


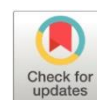


Factores que inciden de la comunicación asertiva en el desarrollo organizativo del turismo comunitario del mirador Tzunantza, Ambato, Ecuador

Factors that affect assertive communication in the organizational development of community tourism of the Tzunantza viewpoint, Ambato, Ecuador

- ¹ Segundo Ángel Caiza Tisalema  <https://orcid.org/0000-0002-7038-8907>
Universidad Católica de Cuenca, Azuay – Ecuador
Angel77caiza@gmail.com
- ² Andrés Ernesto Cañizares Medina  <https://orcid.org/0000-0001-8717-4967>
Universidad Católica de Cuenca, Azuay, Ecuador
acanizaresm@ucacue.edu.ec
- ³ Blanca de los Ángeles Herrera Hugo  <https://orcid.org/0000-0003-1636-8048>
Universidad Católica de Cuenca, Azuay – Ecuador
bherrerah@ucacue.edu.ec



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 09/04/2022

Revisado: 25/05/2022

Aceptado: 27/06/2022

Publicado: 14/07/2022

DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i3.1.2221>

Cítese:

Caiza Tisalema, S. Ángel, Cañizares Medina, A. E., & Herrera Hugo, B. de los Ángele. (2022). Factores que inciden de la comunicación asertiva en el desarrollo organizativo del turismo comunitario del mirador Tzunantza, Ambato, Ecuador. *ConcienciaDigital*, 5(3.1), 28-42. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i3.1.2221>



CONCIENCIA DIGITAL, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://concienciadigital.org>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec

Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Palabras claves:

comunicación
asertiva,
formación,
liderazgo,
turismo
comunitario

Keywords:

Assertive
communication,
training,
leadership,
community
tourism

Resumen

La comunicación asertiva es una característica que se encuentra en los seres humanos y se cataloga como una habilidad social que se utiliza para aplicarla en el ámbito empresarial para que la organización sea competitiva, ya que el mensaje que origina será claro para los usuarios. receptores, en el caso del turismo comunitario, esta comunicación asertiva juega un papel preponderante aún más porque repercute en la calidad de vida de sus habitantes, por ser una actividad económica para la comunidad, en este estudio se pretende contextualizar los factores de la comunicación asertiva que se puede utilizar como estrategia para promover el turismo comunitario, los hallazgos de esta investigación muestran que existen dos factores más relevantes sobre el tema, el primero es la actitud de los líderes comunitarios en la comunicación hacia las personas para que integrar y lograr los objetivos comunitarios en materia de turismo y el segundo factor es la capacitación organizativa, la cual debe ser constante, pues es una forma adecuada de comunicación asertiva para que los planes o programas se puedan llevar a cabo integralmente en la comunidad.

Abstract

Assertive communication is a characteristic that is found in human beings and is classified as a social skill that is used to apply it in the business environment so that the organization is competitive, since the message that originates will be clear to the users. receivers, in the case of community tourism, this assertive communication plays a preponderant role even more so because it has an impact on the quality of life of its inhabitants, because it is an economic activity for the community, in this study it is intended to contextualize the factors of communication assertive that can be used as a strategy to promote community tourism, the findings of this research show that there are two most relevant factors on the subject, the first is the attitude of community leaders in communication towards people so that they integrate and achieve community objectives in terms of tourism and the second factor is organizational training tive, which must be constant, because it is an adequate form of assertive communication so that the plans or programs can be fully carried out in the community.

Introducción

El asertividad es considerado como una capacidad que los seres humanos poseen para comunicar sus intereses, puntos de vista o las posiciones que tienen y piensan que son las adecuadas frente a otras posibilidades; comunicarse de una manera clara sin causar daño a las personas con las cuales se mantiene el proceso comunicativo, donde el emisor y el receptor tienen un mensaje, el mismo debe ser claro y efectivo de modo que se evite conflictos posteriores (Cañas & Hernández, 2019). Este punto de vista conduce al análisis de las variables de estudio en el presente artículo, en donde se pretende analizar cuáles son los factores que aparecen en el contexto de una organización, donde intervienen intereses comunitarios, enlazados por ideas de propiciar un turismo comunitario que beneficie a todos los asociados de un determinado ámbito geográfico.

Por este motivo, es necesario que esta investigación se sustente en un estado del arte, que aporte al conocimiento sobre la comunicación asertiva y el turismo comunitario.

Comunicación asertiva

La comunicación asertiva es una habilidad que en la mayor parte de las actividades humanas provoca reacciones positivas, considerando que existen mensajes claros y respetuosos, que fomentan la imagen y expresión social de manera positiva, haciendo que las buenas relaciones permitan disfrutar de mejor manera las ofertas que realiza una persona o una empresa. La comunicación asertiva es una capacidad que expresa de manera verbal y no verbal que facilita las relaciones sociales (Lesmes et al., 2020).

La oferta turística necesita tener entre sus características servicios que vayan acompañados de actitudes positivas como parte de buscar la satisfacción de los clientes. Considerando la competitividad que existe en el mercado del turismo comunitario, donde se está explotando innumerables recursos que vienen acompañados de ofertas gastronómicas, musicales y artesanales. Al igual que cualquier otra actividad, el turismo comunitario debe considerar siempre el valor agregado, tales como enclaves geográficos, expresiones culturales u hospedaje para un descanso agradable, que tengan como filosofía de atención al cliente la comunicación asertiva (Calvopiña & Flor, 2018).

Los valores que aportan la pluriculturalidad y la multiétnicidad en las regiones andinas del país son recursos que, en lo turístico, aportan valor agregado a cualquier oferta de tipo cultural y recreativa. Si los dos principales actores del turismo que son quienes ofertan y quienes demandan están alineados con la puesta en valor de la tradición musical, gastronómica, ritual, espiritual y festiva, de carácter autóctono o del sincretismo religioso, en entendimiento y valoración dan como resultado la comunicación asertiva, que se emite por un lado y se recepta por el otro, de manera inclusiva provocando un ambiente de respeto y valoración (Ordoñez & Ochoa, 2020).

La globalización de las relaciones comerciales y turísticas, sin importar los destinos, llevan consigo cada vez más personas interesadas en vivir momentos de tranquilidad, lejos de amenazas a la integridad física y evitando peligros de contagios que pongan en riesgo la salud. Por eso es importante que exista una comunicación asertiva que refleje lo que el turista demanda para una estadía confortables y relajada. En este sentido, los recursos naturales aportan de manera contundente para lograr el interés de los turistas en un ambiente que involucra a los habitantes que aportan bienes y servicios considerando la calidez en el trato y empatía para con sus clientes (Mullo & Padilla, 2019).

Turismo comunitario

El turismo comunitario es un recurso al cual pueden acceder los habitantes de una zona geográfica determinada y que es ofertado por personas o familias que, con su trabajo directo ofertan bienes y servicios. El turismo comunitario permite que las personas puedan ir a sectores rurales para mantener contacto con las tradiciones de manera auténtica, generando ingresos para los lugareños que combinan esta actividad con sus tareas diarias que generalmente están vinculadas a la agricultura y la ganadería (Bravo & Zambrano, 2018).

El turismo comunitario es una modalidad que tiene un carácter multidimensional por el aporte que realizan los involucrados que generalmente están fuera de los paquetes turísticos que ofertan destinos a gran escala. Este renglón de la economía que no se enmarca en la oferta tradicional siempre ha estado al margen del apoyo de las autoridades respectivas, siendo en su mayor parte producto de la iniciativa comunal que busca generar desarrollo y una mejor calidad de vida. El turismo comunitario genera recursos directos e indirectos para los miembros de la comunidad y permite realizar obras que beneficien a todos (Cabanilla, 2020).

El concepto básico del turismo rural dice que es una actividad que motiva a viajar hacia lugares de interés ya sea por placer, comercio o profesión, donde todos los actores de la actividad turística realizan una función en virtud de sus habilidades, ofertando bienes o servicios que son valorados por los clientes que se han decidido por un destino no tradicional que les genera emociones vinculadas a la naturaleza y descanso, en un medio alejado de los centros urbanos y la vida cotidiana (Ordoñez & Ochoa, 2020).

El turismo comunitario es una actividad que viene desarrollándose en las regiones de la Costa, Sierra y Oriente del Ecuador, desde hace unas décadas atrás y con múltiples ofertas donde destacan las playas del océano Pacífico, platos a base de mariscos, montañas, páramos y cascadas andinas, selva amazónica con sus rituales ancestrales, todas ellas que involucran a comunidades montubias, afrodescendientes e indígenas que, a través de estos emprendimientos, buscan generar recursos para sus familias y financiar obras comunitarias. Esta actividad cuenta con apoyos limitados por parte de organismos del

Estado y a nivel internacional de pocas organizaciones como ciertas ONGs, y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (Narváez, 2020).

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) y la Federación Multinacional de Turismo Comunitario en Ecuador, tienen la finalidad de apoyar las iniciativas de ofertas de turismo, guía y alojamiento de las diversas comunidades que tienen la finalidad de amortiguar el impacto de la marginación económica, analfabetismo, migración, etc. El aporte de la Federación es trabajar en conjunto por reducir el impacto a la biodiversidad y mejorar la calidad de vida de las comunidades (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo [PDUD], 2012).

La emergencia mundial ocasionada por el COVID-19, ha dejado grandes secuelas en el turismo internacional y local, pero también ha permitido un aumento interesante de las visitas de grupos familiares a atractivos turísticos de corta y mediana distancia, permitiendo que el turismo comunitario vea ampliarse la demanda, sobre todo en comunidades rurales donde no existen grandes aglomeraciones humanas, ahora valoradas ya que significan reducir el peligro de contagio. En este escenario de crisis el sector turístico mundial, ha significado pérdidas por \$ USD. 450.000 millones (Toledo, 2021).

El Covid-19 no solo ha significado los cierres de fronteras internacionales y la disminución de la movilidad interna y externa de los países, también ha llevado consigo valoraciones de destinos turísticos que antes no eran apreciados y que ahora ofrecen la oportunidad de acceso rápido, bajo valor económico, cuidado de la salud y el soñado encuentro hombre-naturaleza que la globalización estaba dejando de lado. Aire libre y naturaleza en un buen destino en época de pandemia, y el turismo rural comunitario tienen mucho que ofrecer, sobre todo en los campos y pueblos de la serranía ecuatoriana (Oviedo & Olivo, 2021).

El turismo comunitario también debe considerar los impactos socioculturales que se provocan en sus comunidades, ya que la influencia de actitudes distintas a las locales, pueden ser vistas por los lugareños como alternativas a sus costumbres y raíces comunitarias. Estos encuentros culturales inevitablemente ejercen contactos que estarán siempre al alcance, sobre todo, de los más jóvenes. Por estas razones es importante trabajar en programas que refuercen las costumbres y tradiciones para preservar los valores sociales y culturales de la comunidad (Hernández, 2021).

Desarrollo organizativo del turismo comunitario

Los retos de afrontar el incremento de la demanda de espacios vacacionales en las comunidades rurales, no solo que han llegado de manera inesperada y en poco tiempo, sino que las circunstancias de vivir un confinamiento de alcance mundial con los problemas de recesión económica, alarma por el cuidado de la salud y protocolos de

seguridad exigidos por las autoridades locales y nacionales, hace que la gestión del turismo rural sea receptiva para aplicar modelos de organización y planificación que se adapten a esta nueva realidad de quienes ofertan y demandan bienes y servicios turísticos (Herrera et al., 2021).

Las empresas de turismo comunitario, al margen de tener o no una estructura formal, deben considerar herramientas de trabajo administrativo y financiero, a la par de considerar también una gestión de protección medioambiental para un manejo responsable de los recursos que dan valor a estos espacios naturales. Es innegable el impacto a los ecosistemas que ocasionan la presencia humana que consume alimentos, camina por senderos poco acostumbrados a ello, incluidos los caminos para el tránsito motorizado y otros contactos que impactan en mayor o menor medida el aire, la vegetación, la fauna y la calidad del aire de toda la zona (Salazar & Garrido, 2021).

El desarrollo organizativo del turismo comunitario es un rubro para considerar desde el inicio si se desea que la actividad perdure en el mediano y largo plazo. La organización de cualquier emprendimiento necesita de varios componentes como son los recursos humanos y materiales, los cuales deben estar permanentemente actualizados para que cumplan eficientemente su labor. Esto significa que se deben hacer inversiones para lograr eficiencia en el trabajo, lo cual es fundamental para que los turistas puedan acceder a los recursos naturales que ofrece la propuesta turística (Miranda et al., 2021).

El Recurso humano que forma parte de la actividad turística debe estar suficientemente preparado para atender las demandas de los visitantes. La capacitación de este recurso es totalmente relevante si se quiere lograr los resultados esperados, ya que de ellos depende que los programas ofertados lleguen de manera rápida, cómoda y sobre todo, sin peligros a la integridad humana de mujeres, niños y hombres adultos que generalmente no están familiarizados con el contacto directo con la tierra húmeda, las irregularidades del terreno, el frío y las diversas manifestaciones naturales de un ecosistema que puede ser agradable si existen buenas condiciones o ser peligroso para la salud o la misma vida (Miranda et al., 2021).

En cualquier escenario que se desarrolle la actividad turística, necesita del respaldo profesional que ofrece la administración moderna que busca la potencialización del recurso humano buscando sus mejores habilidades, medir los productos que ofrece, los procedimientos y resultados, la mejora continua, el desempeño eficiente y el control de las finanzas. La administración de los recursos económicos debe considerar que los ingresos deben considerar el pago por trabajo realizado, reinversión en infraestructura, compra de insumos y el aporte a la comunidad que generalmente es en obras (Rojas & Pantelís, 2021).

Existen dos elementos muy importantes en la búsqueda de mantener el desarrollo de la actividad turística en general, el uno son los recursos materiales con que debe contar la actividad, y el otro, la promoción del negocio a través del tiempo para mantener los niveles de rentabilidad adecuados. La propuesta turística debe ser consistente para ofrecer a los turistas un paquete que incluya facilidades materiales y un personal suficientemente preparado para solventar las necesidades de los visitantes (Ordoñez et al., 2020).

Si bien el turismo comunitario es una buena respuesta al deterioro de las condiciones de vida de los pueblos campesinos, ocasionadas por el impacto de la recesión económica y la falta de políticas estatales de apoyo a la actividad agrícola y pecuaria, no es menos cierto que esta actividad constituye un potencial peligro de terminar con los recursos naturales que se mantienen de buena manera gracias al acceso restringido de la presencia humana. La biodiversidad de los recursos naturales es una riqueza frágil que debe gestionarse en lo turístico con planes que garanticen la generación de recursos económicos para las comunidades a la vez que protegen la integridad de la naturaleza (Bojórquez et al., 2018).

Posteriormente de la descripción de la literatura sobre la comunicación asertiva y el turismo comunitario se concluye que estas variables de estudio se intercalan con los objetivos de las organizaciones y que se puede evitar conflictos internos, si el asertividad está presente en la actitud de las personas que forman parte de una organización.

Objetivos:

Investigar los factores que componen la comunicación asertiva con el propósito de que exista una comunicación clara.

Determinar los aspectos del turismo comunitario que benefician a la comunidad.

Establecer la relación de la comunicación asertiva y el turismo comunitario con el fin de asociar estas variables de estudio.

Metodología

El tipo de estudio que se aplicó en esta investigación es cuantitativo, este método permite la recopilación de datos utilizando instrumentos como el cuestionario para posteriormente plasmar esta información en resultados en donde se observe la realidad estudiada (Tramullas, 2020); además se utilizó el método analítico, descriptivo porque los resultados encontrados se pueden detallar de forma práctica desde el punto de vista del investigador.

El contexto del análisis fue realizado en la parroquia de Santa Rosa, Apatug Alto, es un área rural en la provincia de Tungurahua, donde se ubica la organización comunitaria Jaime Roldós fundada en el año 1977 y conformada por 33 socios activos, cuyo fin de la

constitución de esta organización es impulsar el turismo comunitario y a la vez mejorar las condiciones económicas de las familias que pertenecen a esta institución. Se utilizó como instrumento de investigación un cuestionario con 12 preguntas, aplicadas con escala de likert a los socios de la organización, previo a la obtención de los resultados se utilizó como método de confiabilidad de este instrumento el Alfa de Cronbach, cuyos resultados permiten identificar su validez, el valor de 0,84 indica la robustez de este análisis.

Tabla 1

Resultado de alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
	12

Nota: El alfa de Cronbach muestra la confiabilidad del instrumento

El método estadístico aplicado para obtener la relación entre las variables de estudio fue el análisis factorial, en donde se utilizó la prueba de KMO y Barlett, además de la matriz de factor rotado con máxima verosimilitud para lograr el objetivo que se propuso en este artículo.

Resultados

En la siguiente tabla se muestra el resumen de los resultados, considerando los porcentajes más altos obtenidos, de esta forma se describirá de mejor manera su significado.

Tabla 2

Resumen de los resultados

Ítem	Pregunta	Porcentaje de respuesta	Respuesta		Totalmente de acuerdo	De acuerdo
			SI	NO		
1	¿Ud. como socio de la organización Jaime Roldós considera que se pueden implementar estrategias de comunicación para mejorar las relaciones entre los miembros?	81,80%	X			
2	¿Considera que impulsar el trabajo en equipo de la organización depende de sus directivos?	36,4%			X	
3	¿Cree que el liderazgo de los directivos puede contribuir a mejorar los niveles de comunicación entre los miembros?	39,4%				X

Tabla 2
Resumen de los resultados (continuación)

Ítem	Pregunta	Porcentaje de respuesta		Totalmente de acuerdo	De acuerdo
		SI	NO		
4	¿Considera que en la organización los directivos deben implementar una correcta información sobre los objetivos que se desean alcanzar sobre el turismo comunitario?	45,5%		X	
5	¿Piensa que los directivos planifican las actividades que se van a realizar como parte del turismo comunitario en la organización?	45,5%		X	
6	¿Considera que uno de los factores para que se produzca una comunicación asertiva es conocer los beneficios que trae el turismo comunitario en la comunidad?	60,6%		X	
7	¿Considera que el turismo comunitario permite que se autogestione los recursos existentes en la comunidad?	48,5%		X	
8	¿Piensa que el turismo comunitario permite que usted como socio se involucre y se beneficie de las actividades turísticas que se puedan generar?	30,3%			X
9	¿Considera que el turismo comunitario permitirá que usted como socio pueda generar ingresos económicos adicionales a las actividades que desarrolla con frecuencia?	33,3%		X	
10	¿Piensa que los socios de la organización se benefician solidariamente con el turismo comunitario?	39,4%			X
11	¿Considera que los socios de la organización requieren de capacitación sobre el turismo comunitario para que puedan contribuir con el mejoramiento de las actividades propuestas?	51,5%		X	
12	¿Considera que la comunicación asertiva de los miembros de la organización contribuirá al mejoramiento del turismo comunitario en esta comunidad?	63,6%		X	

Nota El resumen de los resultados se obtuvo del SPSS versión 26

En la tabla 2 se observó que un alto porcentaje (81,80%) de los socios de la organización Jaime Roldós considera que la implementación de las estrategias de comunicación sirve para mejorar las relaciones entre sus miembros, esta aseveración está relacionada con la conducta en el ámbito social del individuo y es lo que define la personalidad, confianza y la seguridad de los individuos (Calua et al., 2021).

Así mismo se determinó que el trabajo en equipo es un factor importante para el logro de las metas internas, y este factor es parte de los resultados que se puede lograr en el ámbito del turismo comunitario, aunque el 36,4% está totalmente de acuerdo, el resto de las personas encuestadas tienen aceptación sobre este factor.

De otro lado, el liderazgo de los directivos, con el 39,4% de aceptación, da claras muestras de que las actitudes de los miembros pueden cambiar con la presencia y motivación hacia el resto del grupo; a continuación se estableció que el 45,5% está totalmente de acuerdo que se implemente una correcta comunicación de los objetivos que se persigue en la organización, este aspecto es importante para corregir los errores que se pueden ocasionar en la comunicación; de igual forma el 45,5% de las personas a quienes se les aplicó el cuestionario, indicaron que los directivos si aplican planificación para realizar el turismo comunitario, con lo cual en este diagnóstico, se observó que la comunicación en este sentido es aceptable.

Un porcentaje alto es del 60,6% sobre la comunicación y sus beneficios para el turismo comunitario, este aspecto es importante considerarlo al momento de implementar estrategias para mejorar la comunicación.

El 48,5% de las personas consideran que el turismo comunitario permite un modelo de autogestión para la comunidad, con lo cual este factor tiene incidencia positiva, además de que los socios pueden involucrarse en las actividades comunitarias es bien visto por las personas (30,3%).

Los ingresos económicos adicionales logrados por el turismo comunitario, es una actividad totalmente aceptada, ya que el 33,3% así lo piensa, la solidaridad que ocasiona esta actividad también es aceptada de forma favorable por los socios (39,4%).

En tanto que las capacitaciones pueden permitir que los socios se actualicen en sus conocimientos, tiene una mayoritaria aceptación, puesto que el 51,5% así lo manifestó; mientras que el 63,6% indicó que las acciones con la comunicación asertiva, contribuirá al mejoramiento del turismo comunitario.

Aplicando el método estadístico de análisis factorial, se obtuvo que los resultados con máxima verosimilitud, en la matriz de factor rotado convergen en 3 factores principales, cuyos resultados más notorios se detallan a continuación.

Tabla 3

<i>Matriz de factor rotado^a</i>			
	Factor		
	1	2	3
¿Ud. como socio de la organización Jaime Roldós considera que se pueden implementar estrategias de comunicación para mejorar las relaciones entre los miembros?	,440	-,116	
¿Considera que impulsar el trabajo en equipo de la organización depende de sus directivos?	,448	,282	,185
¿Cree que el liderazgo de los directivos puede contribuir a mejorar los niveles de comunicación entre los miembros?	,663		,377
¿Considera que en la organización los directivos deben implementar una correcta información sobre los objetivos que se desean alcanzar sobre el turismo comunitario?	,707		,116
¿Piensa que los directivos planifican las actividades que se van a realizar como parte del turismo comunitario en la organización?	,320		,224
¿Considera que uno de los factores para que se produzca una comunicación asertiva es conocer los beneficios que trae el turismo comunitario en la comunidad?	,708	,233	,318
¿Considera que el turismo comunitario permite que se autogestione los recursos existentes en la comunidad?	,426	,191	,652
¿Piensa que el turismo comunitario permite que usted como socio se involucre y se beneficie de las actividades turísticas que se puedan generar?	,327	,174	,667
¿Considera que el turismo comunitario permitirá que usted como socio pueda generar ingresos económicos adicionales a las actividades que desarrolla con frecuencia?	,313	,296	,705
¿Piensa que los socios de la organización se benefician solidariamente con el turismo comunitario?	-,129	,676	,542
¿Considera que los socios de la organización requieren de capacitación sobre el turismo comunitario para que puedan contribuir con el mejoramiento de las actividades propuestas?		,992	,118
¿Considera que la comunicación asertiva de los miembros de la organización contribuirá al mejoramiento del turismo comunitario en esta comunidad?		,667	,117

Nota: La matriz de factor rotado muestra las interacciones de las variables

En la tabla 3 se observa que existen factores que son decisivos para que se mejore la comunicación asertiva, uno de ellos es la capacitación a los socios, sobre la contribución que aquello puede lograr hacia el turismo comunitario, el valor de 0,99 con el factor de desarrollo organizativo para el turismo comunitario, está en relación al comportamiento de los ciudadanos frente a las situaciones que se presente en las comunidades, por lo que es lógico que las comunidades tengan éxito, si se considera su opinión y las iniciativas que son necesarias para su crecimiento (Vergara & Sorhegui 2020).

El valor obtenido de 0,708 implica que, para las personas de la organización, es fundamental conocer los beneficios que trae el turismo comunitario, ya que empoderamiento de la población, permite fortalecer las capacidades, la visión que este grupo humano alcance, de esta forma se sentirán con la capacidad de contribuir con cambios para que se mejore la actividad del turismo comunitario (Ordoñez & Ochoa, 2020).

Conclusiones

- Del análisis efectuado en el presente estudio se concluye que la comunicación asertiva tiene dos factores preponderantes para que el turismo comunitario se desarrolle en las comunidades, el primero es una conducción adecuada de los fines, metas u objetivos que se persigue con esta actividad comunitaria, aquí las capacitaciones a sus miembros tendrá un impacto positivo y motivará para que su desarrollo sea más visible; en segundo lugar en la comunicación se debe aplicar una perspectiva de integración, con el conocimiento hacia toda la organización en los beneficios que se obtiene de esta actividad, no solo de forma colectiva sino de forma individual, de manera que sus miembros conozcan los resultados de su contribución particular sobre el turismo comunitario.
- La comunicación asertiva, por lo tanto, es una herramienta útil para lograr que las personas orienten sus actitudes de forma positiva en las relaciones con los compañeros de trabajo, se concluye que este estilo de comunicación sirve para expresar de forma sencilla las opiniones, generando empatía con las personas, lo cual contribuye a que el ambiente de trabajo sea satisfactorio.

Referencias Bibliográficas

- Bojórquez, Alma., Zizumbo, Lilia., Pérez, Carlos., & Márquez, Conrado. (2018). La gestión comunitaria del turismo. Análisis desde el enfoque de los bienes comunes y los sistemas socio-ecológicos. *Ra Ximhai*, 149-162.
- Bravo, Olga., & Zambrano, Paola. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de noviembre, Ecuador. *Espacios*, 1-28.

- Cabanilla, Enrique. (2020). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 121-131.
- Calua, María., Delgado, Yrisela., & López, Oscar. (2021). Comunicación asertiva en el contexto educativo: Revisión sistemática. *Revista Boletín REDIPE*, 315-334.
- Calvopiña, Diego., & Flor, Omar. (2018). Los actores del destino turístico en Riobamba. *TURyDES. Revista Turismo y Desarrollo Local*, 1-13.
- Cañas, Dora., & Hernández, Jacqueline. (2019) Comunicación asertiva en profesores: diagnóstico y propuesta educativa. *Praxis & Saber*, 143-165.
- Hernández, Pedro. (2021). Efectos sociales y culturales del turismo en las comunidades Roberto Barrios y La cascada de Palenque, Chiapas, México. *Periplo Sustentable*, 7-25.
- Herrera, Roberto., Delgado, Diana., Moreira, Juan., & Toala, Patricio. (2021). La reactivación turística post covid-19 de las áreas naturales protegidas y su incidencia en la mejora de la experiencia de los turistas en el Ecuador. *Siembra*, 1-13.
- Lesmes, Anggy., Barrientos, Ender., & Cordero, Marling. (2020). Comunicación asertiva ¿estrategia de competitividad empresarial? *Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 147-153.
- Miranda, Sandra., Lozano, Patricio., Flores, Ana., & Gómez, Tania. (2021). Fortalecimiento organizativo de la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de la provincia de Chimborazo, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 802-821.
- Mullo, Esther., & Padilla, Martha. (2019). La diversidad cultural y su impacto en el turismo comunitario de la región Andina. *Siembra*, 85-92.
- Narváez, Shyla. (2020). Cultura y estructura organizativa de una ONG desde la ideología indigenista de la federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. *Sociologías del Trabajo*, 73-83.
- Ordoñez, Alex., & Ochoa, Pablo. (2020). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia Saraguro en Loja - Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales RCS*, 179-190.
- Ordoñez, Elsa., Fernández, Lineth., Auquilla, Luis., & Silva, Javier. (2020). Gestión del turismo comunitario en el sector indígena de la provincia de Chimborazo, caso: La Moya. *Explorador Digital*, 6-26.

- Oviedo, María., & Olivo, Fernanda. (2021). Tendencias del turismo post covid-19. Una reflexión para Ecuador. En *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*, de CONGOPE, 1-197. Quito: Abya yala.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo [PDUD]. (2022). Estudio de caso de la iniciativa Ecuatorial. https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf
- Rojas, Camila., & Pantelís, Susan. (2021). Factores que limitan el éxito de emprendimientos turísticos comunitarios: caso "Islas y Misterios del Titicaca". *Revista Maya. Administración y Turismo*, 12-22.
- Salazar, Juan., & Garrido, Andrea. (2021). Efectos del covid-19 en el turismo gastronómico del Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 1071-1088.
- Toledo, Marco. (2021). Estrategias post-COVID 19 para reactivar el turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua. *Green World Journal*, 1-12.
- Tramullas, Jesús. (2020). Temas y métodos de investigación en ciencia de la Información, 2000-2019. Revisión bibliográfica. *Profesional de la Información*, 1-18.
- Vergara, Arnaldo., & Sorhegui, Rafael. (2020). Factores de desarrollo local desde el enfoque de la gestión organizativa. *Amazonía Investiga*, 46-50.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



Indexaciones

