**HÁBITAT Y DESARROLLO COMUNITARIO SOSTENIBLE**

**Gestión Sostenible del Turismo Comunitario en el Parque Nacional Cotacachi Cayapas – Ecuador**

***Sustainable Management of Community Tourism in the Cotacachi Cayapas National Park - Ecuador***

**Gustavo Terán-Rosero1, Gustavo Lucero2**

1- Gustavo Terán-Rosero. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador. E-mail: gustavo.teran@upec.edu.ec

2- Gustavo Lucero. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador. E-mail: gustavo.lucero@upec.edu.ec

3- Xavier Dávalos. Universidad Técnica del Norte, Ecuador. E-mail: vxdavalos@utn.edu.ec

**Resumen:**

El Parque Nacional Cotacachi Cayapas (PNCC) es una reserva natural priorizada en el Ecuador.

En todas las zonas del PNCC, además de problemas de pobreza por la existencia de necesidades básicas insatisfechas de los residentes, se evidencia la peligrosa la incursión minera (Latorre y Walter 2017). Sin embargo, no existe un diagnóstico sobre los factores que determinan la percepción de los turistas respecto a los destinos que visitan

El objetivo de la investigación es determinar una línea base con una propuesta de la gestión para la transformación en un destino turístico sostenible.

Los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético fueron directrices para estructurar una investigación cuantitativa.

Las condiciones socio demográficas, los aspectos culturales, económicos, las instituciones e infraestructura determina el gran potencial del parque y la necesidad de gestionar atributos funcionales y emocionales.

Este estudio corrobora la suposición de que la integración de la perspectiva de conexión emocional en el marco de brand equity del destino proporciona una extensión adecuada para comprender mejor la relación, proceso de construcción entre los turistas y las marcas de destino teniendo en cuenta la naturaleza compleja y multidimensional de los destinos, así como los patrones de consumo heterogéneos de los segmentos turísticos. Este aporte ayuda a comprender la gestión de la sostenibilidad en relación con un enfoque multidimensional.

Se recomienda presentar el presente estudio a la Mesa Técnica de Gestión impulsada por el Gobierno Provincial de Imbabura donde se considere la presente caracterización para que los tomadores de decisiones construyan una política pública sostenible.

***Abstract:***

*The Cotacachi Cayapas National Park (PNCC) is a prioritized nature reserve in Ecuador.*

*In all areas of the PNCC, in addition to problems of poverty due to the existence of unsatisfied basic needs of the residents, the dangerous mining incursion is evident (Latorre and Walter 2017). However, there is no diagnosis on the factors that determine the perception of tourists regarding the destinations they visit.*

*The objective of the research is to determine a baseline with a management proposal for the transformation into a sustainable tourist destination.*

*The inductive, deductive, analytical and synthetic methods were guidelines for structuring a quantitative investigation.*

*Socio-demographic conditions, cultural and economic aspects, institutions and infrastructure determined the great potential of the park and the need to manage functional and emotional attributes.*

*This study corroborates the assumption that the integration of the emotional connection perspective in the destination brand equity framework provides an adequate extension to better understand the relationship, construction process between tourists and destination brands, taking into account the complex nature and multidimensional of the destinations, as well as the heterogeneous consumption patterns of the tourist segments. This contribution helps to understand sustainability management in relation to a multidimensional approach.*

*It is recommended to present this study to the Technical Management Board promoted by the Provincial Government of Imbabura where the present characterization is considered so that decision makers can build a sustainable public policy.*

**Palabras Clave:**

Gestión sostenible; Turismo comunitario; Parque Nacional Cotacachi Cayapas.

***Keywords:***

*Sustainable management; Community tourism; Cotacachi Cayapas National Park.*

**1. Introducción**

Participar en actividades recreativas por parte de los turistas o excursionistas varía según el estilo de vida del visitante, así como de la forma que le gusta pasar su tiempo libre. La diversidad en la participación en actividades al aire libre, varía según el país, la estructura socio - demográfica, el nivel cultural y los hábitos de la vida moderna. Concretamente, las formas de participar en actividades recreativas dependen de variables demográficas, sicograficas y conductales como la edad, el género, el nivel de instrucción, la ocupación y el nivel de ingresos, los usos, hábitos y actitudes hacia el turismo.

Muchas actividades recreativas están conducidas en ambientes naturales (Kraus, 1971). La recreación al aire libre se refiere a las actividades que los individuos realizan en espacios que permiten acceso a la naturaleza o áreas verdes como parte de sus rutinas diarias o de fin de semana. El turismo de naturaleza es un término que incluye las actividades que los individuos realizan para tener diversión durante vacaciones y se centra sobre la naturaleza y generalmente implica alojamiento durante la noche. Esto usualmente significa viajar a parques nacionales, bosques, lagos, costas o área rural y participar en actividades que son compatibles con las calidades de estos espacios (Bell et al 2007).

Según Yang (2017) en Shanghai, con muchos años de desarrollo urbano, se ha experimentado una transición urbana, con un tiempo de ocio creciente, la recreación al aire libre se presenta como una tendencia popular y se ha vuelto un estilo de vida típico. Visitantes llegan a los espacios naturales para participar en la naturaleza en actividades recreativas, tales como: senderismo, divertirse con familiares y amigos, hacer un picnic y observar paisajes naturales; estas actividades al aire libre se encuentran entre las más populares realizadas en los Estados Unidos. Los resultados de encuestas señalan que más de 206 millones de personas mayores de 15 años participan en actividades recreativas al aire libre cada año en los Estados Unidos (más del 95% de la población) (Shrestha et al., 2007); participando preferentemente en bosques, parques y áreas protegidas.

Según lo señalado por Sari (2019), la determinación de los factores que afectan a la demanda de la interacción hombre – naturaleza, guiará a los planificadores y gestores futuros a identificar la adecuación y el contenido de futuras actividades recreativas en las áreas rurales.

La planificación del sistema de senderos recreativos de Shanghai proporciona una forma sistemática de pensar en la mejora de la calidad ambiental pública y la habitabilidad en el área urbana de alta densidad (Yang, 2017). La recreación al aire libre, se conduce en ambientes naturales y semi-naturales, frecuentemente referidos a espacios verdes y azules, juega un rol crucial en la salud física y mental, así como también en el bienestar y beneficios sociales, que contribuye significativamente a la salud humana.

La experiencia con la naturaleza provee muchos beneficios para la salud mental, particularmente para la gente que vive en áreas urbanas (Cox et al., 2017). Sin embargo, las actividades que los individuos pueden realizar en espacios naturales, que son parte del paisaje urbano diario es limitado.

Existen estudios cuyo objetivo es mapear la oferta, demanda y flujo recreativo, combinando diferentes enfoques y fuentes de datos, incluyendo indicadores explícitamente espaciales y “big data” desde las redes sociales (Schirpke et al., 2018). Así, las áreas rurales juegan un rol importante en las actividades recreativas al aire libre. Por ejemplo, el principal objetivo al visitar los bosques es el creciente interés en la relajación, dejar lejos la rutina diaria, ejercitarse y practicar actividades deportivas en el bosque (Andkjaer and Arvidsen, 2015).

La recreación basada en la naturaleza provee a los visitantes la oportunidad de satisfacer sus necesidades recreativas, mientras se mantiene la diversidad y la riqueza de regiones naturales, culturales y de recursos históricos. Los visitantes habidos de recreación, buscan espacios naturales para satisfacer sus necesidades recreativas y frecuentemente van a áreas remotas a recrearse. Esto conduce a una alta demanda por áreas naturales y recursos (Shrestha et al., 2007).

Como resultado del incremento en actividades recreativas, los individuos comienzan a cambiar sus preferencias de espacios recreacionales. Así, la demanda por parques nacionales que son ricos en valores naturales y culturales, se incrementa, varios países han transformado estas tendencias en una ventaja, invitando a turistas a preservar las áreas tales como los parques nacionales y naturales (Sahbaz & Altinay, 2015)

Hay un vacío en la literatura en los estudios sobre los procesos de toma de decisiones involucrados en las preferencias de los destinos recreativos versus el uso de la naturaleza (Shrestha et al., 2007). Además, a pesar de una gran cantidad de literatura sobre el atractivo de los destinos (Lee et al., 2010), el proceso de toma de decisiones que implica la elección del destino recreativo todavía no se trata suficientemente en el contexto de la valoración de la naturaleza.

**2. Metodología**

La investigación cuantitativa apoyada por los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético fueron directrices para la consecución de los objetivos de la presente investigación. Las técnicas de la encuesta mediante el cuestionario estructurado permitieron aplicar herramientas estadísticas como medidas de tendencia central, medidas de dispersión, análisis factorial y ecuaciones estructurales.

**3. Resultados y discusión**

En el estudio, las correlaciones entre los atributos de los participantes y las tasas de preferencias se analizaron con la prueba t y el análisis de la varianza. El análisis factorial y clúster, se realiza sobre la base de las puntuaciones medias de preferencia las cuáles demostraron que cualidades eran más efectivas sobre las preferencias. Al mismo tiempo, se determinaron diferencias significativas entre los atributos y las puntuaciones de éstas.

Se obtuvieron 33 atributos que afectan las preferencias del área recreacional relacionada con el entorno del PNCC, en la siguiente tabla se observa los niveles promedio alcanzados en cada pregunta. Los cinco principales atributos fueron “Observar hermosos paisajes” (P4, PPM=4,78), “Experimentar para tener buenos recuerdos” (P5, PPM=4,76), “Estar en contacto con la naturaleza, instalaciones para descansar” (P1; PPM=4,70), “Sentirse renovado física y psicológicamente” (P6, PPM=4,69) y “Limpieza y ambiente natural” (P9, PPM=4,68). Se evidencia los tres atributos del atractivo turístico menos preferidos: “…Antiguo o nuevo…” (P19, PPM=2.86), “...maduro o joven...” (P20, PPM=3.06) y “… pasivo o activo…” (P21, PPM=3.28).



Figura 1. Atributos que influyen sobre las preferencias del área rural del PNCC.

Fuente: Elaboración propia.

La evaluación de los atributos, establecida según las preferencias de los turistas sobre un área rural recreacional depende de las características sociodemográficas de los turistas; se analiza la heterogeneidad según la variable que más describe y discrimina, que es la edad.



Figura 2. Preferencias promedio y niveles de significancia de preguntas sobre atributos pro edad en el PNCC.

Fuente: Elaboración propia.

 En cuanto al análisis de varianza, relacionado con los tramos de edad, se observa que el 19.4% de los 33 atributos evaluado, muestran que tienen diferencias en el promedio de satisfacción; entre las variables que muestran diferencias significativas estadísticamente, están: P2 “Turismo de aventura”, P11 “Instalaciones para actividades deportivas y recreativas”, P15 “Seguridad en las atracciones turísticas y lugares de visitas”, P22 “Característica del atractivo: aburrido … entretenido”, P23 “ estático … dinámico”, P25 “Probabilidad de que recomiende a amigos o parientes”. Según las variables citadas, resulta comprensible que la edad en la que se encuentra el turista, no sintonice de forma similar entre los turistas con la evaluación de los recursos del destino.

 La heterogeneidad del turista según su edad, muestra que cerca de un 20% de los atributos dependen de la edad del turista para que la evaluación de los recursos del destino se incline en un sentido o en otro dependiendo de la variable que se indague. En este caso si se cumple la hipótesis de que el efecto de la percepción de los atributos del destino sobre la satisfacción del turista es diferente en términos de edad.

En cuanto a los factores que terminan la sostenibilidad del PNCC, los resultados sugieren que el factor más atractivo es el de lealtad (85,7%), seguido por la conexión emocional (75,0%), la calidad percibida (65,5%) y por la imagen de la marca o atractivo (50,8%). En general, el valor agregado único del índice CBBE para el Turismo Rural en el PNCC fue de 69,3% (3,46).

Se utiliza el modelo customer based destiny brand equity (CBDBE) para reflejar la construcción de relaciones entre cliente y marca del destino; en este modelo se contempla la evaluación del turista de los recursos materiales (naturales) e intangibles (culturales), los beneficios obtenidos por los turistas al visitar los destinos y el valor basado en el binomio calidad-precio que es el resultado del valor de intercambio del destino.

A partir del modelo CBDBE obtenido de los aportes teóricos recientes, se obtiene un índice CBDBE-I, el cual define la relevancia de la pirámide jerárquica construida con el objetivo de establecer la lealtad del cliente. En el modelo se aplican cuatro componentes, que son: conexión emocional, percepción de la calidad-precio, imagen y lealtad de marca; éstos se construyen con los datos levantados del turismo rural en el entorno del PNCC, generando una priorización de cada constructo del índice.



Figura 3. Índice customer based destiny brand equity (CBDBE) en base a los factores que determinan la sostenibilidad del PNCC.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados sugieren que el factor más atractivo es el de lealtad (85,7%), seguido por la conexión emocional (75,0%), la calidad percibida (65,5%) y por la imagen de la marca o atractivo (50,8%). En general, el valor agregado único del índice CBBE para el Turismo Rural en el PNCC fue de 69,3%.

**4. Conclusiones**

Este estudio corrobora la suposición de que la integración de la perspectiva de conexión emocional en el marco de brand equity del destino proporciona una extensión adecuada para comprender mejor la relación, proceso de construcción entre los turistas y las marcas de destino teniendo en cuenta la naturaleza compleja y multidimensional de los destinos, así como los patrones de consumo heterogéneos de los segmentos turísticos. (Moeller, 2010). Este aporte ayuda a comprender la gestión de la sostenibilidad en relación con un enfoque multidimensional.

Otra contribución teórica de este estudio, y recogiendo el aporte de Chekalina (2018), el núcleo interno del modelo CBDBE ha sido conceptualizado como la "conexión emocional" que representa la evaluación de los clientes del proceso de servicio que comprende los recursos ofrecidos por el destino y la transformación de estos recursos en la conexión emocional y la percepción calidad-precio de los turistas. Por lo tanto, este estudio introdujo la conexión emocional como una nueva dimensión aislada de CBDBE.

Se recomienda presentar el presente estudio a la Mesa Técnica de Gestión impulsada por el Gobierno Provincial de Imbabura donde participan varias entidades públicas y privadas que apoyan una gestión sostenible donde se considere la presente caracterización para que los tomadores de decisiones construyan una política pública sostenible.

Es imperativo ampliar el presente análisis y propuesta en otros contextos y categorías para evaluar su robustez.

**5. Reconocimiento**

Los autores agradecen el apoyo financiero para este proyecto brindado por CEDIA-Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Investigación y la Academia, por el proyecto Gestión Integral del Turismo en las Comunidades del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, ganador del Concurso Ecuatoriano de Proyectos CEPRA en 2019.

**6. Referencias bibliográficas**

1. Cox, D. T. C., Shanahan, D. F., Hudson, H. L., Plummer, K. E., Siriwardena, G. M., Fuller, R. A., Anderson, K., Hancock, S., & Gaston, K. J. (2017). Doses of neighborhood nature: The benefits for mental health of living with nature. *BioScience*, *67*(2), 147–155. https://doi.org/10.1093/biosci/biw173

2. Chekalina, T., Fuchs, M., & Lexhagen, M. (2018). Customer-based destination brand equity modelling: the role of destination resources, value - for money and value-in-use. *Journal of Travel Research*, *57*(1), 31–51.

3. INEC. (2015). *Información Censal |*. Esta Obra Está Bajo Una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

4. Ministerio de Ambiente. (2007). *Plan de Manejo Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas* (Ministerio).

5. Ministerio de Ambiente. (2015). *RESERVA ECOLÓGICA COTACACHI - CAYAPAS | Ministerio del Ambiente*.

6. Neethiahnanthan, A., Hema, S., & Saeed, P. (2014). Tourists’ Perceptions of Destination Travel Attributes: An Application to International Tourists to Kuala Lumpur. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *144*, 403–411. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.309

7. Sahbaz, R. P., & Altinay, M. (2015). Turkiye’deki milli parklarin rekreasyon faaliyetleri acisindan degerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *3(3)*, 125–135.

8. Sari, D. (2019). A study on the qualities that affect preference of rural recreation areas. *Applied Ecology and Environmental Research*, *17*(5), 11509–11523. https://doi.org/10.15666/aeer/1705\_1150911523

9. Schirpke, U., Meisch, C., Marsoner, T., & Tappeiner, U. (2018). Revealing spatial and temporal patterns of outdoor recreation in the European Alps and their surroundings. *Ecosystem Services*, *31*, 336–350. https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2017.11.017

10. Shrestha, R. K., Stein, T. V., & Clark, J. (2007). Valuing nature-based recreation in public natural areas of the Apalachicola River region, Florida. *Journal of Environmental Management*, *85*(4), 977–985. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2006.11.014

11. Valck, J. De, Landuyt, D., Broekx, S., Liekens, I., & Nocker, L. De. (2017). Land Use Policy Outdoor recreation in various landscapes : Which site characteristics really. *Land Use Policy*, *65*(April), 186–197. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2017.04.009

12. Yang, Y. (2017). The practice and exploration of Shanghai recreational trail system planning. *Procedia Engineering*, *198*, 127–138.