

ESTUDIO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD PALACIO REAL, SANTIAGO DE CALPI, ECUADOR

Fanny Liliam Jara Vaca^{1*}, Mónica Mosquera Endara^{*}, Francisco Freire Sánchez^{*}

^{*}Universidad Regional Autónoma de los Andes, Riobamba, Ecuador.

ABSTRACT

The present research mainly aims to study the tourist potential of the community Palacio Real, in Santiago de Calpi, Ecuador. For this end a poll was applied for both, the inhabitants of the area and the tourists that visit this place. The data resulting from the survey were used to apply the SWOT methodology, which consists in the study of the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats that we can find in the tourist sector. This is a very popular methodology to propose strategies that improve the situation of the company or the economic sector. These studies will guarantee the tourist development of the community in an efficient and effective way.

KEYWORDS: Strategic plan, community development, statistical analysis, SWOT methodology.

MSC: 91B02, 62P20, 62P25

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo fundamental el estudio del potencial turístico de la comunidad Palacio Real, en Santiago de Calpi, Ecuador. Para ello se aplicaron encuestas a los habitantes de la zona y a los turistas que la visitan. Basados en los resultados de la encuesta se obtuvieron los datos necesarios para aplicar la metodología FODA o DAFO, que estudia las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del sector turístico. Es una metodología muy popular para trazar estrategias que mejoren la situación de la empresa o el sector económico. Estos estudios garantizarán el desarrollo turístico de la comunidad de manera eficiente y eficaz.

PALABRAS CLAVES: Plan Estratégico, desarrollo comunitario, análisis estadística, metodología DAFO.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo constituye una actividad importante en los sitios donde se combina el medio natural y cultural, y donde se procura la máxima participación de la población local. Es por esto que han surgido modalidades como el turismo comunitario, el turismo de patrimonio, el turismo rural, el turismo eco- cultural o más claramente definido como alternativo. Todos ellos responden, si son bien entendidos, al desarrollo integral de las poblaciones, véase [2, 9].

Estas formas de turismo se deben considerar como alternativas y no como única fuente para incrementar divisas o diversificar fuentes de trabajo. Si bien se habla de desarrollo local, se debe considerar al turismo y a cualquiera de sus ramas, como partes integrantes y complementarias de este desarrollo.

El turismo comunitario según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, se define como la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados, véase [4, 7, 8, 10]. Además, Turismo Comunitario significa Turismo Responsable, en el respecto del medio ambiente y de la sensibilidad de la Comunidad huésped. Para ayudar al visitante a mantener un comportamiento responsable, se han desarrollado códigos de conducta.

El Centro de Turismo Comunitario Palacio Real se encuentra localizado en la comunidad denominada con el mismo nombre en la parroquia Santiago de Calpi, la convivencia empieza en el Museo Cultural de la Llama, donde se pueden conocer las características de los camélidos andinos, especialmente de la llama, conocida como la Reina de los Andes. Todos los productos del lugar se basan en la crianza y el aprovechamiento integral y sostenible de los camélidos andinos (llamas y alpacas); la población local aprovecha sus pieles para cubrirse del frío andino; sus carnes para alimentarse y su lana para confeccionar artesanías textiles y vestimentas, véase [6].

¹ Email: ur.fannyjara@uniandes.edu.ec

En el sector se puede disfrutar de senderos interpretativos donde se puede encontrar fauna y flora nativa, sitio de descanso de Simón Bolívar por varias ocasiones; así como la vista privilegiada del majestuoso Chimborazo y de otras grandes cumbres andinas

El plan estratégico es una de las herramientas de planificación más utilizadas, debido a su eficaz y fiable resultado. Por lo tanto, es necesario conocer y aplicar las herramientas que intervienen en el plan estratégico, debe ser manejada de manera correcta para el desarrollo de la comunidad “Palacio Real”, véase [2].

La comunidad de Palacio Real ubicada a 15 kilómetros de la ciudad de Riobamba capital de la provincia de Chimborazo, en la parroquia Santiago de Calpi, carece de proyectos de desarrollo turístico que involucre a la población local, está lleno de grandes recursos naturales y culturales, sin embargo, la actividad turística no se ha desarrollado; además existe desinterés y desconocimiento de autoridades, como también de los habitantes, siendo entre otras razones las que no le ha permitido a sus habitantes visualizar el gran desarrollo económico, social y cultural que podrían alcanzar al insertar el turismo en sus actividades, véase [6].

La comunidad Palacio Real necesita mejorar sus ingresos y sustentos, por lo que involucrarse de la mejor manera en el sector turístico es una gran oportunidad para el desarrollo de la misma y de sus habitantes. La comunidad cuenta con un potencial turístico cultural y natural, que nos permitirá desarrollar el plan turístico comunitario para percibir una nueva forma de ingresos y empleo dentro de la comunidad.

Este artículo tiene como objetivo realizar un estudio estadístico mediante encuestas a los pobladores de la zona, así como a los turistas nacionales e internacionales que la visitan, sobre cuáles son las potencialidades para desarrollar el turismo en este lugar.

Más adelante, se aplicó la metodología FODA o DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), basada en los resultados estadísticos obtenidos de la encuesta, véase [5]. Esta es una metodología muy popular para determinar estrategias de una empresa o un sector económico, como es el turismo. Para ello, se cuenta con una matriz donde se cuantifica la relación entre los aspectos que se miden, previamente determinados y clasificados como Debilidad, Amenaza, Fortaleza u Oportunidad. Los resultados obtenidos permiten determinar las estrategias que se aplicarán para mejorar la situación de la empresa o el sector económico, en este caso el turismo en la comunidad Palacio Real.

Este artículo se divide en una sección de Materiales y Métodos, donde se exponen los métodos teóricos y las condiciones de partida del problema que se desea resolver, en este caso el método estadístico que se aplicará y una breve explicación de la metodología DAFO. A continuación aparece una sección de Resultados y Discusión, donde se exponen los cálculos obtenidos de la aplicación de las teorías y los datos de la sección anterior, así como la interpretación de estos. La última sección contiene las conclusiones.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación se llevará a cabo en la Comunidad Palacio Real de la Provincia de Chimborazo dirigida a los turistas que la visitan y a los oriundos, con la finalidad de analizar los beneficios que traería a la comunidad el implementar un plan estratégico para potencializar la economía del sector y fomentar la visita de turistas, los paradigmas que se utilizan son:

Cuantitativo: La presente investigación basará sus estrategias en un estudio estadístico al aplicar encuestas, generando valores reales que refrendan el resultado de la presente investigación.

Cualitativo: La investigación basará su análisis en el criterio del directivo de la Comunidad Palacio Real quien les representa, con la finalidad de recaudar la información necesaria relacionada con el estudio.

Según el informe presentado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de Ecuador, existe un total de 297 habitantes de la Comunidad Palacio Real de la Provincia de Chimborazo, dato que se puede tomar como referente para la presente investigación, con la finalidad de obtener un tamaño de muestra representativo. Por tanto se considerará $N = 297$, donde N denota el tamaño de la población estadística y a partir de este número se determinará el número de encuestas que se aplicarán, este se denotará por n y se calcula por la fórmula que aparece en la Ecuación 1, véase [1, 3].

$$n = \frac{Z^2PN}{e^2(N-1)+Z^2Q} \quad (1)$$

Donde:

Z = Coeficiente de confianza del nivel 0,95; (1,96).

P = Porcentaje de la población que reúne las características de interés (0,50)

Q = Porcentaje de la población que no reúne las características de interés (0,50) N = Población o universo de estudio (297)

e = Error admisible determinado por el investigador (0,05 o 5%). Por tanto $n = 167,75 \approx 168$.

Según el proceso estadístico para calcular la muestra, se deben aplicar 168 encuestas a los habitantes de la Comunidad Palacio Real, pero además se ha considerado adicionar otro número de encuestas para los turistas que visitan el lugar. Se asume a la población de turistas como potencialmente infinita, o tomada como un muestreo con reposición, este tipo de problemas tiene una fórmula de cálculo del tamaño de la muestra según la Ecuación 2.

$$n = \frac{Z^2 PN}{e^2} \quad (2)$$

Donde que corresponde a un nivel de confianza del 95%, mientras que se toma $e = 0,1$. El resto de los coeficientes tienen el mismo significado y los mismos valores que en la Ecuación 1. Se tomó un error mayor por la dificultad real que implicaría tomar una muestra más grande con más precisión, debido al número de turistas que se necesitaría encuestar.

Por tanto, según la Ecuación 2, se tiene $n = 96.040 \approx 97$. Finalmente contamos con 100 turistas para ser encuestados. Por tanto, el número total de encuestas que se aplicaron fue de 268, donde 168 fue para habitantes del lugar y 100 para turistas.

La encuesta se aplica a los turistas que visitan la Comunidad Palacio Real de la Provincia de Chimborazo y a los pobladores del cantón, con la finalidad de conocer su opinión y recomendaciones para el desarrollo turístico y económico de la comunidad.

Para la aplicación de las técnicas de la encuesta y entrevista para obtener la información necesaria para plantear un plan estratégico, es fundamental plantear preguntas que permitan recaudar la información necesaria a través de un cuestionario. Estas se resumen en la Tabla 1.

No.	Pregunta
1	¿Considera que la Comunidad Palacio Real es un potencial turístico?
2	¿Cree usted que con un plan estratégico mejoraría la visita de los turistas a la comunidad Palacio Real?
3	¿Cree usted que con un Plan Estratégico para la comunidad Palacio Real mejoraría la economía del sector?
4	¿Conoce los atractivos turísticos y naturales que hay en la Comunidad Palacio Real?
5	¿Qué medios de información utiliza para conocer sobre los lugares turísticos de un lugar?
6	¿Considera usted que la gastronomía relacionada a la carne de llama es un potencial turístico?
7	¿Considera que la infraestructura con la que cuenta la Comunidad Palacio Real es la idónea para ser un referente turístico?

Tabla 1. Cuestionario realizado a los pobladores de la Comunidad Palacio Real y a los turistas que la visitan. La metodología DAFO se basa en el análisis del balance que existe entre los dos pares de factores que se estudian. Por una parte se encuentran los factores internos que forman parte de la empresa o el sector económico que se estudia, estos son las Fortalezas y Debilidades. Mientras que por otra parte se encuentran los factores externos que influyen sobre la empresa o el sector económico, que son las Amenazas y la Oportunidades, véase [5].

Cada uno de estos factores se mide a partir de criterios que se exponen explícitamente, para ser evaluados. Usualmente se utilizan las notaciones D_1, D_2, \dots, D_k para significar los criterios correspondientes para medir las debilidades del ente económico que se estudia. De manera equivalente A_1, A_2, \dots, A_l se utiliza para medir las amenazas, F_1, F_2, \dots, F_m para las fortalezas y O_1, O_2, \dots, O_n para las oportunidades.

A modo de ejemplo, se señalarán aspectos genéricos, uno por cada factor, que permitirán comprender mejor cómo se aplica el método. Estos son los mismos que se utilizarán más adelante.

Un ejemplo de debilidad sería D_1 : Escaso conocimientos previos de turismo comunitario y atención al cliente, otro de amenaza sería A_1 : Disminución del Interés por la cultura ancestral, así como también, F_1 : Infraestructura apropiada para el sector y finalmente O_1 : Sitio potencial para la actividad de turismo comunitario.

Luego se diseña una matriz donde por filas se ubican los criterios para los factores internos (Debilidades y Fortalezas), mientras que por las columnas se ubican los criterios para los factores externos (Amenazas y Oportunidades). En la intersección de cada fila con cada columna se ubica una valoración sobre el grado de impacto relativo que tiene el criterio del factor interno que se mide por la fila con respecto al criterio del

factor externo que se mide por columna.

Esta valoración se expresa en una escala de 0, 1, 2 y 3 donde estos valores numéricos tienen los siguientes significados cualitativos, obtenidos según la valoración de expertos:

0: No existe impacto, 1: Impacto débil,

2: Impacto medio,

3: Impacto fuerte.

La importancia de cada criterio de un factor interno se calcula sumando los valores por columna fijada su fila.

La importancia de cada criterio de un factor externo se calcula sumando los valores por fila dada su columna fija. Finalmente estos valores se comparan entre sí, para determinar cuáles son los más influyentes.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En esta sección se exponen los resultados calculados con ayuda de las teorías que se explicaron en la sección anterior. Se comenzará por resumir los resultados de las encuestas. Luego se realiza un breve análisis de estos resultados. Más adelante se aplica la metodología DAFO, con una explicación de lo obtenido.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Si	170	63%
No	98	37%
Total	268	100%

Tabla 2. Resultados obtenidos para la Pregunta 1 del cuestionario.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Si	220	82%
No	48	18%
Total	268	100%

Tabla 3. Resultados obtenidos para la Pregunta 2 del cuestionario.

Alternativa	Resultados	Porcentaje
Si	248	87%
No	20	13%
Total	268	100%

Tabla 4. Resultados obtenidos para la Pregunta 3 del cuestionario.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Si	180	33%
No	88	67%
Total	268	100%

Tabla 5. Resultados obtenidos para la Pregunta 4 del cuestionario.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Afiches Informativos	160	60%
Prensa y Radio	48	18%
Material Publicitario	60	22%
Total	268	100%

Tabla 6. Resultados obtenidos para la Pregunta 5 del cuestionario.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Si	228	85%

No	40	15%
Total	268	100%

Tabla 7. Resultados obtenidos para la Pregunta 6 del cuestionario.

Alternativas	Resultados	Porcentaje
Si	200	75%
No	68	25%
Total	268	100%

Tabla 8. Resultados obtenidos para la Pregunta 7 del cuestionario.

El 63% de las personas encuestadas afirman que la Comunidad Palacio Real de la Provincia de Chimborazo es un potencial turístico, mientras que el 17% no la conoce, por lo que es necesario el desarrollo de un plan turístico que permita incrementar el flujo de turistas que visiten la comunidad, ya que cuenta con atractivos muy importantes que sin duda harán de la comunidad un destino turístico que potenciaría la economía de este sector, además de poder generar nuevos servicios complementarios.

El 82% de las personas encuestadas coinciden en que aplicar un Plan Estratégico le permitiría a la Comunidad Palacio Real mejorar y potencializar la visita de los turistas, el 18% no, por lo que se debe establecer mecanismos que permitan que el consumo de estos atractivos sea más frecuente y se convierta en un destino turístico importante para la provincia de Chimborazo, ya que cuenta con muchos recursos naturales sobresalientes en el sector.

El 87% de los encuestados coinciden que un Plan Estratégico mejoraría la economía de la Comunidad Palacio Real, el 7% no, debido a que los atractivos turísticos ofertados serían un referente para que más personas elijan este lugar como un destino turístico personal y familiar, al crear servicios complementarios y centren toda su atención a que todos los productos que se ofertan en la comunidad sean en relación a las llamas, atractivo y cultura que capta la atención de turistas nacionales e internacionales.

El 67% de las personas encuestadas coinciden en que no conocen los atractivos turísticos y naturales de la Comunidad Palacio Real, el 33% si los conoce, por lo que es necesario plantear estrategias de desarrollo turístico que permitan explotar los recursos con los que cuentan, para que se conviertan en un referente, ya que existen varias rutas de recorrido, como también la gastronomía, productos y servicios cuentan con un valor agregado que es propio del sector, como es todo lo relacionado con las llamas, por lo que es necesario dar a conocer que existe un lugar en el que se puede disfrutar y conocer más sobre esta especie. El 85% de la población encuestada coincide en que la gastronomía basada en la carne de llama es un potencial turístico, el 15% no, por lo que es necesario explotar este valor agregado a través de estrategias que permitan captar la atención de los turistas nacionales e internacionales, creando la cultura de consumir este tipo de carne, y todos los productos y servicios que están relacionados con este sector, que sin duda oferta una amplia gama y variedad que puede convertirse en una nueva tendencia al ser socializado entre el nicho de mercado.

El 60% de los turistas utiliza los afiches informativos como un medio para adquirir información sobre un destino turístico, el 22% a través de material publicitario y el 18% por prensa y radio, por lo que las estrategias que se consideren para aplicar dentro del plan de desarrollo turístico de la Comunidad Palacio Real, se debe hacer a través de estos medios de comunicación, que son los que darán respuesta positiva a la inversión y permitirán incrementar la afluencia de turistas al sector.

El 75% de los turistas considera que la infraestructura con la que cuenta la Comunidad Palacio Real es la idónea para ser un referente turístico, el 25% no, por lo que es necesario potencializar a nivel nacional e internacional todos los atractivos naturales, con la finalidad de incrementar la visita de turistas, ya que el turismo genera un ingreso económico considerable, lo que permitirá obtener los recursos necesarios para reinvertir en la comunidad para ir mejorando paulatinamente su infraestructura brindando un mejor servicio y atención a sus visitantes.

El DAFO o el FODA permite analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con la finalidad de plasmar los objetivos estratégicos para un mejor desempeño.

A continuación se seleccionó un grupo de 5 expertos en turismo, que fueron elegidos según criterios de experticia que medían los años de experiencia en el sector, calificación profesional, entre otros aspectos. A cada cual se le mostró los resultados de la encuesta realizada, así como se les dio acceso al estudio de la situación en general, esta actividad se llevó a cabo en el tiempo que los expertos consideraron necesario para poder emitir un criterio. Esto los llevó a determinar el grupo de criterios que se utilizarían para realizar la valoración, como lo muestra la Tabla 9.

Finalmente se les pidió a cada uno que diera una calificación de 0 (No impacto), 1 (Impacto débil), 2 (Impacto

medio) y 3 (Impacto fuerte), por cada uno de los aspectos seleccionados y se tomó la mediana por cada una de las evaluaciones emitidas. El resultado se resume en la Tabla 10, donde además se calcularon los resultados de la suma por fila y por columna.

C o d.	FORTALEZAS	DEBILIDADES	C o d.
F ₁	Infraestructura apropiada para el sector	Escaso conocimientos previos de turismo comunitario y atención al cliente	D ₁
F ₂	Interés de la comunidad en participar en actividades comunitarias	Inexistencia de paquetes turísticos	D ₂
F ₃	Atractivos naturales, culturales y gastronómicos	Falta de organización entre la comunidad	D ₃
F ₄	Rutas turísticas	Poca publicidad del lugar y sus atractivos	D ₄
F ₅	Artesanías elaboradas por mujeres de la comunidad para comercializar	Carencia de señalética de direccionamiento e información	D ₅
F ₆	Cultura propia	Deficiencia de planificación turística	D ₆
C o d.	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	C o d.
O ₁	Sitio potencial para la actividad de turismo comunitario.	Disminución del Interés por la cultura ancestral	A ₁
O ₂	Participación en ferias turísticas nacionales	Escasa iniciativa de desarrollo de la comunidad	A ₂
O ₃	Vías de acceso en perfecto estado	Escaso apoyo por parte del gobierno para el desarrollo del turismo comunitario.	A ₃
O ₄	Turismo comunitario único en el área	Mal manejo de desechos sólidos	A ₄

Tabla 9. Análisis de la situación del potencial turístico comunitario en la comunidad Palacio Real con la matriz FODA

ANÁLISIS FODA		OPORTUNIDADES				TOTAL	AMENAZAS				TOTAL	
		O ₁	O ₂	O ₃	O ₄		A ₁	A ₂	A ₃	A ₄		
FOR TALE ZAS	F ₁	3	1	3	3	10	1	1	1	1	4	1 4
	F ₂	3	3	1	3	10	3	2	1	2	8	1 8
	F ₃	3	2	1	3	9	1	3	1	1	6	1 5
	F ₄	3	2	1	3	9	1	1	1	1	4	1 3
	F ₅	3	3	1	3	10	1	2	1	1	5	1 5
	F ₆	3	2	1	3	9	3	2	2	1	8	1 7
	TOTAL	18	13	8	18	57	10	11	7	7	35	
DEBI LIDA DES	D ₁	3	3	1	3	10	1	2	1	1	5	1 5
	D ₂	3	3	1	3	10	1	1	2	1	5	1 5
	D ₃	3	1	3	1	8	1	1	1	1	4	1 2
	D ₄	3	2	1	3	9	3	1	2	1	7	1 6
	D ₅	2	3	1	2	8	1	3	3	1	8	1 6
	D ₆	3	1	1	3	8	1	3	3	1	8	1 6
	TOTAL	18	13	8	18	53	8	11	12	6	37	
		35	26	16	33		18	22	19	13		

Tabla 10. Cálculo de la situación interna con la matriz FODA

Como se puede apreciar de la Tabla 10, el cuadrante que más impacto tiene es el de Fortalezas-

Oportunidades (FO) con una suma total de valoraciones de 57, mientras que le sigue de cerca el cuadrante DO de Debilidades-Oportunidades. Esto significa que existe aún un gran potencial de desarrollo del sector turístico en la región, existen factores internos fuertes que impactan en las oportunidades. Sin embargo, no deben subestimarse las debilidades, que fueron valoradas en menor grado, pero cercanas a las fortalezas.

Las mayores oportunidades, que más deben aprovecharse son:

O₁: Sitio potencial para la actividad de turismo comunitario, O₄: Turismo comunitario único en el área.

Las mayores fortalezas son todas, en un nivel muy parejo.

Finalmente las mayores amenazas las constituyen:

A₃: Escaso apoyo por parte del gobierno para el desarrollo del turismo comunitario, A₂: Escasa iniciativa de desarrollo de la comunidad.

Estas amenazas no se diferencian mucho del resto en las valoraciones dadas por los expertos. Estas se pueden paliar, primero incentivando al gobierno local sobre los beneficios económicos y sociales que significa el desarrollo turístico en esta zona, y por otra parte, la estimulación de capital privado para que invierta también en este sector. Para la comunidad se pueden aplicar seminarios que les demuestre las ventajas que tendría esto para su bienestar. El estudio que se muestra puede ser un buen incentivo inicial para ello.

4. CONCLUSIONES

La Comunidad Palacio Real no ha explotado lo suficiente su potencial turístico, de acuerdo al estudio realizado por los autores de este artículo. Este estudio arrojó que aún existen potencialidades en las oportunidades que se tiene de desarrollar este sector económico, como son que este lugar es valorado como un sitio potencial para la actividad del turismo comunitario, donde los habitantes pueden servir de agentes que indiquen al turista los mejores sitios de interés, así como las particularidades culturales y gastronómicas de la zona, mientras que por otro lado este es el único lugar en la zona que pudiera desarrollar esta modalidad de turismo. Sin, embargo hay que cuidarse de las amenazas que constituyen el escaso apoyo del gobierno y la escasa iniciativa de la comunidad.

Por otra parte, de acuerdo a la encuesta aplicada a los habitantes y a los turistas, se llegó a la conclusión que la divulgación de los atractivos turísticos debe hacerse mediante afiches informativos principalmente, aunque no deben descartarse los materiales publicitarios y los medios de difusión masiva (prensa y radio), en ese orden. Esta encuesta confirmó que Palacio Real es una potencial zona para el desarrollo del turismo comunitario.

RECEIVED: FEBRUARY, 2019.

REVISED: SEPTEMBER, 2019.

REFERENCIAS

- [1] ANDERSON, D. R., SWEENEY, D. J., WILLIAMS, T. A., ROA, M. D. C. H. y ÁLVAREZ, T. L. (2001). **Estadística para administración y economía**, International Thomson., Mexico
- [2] BEECH, J. (2006) **The Business of Tourism Management**. Prentice Hall, London.
- [3] CASAS SÁNCHEZ, J. M. (1997) **Inferencia Estadística para Economía y Administración de Empresas**, Editorial, Centro de Estudios Ramón Areces S. A.
- [4] CASTILLO CANALEJO, A. M. (2011) Turismo y Desarrollo Socioeconómico en Cabo Verde, En: **Book of Proceedings-International Conference on Tourism & Management Studies**, Algarve, 863-871.
- [5] COLÁS BRAVO, M. P., y PABLOS PONS, J. D. (2004) La formación del profesorado basada en redes de aprendizaje virtual: aplicación de la técnica DAFO. **Teoría de La Educación. Educación Y Cultura En La Sociedad de La Información**, 5, 1-15.
- [6] DEGIRA TOUR OPERATORS (2016) **Turismo Comunitario en la Comunidad Palacio Real**, Disponible en: http://degiratours.com/es/?page_id=2529, Consultado el 3 de Marzo de 2018.
- [7] LÓPEZ-GUZMÁN, T. J., SÁNCHEZ CAÑIZARES, S. M. (2009) **Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en Países en Vías de Desarrollo: Un Estudio de Caso en El Salvador**, Revista de Estudios Cooperativos, 2009 (99), 85-103.
- [8] MANUEL, C. (2012). **Ecoturismo, Criterios de desarrollo y casos de manejo**, Colección Técnica. ICONA, Madrid.
- [9] OSCAR, D. L. (2001). **El turismo Fomento Social**, Edigrafic Ltda, Argentina.
- [10] RUIZ, E., HERNÁNDEZ, M., COCA, A., CANTERO, P. y DEL CAMPO, A. (2008) Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad, **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 6(3), 399-418.

