15884>
- Bringas, N., Osorio, M., Sosa, A., Díaz, Hiriart, C., Barrera, C., & Hoyos, W. (2020). Casos de planeación y gestión turística. <https://core.ac.uk/download/pdf/421972330.pdf>
- Bustos, M., & Bruno, C. (2021). La producción artesanal. *Visión Gerencial*, (1), 37-52
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545880009>
- Codespa. (26 de febrero del 2024). *Turismo comunitario. Bioemprendimientos, una oportunidad de negocio comunitario en Ecuador*.
<https://www.codespa.org/blog/2024/02/26/bioemprendimientos-oportunidad-negocio-comunitario-ecuador/>
- Corporación Financiera Nacional. (15 de marzo de 2023). *Actividades de alojamiento y de servicio de comidas. Subgerencia de análisis de productos y servicios*.
<https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-1-trimestre/Ficha-Sectorial-Turismo.pdf>
- Cristina C, (2017). La participación comunitaria y sus distintas connotaciones. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*. Vol 3 N (5), <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7088663.pdf>
- Cruz, R. (2023) Estrategias de comercialización de artesanías tacanas como oferta turística, de la comunidad indígena Bella Altura del municipio de San Buenaventura (Doctoral dissertation). <https://ri.ujat.mx/handle/200.500.12107/4803>
- Díaz, C, Diana, P. (2018). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible. *Revista una apuesta para Manizales, Colombia. International Journal of Scientific Management And Tourism*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6640380>

- Díaz, T., García, J., García, L. (2022). El sector artesanal en la dinámica de los procesos económicos, culturales y comunitarios en Ecuador. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8768893>
- Espinoza, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *SciELO. Conrado* vol.16 no.75 16 (75),103110.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400103&lng=es&tlng=es.
- Galarza, A. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 9(3), 1-6.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- GAD. (20 de enero de 2020). *Plan de gestión de turismo apunta al posicionamiento de la provincia de Santa Elena*. <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/noticias-boletines-%20varias/1176-plan-de-gestion-de-turismo-apunta-al-posicionamiento-de-la-provincia-de-%20santa-elena>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Montecristi. (17 diciembre de 2024). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Montecristi*.
<https://montecristi.gob.ec/wp-content/uploads/2024/05/PDOT-Montecristi-2023.pdf>
- Gómez, M (2023). *Derecho a la ciudad y gestión comunitaria. revista de estudios urbanos y territoriales*, vol.6 N(29),
https://criticaurbana.com/wpcontent/uploads/2023/09/CU29_nu%CC%81mero-completo.pdf
- Guarecuco, E. (2 de diciembre 2023). *Investigación descriptiva. Gestión de Proyectos, Metodologías Agiles*. <https://es.linkedin.com/pulse/investigaci%C3%B3n-descriptiva-emil-j-yanez-guarecuco-tpsvf>

Hernández, R., Cruz, A., & Orozco, C. (2019). La participación comunitaria como eje de la atención primaria de la salud. *EDUMECENTRO*, 11(1), 218- 233

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742019000100218

Huaraca Vera, L., Kang, M., & Echarri Chavez, M. (2022). *Turismo comunitario: del concepto a la gestión*. La experiencia ecuatoriana: Community tourism: from concept to management. The ecuadorian experience. *Revista Científica Ecociencia*, 8(6), 1–24. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.86.570>

Landa, A. (2021). *Impacto del covid-19 en el turismo comunitario*. Editorial centro de investigación, innovación en educación superior las profesiones y el talento. https://www.researchgate.net/publication/362163061_Libro_Turismo_Comunitario_con_ISBN_compressed

Masegosa, N. (2024). Turismo y desarrollo local sostenible, *TURyDES*. vol.16 N (35), PP 1-69 <https://ojs.eumed.net/rev/index.php/turydes/issue/view/33/dic23>

Ministerio de Turismo. (3 de Abril de 2023). *Modelo de Gestión Turística en Espacios Naturales*. https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Modelo-de-Gestion-Turistica-en-Espacios-Naturales-sub2021_compressed.pdf

Ministerio de Turismo. (5 de enero de 2024). *La Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador*. <https://optur.org/wp-content/uploads/2024/04/Presentacion-mensual-de-indicadores-estadisticos-abril-2024.pdf>

Montenegro, C., & Jarquín, F. (2020). Turismo rural comunitario: una alternativa para el desarrollo socioeconómico de la comunidad. El Ostional, San Juan del Sur, Rivas, Nicaragua. *Revista Científica* Vol. 20 N° 35, p 140 – 146 <https://doi.org/10.5377/calera.v20i35.10448>

- Moragues, D. (2008). *Turismo, cultural y desarrollo*. Alicante : Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes ; Madrid : Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) <https://www.cervantesvirtual.com/obra/turismo-cultura-y-desarrollo--0/>
- Naranjo, M., & Marín, L. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *Revista Electrónica Corporativa-Universidad-Sociedad*, 4(1), 20-21. <https://doi.org/10.33936/recus.v4i1.1749>
- Núñez, R. (2023). Relación entre el comercio de artesanías y el sector turístico en Imbabura-Ecuador: consideración desde la planificación y promoción institucional. *Espacios* 43 (09) 182- 205 <https://revistaespacios.com/a23v44n09/a23v44n09p12.pdf>
- Núñez, S., & Riveiro, M. (2023). Relación entre el comercio de artesanías y el sector turístico en Imbabura-Ecuador: consideración desde la planificación y promoción institucional. *Revista Espacios*, 44(09). <https://www.revistaespacios.com/a23v44n09/23440912.html>
- Ochoa, R., Nava, N. & Fusil, D. (2020). Comprensión epistemológica del tesista sobre investigaciones cuantitativas, cualitativas y mixtas. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, ISSN-e 1856-1594, Año 15, N°. 45, 2020, págs. 13-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407375>
- Ortiz, E. y Vázquez, V. (2021). *El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sustentable del turismo en atractivos naturales del estado de San Luis*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7728534>
- Kiss, T. (15 de noviembre de 2024). Investigación no experimental. Enciclopedia Concepto. <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>.

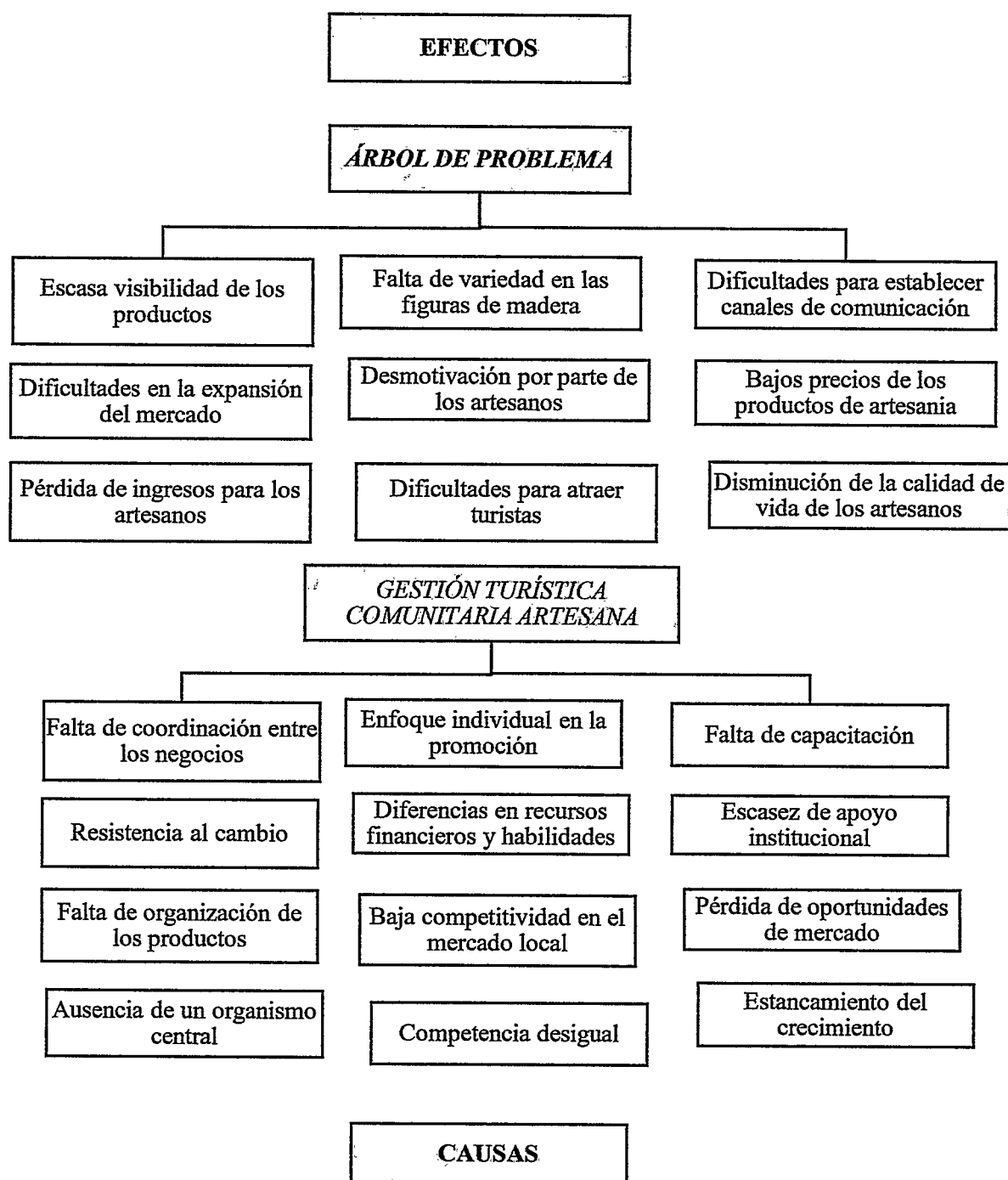
- Rivera, M., & Hernández, D. (2018). *Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6836195>
- Roben, M. & Rodríguez, A. (2021) *Aprovechamiento de los servicios ecoturístico, recursos naturales y culturales en peña de lobos, estado de México*. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/111625>
- Sánchez, S., & Babinger, F. (2022). Las medidas de reducción del contagio por Covid-19 como certificación de seguridad en el sector turístico español. *Revista De Estudios Andaluces*, (44), 72–89. <https://doi.org/10.12795/rea.2022.i44.04>
- Sarasola, J. (10 de agosto de 2023). *Turismo comunitario* <https://ikusmira.org/p/turismo-comunitario>
- Silvia, E. (2021). Gestión turística y desarrollo sostenible artesanal en la reserva de producción de fauna Chimborazo (Bachelor's thesis, Universidad Nacional de Chimborazo). <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7699>
- Siza, L., Vásquez, E., y Quintana, Y. (2020). Turismo comunitario en la zona tres del Ecuador: Un análisis de la incidencia en el desarrollo local. *Explorador Digital*, Vol. 4, n°4, pág. 50-69. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1414>
- Soledispa, X., Vásquez, C., & Chilán, M. (2021). La comercialización de artesanías como un medio de generación de ingresos: Caso comerciantes de la parroquia la Pila del cantón Montecristi. *Revista Publicando*, 8(31), 338-350. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2254>
- Valencia, I., & Pelegrín, N. (2024). Modelo de gestión para el desarrollo del turismo rural en las parroquias Membrillo y Quiroga, cantón Bolívar. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR* - ISSN 2806-5700, 4(1), 17-30. <https://doi.org/10.51260/rigistur.v4i1.487>

- Velíz, C. (2022). Fundamentos del enfoque constructivista para la Atención Educativa de los niños y niñas de tres años (Doctoral dissertation, Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/22797>
- World Travel y Tourism Council. (23 de mayo 2023). El sector de viajes y turismo contribuirá con más de 91 mil millones de dólares a la economía del caribe durante 2024: WTTC. <https://wttc.org/news-article/el-sector-de-viajes-y-turismo-contribuirá-con-más-de-91-mil-millones-de-dólares-a-la-economía-del-caribe-durante-2024-wttc>
- Zambrano, J., Señalín, L., Aguilar, L., Tello, M.. (2022). Gestión turística y calidad de vida en la comuna de Bajo Alto de Ecuador. Revista Latinoamericana de Difusión Científica. <https://doi.org/10.38186/difcie.59.18>

ANEXOS

Anexo 1.

Árbol de problema de la gestión del comercio de artesanías



Nota. Quijije - Alvia, 2024.

TESIS COMPLETA

2%

Textos sospechosos

4%

Similitudes (ignorado)

< 1% similitudes entre comillas (ignorado)

2% entre las fuentes mencionadas (ignorado)

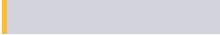
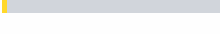
2%

Idiomas no reconocidos

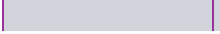
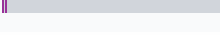
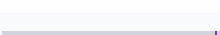
Nombre del documento: TESIS COMPLETA.docx	Depositante: MABEL FONT ARANDA	Número de palabras: 12.850
ID del documento: 56e47eca8faabc62f435b2b6bebf30ca75de5c5	Fecha de depósito: 19/12/2024	Número de caracteres: 88.904
Tamaño del documento original: 1,87 MB	Tipo de carga: interface	
Autores:	fecha de fin de análisis: 19/12/2024	



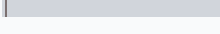
Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.uleam.edu.ec https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4401/1/ULEAM-HT-0101.pdf 21 fuentes similares	1%		 Palabras idénticas: 1% (179 palabras)
2	 repositorio.uleam.edu.ec https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4412/1/ULEAM-HT-0112.pdf 17 fuentes similares	1%		 Palabras idénticas: 1% (141 palabras)
3	 Artículo Doménica Arboleda 2024.1.pdf Artículo Doménica Arboleda 2024.1 #d2fa0c El documento proviene de mi grupo 17 fuentes similares	1%		 Palabras idénticas: 1% (142 palabras)
4	 Tesis_2023_Final_Kender_& Cesar (2023).docx Tesis_2023_Final_Kender_... #ed149c El documento proviene de mi grupo 15 fuentes similares	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (122 palabras)
5	 Proyecto Sombrero paja toquilla terminado Evelyn.docx Proyecto Somb... #9f1391 El documento proviene de mi grupo 15 fuentes similares	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (125 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 INFORME FINAL MARIA&KELLY.docx INFORME FINAL MARIA&KELLY #9cd790 El documento proviene de mi grupo	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (36 palabras)
2	 repositorio.uleam.edu.ec https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2671/1/ULEAM-IC-0052.pdf	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
3	 www.cervantesvirtual.com Turismo, cultura y desarrollo / Damián Moragues Cort... https://www.cervantesvirtual.com/obra/turismo-cultura-y-desarrollo-0/	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
4	 dialnet.unirioja.es El inventario turístico: un instrumento de gestión territorial sust... https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7728534	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
5	 ri.uaemex.mx APROVECHAMIENTO DE LOS SERVICIOS ECOTURÍSTICO, RECURSOS ... http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/111625	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)

Fuentes ignoradas Estas fuentes han sido retiradas del cálculo del porcentaje de similitud por el propietario del documento.

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 TESIS FINAL-23-07- Cedeño Odalis y Macías Maoly.docx TESIS FINAL-23-0... #dc4308 El documento proviene de mi grupo	2%		 Palabras idénticas: 2% (193 palabras)
2	 repositorio.uleam.edu.ec https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2055/1/ULEAM-HT-0049.pdf	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
3	 dspace.unach.edu.ec Repositorio Digital UNACH: Gestión turística y desarrollo sost... http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7699	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	 https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=15884
2	 https://core.ac.uk/download/pdf/421972330.pdf
3	 https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545880009
4	 https://www.codespa.org/blog/2024/02/26/bioemprendimientos-oportunidad-negocio
5	 https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-1