



La actividad turística y sus efectos en el intercambio sociocultural turista – residente, en la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.

Barriga Torres, Nicole Nathaly y Vaca Venegas, Melany Andrea

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración Turística y Hotelera

MSc. Vásquez Galeas, Rafael Mateo

04 de febrero del 2022



Tesis Barriga-Vaca Sociocultural Montañita 2.pdf

Scanned on: 22:0 February 7, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	313
Words with Minor Changes	25
Paraphrased Words	269
Ommited Words	2256



Generated by COPYLEAKS
RAFAEL MATEO
VASQUEZ GALEAS



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "La actividad turística y sus efectos en el intercambio sociocultural turista – residente, en la comuna de Montañita, provincia de Santa Elena " fue realizado por las señoritas Barriga Torres Nicole Nathaly y Vaca Venegas Melany Andrea el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 01 de febrero del 2022

Firma:



RAFAEL MATEO
VÁSQUEZ GALEAS

MSc. Rafael Mateo Vásquez Galeas

C.C: 1720448198



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotras, **Barriga Torres, Nicole Nathaly** y **Vaca Venegas, Melany Andrea**, con cédulas de ciudadanía n°1725260481 y 1004480651, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **La actividad turística y sus efectos en el intercambio sociocultural turista - residente, en la comuna Montañita, provincia de Santa Elena** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 31 de enero de 2022

Firma

Barriga Torres, Nicole Nathaly

C.C.: 1725260481

Firma

Vaca Venegas, Melany Andrea

C.C.: 1004480651



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotras, **Barriga Torres, Nicole Nathaly** y **Vaca Venegas, Melany Andrea**, con cédulas de ciudadanía n°1725260481 y 1004480651, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **La actividad turística y sus efectos en el intercambio sociocultural turista - residente, en la comuna Montañita, provincia de Santa Elena** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 31 de enero de 2022

Firma

Barriga Torres, Nicole Nathaly

C.C.: 1725260481

Firma

Vaca Venegas, Melany Andrea

C.C.: 1004480651

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a nuestros padres quienes han sido nuestro soporte fundamental para alcanzar esta meta, gracias por siempre desear y anhelar lo mejor para nuestra vida, por su amor infinito.

A nuestra amistad, pues fue el motor que dio vida a este proyecto y llenó de magia nuestro camino universitario.

A quienes nos inspiraron, a quienes nos ayudaron a llegar donde hemos llegado, hermanos, familia y amigos. Quienes han sido un gran apoyo emocional durante este tiempo.

A Montañita, para que este trabajo de investigación les proporcione una herramienta de desarrollo responsable.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos la oportunidad de coincidir. Por darnos la fortaleza y sabiduría para culminar con éxito esta etapa.

A nuestros padres por ser promotores de nuestros sueños.

A nuestros hermanos, familiares y amigos que siempre creyeron en nosotras y alentaron nuestros ideales.

A nuestros maestros que supieron guiarnos más allá de lo académico y quienes nos hicieron valorar esta maravillosa profesión.

A nuestro querido tutor Rafael quien supo guiar nuestra idea desde un inicio y nos acompañó en este proceso.

A la comuna de Montañita por darnos la apertura necesaria para lograr los objetivos de esta investigación.

Gracias infinitas,

Nicole y Melany.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	1
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	2
CERTIFICADO DEL DIRECTOR.....	3
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA.....	4
AUTORIZACIÓN.....	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO.....	7
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	14
ÍNDICE DE FIGURAS.....	15
RESUMEN.....	19
ABSTRACT.....	20
INTRODUCCIÓN.....	21
Antecedentes.....	21
Planteamiento del Problema.....	22
Objetivos.....	23
Objetivo General.....	23
Objetivos Específicos.....	23
Determinación de las Variables.....	24
Matriz de Objetivos, Dimensiones y Variables.....	25

CAPÍTULO I	27
MARCO TEÓRICO	27
Teorías de soporte	27
Teoría del Desarrollo Humano	27
Teoría del Intercambio Social	29
Teoría del Sistema Turístico de Jost Krippendorf.....	30
Marco referencial	32
Marco conceptual	34
Turismo	34
Actividad	35
Actividad turística.....	35
Dimensión social.....	36
Dimensión sociocultural	36
Impacto.....	36
Efectos socioculturales	37
Comuna.....	37
Desarrollo	37
Destino turístico local.....	38
Oferta turística	38
Demanda turística.....	38
Mercado turístico	39

	10
Infraestructura	39
Infraestructura turística	40
Continuidad histórica	40
Dimensión cultural	40
Interculturalidad	41
Tolerancia.....	41
Choque cultural.....	41
Cabildo	42
Marco Legal.....	42
Constitución de la República del Ecuador 2008	42
Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos (MINTUR).....	44
Plan Nacional de Desarrollo	44
Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)	44
Reglamento Interno de la Comuna “Montañita” 2019.....	45
CAPÍTULO II	46
MARCO METODOLÓGICO.....	46
Enfoque de la investigación	46
Tipología de la investigación.....	46
Por su finalidad.....	46
Por el tipo de investigación	47
Por la unidad de análisis.....	47

	11
Por el control de variables	47
Por el alcance	47
Procedimiento para la recolección y análisis de datos	48
Población.....	48
Muestra	49
Muestra de Turistas (infinita).....	49
Muestra de población - residentes (infinita).....	50
Instrumentos.....	50
Encuesta.....	50
Entrevista.....	51
CAPÍTULO III	53
ANÁLISIS DE RESULTADOS	53
Análisis de resultados obtenidos	53
Procesamiento y análisis	53
Análisis de resultados residentes.....	54
Tabulación de datos generales de los residentes encuestados	54
Tabulación de información turística de los residentes encuestados	65
Tabulación de infraestructura de los residentes encuestados	67
Tabulación de continuidad histórica de los residentes encuestados	71
Tabulación de interculturalidad de los residentes encuestados.....	73
Tabulación de la percepción del costo de vida de los residentes encuestados	79

	12
Análisis de resultados turistas	80
Tabulación de datos generales	80
Tabulación de información turística de los turistas encuestados.....	88
Tabulación infraestructura de los turistas encuestados.....	100
Tabulación interculturalidad de los turistas encuestados	106
Análisis de correlación bivariado	112
Análisis bivariado turistas	112
Análisis bivariados residentes.....	122
Análisis bivariados turistas – residentes	131
Tabulación resultados entrevistas.....	138
Discusión.....	144
CAPÍTULO IV	149
PROPUESTA	149
Folleto de lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo de la Comuna de Montañita	149
Justificación	150
Objetivos.....	150
Desarrollo	151
CAPÍTULO V	152
Restricciones en la realización del proyecto	152
Conclusiones.....	152

Recomendaciones.....	154
Referencias	156
ANEXOS	163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Dimensiones, definición de variables y categoría.....	24
Tabla 2 Matriz de objetivos, dimensiones y variables	25
Tabla 3 Actores entrevistados	52
Tabla 4 Infraestructura residentes	67
Tabla 5 Infraestructura residentes tabulación de orden	69
Tabla 6 Continuidad histórica residentes	71
Tabla 7 Interculturalidad residentes	73
Tabla 8 Percepción sobre los turistas.....	76
Tabla 9 Percepción sobre los turistas tabulación de orden.....	78
Tabla 10 Motivo de viaje turistas	93
Tabla 11 Infraestructura turistas	100
Tabla 12 Infraestructura turistas tabulación de orden	102
Tabla 13 Continuidad histórica turistas.....	104
Tabla 14 Interculturalidad turistas.....	106
Tabla 15 Percepción sobre los residentes.....	108
Tabla 16 Percepción sobre los residentes tabulación de orden	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de Jost Krippendorf	31
Figura 2 Género residentes	54
Figura 3 Edad residentes.....	55
Figura 4 Nacionalidad residentes	56
Figura 5 Residentes nacionales.....	57
Figura 6 Residentes extranjeros.....	58
Figura 7 Tiempo de residencia	59
Figura 8 Nivel académico residentes	61
Figura 9 Nivel de ingresos residentes.....	62
Figura 10 Idiomas residentes	63
Figura 11 Actividad económica residentes	64
Figura 12 Actividad turística residentes	65
Figura 13 Conocimiento en la actividad turística residentes	66
Figura 14 Infraestructura residentes	68
Figura 15 Infraestructura residentes tabulación de orden	70
Figura 16 Continuidad histórica residentes.....	72
Figura 17 Interculturalidad residentes.....	75
Figura 18 Percepción sobre los turistas.....	77
Figura 19 Percepción sobre los turistas tabulación de orden.....	78
Figura 20 Percepción del costo de vida residentes.....	79

Figura 21 Género turistas.....	80
Figura 22 Edad turistas	81
Figura 23 Origen turistas nacionales	83
Figura 24 Origen turistas extranjeros.....	84
Figura 25 Estado civil turistas.....	85
Figura 26 Nivel académico turistas.....	86
Figura 27 Ingresos turistas	87
Figura 28 Primera vez de visita	88
Figura 29 Tiempo de estadía.....	89
Figura 30 Probabilidad de retorno	90
Figura 31 Compañía.....	91
Figura 32 Transporte turistas.....	92
Figura 33 Motivación turistas tabulación de orden.....	94
Figura 34 Recomendación del destino.....	95
Figura 35 Cómo conoció la comuna	96
Figura 36 Industrias turísticas.....	97
Figura 37 Redes sociales	98
Figura 38 Medios tradicionales.....	99
Figura 39 Infraestructura turistas.....	101
Figura 40 Infraestructura turistas tabulación de orden	103
Figura 41 Continuidad histórica turistas.....	105

Figura 42 Interculturalidad turistas.....	107
Figura 43 Percepción sobre los residentes.....	109
Figura 44 Percepción sobre los residentes tabulación de orden.....	110
Figura 45 Costo de vida turistas	111
Figura 46 Análisis bivariado de motivación - edad.....	112
Figura 47 Análisis bivariado de motivación - tipo turista	114
Figura 48 Análisis bivariado de compañía - tiempo de estadía.....	115
Figura 49 Análisis bivariado tipo de turista - transporte	116
Figura 50 Análisis bivariado visita - recomendación	117
Figura 51 Análisis bivariado conocimiento - tipo de turista.....	118
Figura 52 Análisis bivariado percepción de residentes - tipo de turista.....	119
Figura 53 Análisis bivariado costo de vida - tipo de turista.....	120
Figura 54 Análisis bivariado conocimiento - participación.....	121
Figura 55 Análisis bivariado nivel ingreso - nivel académico	122
Figura 56 Índice de correlación ingresos y nivel académico	123
Figura 57 Análisis bivariado actividad económica - ingresos	124
Figura 58 Nivel de ingresos – actividad económica	125
Figura 59 Correlación nivel de ingresos – actividad económica.....	126
Figura 60 Análisis bivariado actividad económica - continuidad de la actividad.....	127
Figura 61 Análisis bivariado actividad turística - idioma.....	128
Figura 62 Análisis correlacional actividad turística - idioma	129

Figura 63 Análisis bivariado participa - disfruta.....	130
Figura 64 Análisis bivariado nivel de ingresos turistas - residentes	131
Figura 65 Análisis infraestructura turistas - residentes.....	132
Figura 66 Análisis correlacional infraestructura turistas - residentes.....	133
Figura 67 Análisis correlacional interculturalidad turistas - residentes	134
Figura 68 Análisis bivariado costo de vida turistas - residentes	135
Figura 69 Análisis bivariado retorno turista - interés crecimiento	136
Figura 70 Análisis bivariado conocimientos culturales - fomenta cultura.....	137
Figura 71 Portada del folleto.....	149

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito analizar la actividad turística de Montañita y los efectos que esta posee en el ámbito sociocultural de la comuna en la interacción turista - residente, para lo cual se toman como referencia diferentes trabajos teóricos de varios autores que manifiestan temas tratados a lo largo del estudio. Montañita es una comuna con diversos recursos turísticos tanto naturales como culturales, lo que permite que existan diferentes actividades a desarrollarse en el entorno; convirtiendo al lugar en una comunidad altamente rentable, siendo la que más ingresos genera en la provincia de Santa Elena donde se encuentra ubicada. En base a la metodología, el enfoque del presente estudio fue mixto; se utilizaron instrumentos de recolección de información primaria, como encuestas a los turistas y residentes de la comuna, así como también entrevistas a diferentes dirigentes comunales que intervienen en el desarrollo de la zona de estudio, logrando determinar la relación existente entre el turismo y la socioculturalidad. En base al análisis, correlación e interpretación de los resultados obtenidos, se llegó a la conclusión de que el turismo es beneficioso para los involucrados pues existen en su mayoría efectos positivos y además se están tratando de contrarrestar los efectos negativos mediante planes de acción por parte de las entidades encargadas. Finalmente, esta investigación dio origen a la propuesta de establecer buenos lineamientos sobre prácticas socioculturales en el ámbito turístico por medio de un folleto informativo el cual sirve como herramienta guía para los actores implicados.

Palabras clave:

- **ACTIVIDAD TURÍSTICA**
- **INTERCAMBIO SOCIOCULTURAL**
- **TURISTA**
- **RESIDENTE**
- **COMUNA MONTAÑITA**

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the tourist activity of Montañita and the effects it has on the sociocultural environment of the commune in the tourist-resident interaction, for which different theoretical works of several authors are taken as a reference that show topics discussed throughout the study. Montañita is a commune with diverse tourist resources, both natural and cultural, which allows different activities to be developed in the environment, making the place a highly profitable community, being the one that generates more income in the province of Santa Elena where it is located. Based on the methodology, the approach of this study was mixed; primary information gathering instruments were employed, as surveys to tourists and residents of the commune, as well as interviews to different community leaders involved in the development of the study area, managing to determine the relationship between tourism and socioculturality. Based on the analysis, correlation and interpretation of the results obtained, it was concluded that tourism is beneficial for the people involved, because there are mostly positive effects and the negative effects are being counteracted through action plans by the entities in charge. Finally, this research generated the proposal to establish good guidelines on sociocultural practices in tourism by means of an informative brochure that serves as a guiding tool for the actors involved.

Keywords:

- **TOURIST ACTIVITY**
- **SOCIOCULTURAL EXCHANGE**
- **TOURIST**
- **RESIDENT**
- **MONTAÑITA COMMUNE**

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El trabajo de titulación es un requisito que tiene como propósito garantizar los conocimientos adquiridos a partir del cumplimiento de la malla curricular, en donde por medio de un trabajo de investigación se demuestra el manejo integral de habilidades profesionales para dar solución a diferentes problemáticas que se presentan en el campo con el fin de la obtención del título de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera.

La presente investigación tiene como propósito el análisis de la actividad turística y sus efectos en el intercambio sociocultural turista-residente en la comuna de Montañita con la finalidad de establecer lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo para que se dé un equilibrio de beneficios, esto se apoya en tres teorías que mencionan la temática de estudio como son la Teoría del Desarrollo Humano, la Teoría del Intercambio Social y la Teoría del Sistema Turístico de Jost Krippendorff que a la vez aporta con un modelo referente a la investigación.

El turismo es considerado una fuente de progreso a nivel mundial debido a que ayuda al desarrollo de comunidades y entornos que tiene potencial en el área, no obstante, esta actividad necesita planificación y lineamientos para un manejo poco invasivo y a la vez equitativo tanto para los turistas como para los residentes, en donde se maneje de forma adecuada el ámbito sociocultural.

La investigación se distribuye en cinco secciones o capítulos, el primero que detalla los trabajos teóricos, textos referenciales, conceptos de la investigación y el ámbito legal, el segundo capítulo que habla de la metodología de la investigación, el tercer capítulo que muestra la interpretación de los datos obtenidos, el cuarto capítulo que hace referencia a la discusión de resultados y propuesta de lineamientos de las

buenas prácticas y como último el quinto capítulo en donde se dan paso a recomendaciones y conclusiones de la investigación.

Planteamiento del Problema

El turismo, con el pasar del tiempo ha crecido constantemente, convirtiéndose así en una de las actividades más importantes de todo el mundo, de modo que representa interacciones profundas con el territorio, individuos, cultura, economía, ambiente, entre otros. De esta forma, el turismo debe ser incluido respetando lo preexistente y lo local (Alves, 2014).

Al hablar de turismo se habla de una opción estratégica para los territorios, es una oportunidad para su crecimiento y desarrollo, así también representa efectos que se establecen como los cambios producidos, de este modo la perspectiva local se convierte en un eje para adecuarse a la realidad sociocultural impidiendo ser una actividad agresiva para la población anfitriona (Vázquez, Fernández, & Escampa, 2017)

Montañita es una comuna que a través de su historia ha logrado posicionarse dentro del turismo nacional como internacional, atrae una cantidad considerable de turistas en distintas épocas del año debido a la gastronomía, diversión y diferentes actividades que se encuentran en este lugar, pese a ello se desconoce el impacto del turismo en el ámbito sociocultural de la zona debido a toda la recepción de turismo que provoca que la población esté en constante contraste con diferentes culturas de todo el mundo, así también de personas extranjeras que deciden ser residentes y construir establecimientos turísticos.

Al interrelacionarse la población con el turismo, es esencial establecer el impacto que puede generarse a nivel sociocultural y analizar su repercusión en la comunidad, con la finalidad de comprender lo negativo y/o positivo, de tal manera que se puedan puntualizar lineamientos que conserven equilibradamente de forma permanente los intereses tanto de las personas locales, así como también de los turistas. No obstante,

es importante hacer mención al hecho de que medir el impacto tomaría años de trabajo de investigación por ende tras la revisión del perfil de estudio, se requirió estudiar solo los efectos de dicha interacción.

La problemática radica en que se desconocen los efectos de la actividad turística en el intercambio sociocultural turista – residente en la comuna Montañita, provincia de Santa Elena.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los efectos de la actividad turística en el intercambio sociocultural turista - residente en la comuna de Montañita, provincia de Santa Elena, Ecuador.

Objetivos Específicos

- Fundamentar la relación de la actividad turística de Montañita con el aspecto sociocultural a través de la información teórica recopilada.
- Determinar la metodología para la recolección de información y el tratamiento de datos (resultados).
- Identificar la situación turística actual de la comuna de Montañita para la determinación de lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo.

Determinación de las Variables

Tabla 1

Dimensiones, definición de variables y categoría

Variable	Dimensión	Tipo de variable	Categoría
Aspecto sociocultural	Infraestructura	Cualitativa	Nominal
	Continuidad histórica	Cualitativa	Nominal
	Interculturalidad	Cualitativa	Nominal

Variable dependiente: Los efectos socioculturales.

Variable independiente: La actividad turística y la interacción entre turista - residente.

Matriz de Objetivos, Dimensiones y Variables

Tabla 2

Matriz de objetivos, dimensiones y variables

Objetivos específicos	Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems	Fuente
<p>Fundamentar la relación de la actividad turística de Montañita con el aspecto sociocultural a través de la información teórica recopilada</p> <p>Determinar la metodología para la recolección de información y el tratamiento de datos (resultados)</p>	<p>Infraestructura</p>	<p>Infraestructura</p>	<p>Número de establecimientos hoteleros, restaurantes, espacios de esparcimiento, entre otros.</p> <p>Número de personas que tienen acceso a los servicios básicos</p> <p>Número de carreteras en buenas condiciones</p> <p>Número de agentes de seguridad y controles policiales</p>	<p>Toda la comuna tiene acceso a servicios básicos. Los servicios básicos son óptimos y adecuados. Las carreteras en el distrito están en buenas condiciones. Existen espacios de esparcimiento y una planta turística óptima. La comuna es considerada un lugar seguro.</p>	<p>Turistas, residentes de la Comuna Montañita y dirigentes comunales.</p>
		<p>Comunicaciones</p>	<p>Número de redes de telefonía móvil que tienen señal en el lugar.</p> <p>Número de personas con acceso a internet.</p> <p>Número de personas que tienen acceso a una red telefónica.</p>	<p>Los sistemas de comunicación en Montañita son adecuados. Existen tecnología de la información como internet. Existe una buena señal móvil.</p>	
		<p>Transporte</p>	<p>Número de empresas de transporte que existen el lugar.</p> <p>Número de empresas de transporte que llegan al destino.</p>	<p>El transporte Montañita es adecuado.</p> <p>Se ha mejorado el transporte Montañita gracias al Turismo</p> <p>Las empresas de transporte en la comuna están formalizadas y son oficiales.</p>	
		<p>Rehabilitación</p>	<p>Número de lugares turísticos en óptimas condiciones.</p> <p>Número de personas locales que manejan la planta turística.</p> <p>Número de espacios que se interesan en esparcir la cultura de la comuna.</p>	<p>La rehabilitación de los lugares turísticos permite la continuidad histórica. Los lugares turísticos están rehabilitados adecuadamente.</p> <p>Los pobladores muestran interés por rehabilitar el turismo.</p>	

<p>Identificar la situación turística actual de la comuna de Montañaíta para la determinación de lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo</p>	<p>Continuidad histórica</p>	<p>Conservación</p>	<p>Número de eventos referentes a tradiciones y costumbres Planes gubernamentales en beneficio a la conservación del lugar.</p>	<p>En Montañaíta conservan sus tradiciones. En Montañaíta conservan sus costumbres. La comunidad participa en las actividades de conservación del lugar.</p>	<p>Turistas, residentes de la Comuna Montañaíta y dirigentes comunales.</p>
		<p>Revitalización</p>	<p>Nuevos negocios referentes al turismo. Número de planes turísticos que permitan fortalecer las tradiciones y costumbres.</p>	<p>El turismo permite el reconocimiento de la zona como un lugar para ser visitado. Existe revitalización de las tradiciones o costumbres</p>	
		<p>Tolerancia</p>	<p>Existencia de una buena relación entre locales y visitantes.</p>	<p>La población muestra una actitud tolerante con el visitante. Los pobladores toleran las diferencias culturales.</p>	
		<p>Bienestar</p>	<p>Número de personas locales que perciben beneficios de la actividad turística Número de personas que se encuentran satisfechos con el turismo del lugar.</p>	<p>Se evidencia bienestar, a partir de la inserción de la actividad turística en la localidad. Los residentes se sienten bien con la llegada de turistas a Montañaíta.</p>	
	<p>Interculturalidad</p>	<p>Conocimiento</p>	<p>Número de personas que manejan un idioma extranjero Número de personas interesadas en promover eventos culturales</p>	<p>Los residentes tienen conocimiento en su cultura, y conocen el idioma extranjero. Los pobladores saben sobre todas sus tradiciones y costumbres.</p>	<p>Turistas, residentes de la Comuna Montañaíta y dirigentes comunales.</p>
		<p>Comprensión</p>	<p>Número de conflictos entre locales y turistas</p>	<p>El poblador comprende los aspectos culturales. La comunidad entiende las distintas culturas de los visitantes.</p>	

Nota. Esta tabla ayuda a determinar las variables dependiendo de las diferentes dimensiones, ayuda a la comprensión y metodología de la investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Teorías de soporte

Teoría del Desarrollo Humano

Esta teoría hace alusión a que, al referirse a una sociedad en desarrollo, se debe examinar la vida de las personas que la conforman, debido a que es casi imposible pensar en un éxito económico sin considerar la vida de los individuos que conforman la comunidad. Determinando así el desarrollo como el progreso de las personas de la sociedad que habitan. Es por esto que se establece de forma precisa lo siguiente: "El desarrollo es un proceso de expansión de las capacidades que disfrutan los individuos". Siendo estas capacidades todas las composiciones disyuntivas de lo que una persona puede lograr hacer o ser; son estas capacidades las que simbolizan las posibilidades que tienen los individuos de lograr desempeños valiosos. (Sen, 1999)

Cabe mencionar la diferencia del concepto de capacidad humana del tradicional concepto de capital humano, si bien ambos conceptos concentran su atención en el hombre, siendo la principal diferencia a considerar que la literatura económica sobre el capital humano pone mayor énfasis en el rol del ser humano como productor de bienes y servicios. Por otra parte, el punto de vista de la capacidad humana planteado por el autor, centra su atención en la capacidad de los individuos para vivir la vida, y por ello se examinan las motivaciones que estos tienen para valorar y aumentar las alternativas reales entre las cuales pueden elegir (Sen, 1999).

En función de sus características, origen y circunstancias socioeconómicas con las que cohabita, cada individuo, tiene la posibilidad de crear ciertas cosas que valorará por distintas razones. Tal valoración puede ser directa que está en función de aquellos elementos que implican que podrá enriquecer su vida, permitiendo una mejor calidad de

vida, como estar sano; o indirecta que se relaciona con la posibilidad de contribuir más y mejor en la producción (Sen, 1999).

En el Desarrollo propuesto por Amartya Sen, se presentan cuatro secciones:

- a. Conceptos centrales de su exposición teórica y su dinámica práctica, invocando el concepto del desarrollo humano y el enfoque de capacidades en clave cultural, y el lugar general que a la cultura le asigna en esa construcción, como el rol, las vías de influencia en el desarrollo y las características generales de la cultura.
- b. Conceptos fundamentales de libertad cultural, derechos humanos, identidad y diversidad, que juegan un rol importante a la hora de construir sentido social, creando una relación importante que impacta en los procesos sociales, políticos y económicos del desarrollo humano.
- c. Conceptos vinculados a agencia, participación política, la formación de valores, cultura política e instituciones, como proceso integral en una comunidad, enfocando el análisis en los puntos de encuentro con el resto de las dimensiones analizadas en las secciones anteriores, y dejando al descubierto las tensiones de esos vínculos y el rol de la democracia y las instituciones en su resolución.
- d. Dimensión global de las relaciones culturales, las asimetrías de poder y su impacto en la percepción del fenómeno cultural, y el multiculturalismo desde una visión operativa del aprendizaje y el conflicto (como se cita en Blanchart, 2020).

Teoría del Intercambio Social

Según Andrés Carrillo (2021) la teoría de intercambio social propone que en el surgimiento de las relaciones sociales se desarrolla un proceso de evaluación coste-beneficio. Donde los involucrados establecen el valor de crear o no vínculos con otros sujetos. El individualismo y el hedonismo son las bases fundamentales, las cuales hacen mención a que todas las conductas se relacionan al logro personal (incluso las sociales) y que la única meta del ser humano es obtener placer y satisfacción individual.

El surgimiento de esta teoría se remonta al año 1956, cuando John Thibaut y Harold Kelley la presentaron por primera vez. Estos autores aseguran en su teoría de intercambio social que una relación entre dos o más individuos debía tener como resultado algún tipo de gratificación para todas las partes involucradas, o de lo contrario la relación desaparecería. Para impedir la disolución del grupo debía existir una recompensa, independientemente de si esta fuese material o psicológica.

En el año 1958, el sociólogo estadounidense George C. Homans redefinió esta teoría, con la publicación de su obra *Teoría Social Como Intercambio*, donde expuso que las relaciones sociales simbolizan un intercambio tangible o intangible, donde debe coexistir un beneficio o un costo para los participantes, y que es esto lo que fijaría el destino de la relación. Siendo las más significativas y mejor cultivadas, aquellas que le generen al individuo un beneficio mayor a un coste menor (Carrillo, 2021).

Teoría del Sistema Turístico de Jost Krippendorf

Para comprender adecuadamente el papel de la teoría de Jost Krippendorf en la presente investigación es necesario incluir una pequeña introducción de los modelos turísticos desde la teoría general de sistemas. El turismo se ha estudiado desde diferentes disciplinas; donde la economía, geografía, administración, sociología y otras, lo han convertido en su objeto de estudio. Sin embargo, la sociedad evoluciona de manera constante y el turismo en conjunto como hábito social también lo hizo; dejó de ser estimado como una actividad económica y un manifiesto de desplazamiento humano para convertirse en un fenómeno que conlleva métodos de creación de espacio, identidad y cambios sociales

Es por razones como estas que varios investigadores empezaron a percibir la complejidad del turismo e intentan desarrollar propuestas para estudiar este fenómeno desde diferentes perspectivas que abarquen la integralidad del mismo. Algunas de las propuestas planteadas se plasman en esquemas, modelos o figuras, que identifican los componentes integrantes de esta actividad (Cuadros, 2016). Es así que el estudio se vuelve mucho más complejo ya que se mira todo de una forma integral desde distintas perspectivas, es ahí que se desarrollan los modelos que tienen como fin el simplificar y expresar una realidad (Franco, Giraldo, López, & Palmas, 2019).

El modelo de Jost Krippendorf trata del cómo se debería enfocar al turismo dentro de una sociedad, en donde el interés radica en el comportamiento y experiencia de los visitantes, la situación de la población anfitriona y la interacción entre los visitantes con los locales. Se hace un enfoque principal al impacto que tiene el turismo y las repercusiones en la región y en las personas receptoras.

Krippendorf (1987) indica la existencia de cuatro fuerzas que son: la sociedad con sus valores desde el enfoque sociocultural, la parte económica, el recurso ecológico

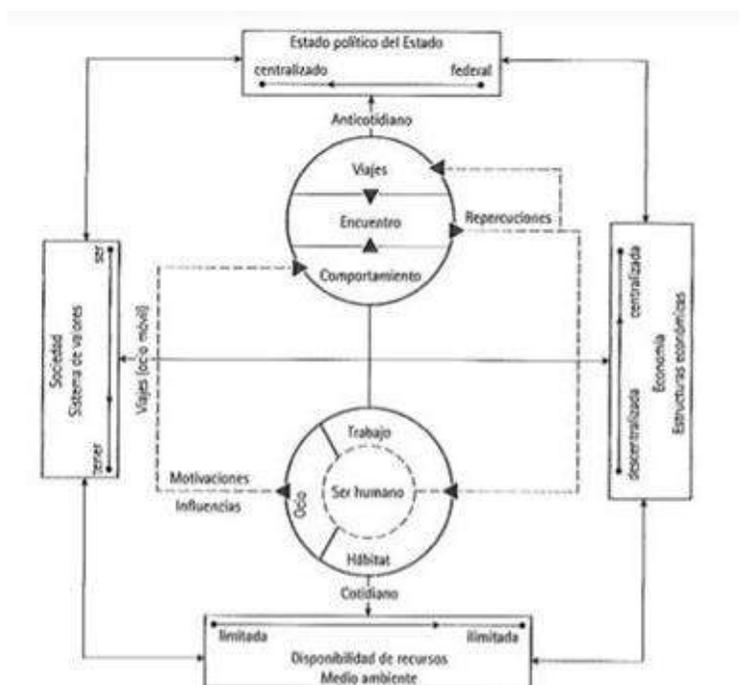
ambiental y las políticas, es decir el marco en donde se desarrollan, tomando al hombre y sus valores sociales como el elemento central y valioso del estudio.

La sociedad industrial basada en el tener difiere con el marco de este modelo que es una sociedad basada en el ser, dando el ciclo de reconstitución del ser humano en la sociedad industrial. Dentro de esto se habla de los aspectos inherentes al turismo con el fin de que exista viajes más reflexivos con equidad en las relaciones dando igualdad a las necesidades del turista como de la población, y tomando en cuenta aspectos como la aculturación y la priorización de la mano de obra local (Franco, Giraldo, López, & Palmas, 2019).

Modelo de Jost Krippendorf.

Figura 1

Modelo de Jost Krippendorf



Nota. El gráfico representa el modelo de Jost Krippendorf, definido posteriormente como el ciclo de reconstitución del ser humano en la sociedad industrial. Tomado de *Modelos Turísticos desde la Teoría General de Sistemas*, por Franco, Giraldo, López y Palmas, 2019, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3462803.

Marco referencial

El turismo es una de las actividades más antiguas de la humanidad, que ha tomado lugar como un movimiento productivo de gran trascendencia e importancia, tanto en el desarrollo económico como social alrededor de todo el mundo (Ivanova y Ibáñez, 2012). Ofreciendo la posibilidad de invertir el tiempo del turista en diversas actividades que involucra una serie de productos y servicios en los que el visitante es considerado como un individuo tanto activo como pasivo del desarrollo del movimiento turístico. Inclusive, el turismo y todo lo relacionado a este es considerado como un ámbito socioeconómico fundamental que ha evolucionado a lo largo de la historia y presenta distintos trabajos de estudio en diferentes grupos de interés (García, 2012).

Cabe añadir, según Jafar Jafari (2005) (como se cita en García, 2012) los aspectos positivos como negativos de la actividad turística. Por un lado, se toma en cuenta los favorables: el turismo considerado como un beneficio para los otros sectores de la economía de forma directa o indirecta, generador de divisas y empleos, promotor de la cultural nacional y el entendimiento de la cultura internacional, así como la tolerancia, empatía y paz mundial. Por el otro lado, los perjudiciales: precariedad y estacionalidad de empleos, beneficios económicos concentrados en grandes empresas, sensibilidad ante crisis y mercantilización de la cultura.

Más aún, en la actualidad la actividad turística se ha diversificado en su oferta notoriamente, fomentando la participación de los países y regiones al turismo internacional. Además, en el escenario económico actual el turismo es una de las actividades más dinámicas del capitalismo global, que, aunque mantiene muchos puntos de vista controversiales, la realidad es que sigue creciendo y tomando parte de los ejes más importantes del desarrollo mundial (Bravo, Alemán y Pérez, 2018; Ivanova e Ibáñez, 2012).

Referente a los efectos socioculturales, se fundamenta que son consecuencias sociales y culturales en los asentamientos humanos que poseen cualquier acción pública o privada y cambia el modo en el que las personas viven, trabajan, se relacionan, organizan y, en general, interactúan como miembros de una sociedad (Burdge & Vanclay, 1996). Concretamente, en el entorno turístico, los impactos sociales pueden apreciarse como “los cambios en la calidad de vida de los residentes de un destino turístico que son consecuencia del turismo de cualquier tipo en ese destino” (Wall & Mathieson, 2006).

Como consecuencia, los efectos socioculturales provocados por la actividad turística originan resultados dentro de la interacción de dos grupos de involucrados, los huéspedes y los anfitriones. El turismo, siempre y cuando sea llevado correctamente, puede generar beneficios entre el contacto entre visitantes y locales, lo que daría lugar a un idóneo intercambio cultural (OMT, 1997) al mismo tiempo de dar valor y mantener la cultura local (Acerenza, 1984) & (Benseny, 2006). Por otra parte, si es mal manejado, puede lesionar generalmente el patrimonio cultural tangible e intangible (Torres, 2005).

En relación con Montañita, es una comuna de la zona peninsular en la provincia de Santa Elena, la cual es el resultado de una interrelación de una entidad comunal de un grupo que se construyó en tiempo y espacio global turístico con influencia del capitalismo global y las políticas públicas que favorecieron a este destino a tener su imagen actual.

Esta localidad se dedicó por años al manejo de tierras con fines agrícolas de generación en generación, sin embargo, tras años de sequía las personas locales comenzaron a migrar poniendo fin a la labor agrícola. Como consecuencia la llegada de industrias camaroneras, la privatización de tierras comunales y el mercadeo de estas crearon trueques necesarios para recibir obras a favor del desarrollo del pueblo. Todo este contexto histórico marcó para convertir a Montañita en un lugar turístico global.

Visto que los surfistas fueron los pioneros para comenzar con el desarrollo de la imagen turística de la zona en 1970, con el tiempo se empezaron a abrir los diferentes establecimientos que ofertaban alimento a estos visitantes y posteriormente alojamiento. En los años 80, Montañita se convirtió en un lugar de acogida para los surfistas de varios lugares del mundo, estableciendo así un turismo comunitario.

Es así como a lo largo de los años, Montañita se distingue de las demás comunas por ser representante del turismo internacional y a la vez ser orgullo de la comuna, pues ofrece posibilidades de trabajo y estabilidad económica. Actualmente, Montañita ha formado una imagen en donde se considera un principal atractivo del país no solo por su belleza paisajística sino por su ambiente de fiesta, deporte y aventura (Lager, 2015).

Marco conceptual

Turismo

La Organización Mundial de Turismo define al turismo como

Un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (2007).

Históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso (Ramírez, 2006).

Actividad

Se puede definir la actividad como aquella situación que mediatiza la vinculación que el sujeto tiene con el mundo que lo rodea. Poniéndolo en términos un poco más formales, la actividad es el conjunto de fenómenos que presenta la vida activa, como ser los instintos, los hábitos, la voluntad y las tendencias, entre otros y que son junto a la sensibilidad y la inteligencia las partes fundamentales de la psicología clásica. La mayoría de las veces la actividad se encuentra vinculada a cierta necesidad que despierta la búsqueda. En el mismísimo momento de la actividad, ya sea individual o colectiva, tiene lugar el reflejo psíquico de la realidad y es allí donde se produce la formación de la conciencia(Ucha, 2010).

Según (Leóntiev, como se citó en Davidov, 1983, p. 253), una actividad se compone de una necesidad, un motivo, una finalidad y condiciones para obtener una finalidad. Entre sus componentes se ejercerán transformaciones mutuas.

Actividad turística

La actividad turística como fenómeno socioeconómico ha sido una actividad que ha evolucionado a lo largo de la historia. Hay autores que toman antecedentes históricos de los traslados que se realizaban en el Peloponeso y en la Roma Antigua, pero claramente el fenómeno turístico aparece con su potencia actual durante la posguerra (García, 2012).

La actividad turística comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte y alojamiento. Está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes

para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes. La ejecución de las actividades turísticas implica el diseño y desarrollo de productos turísticos comprendidos por estos componentes para la satisfacción de las necesidades de los diferentes segmentos del mercado, tanto en el trayecto o recorrido como durante su estancia en el destino (Rodríguez, 2010).

Dimensión social

Según Fukuyama (2005), existen algunos pensamientos en la comunidad del desarrollo que plantean la irrelevancia de los problemas de carácter social, éticos o culturales dentro de la sustentabilidad, pero en los últimos tiempos se ha podido notar una importancia crítica dentro de este ámbito para determinar el éxito o fracaso de la transición de la sustentabilidad, en donde el capital social se lo puede expresar en términos de capital humano (salud pública, habilidades y educación) y el capital social se lo puede establecer como “ la habilidad de las personas para trabajar juntos por un propósito en común en grupos y organizaciones” como se citó en (Russo, 2008).

Dimensión sociocultural

Es un enfoque del desarrollo psicológico que proviene de las investigaciones realizadas por Lev Vygotsky y sus colaboradores más cercanos (Luria y Leóntiev), quienes basándose en las premisas fundamentales de la filosofía materialista dialéctica prevaleciente en la Unión Soviética de los años veinte, propusieron una nueva forma de concebir los procesos psicológicos postulándose como el resultado de la interacción del individuo con su medio social y cultural en un momento histórico determinado (Martínez, 1999).

Impacto

El término impacto, de acuerdo con el Diccionario de uso del español proviene de la voz impactus, del latín tardío y significa, en su tercera acepción “impresión o

efectos muy intensos dejados en alguien o en algo por cualquier acción o suceso” (como se citó en Libera, 2007).

Efectos socioculturales

Los efectos son resultados o consecuencias del impacto sociocultural del turismo que implica el contacto de dos grupos humanos, la comunidad anfitriona y la comunidad huésped (OMT, 1997).

Comuna

La comuna es una institución fundamental en la organización social, política y territorial del Ecuador, cuya diversidad, complejidad y dinamismo histórico no han sido suficientemente tratados por la investigación académica y el debate público. Es una forma predominante de organización política en las comunidades rurales del país, con una extensa presencia en la sierra, en el oriente y en ciertas partes de la costa ecuatoriana (sobre todo en la provincia de Santa Elena) (Rayner y Mérida, 2019).

Desarrollo

Para (Pérez, 2015) “el desarrollo es un concepto histórico que ha ido evolucionando, por lo que no tiene una definición única. Aun así, se puede decir que es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente.”

Las Naciones Unidas se ha propuesto la idea del desarrollo como un concepto formado por cinco elementos: la economía como motor de crecimiento; la paz como fundamento del desarrollo; la justicia como pilar de la sociedad; el ambiente como una base para la sostenibilidad, y la democracia como base para una buena gobernabilidad.

Contribuciones más recientes incorporan también algunos de estos elementos (Becerra & Pino, 2005).

Destino turístico local

La Organización Mundial de Turismo lo establece como:

Un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que fundamenta su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. Los destinos locales incorporan a diversos grupos, entre los que se encuentra a menudo la comunidad anfitriona, y pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores (OMT, 2005).

Oferta turística

Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (OMT, 1998).

Demanda turística

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos (Mamani, 2016).

Asimismo, según la OMT, la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado (como se citó en Mamani, 2016).

Mercado turístico

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

El mercado turístico, por lo tanto, es el sector económico que engloba a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes, ya sean con fines de recreación, negocios, estudios o cualquier otro motivo, y los consumidores al que éstos se dirigen (Socatelli, 2013).

Infraestructura

Se conoce por infraestructura a la base que sostiene una construcción. La palabra infraestructura deriva del latín y hace referencia a la parte baja de una estructura. La infraestructura es vista como el esqueleto o los cimientos de un edificio. También puede trasladarse a otras estructuras, no necesariamente arquitectónicas, como una organización. El término infraestructura trasladado a una temática social puede referirse al establecimiento de una institución. Incluso en el diccionario de nuestra lengua se toma esta palabra como los componentes iniciales para generar una organización. La infraestructura es también un concepto de la sociología propia del marxismo.

Marx toma el concepto de infraestructura presentándolo como la estructura fundadora de una sociedad. A su vez, ésta define esa sociedad, así como también su desarrollo y posibilidad de cambio. El Marxismo propone este concepto de infraestructura al que define como la base de una sociedad.

También se lo asocia con fuerzas y relaciones de producción que tienen lugar dentro de esa sociedad (Gimon, 2019).

Infraestructura turística

Blanco (2008) define la infraestructura turística como “la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico” (como se citó en Covarrubias, 2014).

Forman parte de la misma los siguientes:

- Servicios básicos: Agua, electricidad, teléfono, recolección de basura, red sanitaria, entre otros.
- Transportes: Puertos, aeropuertos, autobús, taxi.
- Caminos: Rutas existentes, estado de las rutas.
- Servicios: Comercio, seguridad, salud, educación, comunicaciones, entre otros.

Continuidad histórica

En Historia, la continuidad de los hechos supone la existencia de un discurrir de los acontecimientos sin grandes saltos o revoluciones, sino como un proceso gradual (De Conceptos.com, 2022).

Es el proceso de continuidad, seguimiento, de todos aquellos elementos culturales de una sociedad que prevalecen a lo largo de distintos periodos históricos (Ayllón, 2002).

Por otra parte, la continuidad histórica es más una manera de abordar la realidad siempre cambiante que una descripción exacta de lo que efectivamente ocurre (Trujillo, 2016).

Dimensión cultural

La dimensión cultural es aquella que no solo permite conocer los rasgos distintivos que hacen diferentes a grupos humanos y asentamientos

poblacionales dentro de un mismo espacio geográfico y social, sino además, comprender, a través de ellos, cómo se ha producido el desarrollo histórico, sus tendencias más significativas, aspectos como la religiosidad, costumbres y tradiciones que aportan un conjunto de significados que no se pueden retirar en los estudios de las comunidades (Macías, 2019).

La dimensión social se puede considerar como el sistema de valores, creencias y formas de constituir mentalmente una sociedad (Castells, 2002).

Interculturalidad

Se refiere a “la presencia e interacción equitativa de diversas culturas y a la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, a través del diálogo y del respeto mutuo” (UNESCO, s.f.).

Tolerancia

La tolerancia consiste en el respeto, la aceptación y el aprecio de la rica diversidad, de las culturas de nuestro mundo, de nuestras formas de expresión y medios de ser humanos. La tolerancia fomenta el conocimiento, la actitud de apertura, la comunicación y la libertad de pensamiento de conciencia y de religión. La tolerancia consiste en la armonía en la diferencia. La tolerancia, la virtud que hace posible la paz, contribuye a sustituir la cultura de guerra por la cultura de paz (UNESCO, 1995)

Choque cultural

El choque cultural se explica cómo una serie de reacciones psico-culturales en un individuo cuando entra en contacto con una cultura nueva. Se caracteriza por una incomodidad física y emocional pasajera ocasionada por la desorientación en el nuevo entorno, incluso se puede llegar a generar sentimiento de rechazo creando mecanismos de defensa, según Hoshino (2010), como se citó en (Kobashi, 2016).

Cabildo

Corporación o grupo de personas integrado por un alcalde y varios concejales que se encarga de administrar y gobernar un municipio (Oxford Languages, s.f.).

Marco Legal

Es importante respaldar la presente investigación en leyes, reglamentos, decretos, resoluciones y/o acuerdos que soporten legalmente el tema planteado, por lo que se tomó en cuenta:

Constitución de la República del Ecuador 2008

La principal norma jurídica por tomarse en cuenta en la presente investigación es la “La Constitución de Montecristi de 2008” como fundamento de la sociedad que queremos alcanzar. Una sociedad orientada hacia un nuevo régimen de desarrollo que sea inclusivo, equitativo y solidario. Un nuevo modelo que permita el desarrollo sostenible del país a largo plazo, en una relación armónica entre el ser humano y la naturaleza.

Es fundamental tomar en cuenta el Título II (Derechos), Capítulo segundo, Sección cuarta donde se hace énfasis en la Cultura y se destacan los siguientes artículos:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas,

y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Asimismo destacan dentro del mismo Título, en el Capítulo cuarto, los diferentes derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades donde en el art. 57 se menciona que “Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos: Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social (...)”. El Estado es el ente encargado del cumplimiento de estos derechos colectivos sin discriminación alguna, en escenarios de igualdad y equidad sin distinción del género.

Por otra parte, el Título VI menciona el Régimen de Desarrollo. Enfatizando los dos primeros capítulos del título antes mencionado y destacando el art. 276 que señala “El régimen de desarrollo tendrá como objetivos construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo...” estableciendo así el

desarrollo como un objetivo primordial para la localidad en estudio. Además, “promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado”.

Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos (MINTUR)

De la misma forma, el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por procesos del Ministerio de Turismo, emitido a través de Acuerdo Ministerial Nro. 2021-001, estipula que el artículo 4 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) en su literal e) señala como fines de los Gobiernos Autónomos Descentralizados: “(...) e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural; (...)”.

Plan Nacional de Desarrollo

También se tomó en cuenta el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, “alineado a la visión de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible” donde se propone una visión alternativa de desarrollo (Secretaría Nacional de Planificación, 2017). Este instrumento fue clave para poder “desarrollar una planificación pertinente y diferenciada, acorde a las características sociales, culturales y territoriales de la población; es decir, una planificación no “homogeneizadora”, sino conforme a una afirmación de cultura y diversidad que corresponda a las características poblacionales y del territorio” (Consejo Nacional de Planificación, 2017).

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT)

Asimismo, se hace mención al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT, 2019) de la parroquia rural de Manglaralto, donde se establecen

componentes técnicos socio culturales como base fundamental para obtener un mejor diagnóstico de la parroquia y sus comunidades respectivas.

Reglamento Interno de la Comuna “Montañita” 2019

Finalmente se tomó en cuenta el Reglamento Interno de la Comuna “Montañita” creada por Acuerdo Ejecutivo N°15 el 7 de enero de 1938 y afiliada a la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena - Manglaralto 2019. Este reglamento fue de suma importancia para la investigación debido a que ayudó a entender de manera clara la organización de la misma.

Dentro de esta es importante destacar la definición del lugar de estudio que se alude sobre el Capítulo I, Art. 1.- “La Comuna Montañita es una Organización Comunitaria y se reconoce como una comuna indígena, descendientes ancestrales de las primeras culturas originarias del Ecuador, formada por socias y socios comuneros pertenecientes a la parroquia Manglaralto, cantón y provincia de Santa Elena, que unidos ancestralmente por vínculos de sangre, costumbres y tradiciones, con intereses y aspiraciones comunes; tiene personalidad jurídica y patrimonio propio, constituido por las tierras y recursos naturales que posee, desde tiempo inmemorial (...)”. Asimismo, todos los capítulos, secciones y artículos aportaron de manera significativa al desarrollo del trabajo en curso.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la investigación

La presente investigación analiza datos cuantitativos como cualitativos por ende su enfoque es mixto. Se busca explicar los hechos (enfoque cuantitativo) y obtener una visión de los mismos (enfoque cualitativo). Lo que consigue ayudar a derogar los posibles sesgos de la investigación y fortalecer el proceso investigativo (Barrantes, 2014, pág. 98).

Asimismo, es necesario destacar la metodología utilizada para elaborar la redacción de este trabajo, debido a que parte del planteamiento de algunos objetivos para analizar la actividad turística de Montañita y sus efectos socioculturales en la comuna.

De la misma forma, la utilización de fuentes tanto primarias como secundarias fueron necesarias para el desarrollo de la investigación. Una vez revisada toda la literatura de interés se procedió a la aplicación de encuestas y entrevistas que, a través de la interpretación de sus resultados permitieron llegar a las conclusiones de la investigación.

Tipología de la investigación

Dentro de la tipología de la investigación existe una clasificación que ayuda a reconocer la estructura de la investigación de acuerdo al tipo de información que esperamos obtener y la metodología que se va aplicar para así poder llegar a esta.

Por su finalidad

Aplicada ya que tiene la intención de mejorar la calidad de vida pues busca generar conocimiento del área socio-cultural frente a los efectos de la actividad turística, en donde se reconocen los problemas y aciertos que ayudarán a la estructura de lineamientos para un desarrollo socio cultural equitativo (Behar, 2008).

Por el tipo de investigación

El diseño por el tipo de investigación es mixto, es decir cuali-cuantitativa. Cuantitativa por las encuestas y cualitativa, ya que se aplicarán entrevistas a entidades encargadas de la localidad (Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

Por la unidad de análisis

Es In situ en la unidad de análisis debido a que la investigación se lleva a cabo en el lugar que es objeto de estudio para la recopilación de la información que se da por medio de las encuestas y la aplicación de entrevistas.

Por el control de variables

Presenta un diseño de investigación no experimental, pues no se manipula intencionalmente la variable independiente (X: Actividad Turística y la interacción turista-residente) para ver su efecto sobre la variable dependiente (Y: efectos socioculturales) sino que, se analizan las variables tal como se toman de la realidad; en este caso, los datos tomados de las encuestas a los turistas y pobladores involucrados en la actividad turística, así como entrevistas a dirigentes comunales y gubernamentales para obtener los resultados (Behar, 2008).

Por el alcance

Es descriptiva y explorativa pues la recolección de datos permite detectar y analizar patrones para explicar la situación que se tiene como objeto de estudio debido a la poca información o investigación verificada en el área (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En definitiva, el desarrollo de la metodología manejada ofrece conceptos y materializa los mismos, creando datos objetivos que ayudan a comprender el fenómeno en un territorio determinado. Por otro lado, el objetivo de monitorizar la actividad

turística surge de la necesidad de identificar los efectos en el aspecto sociocultural del destino en estudio, y si se ve la necesidad poder desarrollar estrategias de reconversión o reorientación turística que corrijan las deficiencias en este aspecto en la localidad (Torres, 2016).

Procedimiento para la recolección y análisis de datos

Para la recolección y análisis de datos se procede a crear instrumentos cuantitativos y cualitativos. La encuesta permite reconocer las perspectiva de turistas y residentes con el fin de analizar las diferentes variables de la investigación e interpretarlas, por medio de gráficos que permiten reconocer de manera práctica los resultados; en el caso de los datos cualitativos que se dieron por medio de las entrevistas a dirigentes comunales se realizó el análisis por cada una de las preguntas respecto a todas las respuestas dadas, además se basa en estudios previos en el tema e investigaciones acerca de la comuna de Montañita, para el análisis de datos obtenidos, se utilizaron los programas Google Forms y Excel, que permitirán un análisis rápido y concreto.

Población

Para Chávez (2007) la población “es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros”. (p.162)

“El universo o población conjunto total de elementos que constituyen el ámbito de interés analítico y sobre el que queremos inferir las conclusiones de nuestro análisis” (Fachelli y López, 2015) para este caso de estudio se determina de manera objetiva la utilización de la población infinita tanto para los residentes como para los turistas debido a que no existe una cifra exacta de este universo, se conoce solo cifras aproximadas y

no avaladas, por ende, esto permite una investigación justa. En el caso de la entrevista se toma como referencia a las entidades encargadas y dirigentes comunales.

Muestra

Bavaresco (2006) hace referencia que “cuando se hace difícil el estudio de toda la población, es necesario extraer una muestra, la cual no es más que un subconjunto de la población, con la que se va a trabajar”. (p. 92)

Muestra de Turistas (infinita).

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$N = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{0,05^2}$$

$$N = \frac{38416 * 0,25}{0,0025}$$

$$N = \frac{9604}{0,0025}$$

$$N = 384$$

N = ?	Turistas
Z = 95% (1,96)	Nivel de confianza
e = 5 %	Margen de error
p = 0,5	Probabilidad de ocurrencia
q = 0,5	Probabilidad de no ocurrencia

Como resultado se obtuvieron como muestra 384 encuestas a realizar a turistas para obtener resultados objetivos en la investigación.

Muestra de población - residentes (infinita).

$$N = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$N = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{0,05^2}$$

$$N = \frac{38416 * 0,25}{0,0025}$$

$$N = \frac{9604}{0,0025}$$

$$N = 384$$

N = ?	Turistas
Z = 95% (1,96)	Nivel de confianza
e = 5 %	Margen de error
p = 0,5	Probabilidad de ocurrencia
q = 0,5	Probabilidad de no ocurrencia

Como resultado se obtiene una muestra de 384 encuestas a realizar a residentes para obtener resultados objetivos en la investigación.

Instrumentos

Para el levantamiento de datos, los instrumentos de investigación según la metodología de la investigación fueron:

- Encuestas
- Entrevistas

Encuesta

La encuesta Según Facchelli & López (2015), en la investigación social, la encuesta se considera como una técnica cuantitativa de recolección de datos a través

de la interrogación a los sujetos implicados, en donde el objetivo principal es la obtención de datos de manera sistemática sobre los aspectos que se obtienen de la problemática de investigación expuesta. La obtención y recolección de los datos se realizó mediante un cuestionario, que se administró a la población en una muestra extensa de ella. Finalmente, se utilizan las respuestas obtenidas para sacar conclusiones, recomendaciones y/o soluciones sobre el tema planteado.

Las encuestas de la presente investigación estuvieron dirigidas a turistas tanto nacionales como extranjeros que visitaron la localidad de Montañita, el cuestionario constó con un total de 19 preguntas (Anexo 1) clasificadas en cinco secciones: datos generales, información turística, infraestructura, continuidad histórica e interculturalidad ; asimismo, se realizaron encuestas a residentes nativos y no nativos de la comuna con un formulario compuesto por 13 preguntas (Anexo 2) y estructura en las mismas cinco secciones. Las mismas nos permiten abarcar todas las variables de la investigación con la finalidad de obtener información relevante para el análisis en estudio.

La encuesta dirigida a los turistas fue desarrollada en dos idiomas, español e inglés, para su mejor comprensión y mayor alcance. De la misma forma, en ambas encuestas se utilizaron preguntas de percepción de opción múltiple, así como también en escala de Likert debido a que es una investigación sociocultural. Todas las encuestas fueron realizadas mediante Google Forms para el cuál se utilizó códigos QR que facilitaron el acceso a las mismas.

Entrevista

La entrevista es una técnica que se utiliza como estrategia en los procesos de investigación, permite recopilar información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, opiniones y experiencias de personas determinadas, lo que da como resultado información más profunda y mejor estructurada (Folgueiras, 2016). La

entrevista en el presente estudio (Anexo 3) constó de 14 preguntas y se realizó a diferentes miembros del Gobierno Comunal de Montañita quienes son encargados de cumplir con las atribuciones y deberes dictadas en el Reglamento Interno de la Comuna. El cuestionario llevado a cabo fue previamente planificado tomando en cuenta las variables de la investigación, dando la posibilidad de realizar preguntas abiertas en el momento en el cual se efectuaba la entrevista. El propósito al usar esta herramienta de investigación fue obtener información detallada y amplia que ayudó en la toma de decisiones y cumplimiento de objetivos del presente proyecto. Finalmente, los actores involucrados (tabla 3) se escogieron conociendo previamente sus funciones, para que puedan aportar de manera significativa al desarrollo del análisis.

Tabla 3

Actores entrevistados

Nombre	Entidad	Cargo
Ruth Villao	Municipalidad de Santa Elena Cabildo Comunal	Presidenta Comuna Montañita Concejal Principal del Cantón Santa Elena
Eleana Rosales	Cabildo - Comuna Montañita	Tesorera
Manuel Rodríguez	Cabildo - Comuna Montañita	Coordinador General de la Comisión de Arte y Cultura de la Comuna Integrante del Colectivo Cultural de las "Iguanitas"
Tania Matías	Cabildo - Comuna Montañita	Coordinadora Comisión de Festejos y Eventos

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis de resultados obtenidos

El presente capítulo expone los resultados de la información obtenida a través de las encuestas y entrevistas realizadas en la Comuna de Montañita. Por un lado, se dan a conocer los resultados obtenidos de las encuestas con sus respectivas interpretaciones. La cantidad total de personas encuestadas fue de 768, divididas en 384 turistas y 384 residentes. Por otra parte, se presentan los resultados de las cuatro entrevistas que estuvieron dirigidas a diferentes miembros del Cabildo Comunal, personas representativas del mismo que aportaron con información significativa al estudio.

Procesamiento y análisis

El análisis de las encuestas realizadas y sus respectivas interpretaciones se llevaron a cabo a través de gráficos y tablas para las distintas preguntas del cuestionario. Se utilizaron dos tipos de análisis, el univariado, que según Héctor Ávila (2006) “consiste en el análisis de cada una de las variables estudiadas por separado, y el bivariado, que diseña tablas con tabulaciones cruzadas, es decir, las categorías de una variable se cruzan con las categorías de una segunda variable” (Ávila, 2006). En cuanto a las entrevistas realizadas, se transcribió y analizó cuidadosamente todas las respuestas de cada entrevistado.

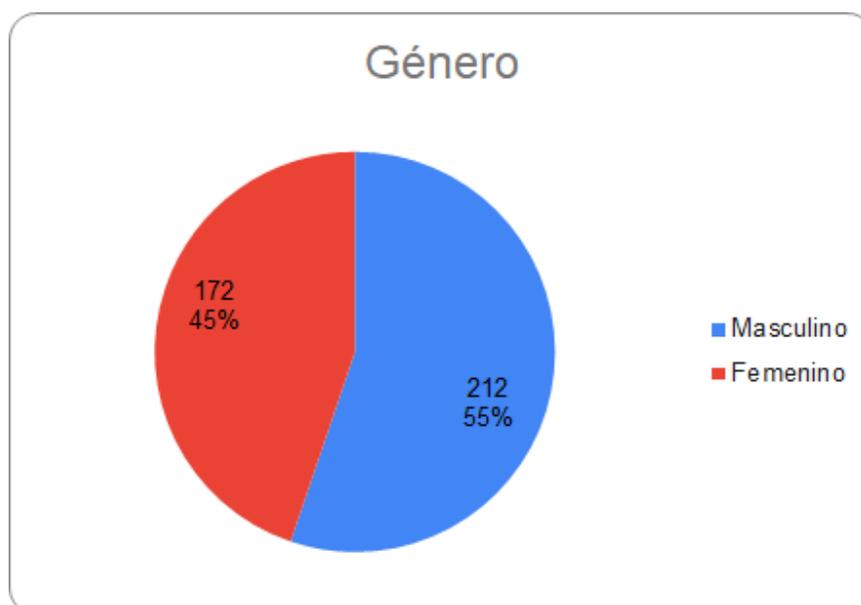
Análisis de resultados residentes

Tabulación de datos generales de los residentes encuestados

Pregunta 1 - Género

Figura 2

Género residentes



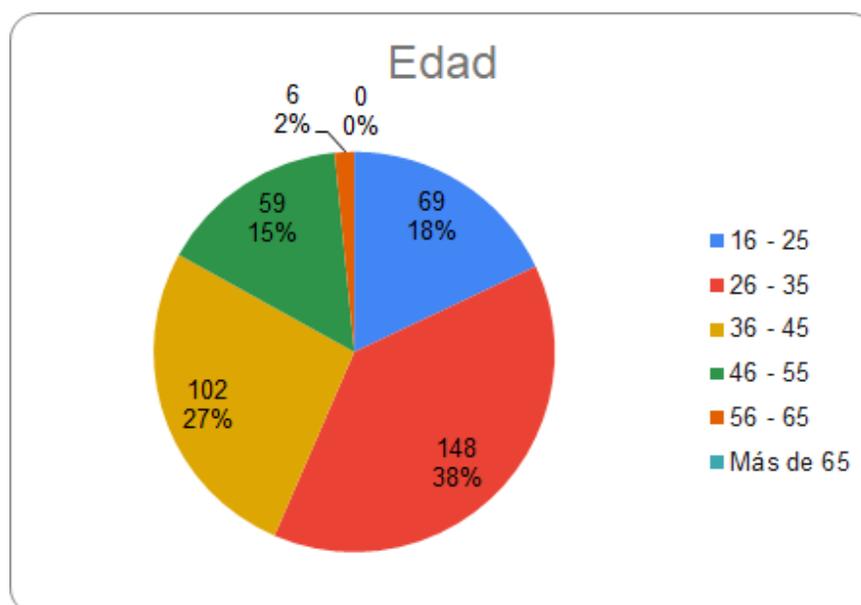
Análisis de resultados

De los 384 residentes encuestados (figura 2), se determinó que existe una mayor frecuencia de residentes de género masculino con una diferencia del 10% ante el género femenino. Es importante recalcar que no existen residentes que se reconozcan fuera de los dos géneros mencionados dentro del campo estudiado.

Pregunta 2 - Edad

Figura 3

Edad residentes



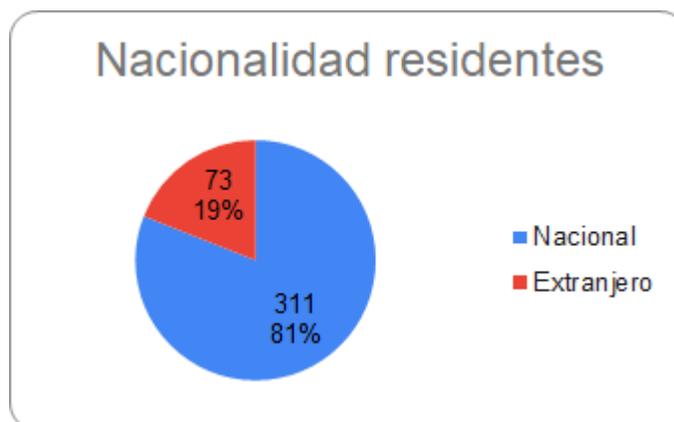
Análisis de resultados

Con relación a los datos obtenidos sobre la edad de los residentes de la Comuna de Montañita (figura 3), se determinó que la mayoría de personas que residen en la comuna son adultos mayores a 25 años, pero menores de 45 años. Sin embargo, se puede destacar que también existe un porcentaje significativo de jóvenes y adolescentes, mientras que no hay gran significancia de personas residentes mayores de 55 años ni adultos mayores.

Pregunta 3 - Nacionalidad

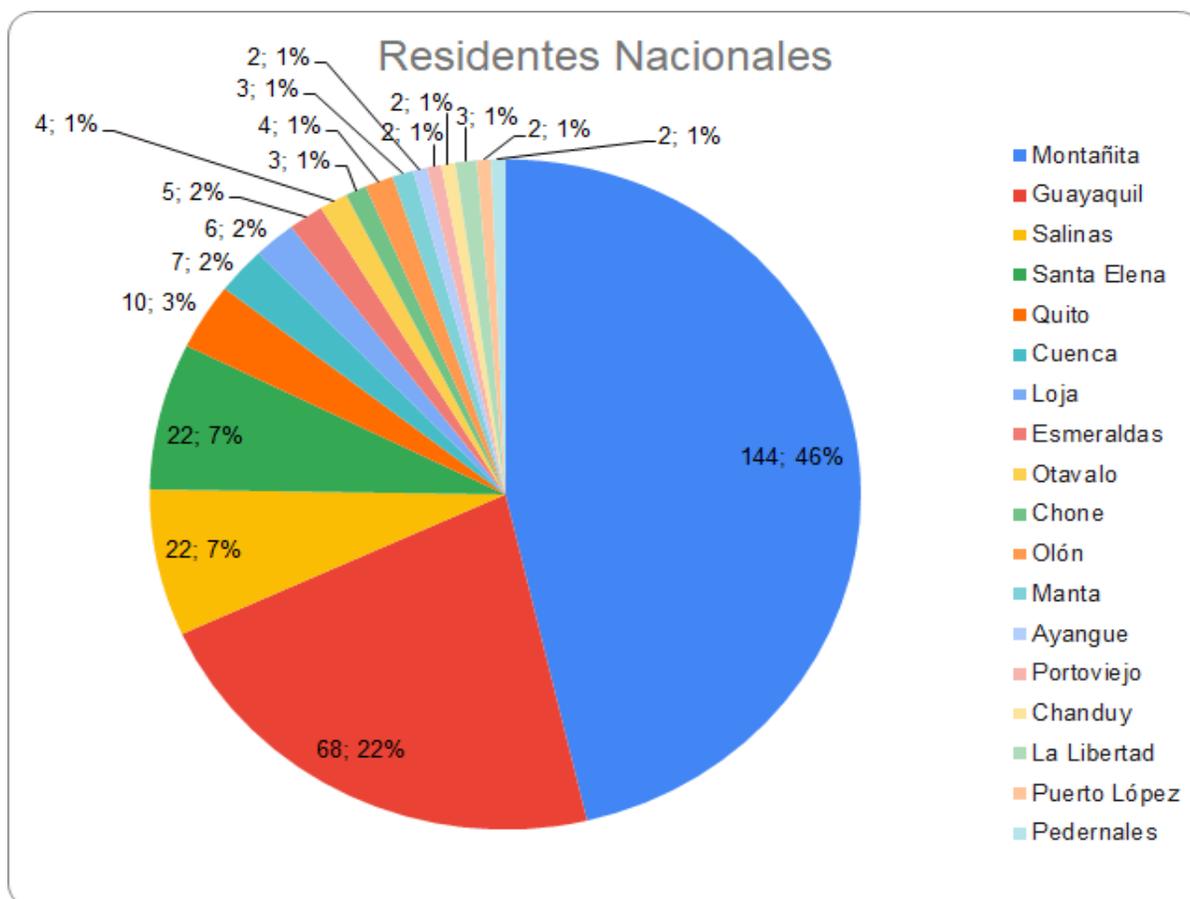
Figura 4

Nacionalidad residentes



Análisis de resultados

La nacionalidad de residentes encuestados ha sido clasificada en nacionales y extranjeros, donde se determinó que Montañita es una zona residencial para personas del exterior, sin embargo, la mayor cantidad de pobladores que ahí residen son personas de nacionalidad ecuatoriana.

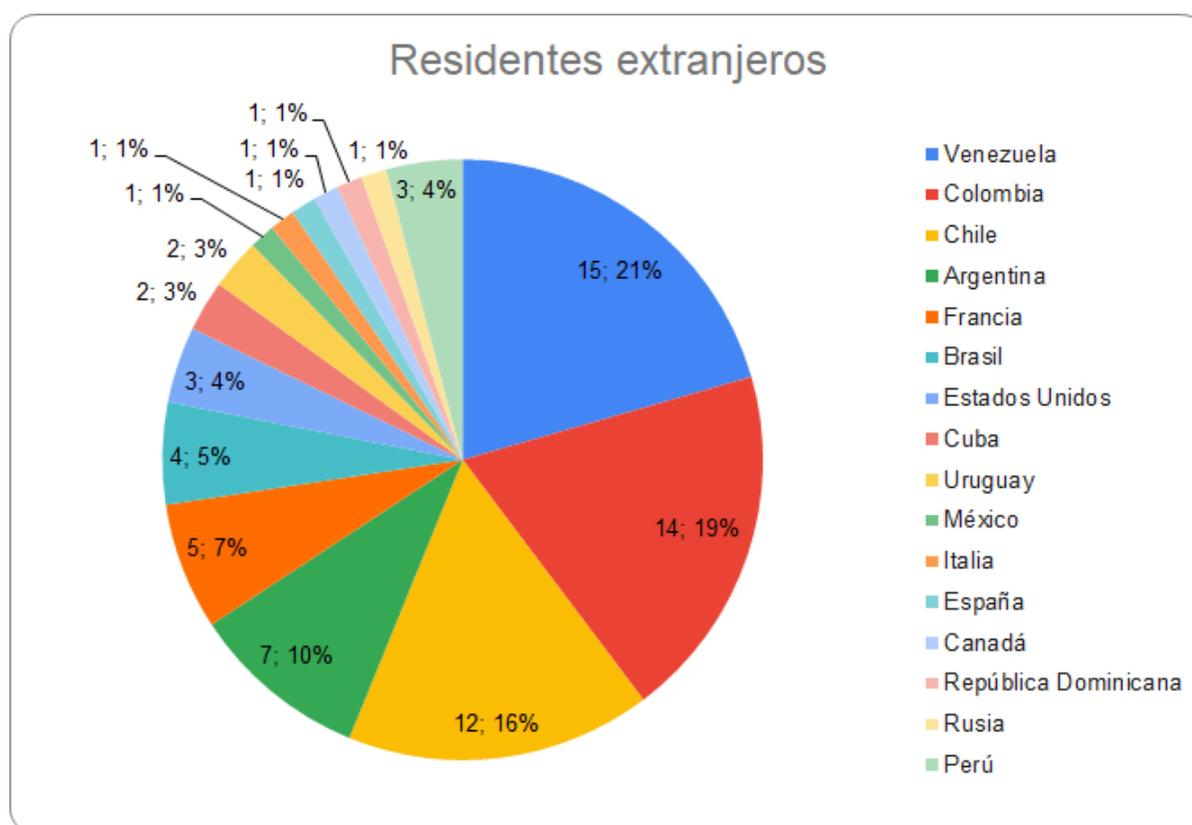
Figura 5*Residentes nacionales***Análisis de resultados**

Dentro de los residentes nacionales (figura 5), predominan los nativos de la Comuna de Montañita, seguido por residentes de la ciudad de Guayaquil. Por lo tanto, se deduce que, aunque Montañita sea una zona residencial donde habitan personas de varias partes del Ecuador, casi la mitad de la población es nativa de la localidad, concluyendo así que aún existe interés de los locales por permanecer en la comunidad. Por otra parte, los habitantes de la ciudad de Guayaquil representan una cantidad importante dentro de la comuna, debido a la cercanía de la ciudad. Asimismo, se puede observar que existen ciudadanos de Quito, Cuenca y Loja, siendo las únicas ciudades

representativas de la sierra ecuatoriana, en lo cual es importante recalcar el tamaño y cantidad de habitantes de estas ciudades, ya que son grandes y su número de pobladores es muy alto, razón por la cual las personas pueden llegar a movilizarse. Las demás ciudades pertenecen a la costa ecuatoriana, por lo que se puede determinar que los habitantes buscan un estilo de vida similar para residir.

Figura 6

Residentes extranjeros



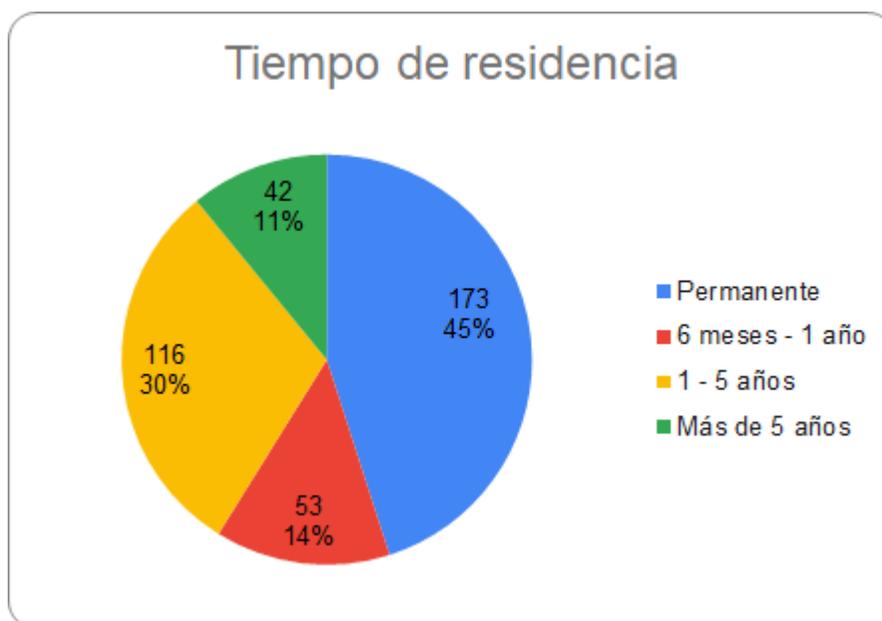
Análisis de resultados

Por otra parte, de los 73 residentes extranjeros encuestados en Montañita (figura 6), se evidenció que a pesar de que representan un 19%, predominan los de nacionalidad venezolana y colombiana. Además, es importante mencionar que la localidad es una zona residencial pluricultural, ya que existen pobladores de varias nacionalidades provenientes principalmente del continente sudamericano.

Pregunta 4 - Tiempo de residencia

Figura 7

Tiempo de residencia



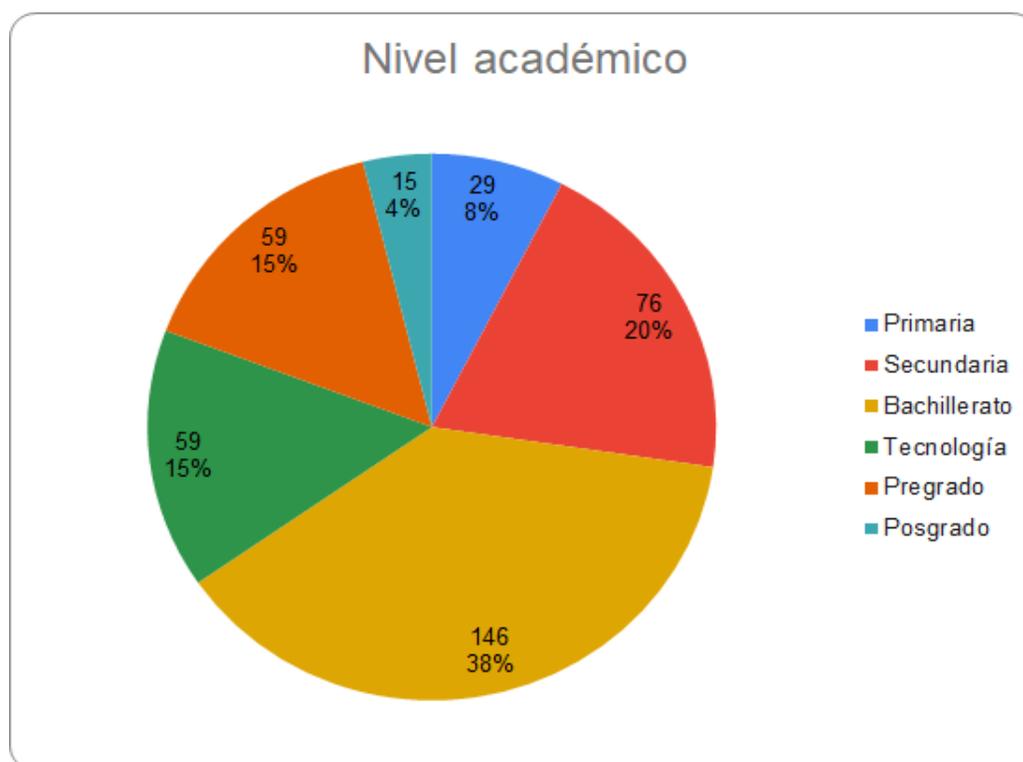
Análisis de resultados

De los 384 residentes encuestados (figura 7), como ya se mencionó en figuras anteriores, casi la mitad de la población es nativa de la localidad, por lo que su residencia es permanente, es decir que nacieron ahí y han vivido toda su vida en la comuna, concluyendo que aún existe interés de los residentes nativos por permanecer en la comuna. Asimismo, un gran porcentaje de encuestados han residido en la localidad entre 1 y 5 años lo que determina que es un buen lugar para vivir, ya que es un tiempo representativo que puede crecer a medida que pasen los años. Y aunque existen residentes que han estado únicamente por más de 6 meses, puede que estos decidan quedarse más tiempo en la localidad a mediano o largo plazo. Finalmente, aunque el porcentaje de residentes que han vivido más de 5 años en Montañita no es muy elevado, tampoco es mínimo, por lo que se puede decir que la comuna es un buen lugar para residir por varios años, y que esto dependerá mucho del tipo de residente y de lo que este planifique a largo plazo.

Pregunta 5 - Nivel académico

Figura 8

Nivel académico residentes



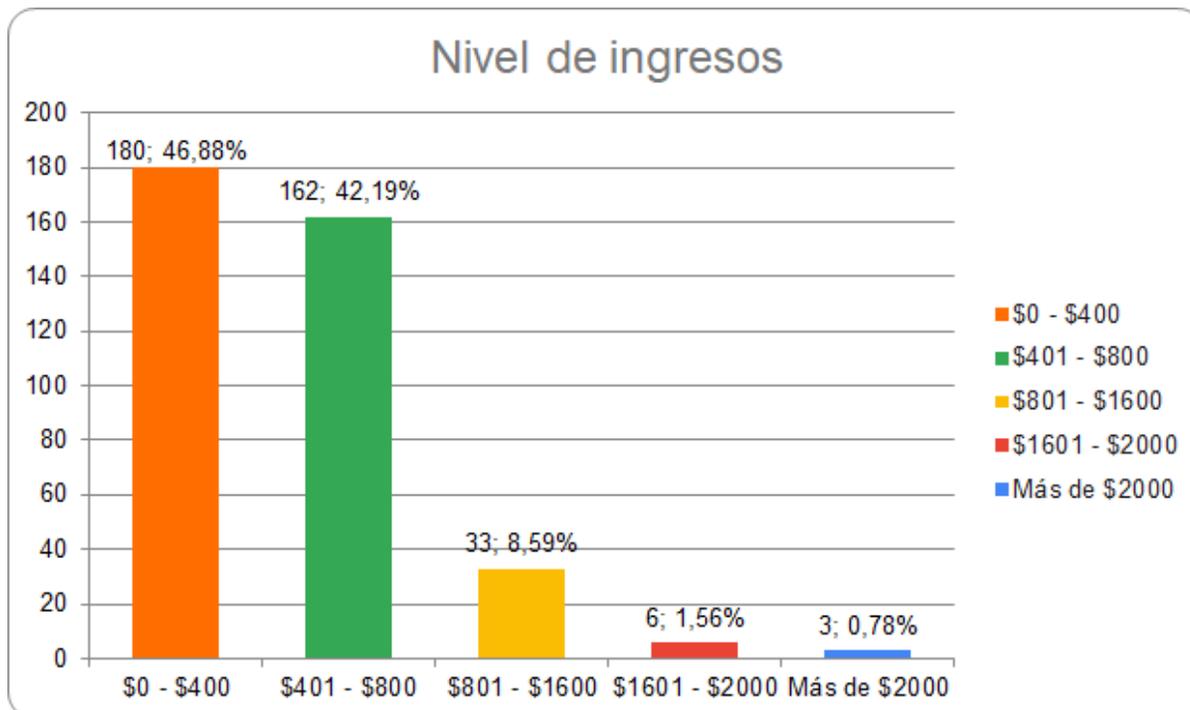
Análisis de resultados

De los 384 residentes encuestados, se deduce que el nivel académico (figura 8) de los residentes de la comunidad es en su mayoría bachillerato, es decir que han acabado el colegio, pero no han continuado con sus estudios, esto debido a la falta de universidades e institutos cercanos a la zona. Existe un 30% de residentes con títulos de tercer nivel, sin embargo, puede que los residentes con este nivel académico sean externos a la comuna y se hayan movilizado a la misma una vez terminados sus estudios. Por otro lado, llama mucho la atención que un porcentaje significativo tenga un nivel académico secundario y un mínimo porcentaje tenga estudios de cuarto nivel, pudiendo ser los residentes extranjeros los que están dentro de este rango.

Pregunta 6 - Nivel de ingresos

Figura 9

Nivel de ingresos residentes



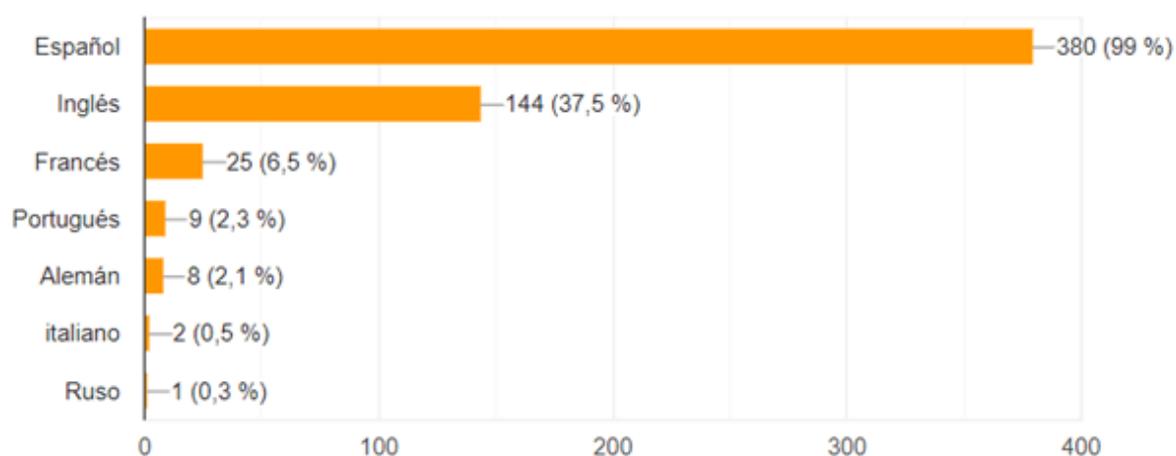
Análisis de resultado

Con respecto al nivel de ingresos de los residentes encuestados (figura 9), se determinó que más del 80%, es decir, la mayor parte de residentes de Montañita percibe ingresos inferiores a \$800, de esta forma se puede afirmar que el nivel académico de los pobladores influye en gran magnitud al momento de que ellos reciban un sueldo o salario. Es de suma importancia que se busque una manera de aperturar centros de capacitación ya sea dentro de la comuna o cercanos a esta, ya que, si bien no es posible que los residentes saquen un título de tercer o cuarto nivel, estos puedan capacitarse en la actividad económica que desarrollen.

Pregunta 7 - Idiomas

Figura 10

Idiomas residentes



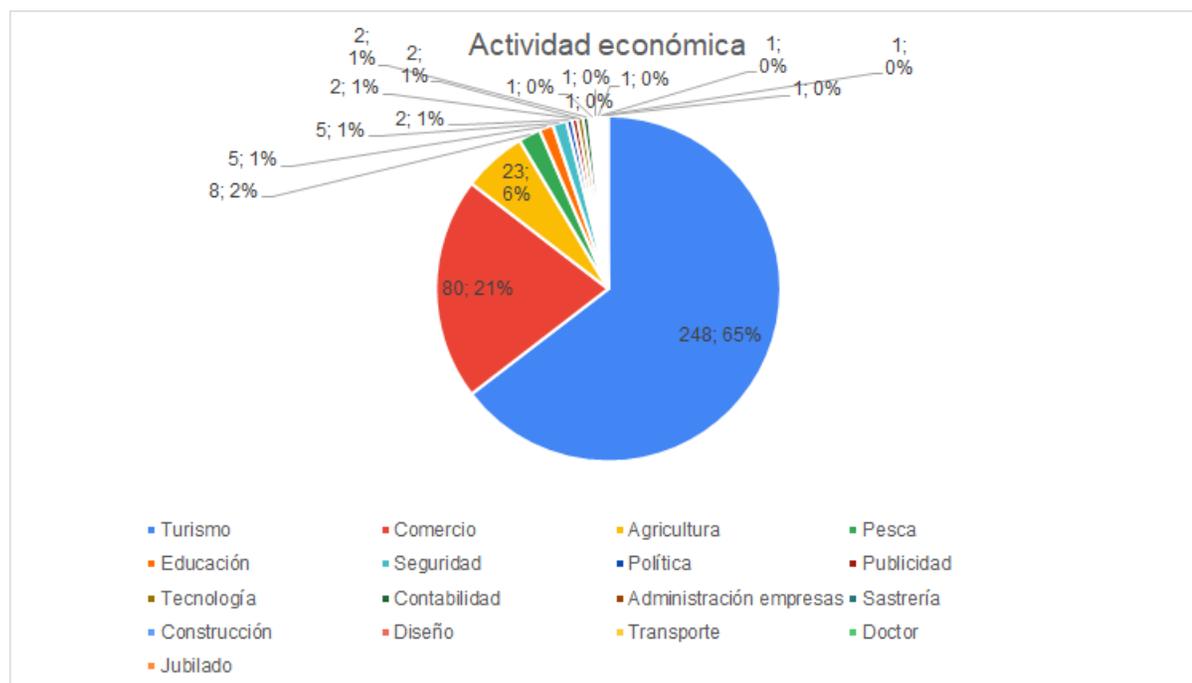
Análisis de resultados

Debe señalarse a los idiomas como un punto fundamental de desarrollo dentro de la comuna, ya que al ser esta una zona turística en gran medida, se debe fomentar el conocimiento de distintos idiomas al español, siendo el inglés el más relevante e importante para el cumplimiento de las diferentes actividades. Es alarmante el hecho de que menos del 50% de la población habla inglés, y menos del 10% otros idiomas, lo cual es preocupante para el tipo de actividades que se desarrollan dentro de la comunidad. Al igual que con el nivel académico, si no existen institutos de idiomas dentro de la localidad, es de mucha importancia que las distintas organizaciones traten de abarcar este tipo de falencia, para beneficio no solo empresarial, sino también comunal.

Pregunta 8 - Actividad económica

Figura 11

Actividad económica residentes



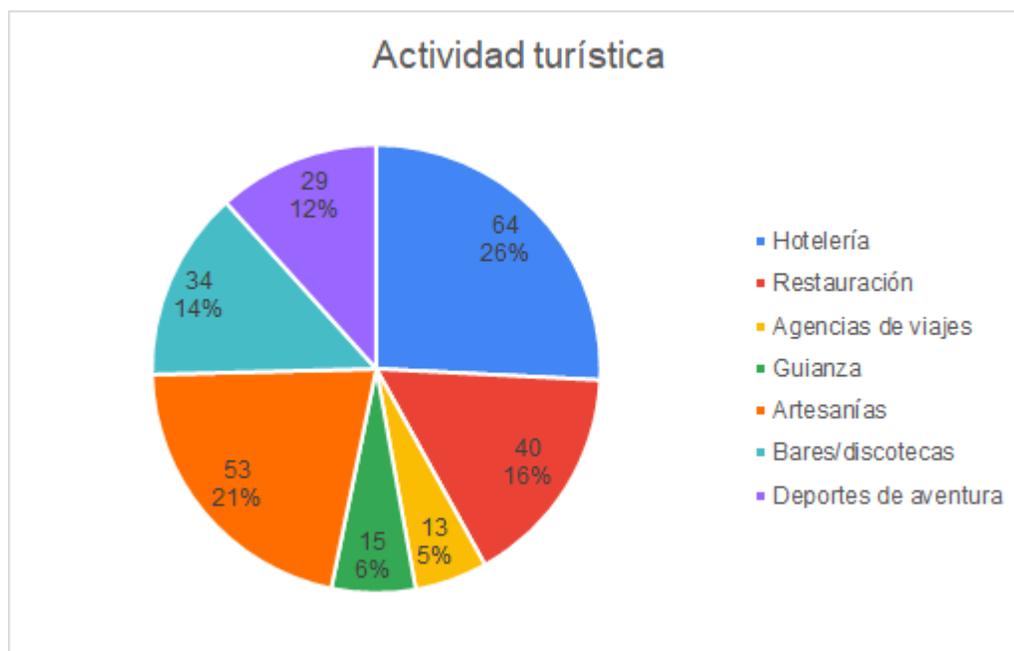
Análisis de resultados

Sin duda, Montañita es una comuna donde su principal actividad económica es el turismo (figura 11) con un 65%, representando a 248 de 384 encuestados. Ahora bien, es conveniente recalcar que las otras actividades económicas como el comercio, la agricultura y la pesca, así como las demás descritas son de gran aporte para la actividad turística, ya que pueden relacionarse entre sí de forma directa o indirecta.

Tabulación de información turística de los residentes encuestados

Figura 12

Actividad turística residentes



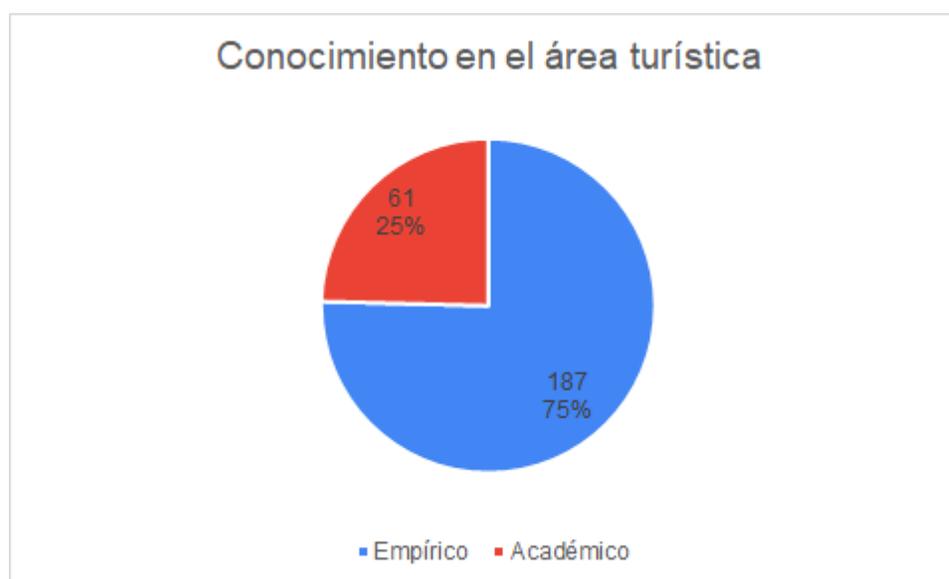
Análisis de resultados

Se determinó que los residentes de Montañita en su mayoría se dedican al turismo, siendo dentro de esta actividad económica, el hotelería la que más destaca (figura 12), prestada tanto de manera formal como informal, ya que muchos residentes deciden prestar este servicio en sus casas, así como también podemos encontrar grandes establecimientos de cadenas internacionales. Es importante también destacar a las artesanías dentro de la actividad turística, ya que muchos residentes se dedican a esto durante generaciones, muchos pobladores se consideran artesanos de familia y creen que esto es algo que los destaca tanto dentro de su comunidad como al compararse con otras. La restauración, así como los bares y discotecas también son sustanciales dentro de la zona, pudiendo encontrar gastronomía y lugares de diversión para todos los gustos. Igualmente, los deportes de aventura y las personas dedicadas a

ello destacan dentro de la identidad de Montañita. La guianza y agencia de viajes es lo menos desarrollado por los residentes, debido a las preferencias que muchas veces los visitantes tienen dentro de la comuna, ya que estos pueden venir con agencias externas o bien querer desarrollar las diferentes actividades por cuenta propia.

Figura 13

Conocimiento en la actividad turística residentes



Análisis de resultados

De los 248 residentes encuestados (65%) que se dedican a la actividad turística, se determinó que la mayor parte de la población residente, representando al 75% (figura 13), tiene un conocimiento empírico en la actividad, ya que como se pudo observar en figuras anteriores, no tienen un nivel académico alto y se dedican al turismo por posteridad y a causa de que es una actividad que crece dentro de la comuna, por ende, existe mayor demanda y genera mayor oferta.

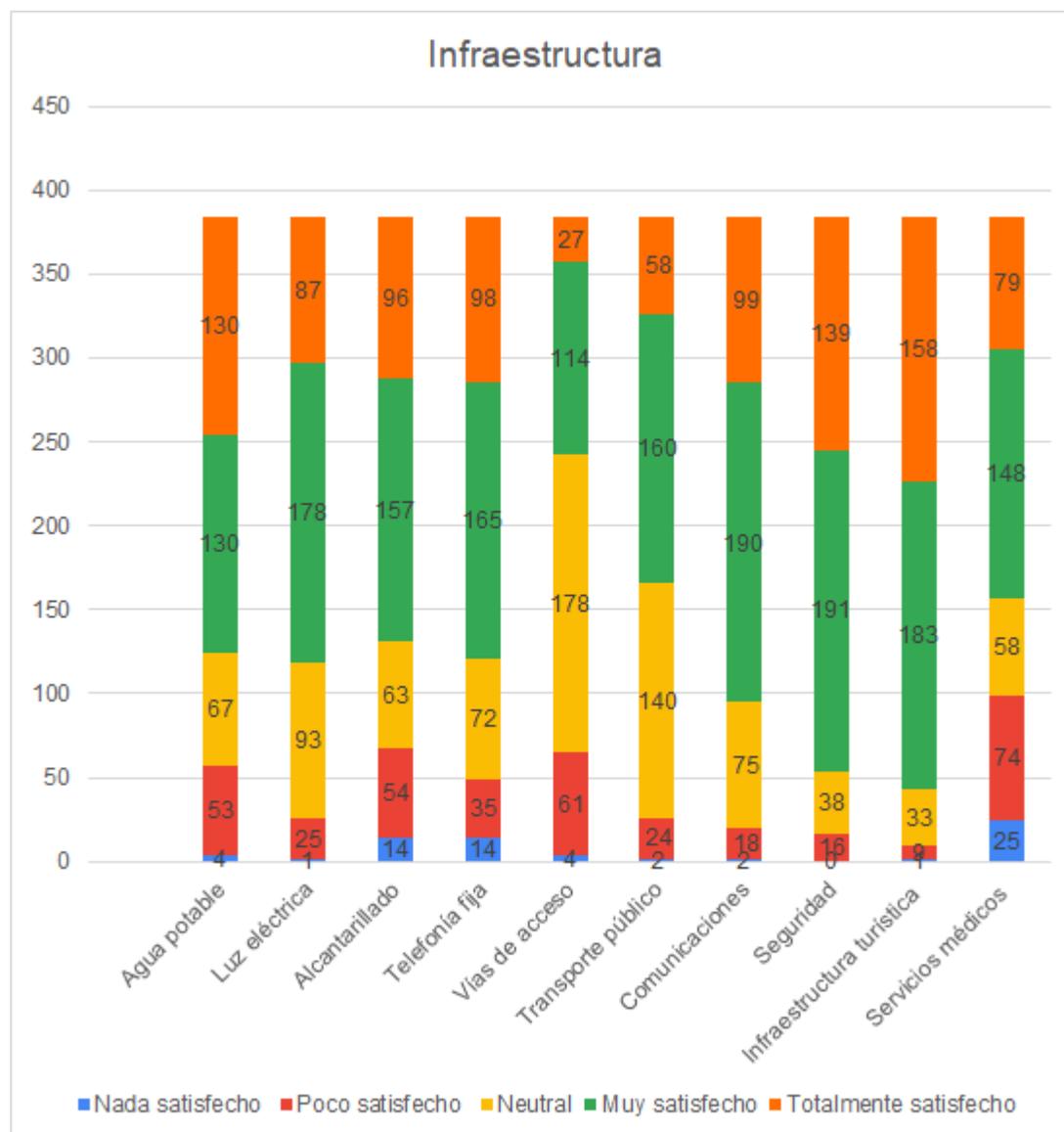
Tabulación de infraestructura de los residentes encuestados

Pregunta 9 - Infraestructura

Tabla 4

Infraestructura residentes

	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Neutral	Muy satisfecho	Totalmente satisfecho
Agua potable	4	53	67	130	130
Luz eléctrica	1	25	93	178	87
Alcantarillado	14	54	63	157	96
Telefonía fija	14	35	72	165	98
Vías de acceso	4	61	178	114	27
Transporte público	2	24	140	160	58
Comunicaciones	2	18	75	190	99
Seguridad	0	16	38	191	139
Infraestructura turística	1	9	33	183	158
Servicios médicos	25	74	58	148	79

Figura 14*Infraestructura residentes***Análisis de resultados**

Tanto la tabla 4 como la figura 14 muestran los niveles de satisfacción que los residentes de la comuna de Montañita perciben ante los diferentes servicios de infraestructura dentro de la misma, estando “muy satisfechos” con los distintos servicios en su mayoría. No obstante, gran cantidad de residentes se muestran neutrales ante la

prestación de servicios, dando a entender que quizá existe una falta de interés por una mejoría y se conforman con los servicios que poseen. Al mismo tiempo, son pocos los pobladores que se encuentran nada satisfechos mientras que una cifra significativa respondió estar totalmente satisfechos con los servicios.

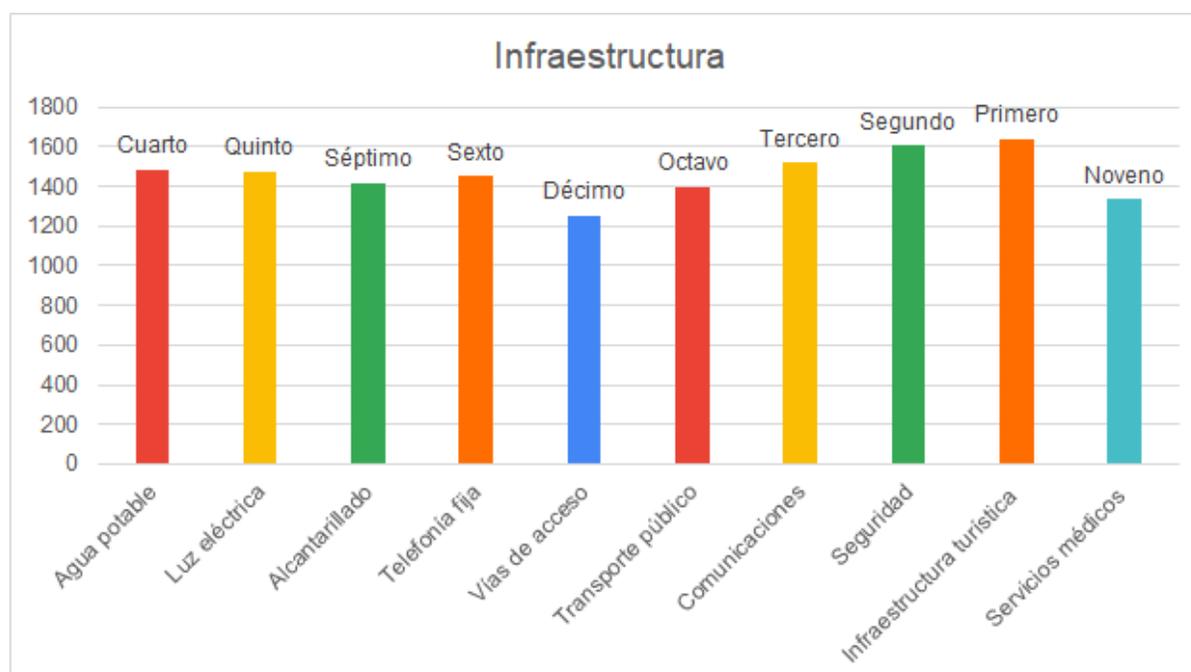
Tabla 5

Infraestructura residentes tabulación de orden

	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Neutral	Muy satisfecho	Totalmente satisfecho	Total	Orden
Agua potable	4	106	201	520	650	1481	Cuarto
Luz eléctrica	1	50	279	712	435	1477	Quinto
Alcantarillado	14	108	189	628	480	1419	Séptimo
Telefonía fija	14	70	216	660	490	1450	Sexto
Vías de acceso	4	122	534	456	135	1251	Décimo
Transporte público	2	48	420	640	290	1400	Octavo
Comunicaciones	2	36	225	760	495	1518	Tercero
Seguridad	0	32	114	764	695	1605	Segundo
Infraestructura turística	1	18	99	732	790	1640	Primero
Servicios médicos	25	148	174	592	395	1334	Noveno

Figura 15

Infraestructura residentes tabulación de orden



Análisis de resultados

Para mejor comprensión, se decidió realizar una tabulación de orden, en donde se tomaron todos los datos de la tabla 4 y se multiplicó cada uno de estos por cantidades numéricas del 1 al 5 según correspondía (1: nada satisfecho, 2: poco satisfecho, 3: neutral, 4: muy satisfecho y 5: totalmente satisfecho). A partir de esto se pudo realizar la tabla 4 la cual dio origen a la figura 15. Como resultado se determinó que, dentro de la infraestructura, los residentes muestran mayor satisfacción con los servicios de: infraestructura turística, seguridad y comunicaciones. Siendo los de menor satisfacción: alcantarillado, transporte público, servicios médicos y vías de acceso. Finalmente, los servicios de agua potable, luz eléctrica y telefonía fija se mantienen en un margen similar de satisfacción donde no son muy altos, pero tampoco muy bajos.

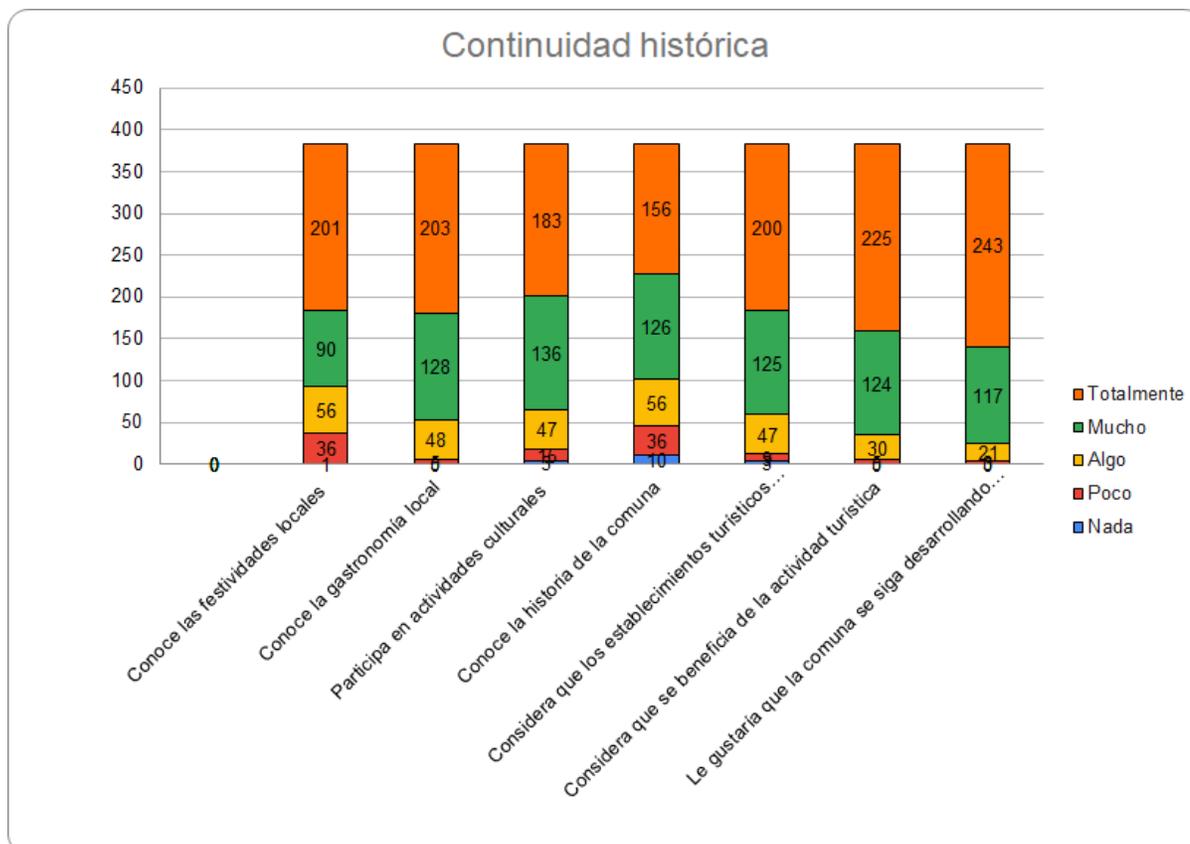
Tabulación de continuidad histórica de los residentes encuestados

Pregunta 10 - Continuidad histórica

Tabla 6

Continuidad histórica residentes

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Conoce las festividades locales	1	36	56	90	201
Conoce la gastronomía local	0	5	48	128	203
Participa en actividades culturales	3	15	47	136	183
Conoce la historia de la comuna	10	36	56	126	156
Considera que los establecimientos turísticos fomentan la cultura	3	9	47	125	200
Considera que se beneficia de la actividad turística	0	5	30	124	225
Le gustaría que la comuna se siga desarrollando turísticamente	0	3	21	117	243

Figura 16*Continuidad histórica residentes***Análisis de resultados**

En la tabla 6 y figura 16 se deducen los resultados acerca de los diferentes parámetros de la continuidad histórica, donde se utilizó una escala de Likert de nada a totalmente para diferentes aspectos como para la continuidad de los mismos. La población residencial de Montaña en su mayoría concordó en conocer las festividades, gastronomía e historia local totalmente, así como también su participación y agrado por la actividad turística.

Las cifras obtenidas en esta pregunta son de suma importancia para el desarrollo de la investigación, ya que se pudo observar claramente el conocimiento que los residentes poseen sobre las diferentes actividades locales, así como también la participación en las mismas. De igual manera, se debe destacar la actividad turística como promotora de cultura y como actividad primordial de desarrollo no solo cultural sino también económico.

Tabulación de interculturalidad de los residentes encuestados

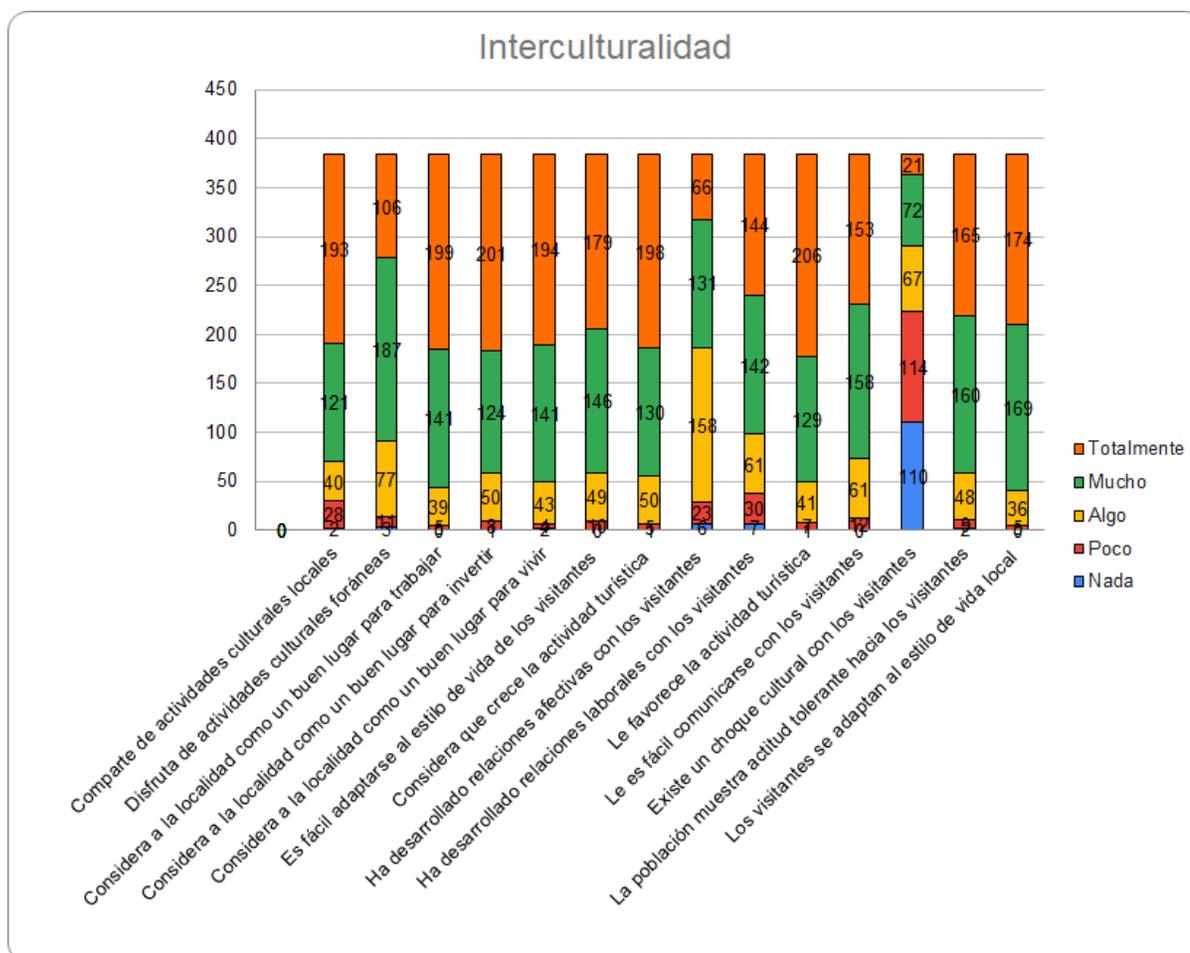
Pregunta 11 - Interculturalidad

Tabla 7

Interculturalidad residentes

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Comparte de actividades culturales locales	2	28	40	121	193
Disfruta de actividades culturales foráneas	3	11	77	187	106
Considera a la localidad como un buen lugar para trabajar	0	5	39	141	199
Considera a la localidad como un buen lugar para invertir	1	8	50	124	201
Considera a la localidad como un buen lugar para vivir	2	4	43	141	194
Es fácil adaptarse al estilo de vida de los visitantes	0	10	49	146	179
Considera que crece la actividad turística	1	5	50	130	198

Ha desarrollado relaciones afectivas con los visitantes	6	23	158	131	66
Ha desarrollado relaciones laborales con los visitantes	7	30	61	142	144
Le favorece la actividad turística	1	7	41	129	206
Le es fácil comunicarse con los visitantes	0	12	61	158	153
Existe un choque cultural con los visitantes	110	114	67	72	21
La población muestra actitud tolerante hacia los visitantes	2	9	48	160	165
Los visitantes se adaptan al estilo de vida local	0	5	36	169	174

Figura 17*Interculturalidad residentes***Análisis de resultados**

Como se puede observar en la tabla 7 y figura 17, se realizó un análisis general de diversos aspectos interculturales a la percepción de los residentes encuestados. En definitiva, se deduce que los pobladores si disfrutaban de actividades culturales foráneas, sin embargo, prefieren compartir de actividades culturales locales. Asimismo, la mayor parte de residentes concuerdan con resultados favorables que la comuna es un buen lugar para trabajar, invertir y vivir.

Por un lado, la mayor parte de encuestados piensan que es fácil adaptarse al estilo de vida de los visitantes y comunicarse con ellos, mostrando así que la mayoría de pobladores es tolerante y no logran verse afectados por el intercambio, haciendo énfasis en que el choque cultural dentro de la comuna no es muy elevado. Por otro lado, es notable que los residentes consideran también que los visitantes se adaptan fácilmente al estilo de vida local.

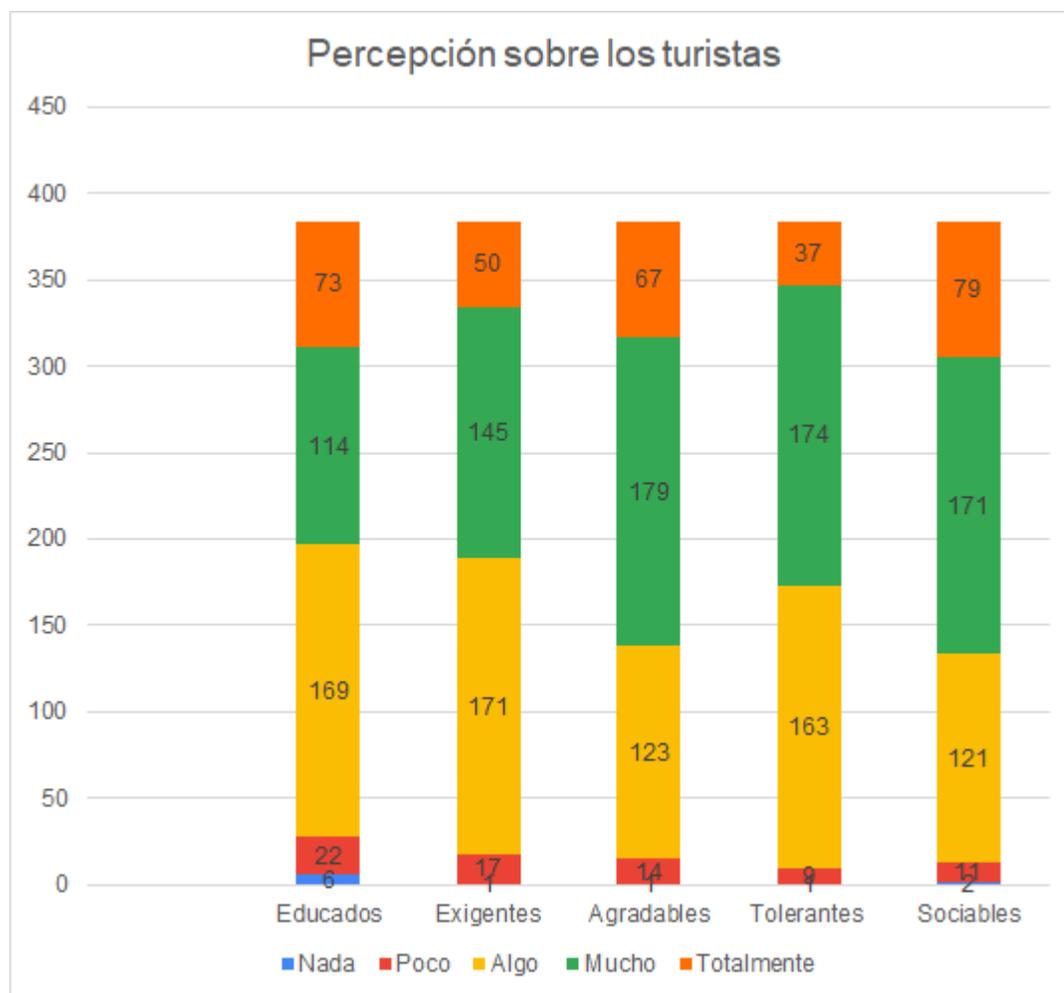
Cabe destacar, con respecto a las relaciones interpersonales que pueden desarrollar los turistas y los residentes se determinó que los pobladores, tienen más afinidad en desarrollar relaciones laborales antes que afectivas. Finalmente, referente a la actividad turística, más del 50% de los encuestados determinó que la actividad turística crece dentro de la comuna y que ellos se benefician mucho de esto.

Pregunta 12 - Percepción sobre los turistas

Tabla 8

Percepción sobre los turistas

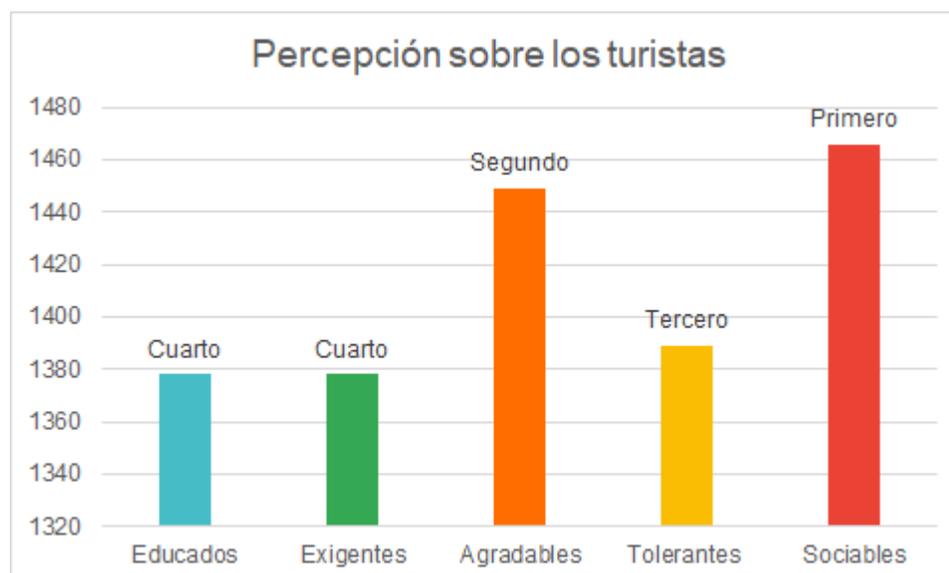
	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Educados	6	22	169	114	73
Exigentes	1	17	171	145	50
Agradables	1	14	123	179	67
Tolerantes	1	9	163	174	37
Sociables	2	11	121	171	79

Figura 18*Percepción sobre los turistas***Análisis de resultados**

Para conocer sobre la percepción que los residentes tienen sobre los turistas, se realizó también una escala de Likert (tabla 8), donde se colocaron diferentes cualidades para que los pobladores puedan apreciarlos según su perspectiva. Las 5 diferentes cualidades utilizadas fueron aspectos positivos que se vieron calificados favorablemente por los residentes (figura 18).

Tabla 9*Percepción sobre los turistas tabulación de orden*

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente	Total	Orden
Educados	6	44	507	456	365	1378	Cuarto
Exigentes	1	34	513	580	250	1378	Cuarto
Agradables	1	28	369	716	335	1449	Segundo
Tolerantes	1	18	489	696	185	1389	Tercero
Sociables	2	22	363	684	395	1466	Primero

Figura 19*Percepción sobre los turistas tabulación de orden*

Análisis de resultados

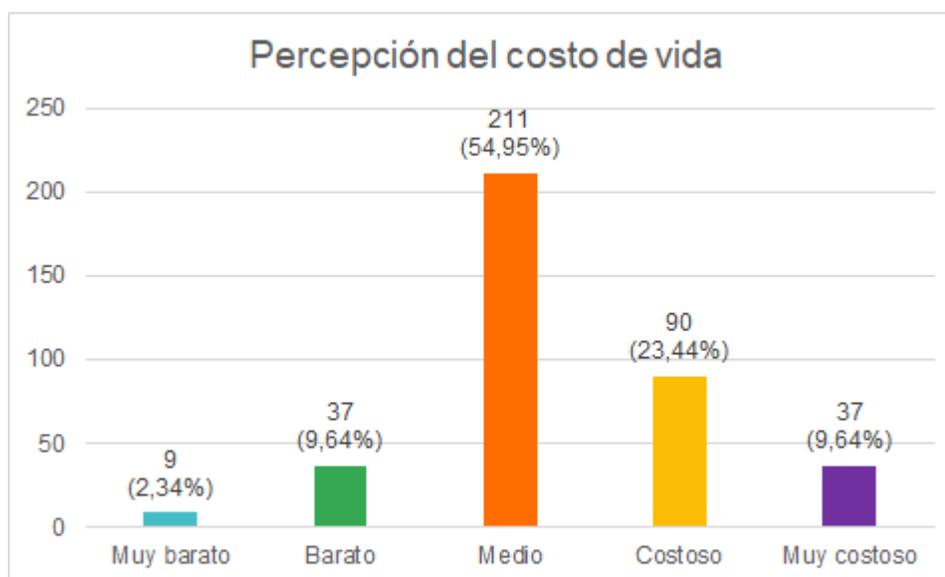
Para más detalle, se realizó la tabla 9 mediante tabulación de orden como ya se vio en tablas anteriores. Lo que se determinó con esto y como bien se puede observar en la figura 19, la percepción que tienen los residentes sobre los turistas que los visitan en su mayoría es que son personas sociables, seguido por la cualidad de agradables y tolerantes. Por último, con una perspectiva equivalente, se deduce que son educados al igual que exigentes.

Tabulación de la percepción del costo de vida de los residentes encuestados

Pregunta 13 - Percepción del costo de vida

Figura 20

Percepción del costo de vida residentes



Análisis de resultados

Como se puede observar en la figura 20, en una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 era muy barato y 5 muy costoso, la mayoría de residentes encuestados decidieron que el costo de vida en la Comuna de Montañita es medio, con un total de 211 personas encuestadas (54,95%), determinando que no es muy barato pero tampoco muy costoso. Por lo que se precisa que se puede llevar un estilo de vida dentro de lo habitual con respecto al nivel socioeconómico de la población. Sin embargo, si se hace una comparación con respecto a costoso y barato, se señala en su mayoría que los pobladores perciben a la comuna sobre un nivel medio, precisando que puede llegar a ser costoso y muy costoso el costo de vida dentro de la localidad.

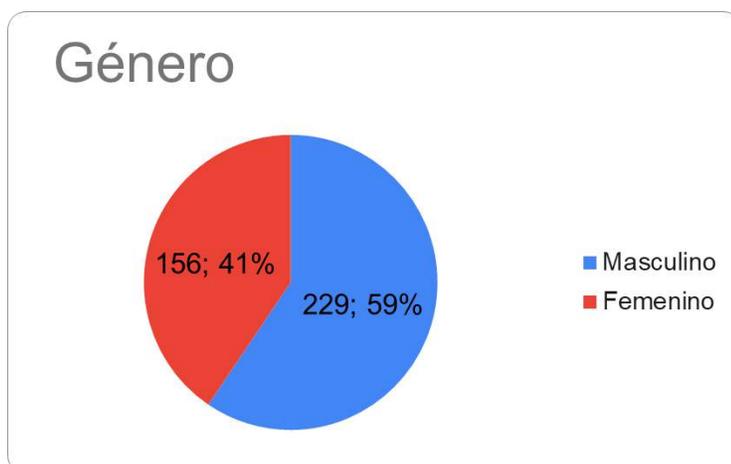
Análisis de resultados turistas

Tabulación de datos generales

Pregunta 1 - Género

Figura 21

Género turistas



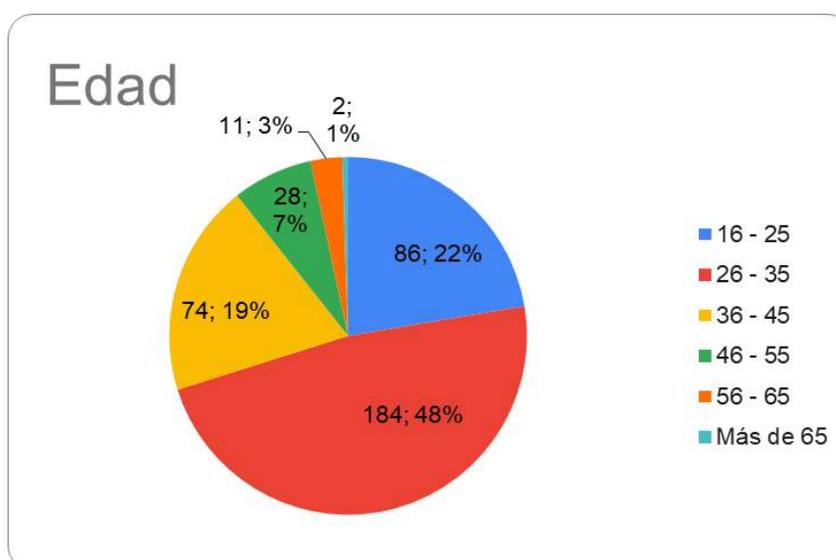
Análisis de resultados

Con relación a los datos obtenidos con 385 encuestas (figura 21) se deduce que existe una frecuencia mayor de turistas de género masculino con una diferencia del 18%, sin embargo, no es una cifra de diferencia relevante por ende se puede decir que es un destino enfocado a ambos géneros, además se agrega que no existen turistas que se reconozcan fuera de los dos géneros mencionados dentro del cuadro estudiado.

Pregunta 2 – Edad

Figura 22

Edad turistas



Análisis de resultados

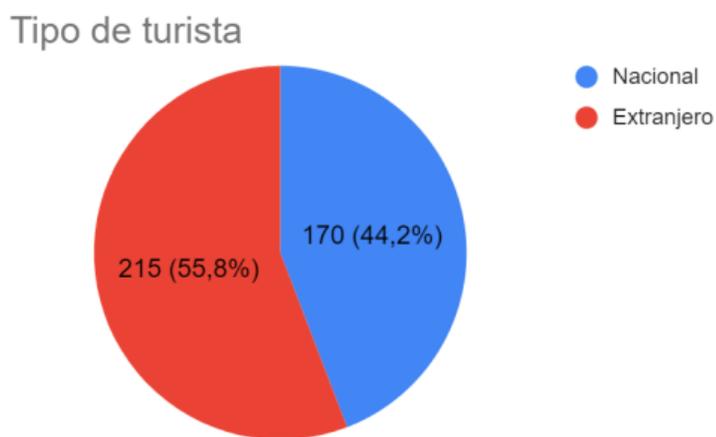
De los 385 encuestados respecto a la edad (figura 22) se deduce que la mayoría de personas que visitan la localidad son jóvenes adultos lo que hace que el destino esté direccionado para ellos, son personas que tienen poder adquisitivo, además son quienes se mostraron más prestos a realizar la encuesta y tienen un mayor interés por el destino, sin embargo, también existen personas adolescentes y mayores

que visitan Montañita lo que podría permitir que se dé inicio a nuevos segmentos de mercado como ofertas turística en la zona.

Pregunta 3 – Tipo de turista

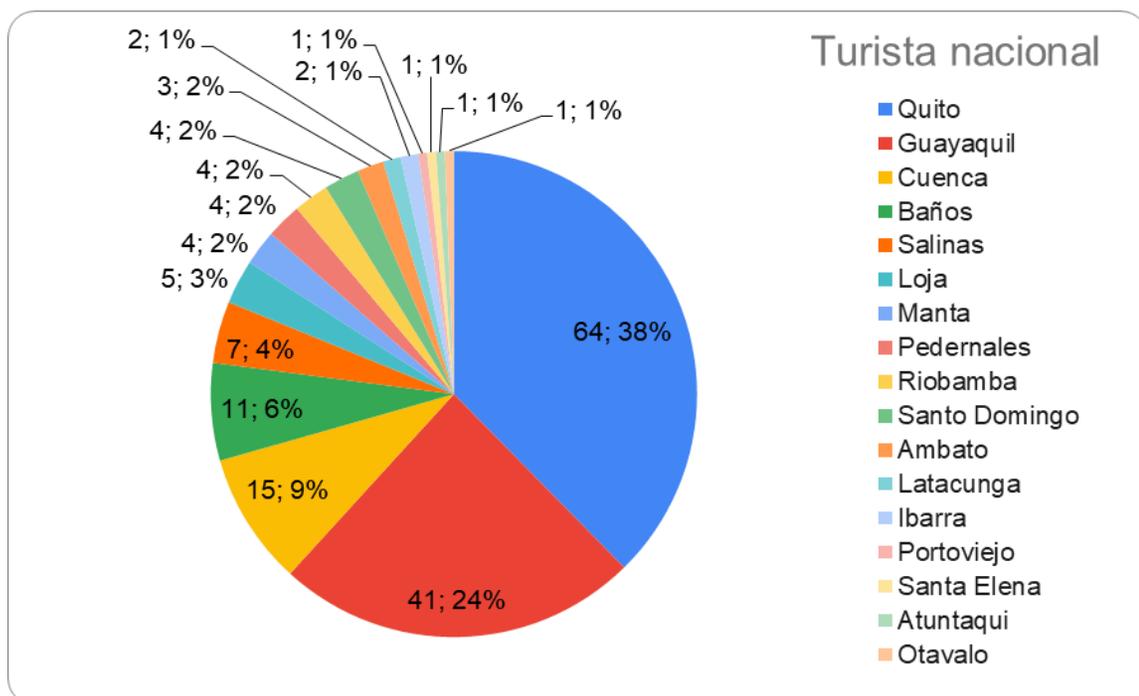
Figura 22

Tipo de turista

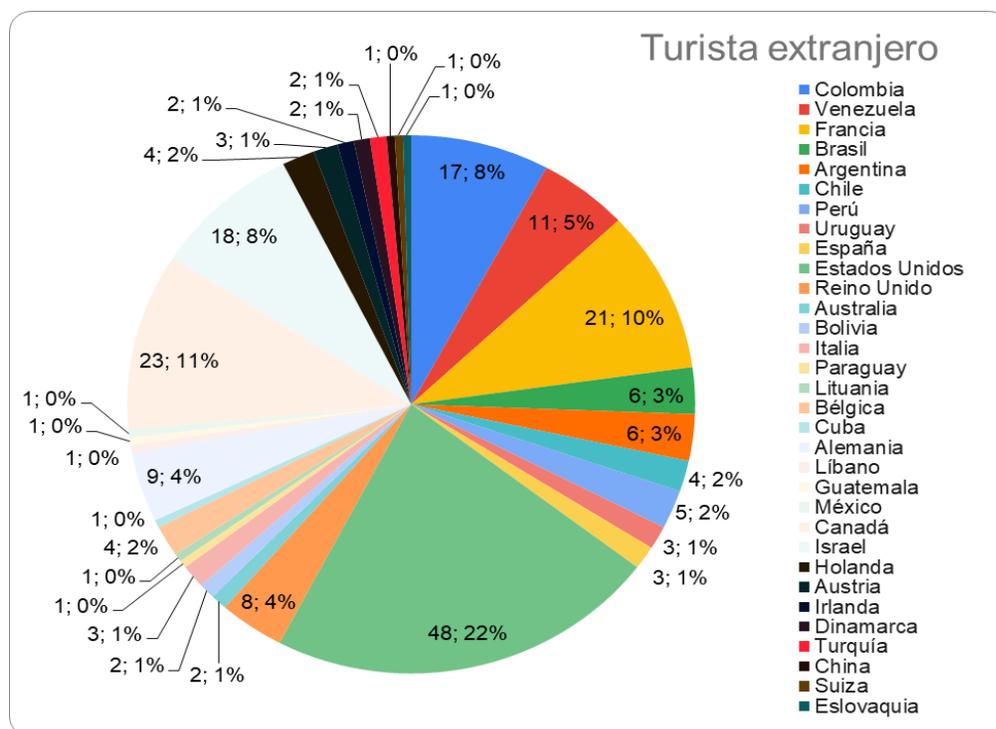


Análisis de resultados

De 385 encuestas realizadas se tiene como resultado (figura 22) se evidencia que Montañita es un destino turístico tanto para nacionales como para extranjeros, a pesar de que el turismo extranjero prima con un 55,8% dentro de la localidad existe un número considerable de turismo nacional, por ende se puede decir que Montañita ofrece una oferta atractiva para ambos tipos de turista, además de que puede promocionarse tanto a nivel nacional como internacional ; es importante reconocer que por la afluencia de extranjeros la localidad debe manejar conocimiento en idiomas.

Figura 23*Origen turistas nacionales***Análisis de resultados**

Dentro de los turistas nacionales que corresponden a 170 personas encuestadas se evidencian lo siguiente con respecto a su origen (figura 23), que la mayoría de turistas nacionales que llegan a Montañita son de Quito y Guayaquil siendo estas las ciudades más grandes del país seguidas de Cuenca siendo estos los puntos donde se tiene un mayor público objetivo, además se evidencia que vienen turistas de todo el Ecuador y que la localidad de Montañita a nivel turístico es de conocimiento nacional tanto en la región Costa como en la Sierra, no se encuentran turistas de la región Amazónica ni Galápagos lo que presume podría ser por la distancia, los circuitos de transporte y el poder adquisitivo.

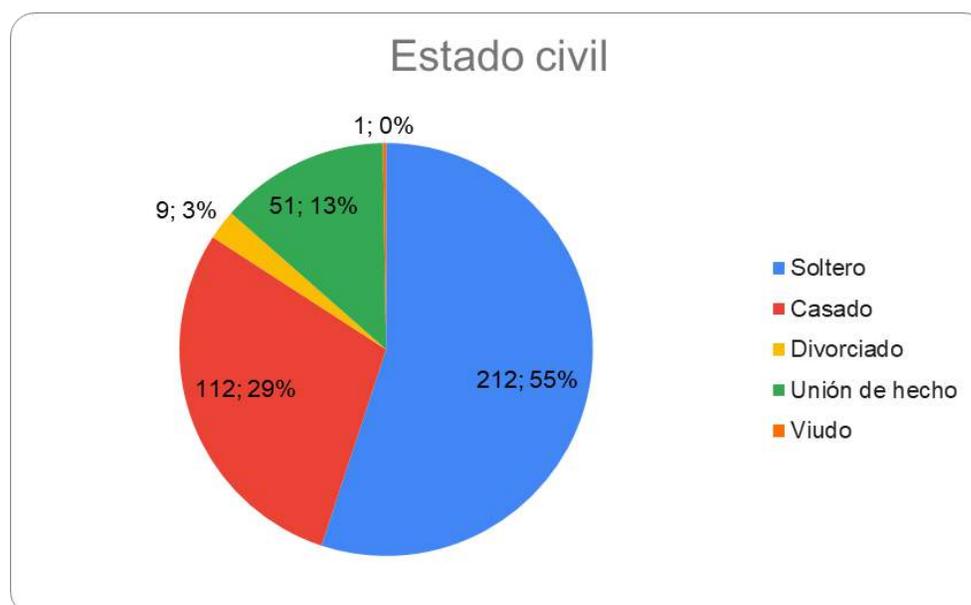
Figura 24*Origen turistas extranjeros***Análisis de resultados**

Respecto al origen de los 215 turistas extranjeros encuestados se tiene como resultado (figura 24) que el 22% es de Estados Unidos, el 11% de Canadá, el 10% de Francia, 8% de Israel y también un 8% de Colombia, siendo estos los países con mayor participación en las encuestas realizadas; con los datos mencionados se muestra que Montañita es un destino que tiene turistas de alrededor del mundo y que es conocido de manera internacional, se destaca de forma relevante la llegada de turistas del Norte de América siendo este un segmento objetivo, sin embargo, existe una variedad grande de países de origen, por lo que se puede decir que Montañita recibe personas de todas las culturas y nacionalidades lo que hace que este lugar sea un espacio de intercambio cultural evidente.

Pregunta 4 - Estado civil

Figura 25

Estado civil turistas



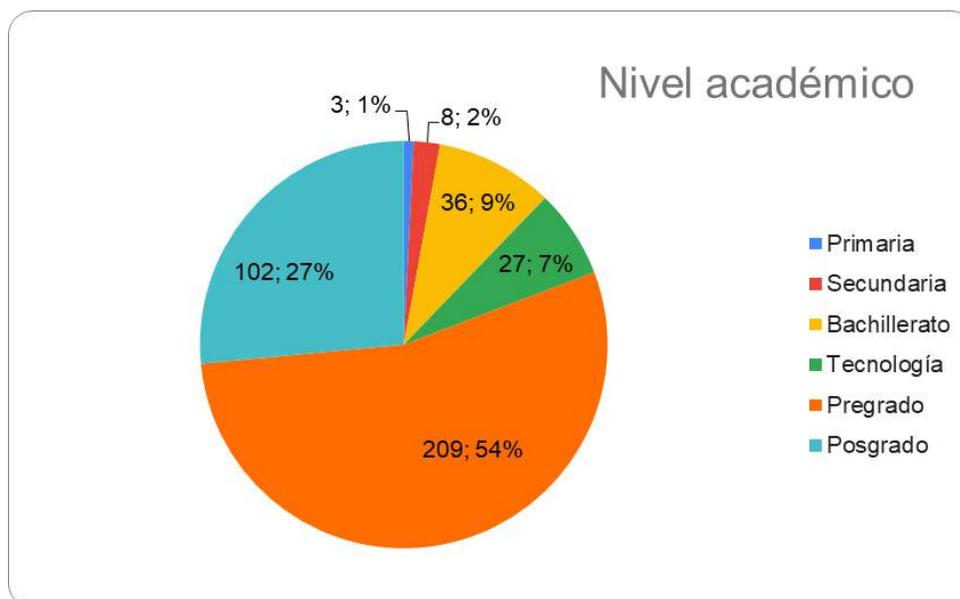
Análisis de resultados

El estado civil de los turistas con respecto a los 385 encuestados (figura 25) Se evidencia que la mayoría de personas que visitan la localidad son solteras y que Montañita es un destino para este segmento de mercado principalmente, sin embargo, se tiene un número relevante entre personas casadas y de unión de hecho lo que significa que también es un lugar atractivo para parejas.

Pregunta 5 - Nivel de estudios

Figura 26

Nivel académico turistas



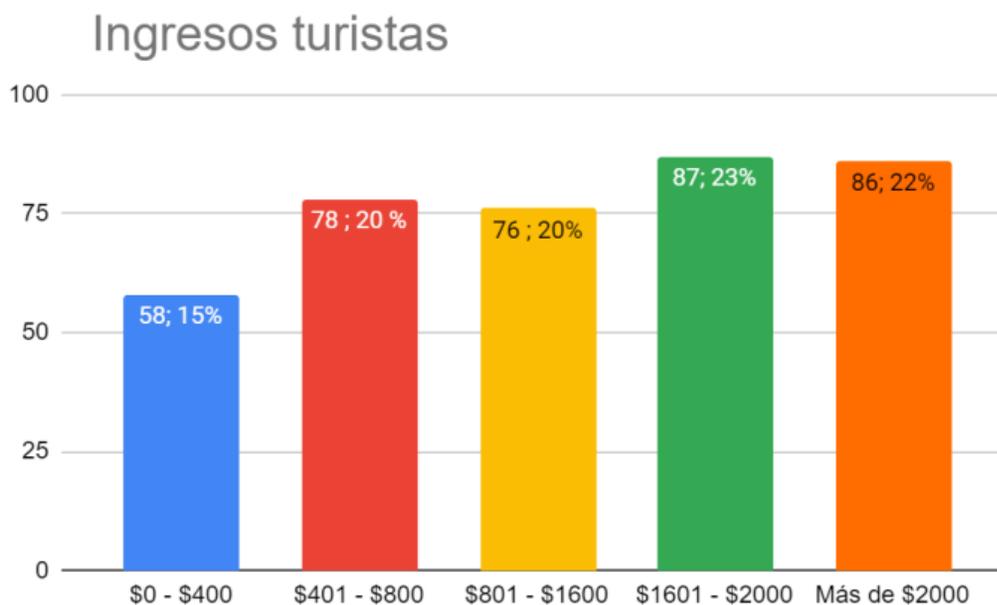
Análisis de resultados

De los 385 turistas encuestados (figura 26) se deduce que la mayoría de turistas que llegan a Montañita con más del 70 % son personas que tienen un nivel académico alto o que tienen estudios superiores, por ende, tienen un poder adquisitivo representativo, mientras que una poca parte de los encuestados tienen un nivel académico bajo, siendo casi nula el nivel académico de primaria y secundaria es así que la promoción del destino debe direccionarse a este mercado meta.

Pregunta 6 - Nivel de ingresos

Figura 27

Ingresos turistas



Análisis de resultados

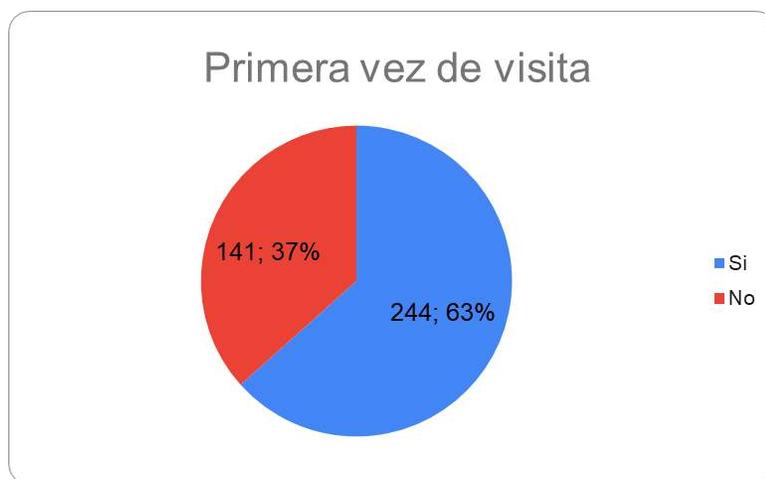
De las 385 encuestas realizadas a turistas (figura 27) se deduce que una gran parte de la población tiene poder adquisitivo arriba de los 800 dólares mensuales, por ende, son personas que pueden dejar considerables divisas en la localidad, además esto ayuda a que se puedan estandarizar precios, sin embargo, al existir turistas que no cuentan con el mismo nivel de ingresos debe existir una diversidad de precios para así dirigirse a todos los turistas.

Tabulación de información turística de los turistas encuestados

Pregunta 7- Primera vez

Figura 28

Primera vez de visita



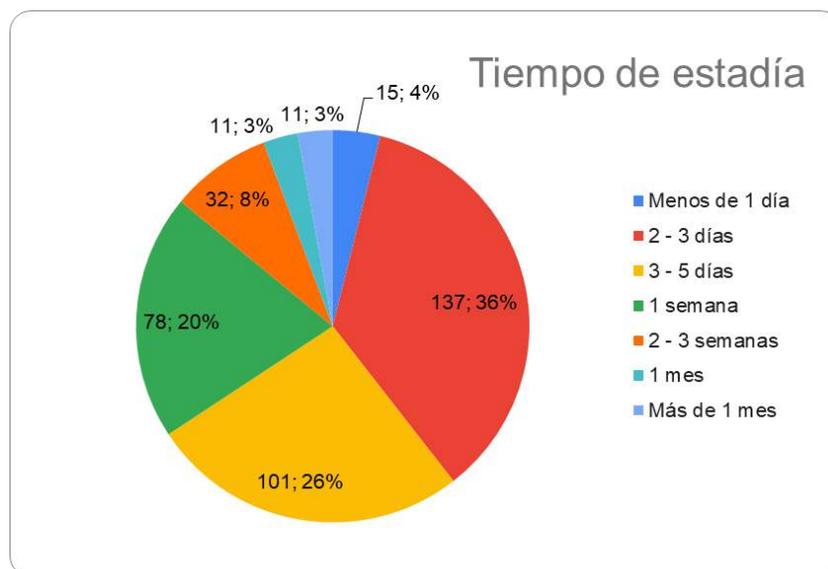
Análisis de resultados

De los 385 turistas encuestados se deduce que la mayoría de turistas que llegan son personas que tienen por primera vez experiencia con el destino dando a entender que montaña cuenta con nuevos turistas paulatinamente, además un número considerable de las personas encuestadas decidieron regresar siendo Montaña un lugar de retorno.

Pregunta 8 - Tiempo de estadía

Figura 29

Tiempo de estadía



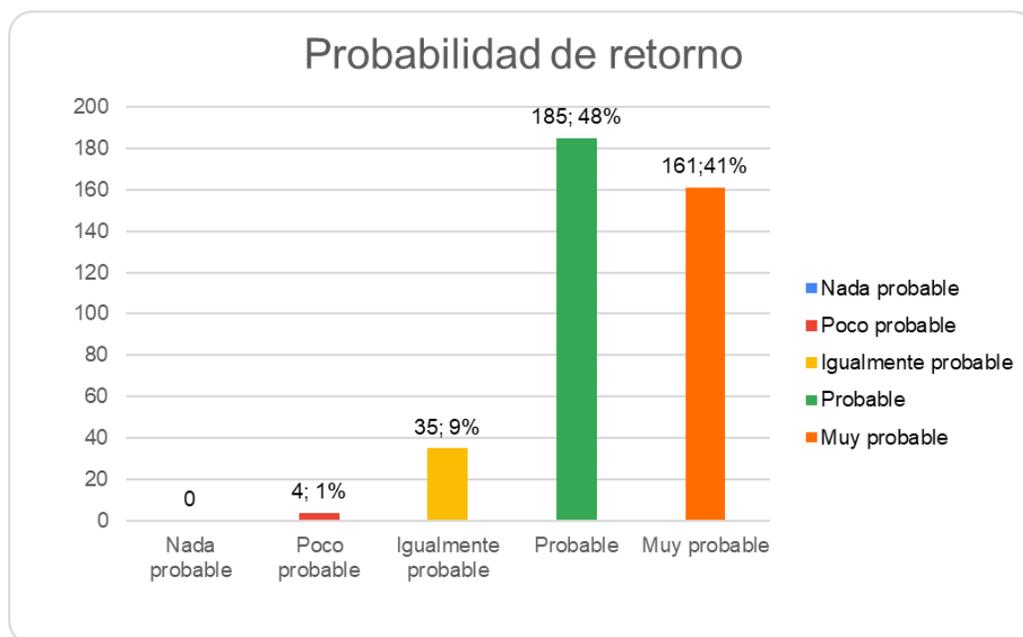
Análisis de resultados

De los 385 turistas encuestados (figura 29) se evidencia que la mayoría, 238 personas, el 62%, mantienen una estadía de entre 2 hasta 5 días entonces se puede decir que Montañita es un lugar que de manera constante recibe turistas, incluso tiene turistas que extienden su visita a un mes o más de un mes, muy pocas personas lo tienen como un lugar de paso, de menos de un día.

Pregunta 9 - Probabilidad de retorno

Figura 30

Probabilidad de retorno



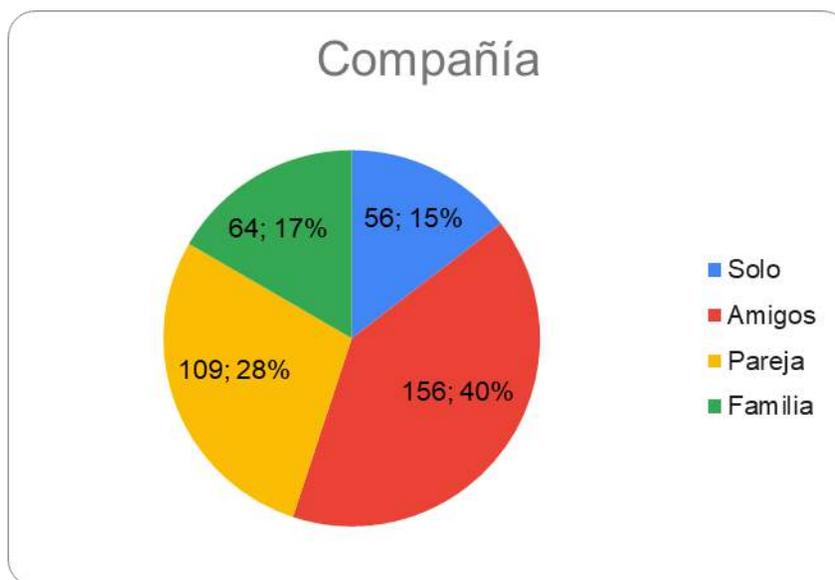
Análisis de resultados

De 385 encuestas realizadas el 48%, 185 personas (figura 30) señalan que es probable que retornen a la localidad, se puede concluir que la mayoría de turistas encuestados tiene una probabilidad alta de retorno, por ende, se reconoce que Montañita es un destino que deja buenas expectativas y experiencias a los visitantes para que ellos consideren su retorno en escala de probable y muy probable.

Pregunta 10 - Compañía

Figura 31

Compañía



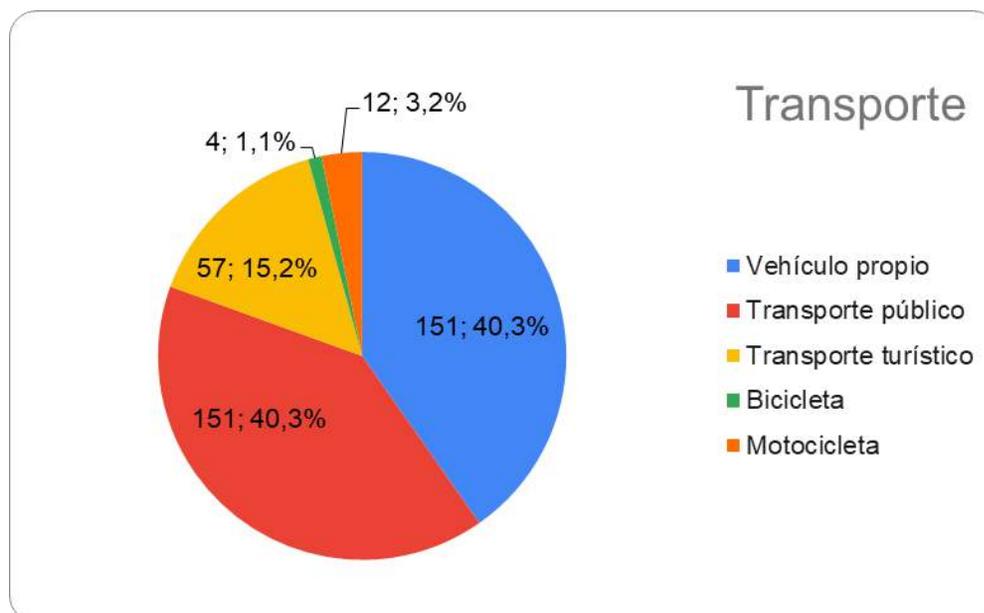
Análisis de resultados

De las 156 encuestas realizadas se obtiene como resultado que (figura 31) 156 personas que son el 40 % de turistas encuestados viajan con amigos, con lo mencionado se evidencia que Montañita es un destino turístico para viajar con amigos en su mayoría, además existe un porcentaje grande de parejas que llegan a la localidad incluso familias y personas solas, por ende, se puede decir que existe un mercado amplio para poder diversificar la oferta turística de la zona.

Pregunta 11 - Medio de transporte

Figura 32

Transporte turistas



Análisis de resultados

De 385 encuestados se tiene como resultado que el medio de transporte (figura 32) para llegar a la localidad del 40,3 % que son 151 personas fue en vehículo propio y el otro 40,3 % ocupó el transporte público, con los datos obtenidos se puede decir que existe la misma cantidad de personas que viajan en vehículo propio como en transporte público a la localidad, por ende, las vías de acceso deben estar en buenas condiciones y debe haber varias frecuencias de transporte público.

Pregunta 12 - Motivación

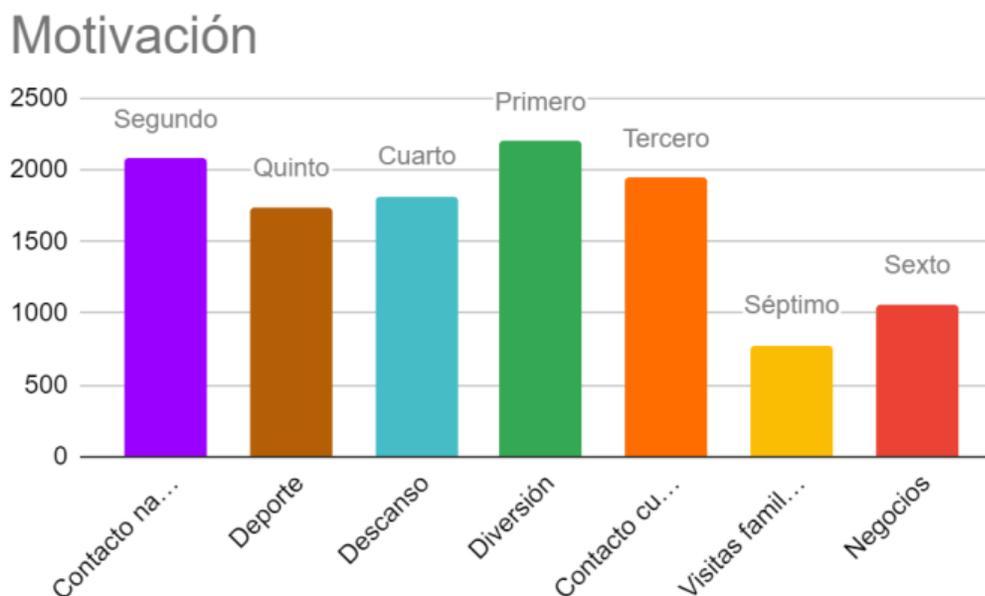
Tabla 10

Motivo de viaje turistas

	7	6	5	4	3	2	1	Total	Orden
Contacto naturaleza	784	540	400	268	66	16	4	2078	Segundo
Deporte	357	510	355	248	186	62	23	1741	Quinto
Descanso	476	384	405	320	183	36	13	1817	Cuarto
Diversión	1162	546	220	172	54	36	5	2195	Primero
Contacto cultural	427	690	450	236	96	34	11	1944	Tercero
Visitas familiares	112	168	70	44	63	60	264	781	Séptimo
Negocios	217	144	115	108	132	220	126	1062	Sexto

Figura 33

Motivación turistas tabulación de orden



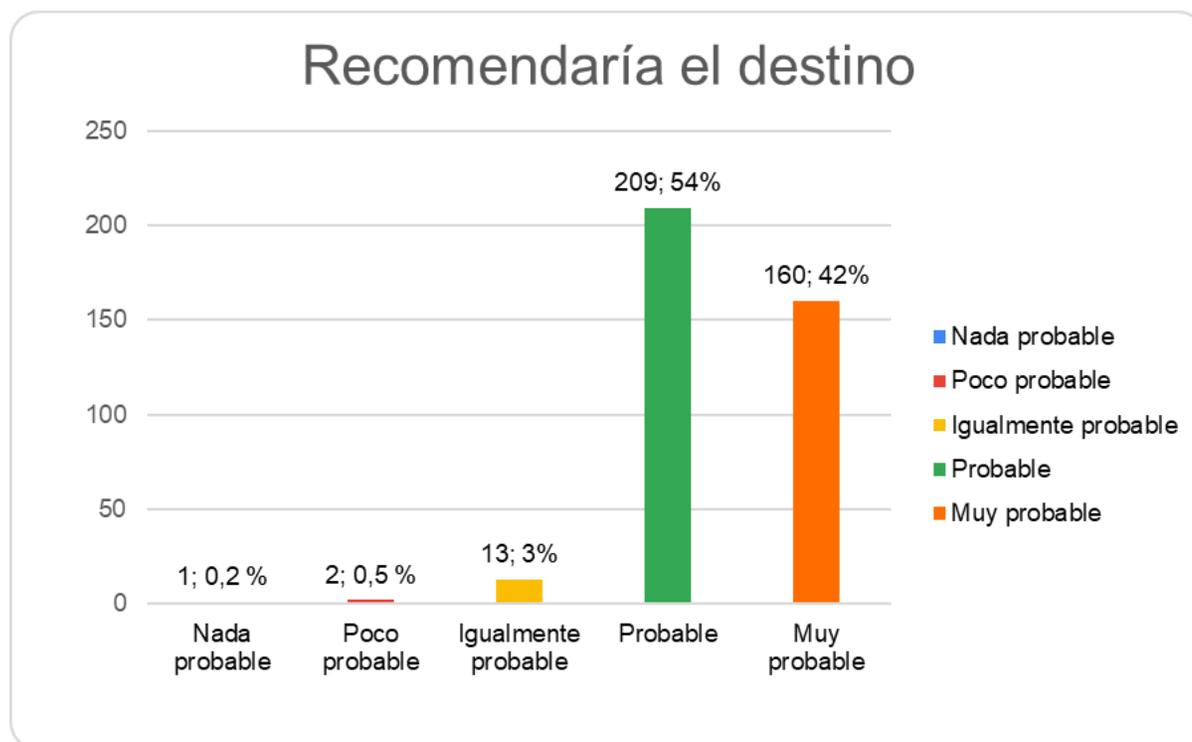
Análisis de resultados

De los 385 encuestados con respecto a la motivación de viaje se usó la tabulación de orden tabla 9 que ayuda a poner en escala todos los resultados, en donde se tomaron todos los datos y se multiplicó cada uno de estos por cantidades numéricas del 1 al 7 según correspondía el orden de motivación, con ellos se puede decir que la principal motivación de viaje (figura 33) de los turistas hacia la localidad de Montañita es la diversión, la segunda es el contacto con la naturaleza, la tercera el contacto cultural, seguido del descanso, el deporte, los negocios y por último las visitas a familiares respectivamente. Con los resultados mencionados se evidencia las áreas que más interés representan a los turistas por ende son una base para innovar y mantener la oferta turística.

Pregunta 13. Recomendaría el destino

Figura 34

Recomendación del destino



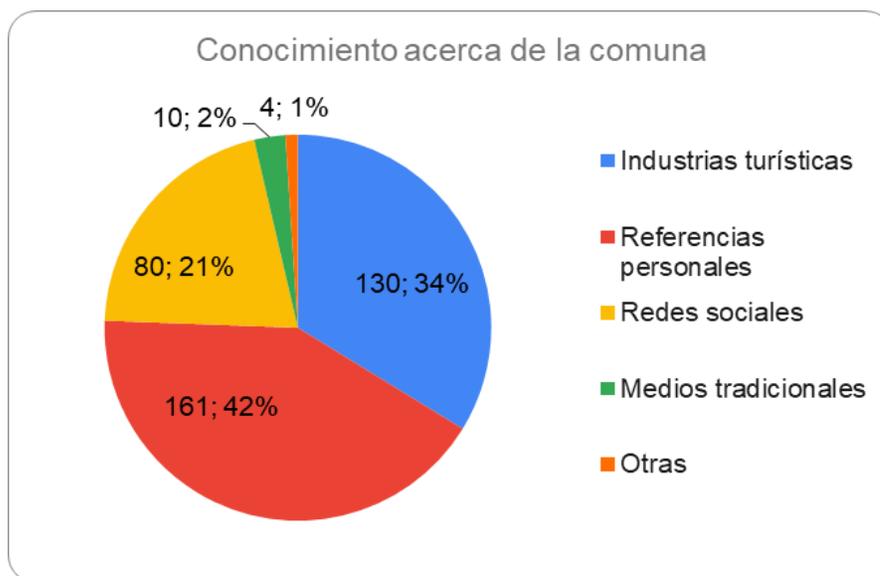
Análisis de resultados

Respecto a los 385 turistas encuestados (figura 34) el 96 % de las personas se encuentran entre probable y muy probable, se puede decir que la mayoría de turistas se encuentran convencidos de recomendar a sus amigos o familiares visitar la localidad, por ende, esto crea una red de publicidad que provoca que el turismo siga creciendo dentro de la comuna. Pocas son las personas que no están seguras de recomendar o que no recomendarían visitar el lugar, no representa un valor significativo a comparación de los turistas que están convencidos.

Pregunta 14. Cómo conoció la comuna

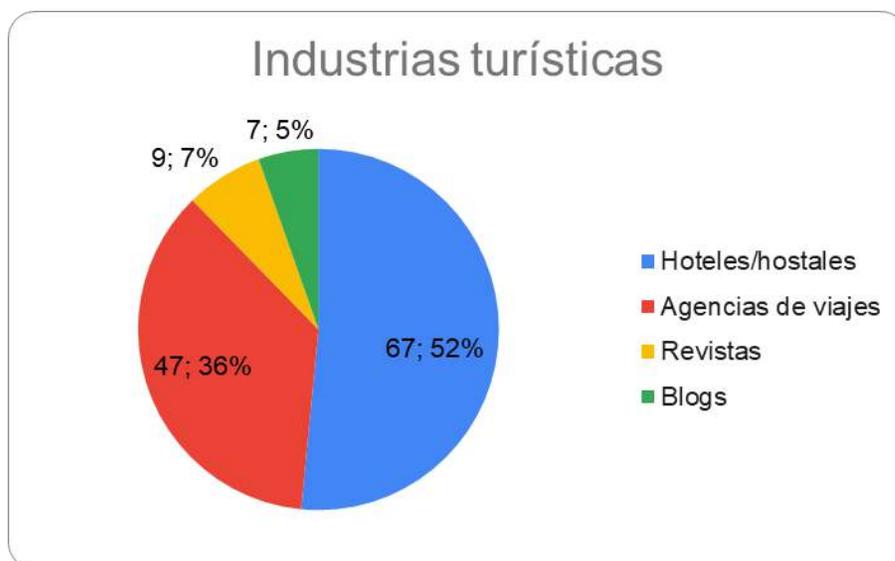
Figura 35

Cómo conoció la comuna

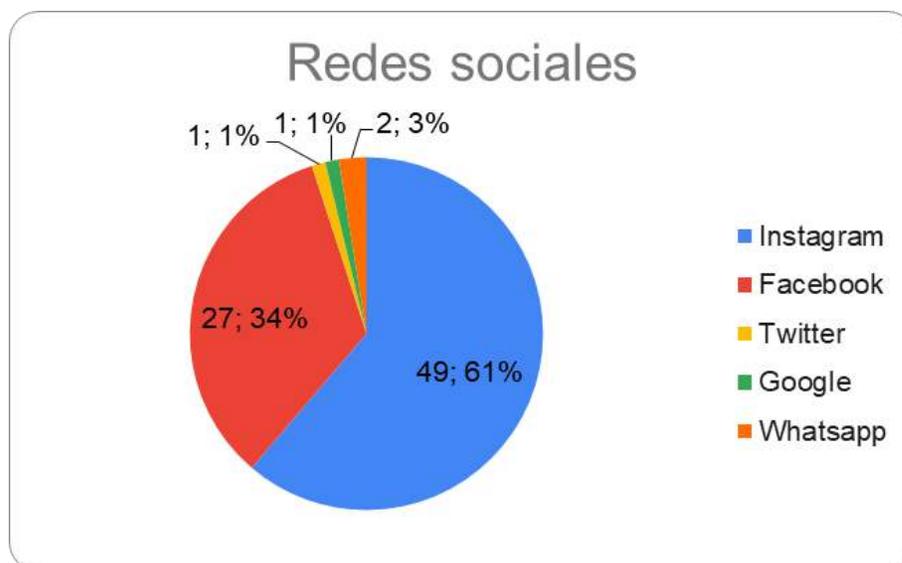


Análisis de resultados

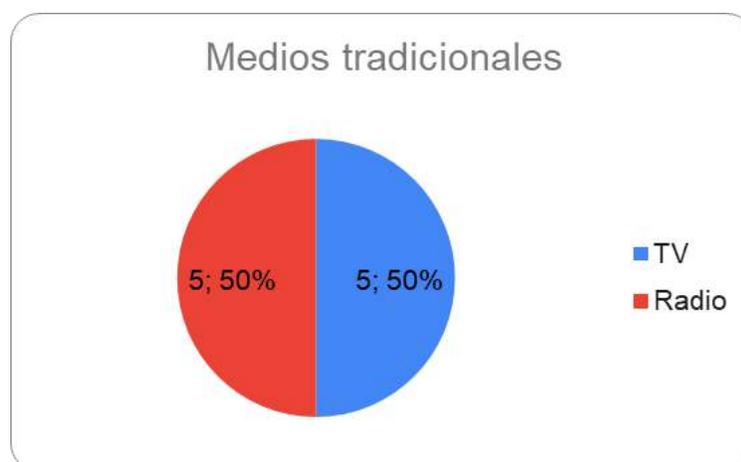
De acuerdo a los resultados obtenidos de las 385 encuestas realizadas se evidencia que el mejor medio para conocer la localidad son las referencias es decir el “boca a boca” con un alto porcentaje, además que las industrias turísticas tienen un buen nivel de alcance, así como también las redes sociales dejando de lado los medios tradicionales. Dado esto es necesario la satisfacción y experiencia de los turistas como punto de partida para llegar a más personas alrededor del país como del mundo.

Figura 36*Industrias turísticas***Análisis de resultado**

Dentro de las industrias turísticas que se encuentran en los medios por los cuales los turistas conocieron el destino (figura 36) tiene mayor participación de difusión de información la industria hotelera, es decir es uno de los medios más eficiente por las referencias y recomendaciones de viaje que se dan a los turistas que hacen ocupación de sus instalaciones, además las agencias de viajes siguen dentro de los medios principales de información dentro del sector turístico.

Figura 37*Redes sociales***Análisis de resultados**

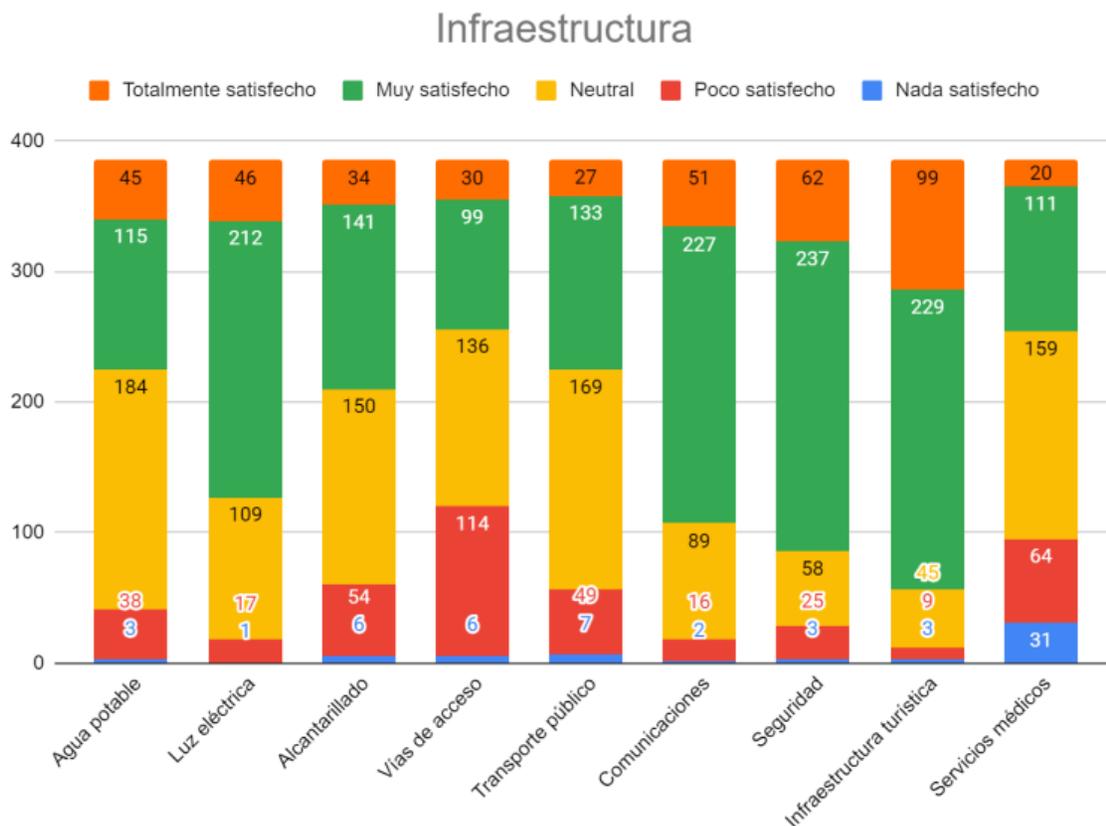
Dentro de las redes sociales (figura 37) encontramos que los mejores medios para dar a conocer la localidad sería Instagram que es la red por la cual más turistas conocieron la localidad, seguido de Facebook. Las campañas de publicidad como la distinta información de la localidad deben enfocarse en estos dos medios para su conocimiento y difusión. Se reconoce que los residentes si se encuentran familiarizados con este medio, así como también se puede decir que Montañita es un lugar que es publicado en redes.

Figura 38*Medios tradicionales***Análisis de resultados**

Dentro de los medios tradicionales (figura 38) se evidencia que la televisión como la radio tiene la misma participación y alcance dentro las respuestas, se llega al resultado de que los medios tradicionales no tienen alcance significativo en la actualidad.

Tabulación infraestructura de los turistas encuestados**Pregunta 15 - Infraestructura****Tabla 11***Infraestructura turistas*

	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Neutral	Muy satisfecho	Totalmente satisfecho
Agua potable	3	38	184	115	45
Luz eléctrica	1	17	109	212	46
Alcantarillado	6	54	150	141	34
Vías de acceso	6	114	136	99	30
Transporte público	7	49	169	133	27
Comunicaciones	2	16	89	227	51
Seguridad	3	25	58	237	62
Infraestructura turística	3	9	45	229	99
Servicios médicos	31	64	159	111	20

Figura 39*Infraestructura turistas***Análisis de resultados**

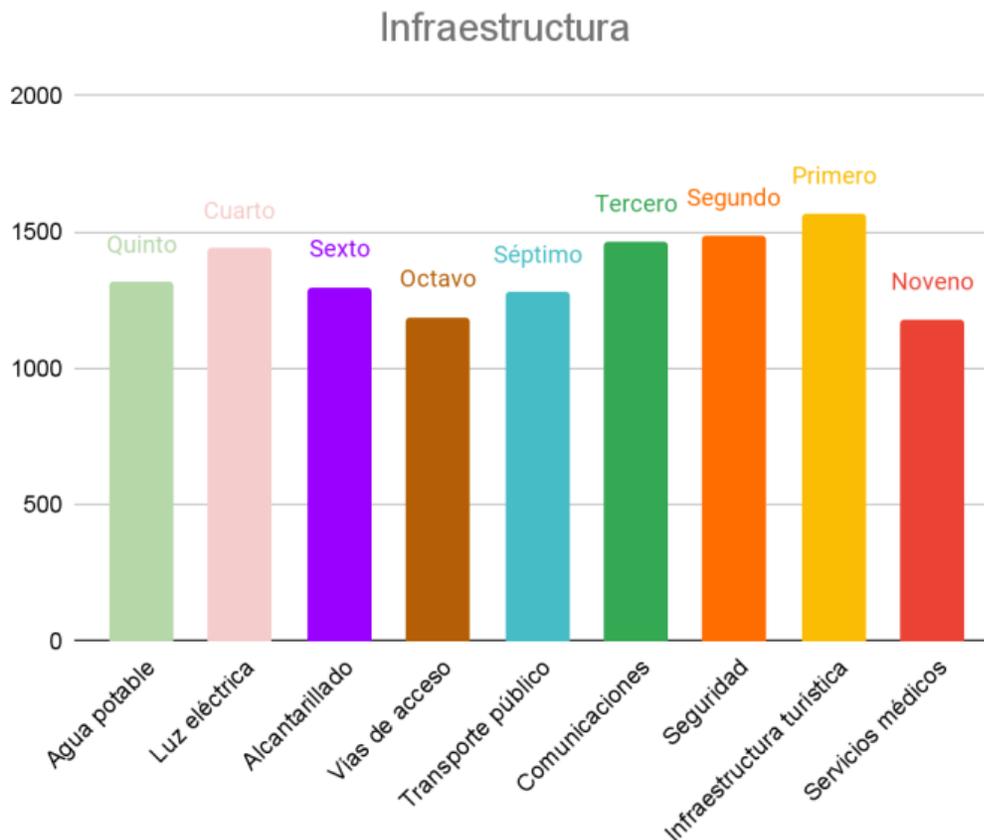
De las 385 encuestas realizadas a turistas dentro del nivel de satisfacción (figura 39)(tabla 11) los servicios que se contemplan en la infraestructura tenemos como resultado que existen pocas respuestas dentro de las opciones de “totalmente satisfechos” y “poco o nada satisfechos” entonces se puede evidenciar que la mayoría se encuentra dentro del rango de “muy satisfechos” o “neutral” lo que nos dice que en su mayoría los turistas están conformes con los servicios presentados o que no existe una brecha muy grande para la mejora de estos servicios. Para verlo de forma más detallada se presenta lo siguiente:

Tabla 12*Infraestructura turistas tabulación de orden*

	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Neutral	Muy satisfecho	Totalmente satisfecho	Total	Orden
Agua potable	3	76	552	460	225	1316	Quinto
Luz eléctrica	1	34	327	848	230	1440	Cuarto
Alcantarillado	6	108	450	564	170	1298	Sexto
Vías de acceso	6	228	408	396	150	1188	Octavo
Transporte público	7	98	507	532	135	1279	Séptimo
Comunicaciones	2	32	267	908	255	1464	Tercero
Seguridad	3	50	174	948	310	1485	Segundo
Infraestructura turística	3	18	135	916	495	1567	Primero
Servicios médicos	31	128	477	444	100	1180	Noveno

Figura 40

Infraestructura turistas tabulación de orden



Análisis de resultados

Para mejor comprensión, se decidió realizar una tabulación de orden (tabla 12) , en donde se tomaron todos los datos y se multiplicó cada uno de estos por cantidades numéricas del 1 al 5 según correspondía (1: nada satisfecho, 2: poco satisfecho, 3: neutral, 4: muy satisfecho y 5: totalmente satisfecho) de esta forma se obtiene que (figura 40) la infraestructura turística se encuentra en el puesto más alto de satisfacción seguido de la seguridad, comunicaciones, luz eléctrica, agua potable, alcantarillado, en los últimos lugares se encuentran las vías de acceso y los servicios médicos, por ende

estos al tener la menor puntuación son los que menos satisfacción generan en los turistas, es decir en lo que más se debe trabajar para su mejora.

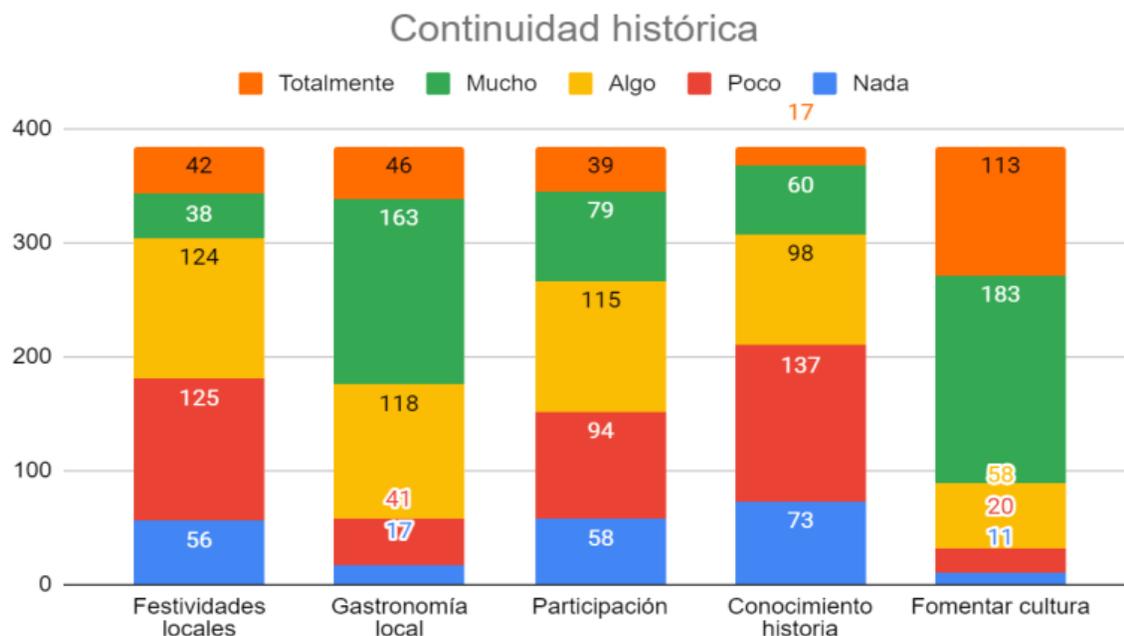
Tabulación continuidad histórica de los turistas encuestados

Pregunta 16 - Continuidad histórica

Tabla 13

Continuidad histórica turistas

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Festividades locales	56	125	124	38	42
Gastronomía local	17	41	118	163	46
Participación	58	94	115	79	39
Conocimiento historia	73	137	98	60	17
Fomentar cultura	11	20	58	183	113

Figura 41*Continuidad histórica turistas***Análisis de resultados**

De las 385 encuestas realizadas acerca de la continuidad histórica se obtiene que (tabla 13) en área de conocimientos acerca de las festividades locales 80 turista se encuentran entre mucho o totalmente, la mayoría de turistas encuestados menciona tener algo o poco conocimiento acerca de las festividades, solo 56 personas no tienen conocimiento alguno de estas. En el caso de la gastronomía se puede evidenciar que existe un alto porcentaje de turistas que tienen algo, mucho o un total conocimiento, son pocas las personas que tienen poco o nada de conocimiento. Al hablar de la participación se entiende que el rubro más alto está en “algo” es decir que existe una participación por parte de los turistas dentro de las festividades, sin embargo, esta no es muy representativa; en el caso del conocimiento acerca de la historia de la comuna se puede evidenciar que la mayoría de turistas no conoce sobre la misma a pesar de que

mencionan que se fomenta mucho la cultura en la zona (figura 41). Dando estos resultados se reconoce que existe una falencia en la parte histórica, así también, se debe dar a conocer mejor las festividades de la zona y fomentar la participación de los turistas.

Tabulación interculturalidad de los turistas encuestados

Pregunta 17 - Interculturalidad

Tabla 14

Interculturalidad turistas

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Compartir lugar procedencia	35	57	139	92	62
Trabajar y/o invertir	8	21	72	221	63
Propicio para vivir	9	31	94	189	62
Fácil adaptarse	5	24	69	228	59
Relaciones afectivas	81	93	112	67	32
Relaciones laborales	127	87	81	66	24
Fácil comunicarse	1	15	92	180	97
Choque cultural	95	149	77	47	17
Actitud tolerante	4	7	72	169	133

Figura 42*Interculturalidad turistas***Análisis de resultado**

De los 385 turistas encuestados se tiene como resultado (tabla 14) en el área de interculturalidad que la mayoría encuentra a Montañita como un lugar para trabajar y/o invertir, propicio para vivir, de fácil adaptación, de fácil comunicación y un lugar donde sus residentes muestran una actitud tolerante, estos rubros tienen el porcentaje mayor en “mucho” y “totalmente” siendo pocos los que no corresponden a este pensamiento (figura 42). En el caso de las relaciones afectivas entre algo, poco y nada se encuentran más turistas, pero con un mayor número las personas que han tenido algo, es decir que si existe relaciones afectivas. Así mismo las relaciones laborales se encuentran en

estos tres rubros en su mayoría, pero tiene el mayor porcentaje en nada, evidenciando que no existen muchas relaciones laborales con los residentes.

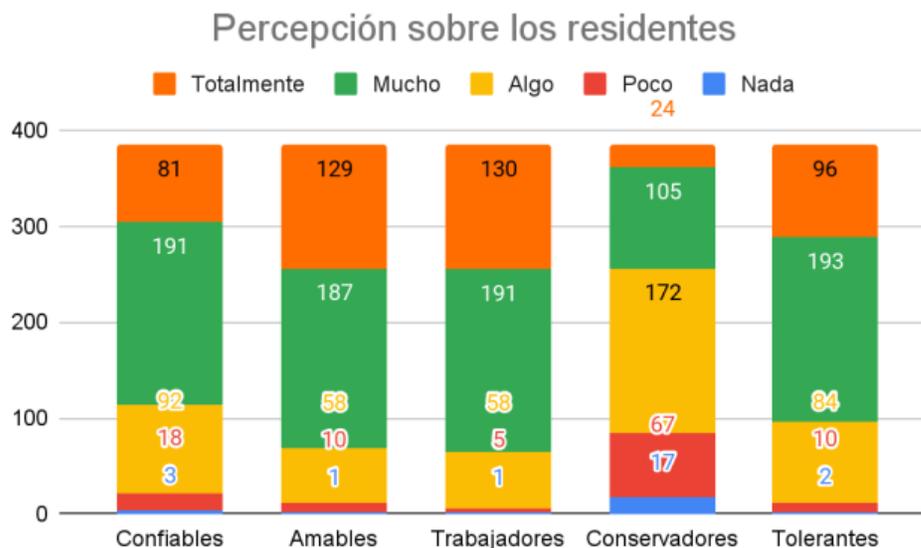
Al hablar del choque cultural la mayoría de turistas señala que es nulo o poco el que existe, a pesar de que mencionan que una mayoría comparte cosas de su lugar de procedencia, esto va de acuerdo a que la comuna es un buen lugar para adaptarse y que los residentes muestran una actitud tolerante.

Pregunta 18. Percepción sobre los residentes

Tabla 15

Percepción sobre los residentes

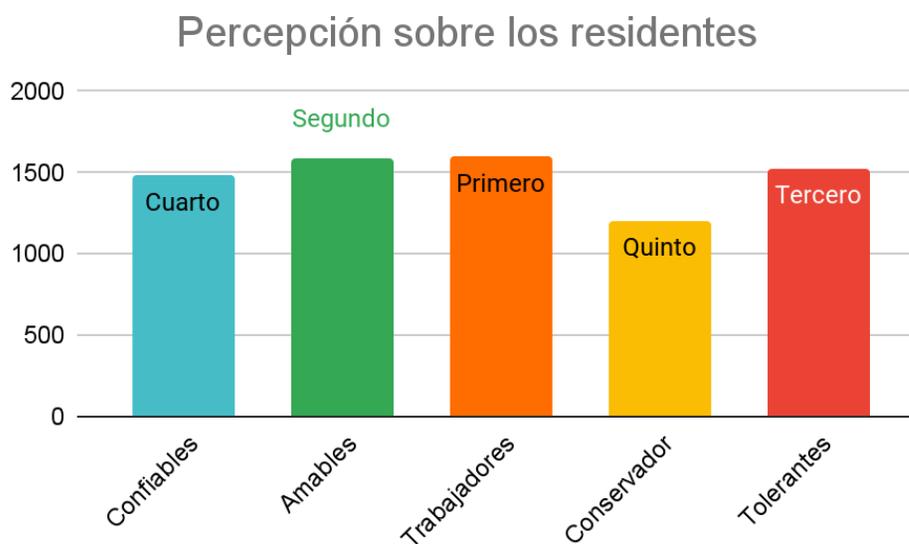
	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente
Confiables	3	18	92	191	81
Amables	1	10	58	187	129
Trabajadores	1	5	58	191	130
Conservadores	17	67	172	105	24
Tolerantes	2	10	84	193	96

Figura 43*Percepción sobre los residentes***Análisis de resultados**

De los 385 turistas encuestados sobre la percepción de los residentes (tabla 15) se evidencia que en su mayoría los encuentran confiables, amables, trabajadores y tolerantes, como también mencionan en su mayoría que son algo, poco o nada conservadores (figura 43).

Tabla 16*Percepción sobre los residentes tabulación de orden*

	Nada	Poco	Algo	Mucho	Totalmente	Total	Orden
Confiables	3	36	276	764	405	1484	Cuarto
Amables	1	20	174	748	645	1588	Segundo
Trabajadores	1	10	174	764	650	1599	Primero
Conservadores	17	134	516	420	120	1207	Quinto
Tolerantes	2	20	252	772	480	1526	Tercero

Figura 44*Percepción sobre los residentes tabulación de orden*

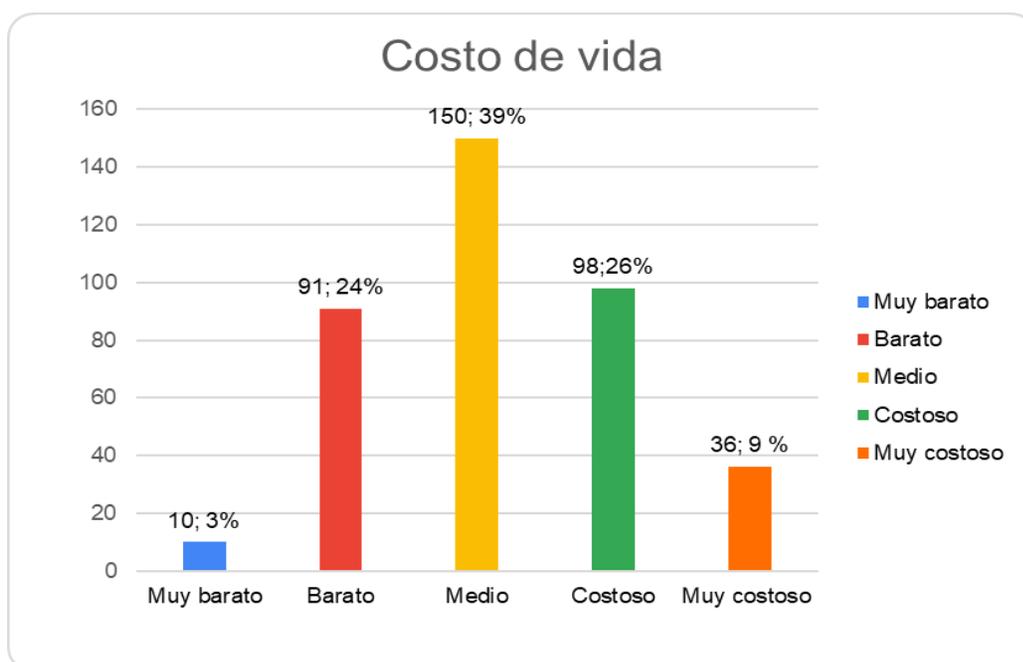
Análisis de resultados

Al realizar la tabulación de orden (tabla 16) se evidencia que la característica que más representa a los residentes según la perspectiva de los turistas (figura 44) es el ser trabajadores seguida de la amabilidad, la confiabilidad y la tolerancia, teniendo estas una diferencia pequeña entre ellas, en cambio se puede decir que son considerados poco conservadores. Existe una buena percepción de los residentes de la localidad por parte de los turistas, lo que hace que el entorno y relación sea agradable.

Pregunta 19 - Costo de vida

Figura 45

Costo de vida turistas



Análisis de resultados

En una escala de Likert de 5 puntos, donde 1 era muy barato y 5 muy costoso, se determinó la percepción que tienen los turistas sobre el costo de vida en la comuna (figura 45). La mayoría de encuestados determinaron que el costo de vida en Montañita

es medio, determinando que no es muy barato, pero tampoco muy costoso. No obstante, si se hace una comparación con respecto a costoso y barato, existe una mínima, lo que hace referencia a que Montañita es un lugar accesible al habla del ámbito económico.

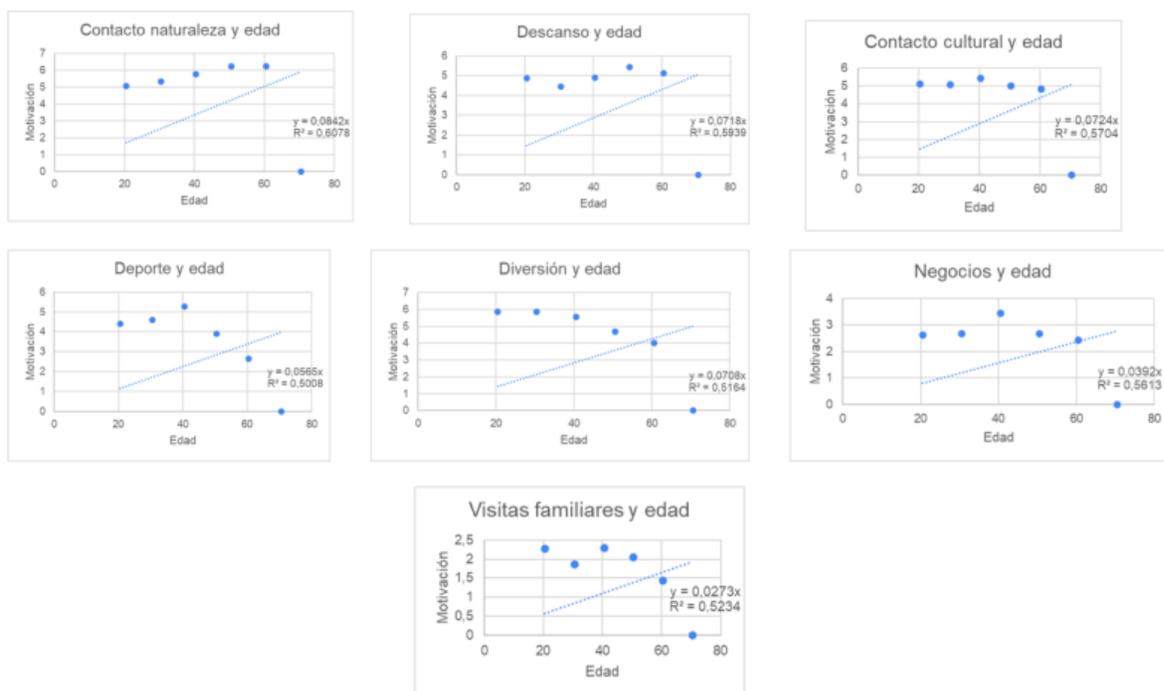
Análisis de correlación bivariado

Análisis bivariado turistas

Motivación - edad

Figura 46

Análisis bivariado de motivación - edad



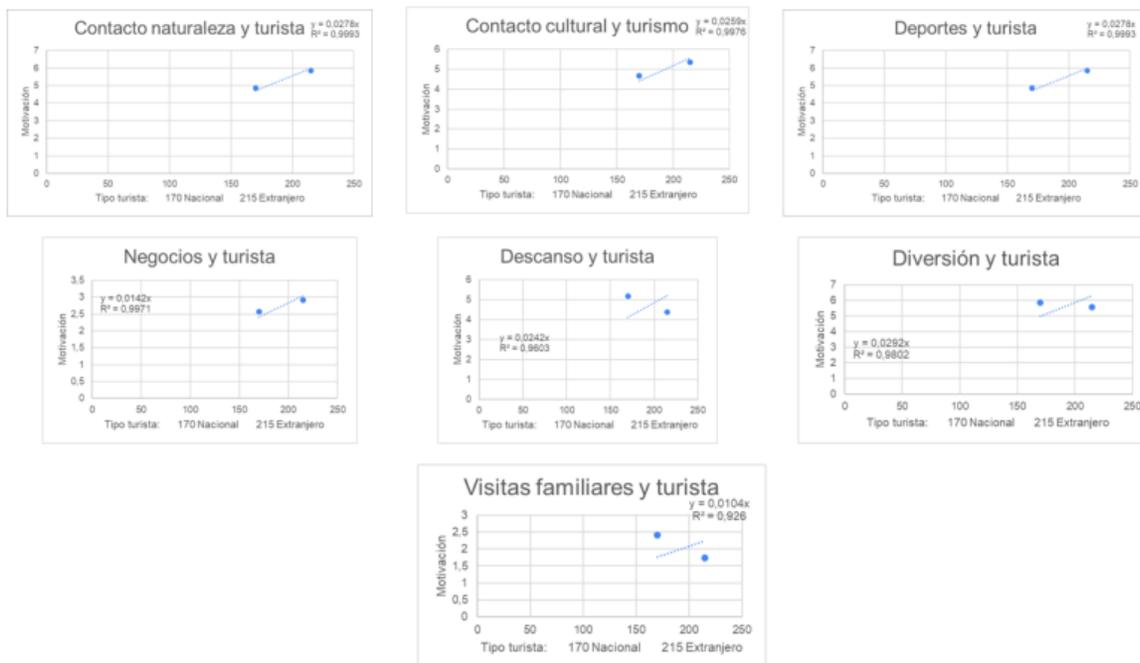
Análisis de resultados

Respecto al cruce de variables acerca de la edad y la motivación del viaje refleja que los turistas presentan valores bajos al buscar Montañita como destino de descanso y negocios mientras que los valores más elevados son al buscar el contacto con la naturaleza, además la tendencia de R2 al representar la importancia de qué buscan los turistas en Montañita según la edad es casi similar en todas las actividades menos en contacto con la naturaleza, donde se representa un valor más plano y cercano a la unanimidad sin importar la edad, lo que significa que en relación a los datos obtenidos se puede considerar como una actividad de satisfacción segura sin importar la edad del turista. Las personas entre 56 y 65 años tienen valores bajos en las actividades de negocio y deporte, considerando actividades poco buscadas por este rango de edad en la localidad. El contacto con la naturaleza, el contacto cultural y el descanso son los apartados claves para todas las edades.

Motivación - turista

Figura 47

Análisis bivariado de motivación - tipo turista



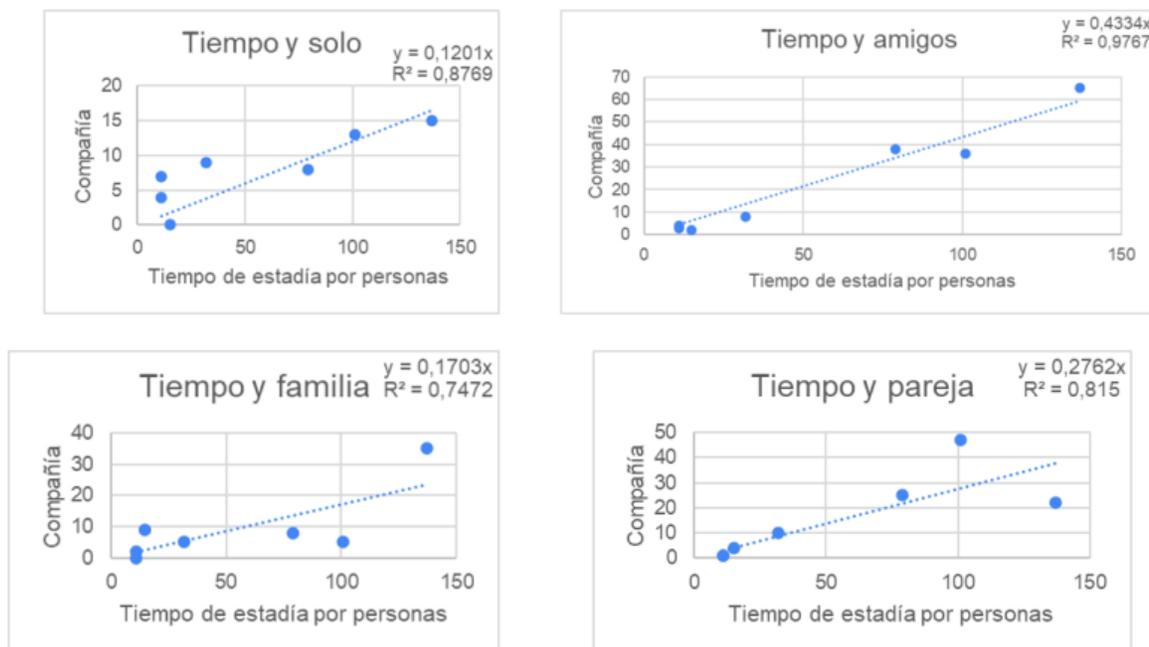
Análisis de resultados

Al realizar la comparación tipo de turista con la motivación del viaje tenemos las gráficas expuestas anteriormente como resultado, en donde podemos observar que los turistas extranjeros tienen más interés en el contacto con la naturaleza, el contacto cultural y el deporte, así mismo se evidencia que los negocios son de interés mayor en los turistas extranjeros a pesar que no se encuentra en una escala alta puede significar inversión y desarrollo; en el caso del turista nacional resalta que busca mayormente diversión, descanso y un mínimo en el caso de visitas familiares; de esta forma se puede realizar campañas dirigidas a cada tipo de turista según sus motivaciones.

Compañía - tiempo de estadía

Figura 48

Análisis bivariado de compañía - tiempo de estadía



Análisis de resultados

Al hablar de estadía y la compañía se encuentra la siguiente relación, en donde el eje de las “x” nos señala el tiempo de estadía y el eje de las “y” el número de personas, al observar cada uno de los gráficos hechos por el tipo de compañía tenemos que el valor más alto es el cruce de 2 - 3 días con amigos, seguido del cruce entre 1 semana con amigos. Estar menos de un día solo o más de un mes con Familia en Montañita.

Se puede deducir con los valores obtenidos que Montañita es un lugar bastante cómodo para ir acompañado entre 3 días a 1 semana, sin embargo, es considerado como un lugar de paso cuando se viaja sin compañía.

Tipo de turista - transporte

Figura 49

Análisis bivariado tipo de turista - transporte



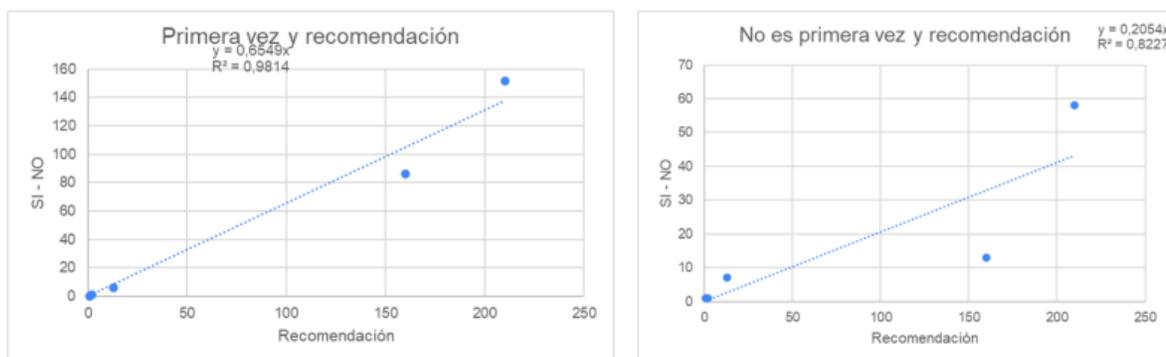
Análisis de resultados

Dentro del cruce de tipo de turistas y tipo de transporte es muy notable la diferencia en el uso de vehículo propio de turistas nacionales con extranjeros, mientras que el turista extranjero utiliza en su mayoría transporte público y turístico. Por ende, se deben tener circuitos de transporte frecuentes y adecuados como información accesible y veraz, también espacios de estacionamiento seguros en la localidad.

Visita - recomendación

Figura 50

Análisis bivariado visita - recomendación



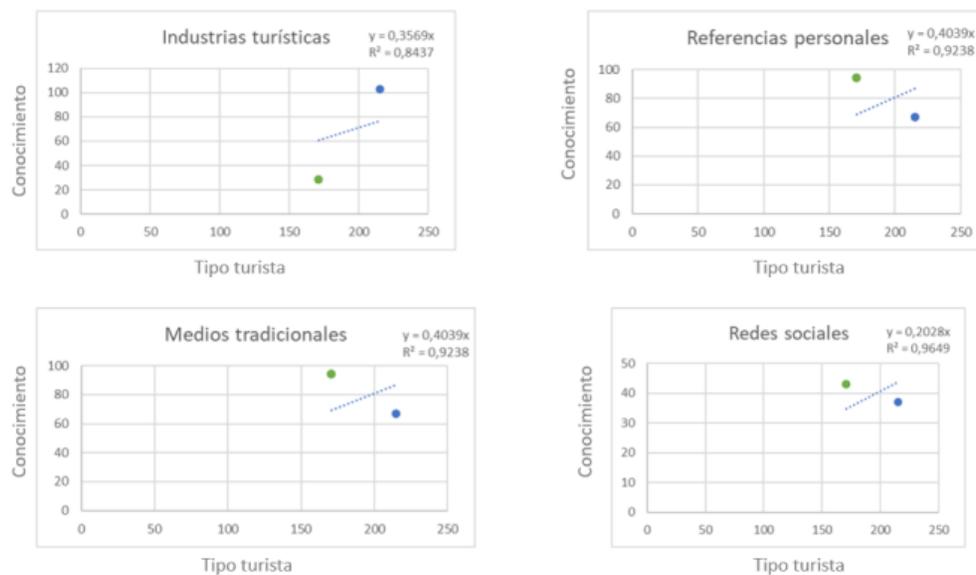
Análisis de resultados

Una gran cantidad de turistas extranjeros que viajan por primera vez a Montañita dicen que es entre probable y muy probable que recomienden el destino, además aquellas personas que dicen que no es su primera vez también tienen valores altos dentro de estos rubros. Se concluye que Montañita deja una buena impresión y además la frecuencia de los turistas no tiene influencia en que siga siendo un destino recomendable.

Conocimiento - tipo de turista

Figura 51

Análisis bivariado conocimiento - tipo de turista



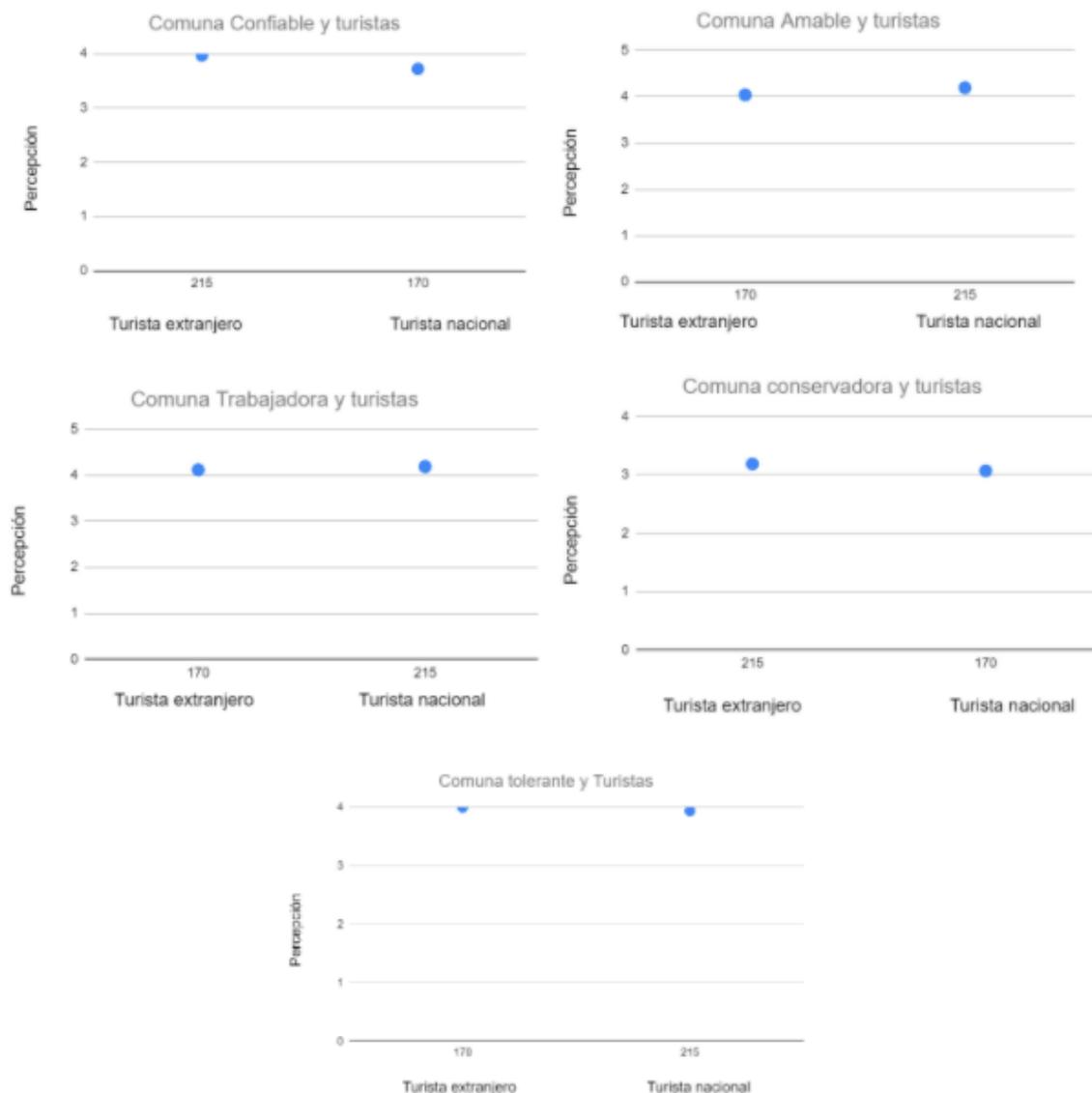
Análisis de resultados

Dentro del conocimiento y tipo de turista se reconoce que los medios de comunicación tradicionales cada vez son menos útiles en el caso de difundir información tanto para nacionales como extranjeros, los turistas extranjeros prefieren y utilizan más las industrias turísticas al momento de conocer un destino, mientras que los turistas nacionales se basan en las redes sociales.

Residente - tipo de turista

Figura 52

Análisis bivariado percepción de residentes - tipo de turista



Análisis de resultados

En el cruce de datos de percepción del tipo de turistas sobre los residentes se tiene que tanto los turistas nacionales como extranjeros tienen buena percepción sobre los pobladores de la comuna, no existe diferencia significativa de pensamiento, lo que

da a entender que las personas locales no tienen una distinción de comportamiento según el origen del turista.

Dentro de las características descritas, la que más destaca dentro de la comuna es que los pobladores o residentes son personas trabajadoras.

Costo de vida - tipo de turista

Figura 53

Análisis bivariado costo de vida - tipo de turista

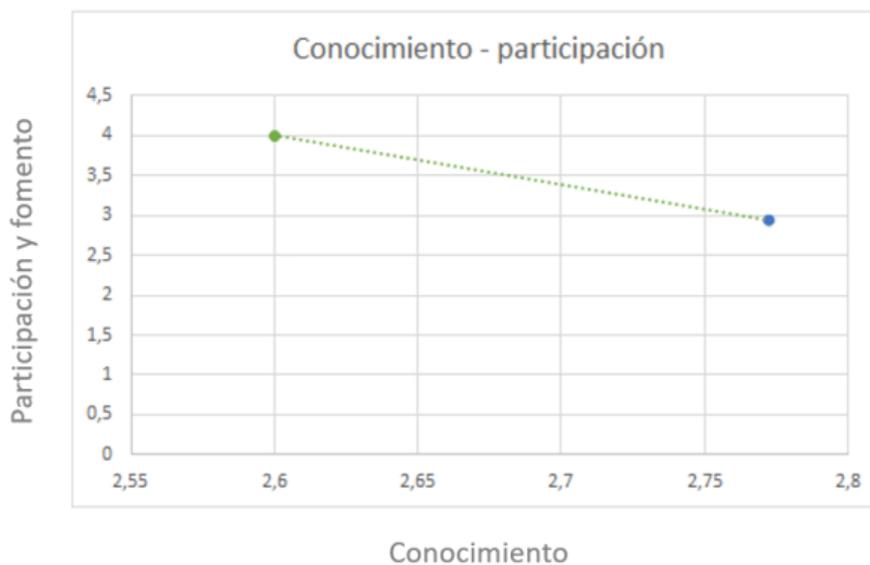


Análisis de resultados

En la relación del tipo de turista con respecto al costo de vida se evidencia que los turistas extranjeros consideran a Montañita como un lugar que se encuentra en la media del costo de vida y los turistas nacionales perciben a Montañita como un lugar un tanto más costoso, a comparación de los extranjeros.

Figura 54

Análisis bivariado conocimiento - participación

**Análisis de resultados**

Se evidencia dentro de esta comparación que existe un valor más elevado en conocimiento de la historia de la localidad junto con el fomentar la cultura en la zona a comparación de la participación y conocimiento de las festividades, lo que nos dice que a pesar de que existe algo de conocimiento de la historia y se da un alto valor a fomentar la cultura, esta no está generando el mismo nivel de participación ni de conocimiento de los eventos culturales, festividades, entre otros en los turistas, por lo que se debe hacer un plan adecuado para que la información cultural que se fomenta pueda llegar a su éxito al momento de involucrar al turista en la participación.

Análisis bivariados residentes

Ingresos - nivel académico

Figura 55

Análisis bivariado nivel ingreso - nivel académico

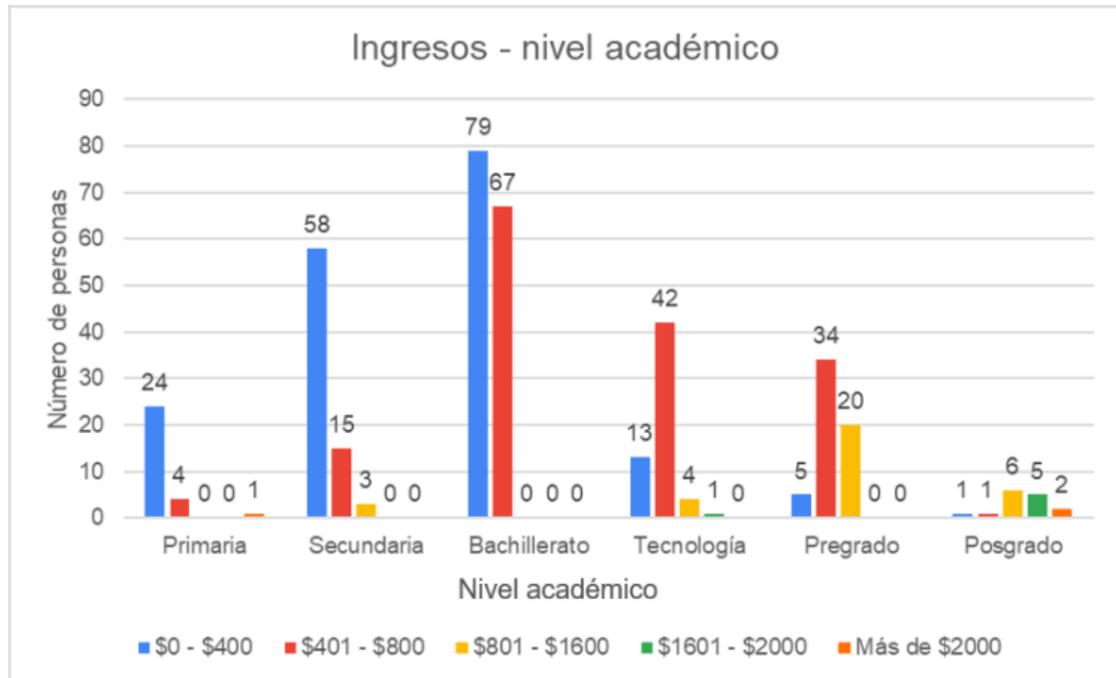
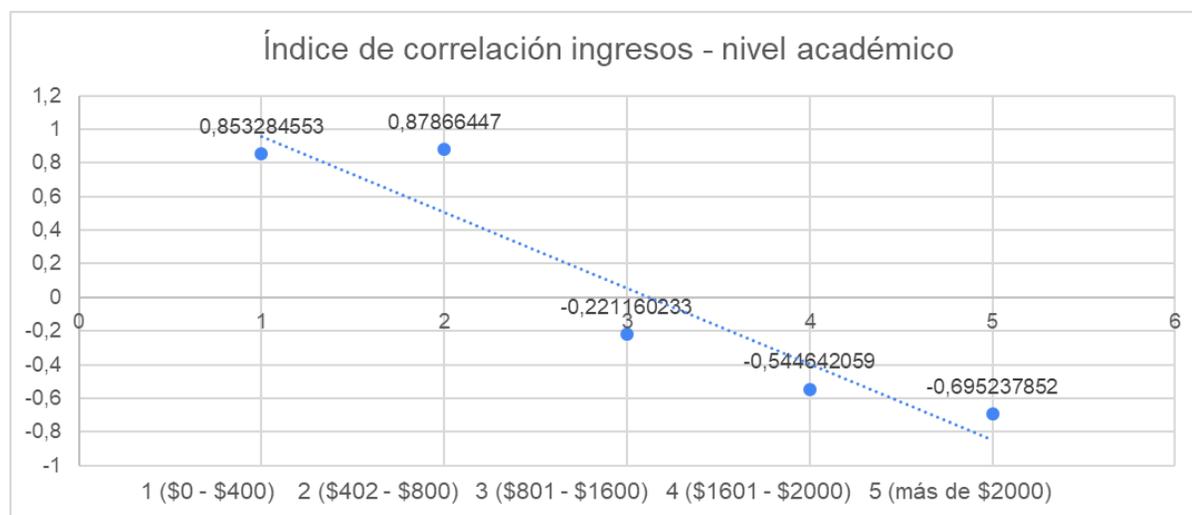


Figura 56

Índice de correlación ingresos y nivel académico

**Análisis de resultados**

De acuerdo a los resultados al relacionar los ingresos con el nivel académico hay una tendencia mínima al decir que mejor nivel académico da mejores ingresos, tener un mayor nivel académico da más posibilidades de obtener ingresos mayores sí, pero existen personas con alto nivel y bajos ingresos.

Solo tres personas han podido superar las expectativas de ingresos por mucho obteniendo el máximo nivel de ingresos en la encuesta, sin embargo, solo dos tienen el nivel más alto de estudios presentados y la otra el más bajo, el análisis de correlación denota que existe poca uniformidad entre los ingresos más bajos y elevados de la zona.

Actividad económica - ingresos

Figura 57

Análisis bivariado actividad económica - ingresos

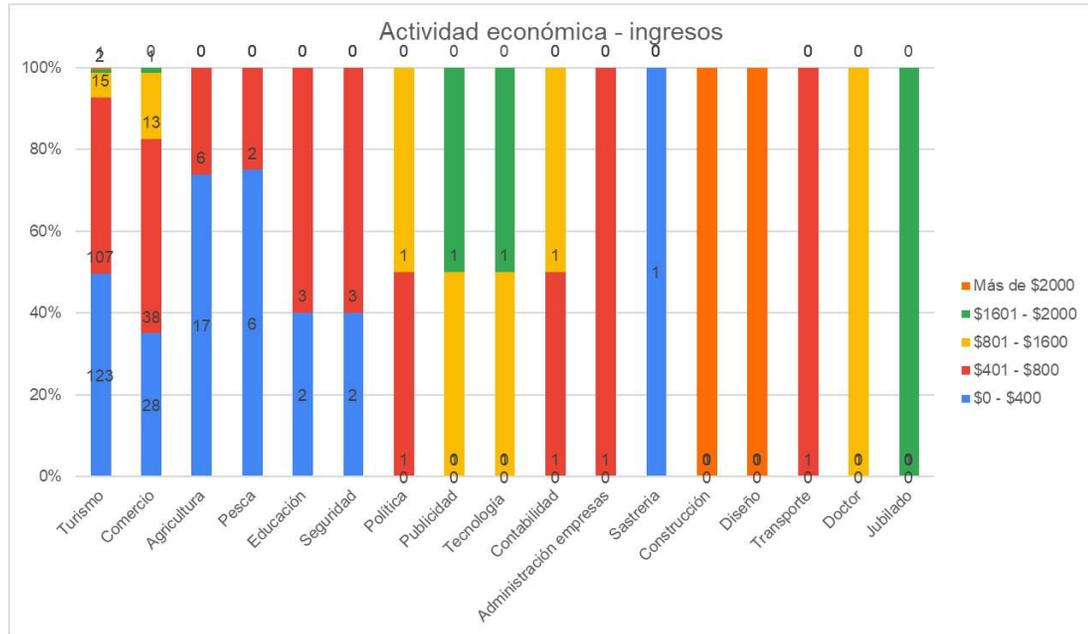


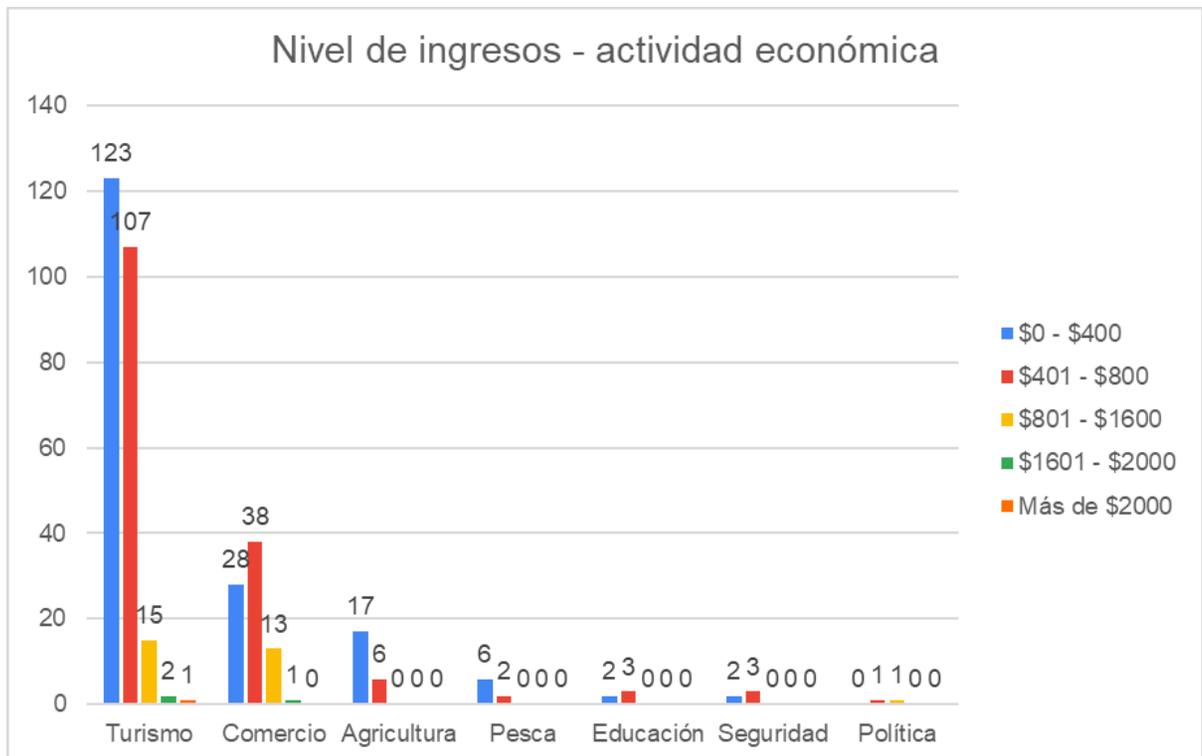
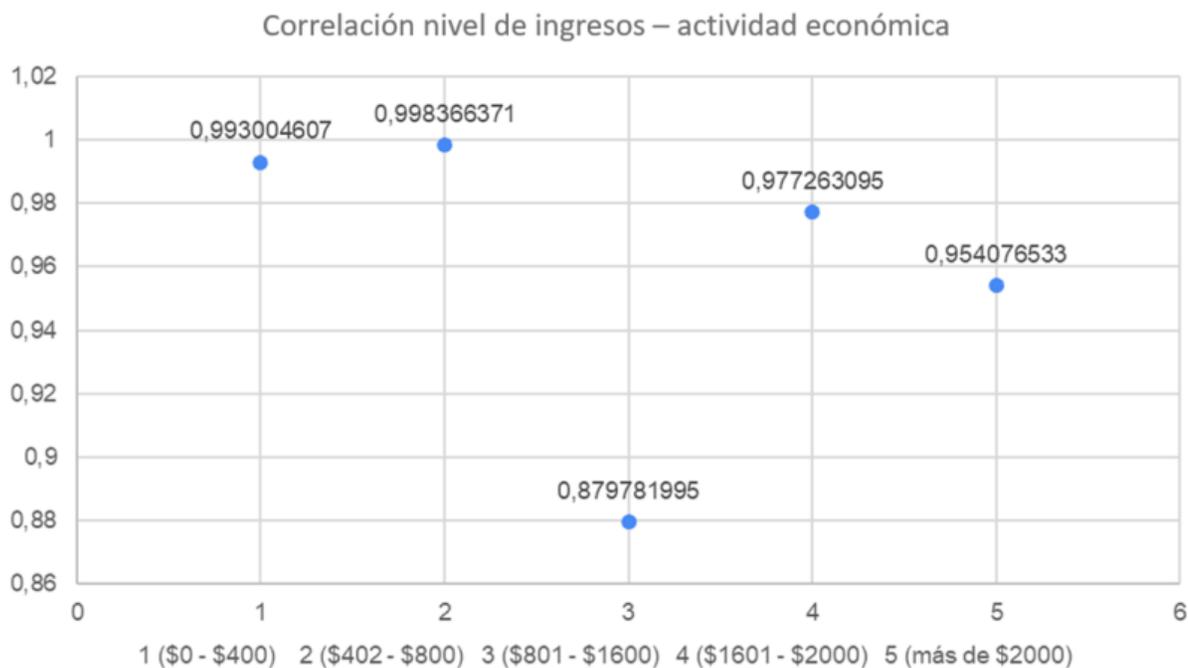
Figura 58*Nivel de ingresos – actividad económica*

Figura 59

Correlación nivel de ingresos – actividad económica

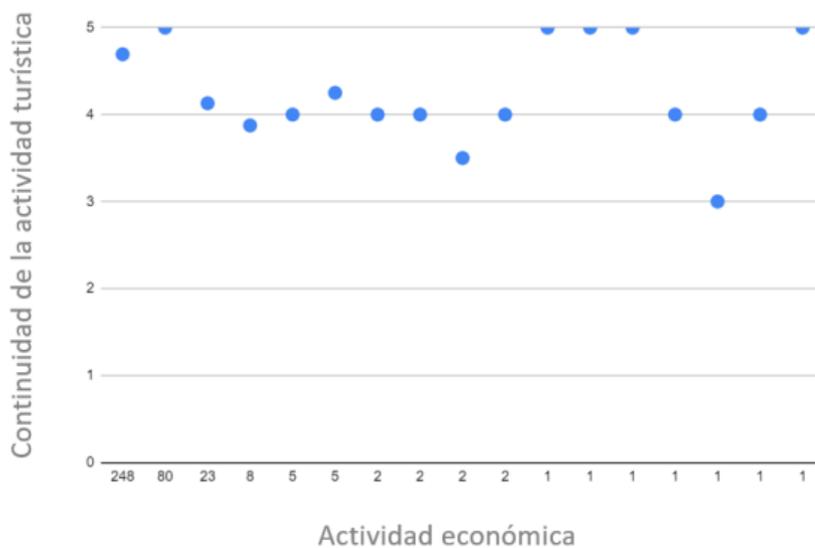
**Análisis de resultados**

Con respecto al número de personas encuestadas se define a las actividades de turismo, construcción y diseño como las que mejor nivel de ingreso representan. Pero al ser el turismo, el comercio y la agricultura la actividad que más personas involucra se resalta que la mayoría se ubica del segundo rango para abajo, es decir, en las ganancias menores. En el coeficiente de relación se ve cierta uniformidad en los primeros rubros de ingresos.

Actividad económica - continuidad de la actividad

Figura 60

Análisis bivariado actividad económica - continuidad de la actividad



Análisis de resultados

En consecuencia, con respecto a la relación entre la actividad económica y la continuidad de la actividad turística en la comuna, se estableció que según las personas que desarrollan las actividades de turismo (248) y comercio (80) quieren que la comuna se siga desarrollando prácticamente en su totalidad. Por otro lado, las personas que muestran mayor neutralidad acerca de que se continúe desarrollando la actividad son aquellos que practican las actividades de transporte (1), tecnología (2) y pesca (8).

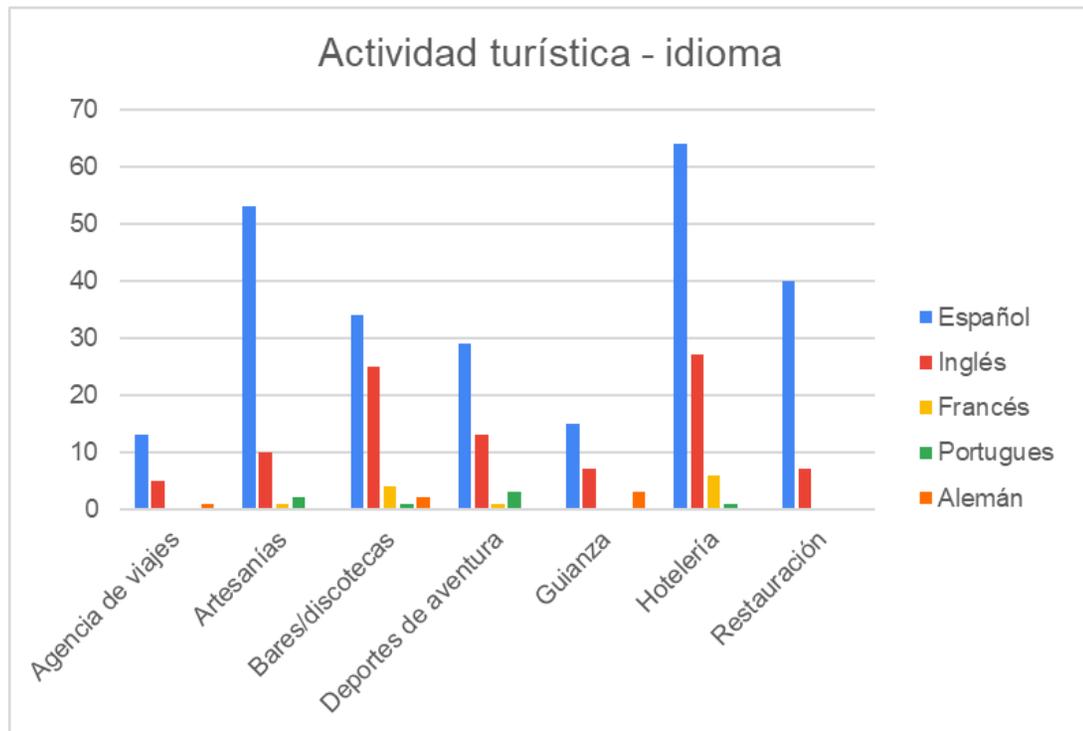
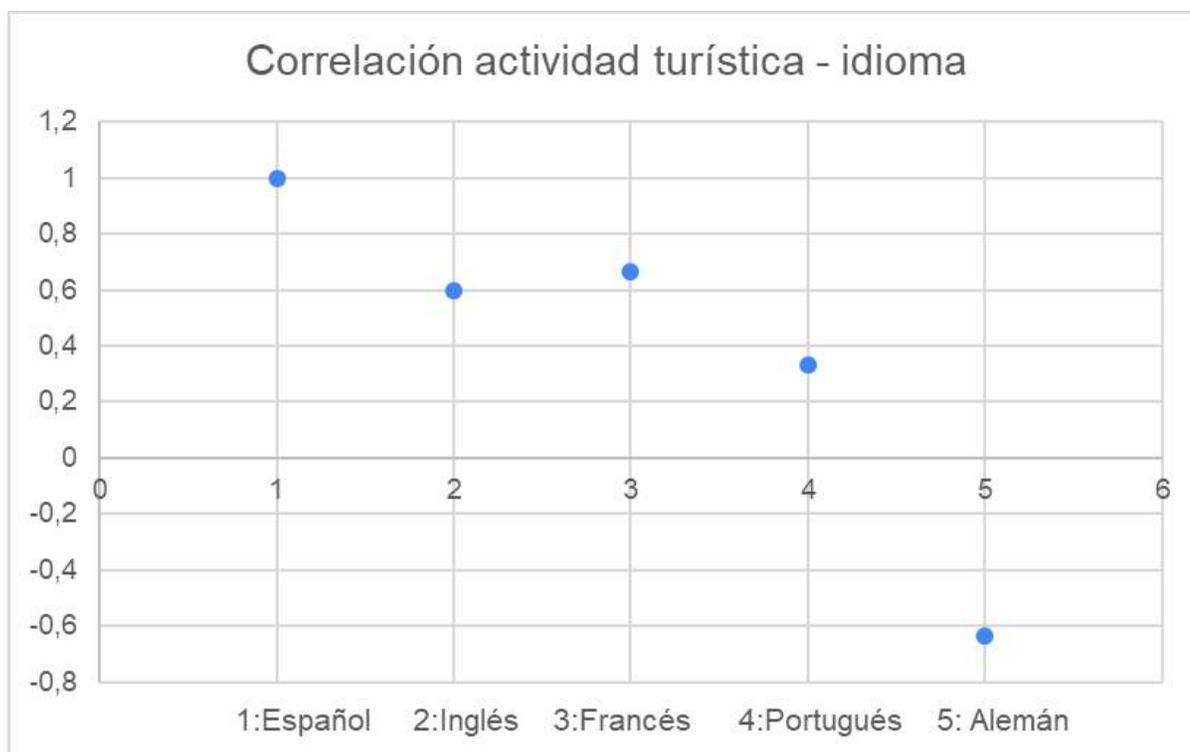
Actividad turística - idioma**Figura 61***Análisis bivariado actividad turística - idioma*

Figura 62

Análisis correlacional actividad turística - idioma



Análisis de resultados

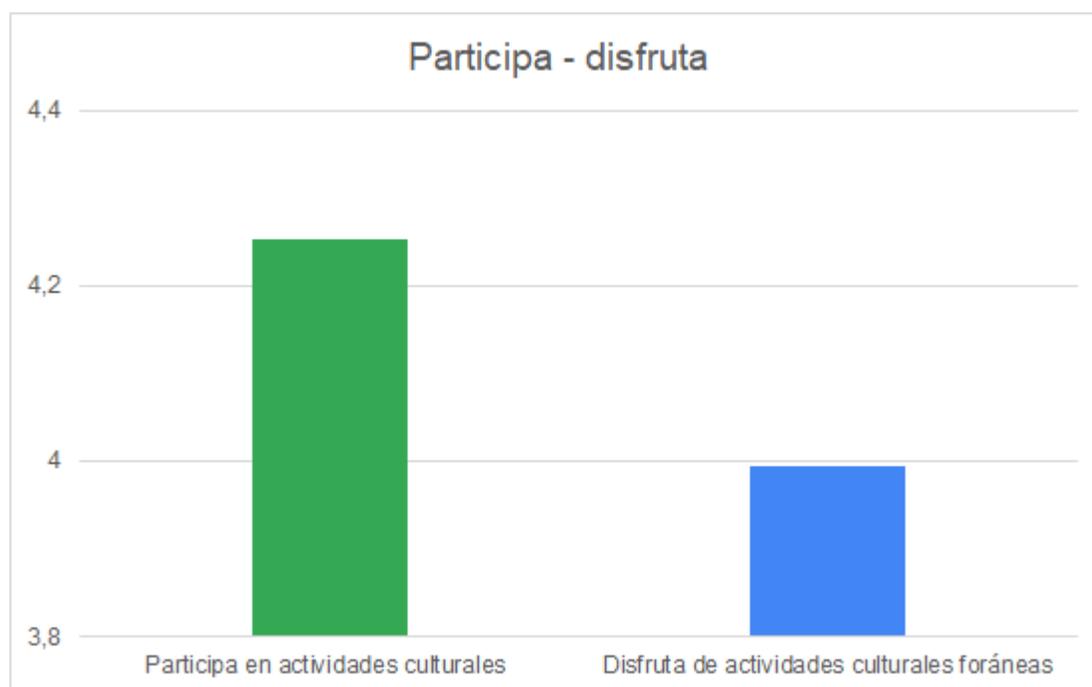
Al correlacionar las variables actividad turística e idiomas se pudo determinar un valor positivo de 0,68, lo que determinó una relación positiva entre ambos aspectos; sin embargo, no fue tan alta como otros análisis explicados anteriormente, lo que quiere decir que, aunque exista una buena relación, las personas deben mejorar sus idiomas en el desarrollo de las actividades turísticas para ofertar un mejor servicio. También se puede destacar que los idiomas predominantes en Montañita son el español y el inglés, siendo el español 100% compatible con todas las actividades turísticas, y aunque el inglés sea el idioma consecutivo, se determinó en el francés mayor concordancia porque en este no existe una brecha tan amplia entre actividades. Asimismo, se puede

evidenciar que las actividades turísticas que tienen mayor diversidad de idiomas son los bares/discotecas, deportes de aventura y artesanías.

Participa - disfruta

Figura 63

Análisis bivariado participa - disfruta



Análisis de resultados

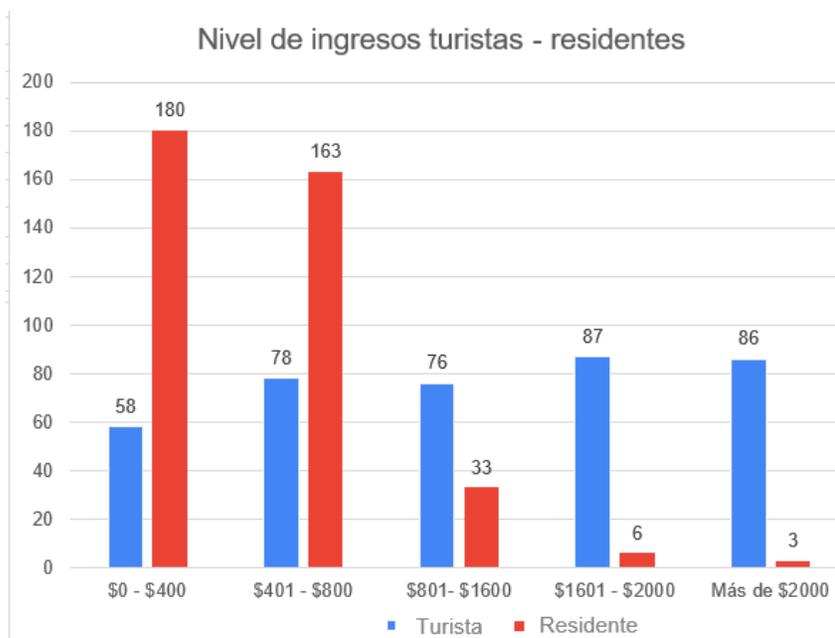
Tras realizar el respectivo análisis de las variables correspondientes, se dispuso que la participación en actividades locales como el disfrute de actividades foráneas son bastante semejantes, teniendo un promedio de aceptación similar con una diferencia de 0,258 en promedio. Donde el promedio de aceptación en una escala de 1 a 5 fue: 4,2526 en participación de actividades culturales locales y 3,9947 disfrute de actividades culturales extranjeras.

Análisis bivariados turistas – residentes

Nivel de ingresos turistas - residentes

Figura 64

Análisis bivariado nivel de ingresos turistas - residentes



Análisis de resultados

Es notable la gran diferencia entre los ingresos de los residentes y los turistas, destacando que un porcentaje bastante considerable de turistas tienen ingresos mayores de \$2000 mientras que en los residentes el valor a destacar son los menores a \$400. Como se pudo determinar en análisis previos, la gran brecha salarial puede deberse a la diferencia en el nivel académico de ambos actores.

Infraestructura turistas - residentes

Figura 65

Análisis infraestructura turistas - residentes

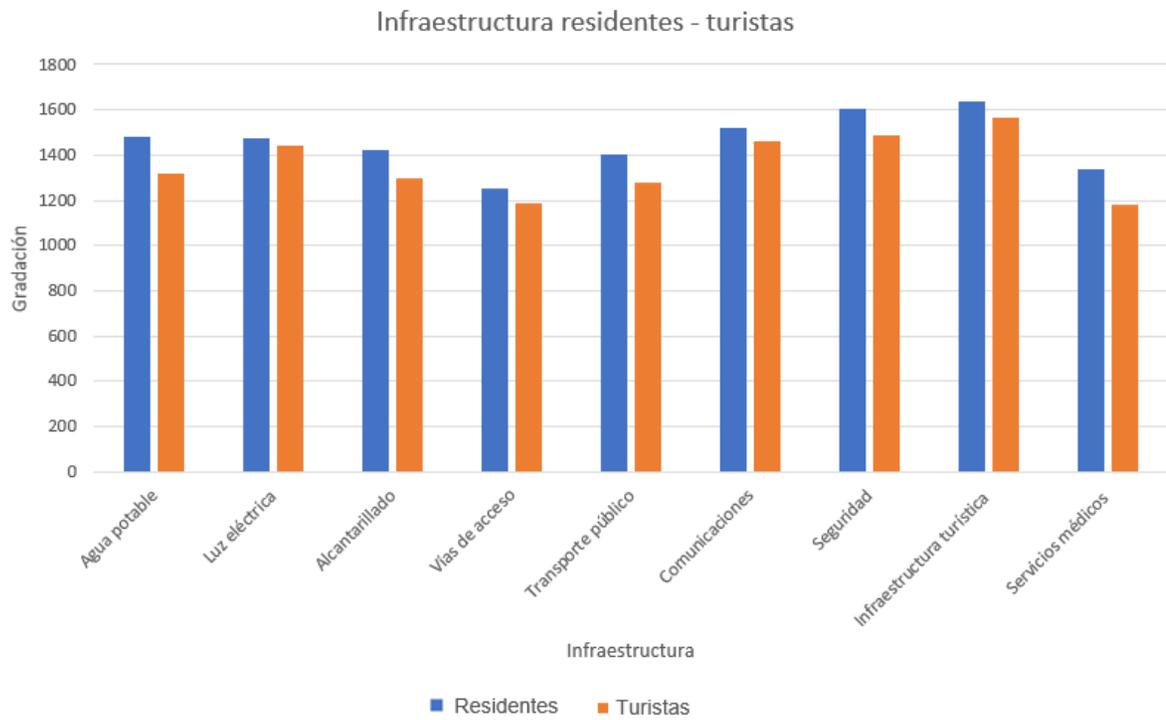
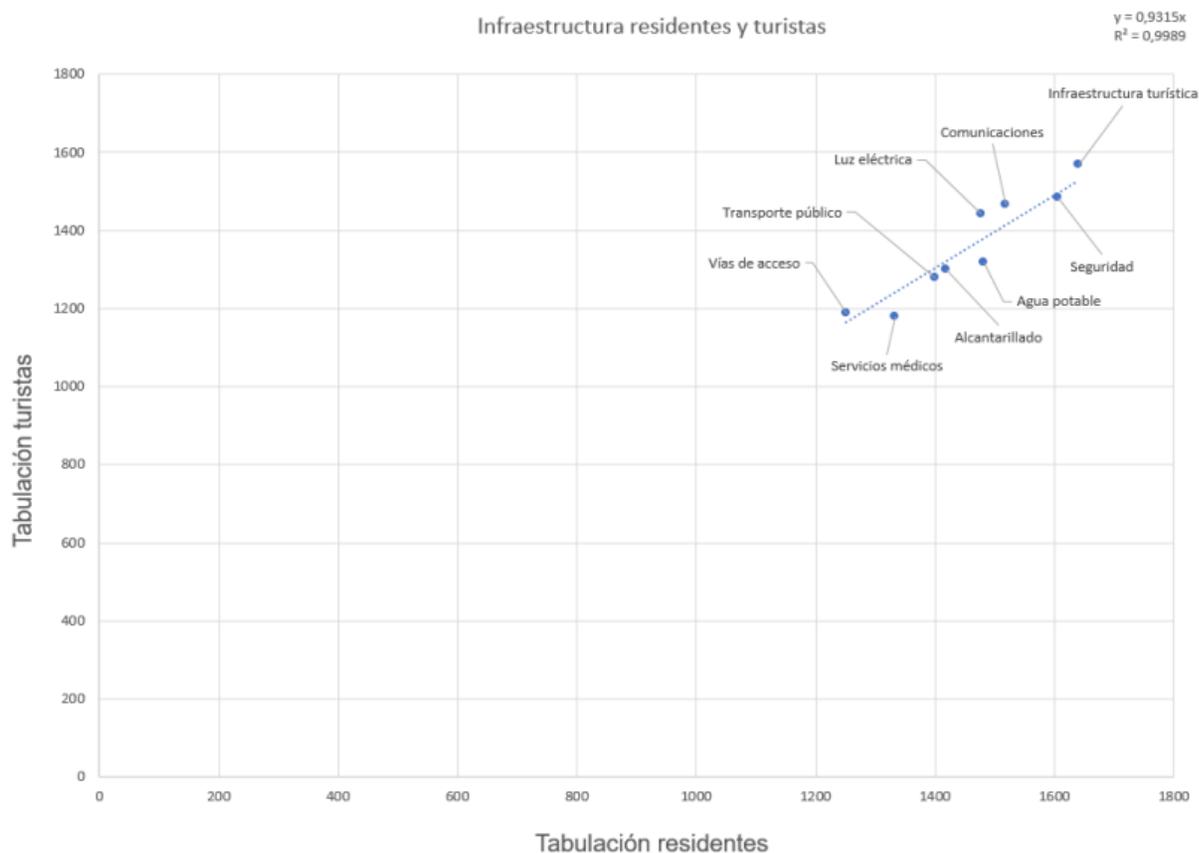


Figura 66

Análisis correlacional infraestructura turistas - residentes



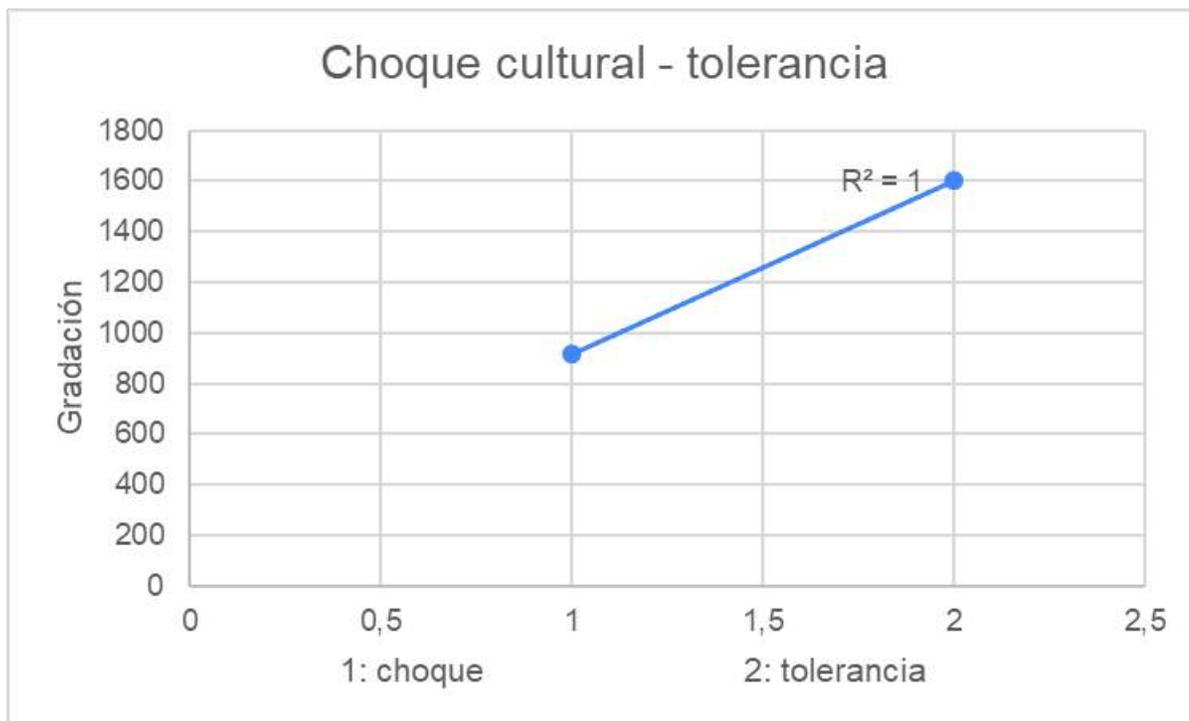
Análisis de resultados

Tanto los turistas como los residentes, concuerdan en que la infraestructura turística es la mejor en calidad respecto a los demás servicios a calificar, resaltando que, en todos los aspectos, los valores de satisfacción de los residentes son mayores que los de los turistas. Por un lado, los ítems de seguridad y comunicación tienen también buenas calificaciones de percepción. Por otro lado, los valores más bajos están representados por servicios médicos, vías de acceso, y transporte público, que de igual manera tiene una concordancia entre turistas y residentes. Finalmente, se puede afirmar que el índice de correlación en este análisis fue muy elevado, lo que verifica la estrecha relación positiva entre variables.

Interculturalidad turistas - residentes

Figura 67

Análisis correlacional interculturalidad turistas - residentes



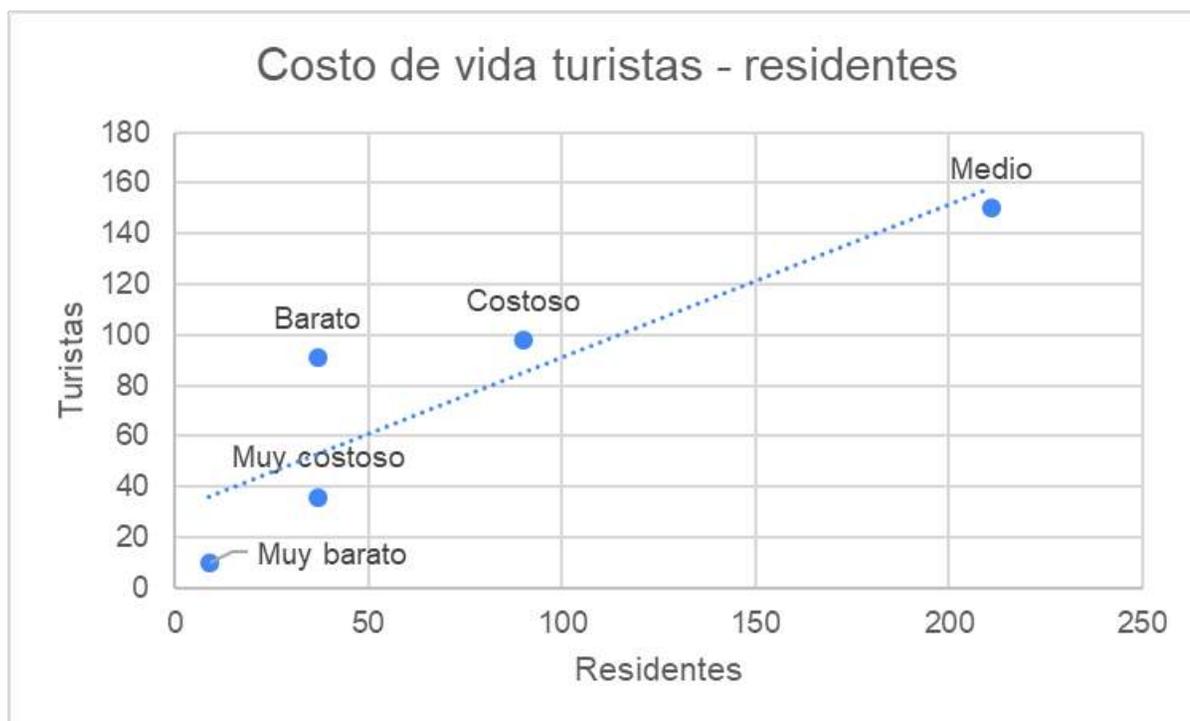
Análisis de resultados

Para el desarrollo de este análisis se tomaron en cuenta dos de las variables más importantes dentro del aspecto de interculturalidad, siendo estas el choque cultural y la tolerancia que existe entre turistas y residentes. El resultado correlacional fue igual a 1, lo que significa una relación perfecta, consolidando que, a mayor tolerancia entre involucrados, menor será el choque cultural que se presente en la comuna.

Costo de vida turistas- residentes

Figura 68

Análisis bivariado costo de vida turistas - residentes



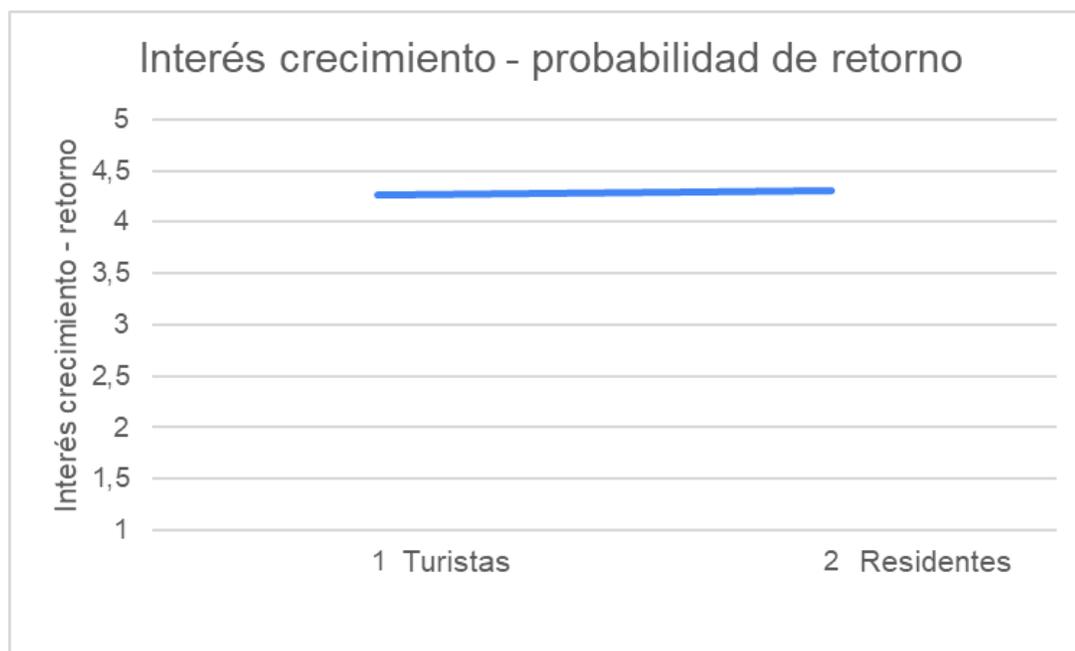
Análisis de resultados

Las consideraciones del costo de vida entre residentes y turistas son muy similares, sobresaliendo el costo de vida medio como percepción predominante entre ambos actores. En otro sentido, se deduce que en una comparación entre muy barato y muy costoso, los residentes consideran a la comuna mucho más costosa que los turistas.

Retorno turista - aceptación crecimiento

Figura 69

Análisis bivariado retorno turista - interés crecimiento



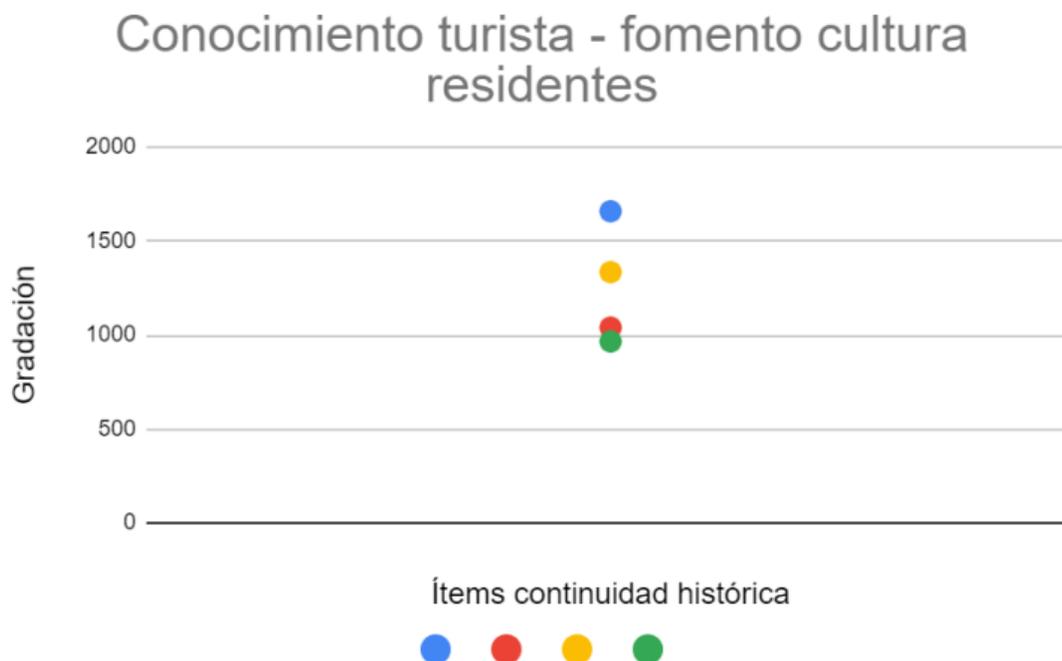
Análisis de resultados

El valor promedio del interés de crecimiento de la actividad turística dentro de la comuna tiene una estrecha relación con el valor de retorno del turista a la comuna, lo que da un significado positivo bilateral entre el residente y el turista. Se puede destacar que ambas relaciones varían únicamente en 0,04 puntos, siendo una relación lineal casi perfecta, lo que significa que los turistas tienen alto interés en regresar a Montañita como los pobladores en que se siga desarrollando el turismo en la zona.

Conocimientos culturales - fomento cultura

Figura 70

Análisis bivariado conocimientos culturales - fomenta cultura



Análisis de resultados

Examinando las variables del conocimiento del turista acerca de la comuna y el fomento de la cultura por parte del residente, se determinó que el aporte cultural con más significancia para los turistas encuestados fue la gastronomía local (amarillo), seguido de las festividades locales (rojo) y finalmente la historia de la comuna (verde). Analizar todos estos datos fue de importancia porque así se determinó que los residentes consideran que el fomento de la cultura (azul) es primordial dentro de los establecimientos turísticos para el conocimiento de los turistas, lo que podría estar estrechamente vinculado con la participación de los mismos en los diferentes eventos culturales comunales.

Tabulación resultados entrevistas

El resultado de las entrevistas realizadas fue de suma importancia para los resultados del estudio, debido a que se puede tener información más profunda de la comuna por lo que se analizó cada una de las preguntas de forma individual para llegar a resultados comunes en los aspectos cuestionados. Tras analizar cada entrevista se determinó lo siguiente:

1. Importancia de la actividad turística

La actividad turística representa la principal fuente de ingresos económicos de la comunidad, ya que entre el 60% y 70% de los habitantes trabajan en turismo y el otro porcentaje se beneficia de forma directa o indirecta de la actividad turística, por ende, representa la mayor base de desarrollo y sostén de la comuna.

2. Aspectos positivos y negativos de la actividad turística

Se destacan los aspectos positivos como el intercambio cultural, beneficio y desarrollo económico para la comuna, impacto internacional, la creación de espacios en Montañita con lo cual se han dado varios eventos con asistentes nacionales como internacionales; el turismo logra que la población pueda tener un sustento fijo que se da a base de costumbres, tradiciones y actividades propias de la comuna como lo es el surf y la gastronomía, sin perder la parte autóctona.

Como aspecto negativo se resalta el tener un turismo masivo que en su mayoría viene por la fiesta y la vida nocturna, esto genera un impacto significativo en el consumo de alcohol y drogas, el cual así mismo crea inseguridad, sin embargo, en el último año se han tomado medidas para contrarrestar esto. Se habla de la falta de capacitación a los servidores y también de acelerar medidas para el equilibrio ambiental.

3. Oferta turística

La principal oferta es la de sol y playa, el atractivo principal es la experiencia en el mar de manera diferenciada se habla del *surf* y el *parasailing*, siendo el surf el más popular

incluso con campeonatos y eventos mundiales organizados, también existe senderismo en las montañas y actividades socioculturales, pero no están explotadas. Así mismo se ofrece una experiencia de relajación y diversión nocturna, llamando a turistas de todas partes.

4. Mayor impulso al turismo

Ampliar la oferta turística se considera como la mejor forma de impulsar el turismo ya que esto generaría equilibrio y daría más rentabilidad debido a que la oferta actual que son las fiestas nocturnas atraen a personas que se quedan de paso y no generan divisas significativas en el lugar, se da como opción ofertar el senderismo en las montañas y las fiestas patronales que resaltan la cultura del pueblo, esto ayudaría a tener nuevos segmentos de mercado como familias e impulsar el turismo internacional. Retomar los eventos deportivos internacionales es una estrategia clave, además de que esto forma parte de la cultura de Montañita. Es importante mencionar que el Ministerio de Turismo debe mejorar la parte promocional y publicitaria dentro de las ferias y eventos internacionales.

5. Qué ofrecen los turistas a la comuna

Principalmente el intercambio cultural que existe, el turista trae costumbres, gastronomía, actividades, entre otras cosas, que está generando que Montañita sea un destino multicultural, además se reconoce el aporte económico que estos dejan en la comunidad y el interés de conocimiento que despiertan en la localidad como es el idioma y nuevos deportes.

6. Rol de las instituciones públicas en el desarrollo de la actividad turística

Se considera a las instituciones públicas como pilares fundamentales para el desarrollo de la comuna, gracias a los gobiernos autónomos descentralizados, la prefectura y la alcaldía se ha logrado realizar obras públicas como el malecón, asfaltado

de calles, eventos internacionales, sin embargo, el gobierno comunal es el principal encargado de gestionar estos procesos, son los encargados del desarrollo social, turístico, económico y cultural de la comuna.

Se tiene una gran relación entre las autoridades gubernamentales y la comuna, sin embargo, se menciona la falta de regulaciones para el desarrollo sostenible y actividades de impulso turístico, siendo esta la actividad eje de la zona.

7. Proyectos de desarrollo sociocultural

Si, existen varios proyectos y programas que buscan promover la cultura dentro de la comuna, así mismo el arte y las costumbres. Principalmente existen eventos y ferias organizados por el centro cultural o la institución comunal realizados cada semana, en donde incentivan a los niños a aprender sobre la cultura de la comuna, sus raíces, tradiciones, entre otros. Así mismo se trabaja en conjunto con algunos hoteles o establecimientos de la zona para fortalecer vínculos y realizar cada vez actividades mucho más recreativas en el ámbito del desarrollo sociocultural.

8. Programas de preservación cultural

Es importante hacer énfasis en que la Comuna de Montañita sí cuenta con programas de preservación cultural. Dentro del Cabildo Comunal, se cuenta con una Comisión de Arte y Cultura que justamente promueve la parte cultural de la localidad. Uno de los principales programas, explicados por el Coordinador Principal de la Comisión antes mencionada es el proyecto de “La Recuperación de la Memoria” que se trata de resaltar a los patrimonios vivos que son los portadores de las memorias ancestrales, básicamente trata documentar toda la historia y conocimientos a través de videos donde los protagonistas son las personas mayores, pobladores que todavía están en Montañita y que a través de su oralidad transmitan todo lo que saben y recuerdan de Montañita desde la actualidad hasta épocas de hace más de 50 años.

Dentro de las entrevistas se recalca mucho el hecho de que todos estos programas deben estar enfocados principalmente a los niños, ya que son ellos el futuro de la Comuna y es importante que no olviden su origen, lo que son y de dónde vienen, y así poder mantener la identidad de los habitantes de la Comuna.

9. Preservación de la cultura a través del turismo

En este apartado, los entrevistados tuvieron discordancia, ya que, por una parte, la presidenta del cabildo está muy de acuerdo en que el turismo aporta mucho a la preservación de la cultura porque de una u otra manera, los habitantes pueden mostrar a todos los visitantes quiénes son y de dónde vienen. Contrarrestando a esto, el coordinador de la comisión de arte y cultura piensa que el turismo no ayuda a preservar porque los visitantes, que, a pesar de sentirse atraídos por lo nativo, son los que vienen a compartir su cultura que no representa a la comunidad en ningún sentido.

Por otra parte, tanto la tesorera del cabildo como la coordinadora de eventos concordaron en que el turismo tiene aspectos positivos y negativos como preservador de cultura, destacando que a pesar del intercambio cultural que pueda existir, es importante recordar las raíces propias de uno para evitar adoptar costumbres extranjeras.

10. La actividad turística como herramienta de desarrollo

Por unanimidad de todos los entrevistados, se llegó a la conclusión de que la actividad turística dentro de la comuna es una herramienta fundamental de desarrollo económico, principalmente. El turismo es el pilar esencial en la estructura familiar de todos los habitantes de la localidad. Asimismo, la actividad turística promueve la mejora de la infraestructura de la zona.

Es importante destacar que cuando una actividad se desarrolla casi en su totalidad, debe tener un control adecuado para que esta no se desborde y genere impactos negativos, razón por la cual, Manuel Rodríguez, recomienda capacitaciones para todos los servidores públicos y poder generar un equilibrio. Ya que paulatinamente se están tomando medidas, pero no es suficiente. Se deben acelerar los procesos para que Montañita como potencia turística sea bien vista a nivel mundial.

11. Beneficios sociales

Ante todo, se debe mencionar al cabildo comunal como órgano principal encargado de todas las necesidades que presente la comuna, ya sea en el largo plazo, como en el diario vivir. Sin embargo, aunque se han tomado medidas en todas las pautas mencionadas (salud, educación, seguridad e infraestructura), es importante el apoyo del gobierno para poder desarrollarlas en su totalidad. Muchas veces la comunidad quiere hacer mucho más allá de lo que prácticamente las entidades públicas permiten.

En esta pregunta es fundamental destacar la construcción del centro de salud en la comuna, siendo este uno de los proyectos más fuertes que es necesario en gran medida. Asimismo, se mencionó por parte de la presidenta, un proyecto de suma importancia a futuro con una ONG, que es la creación de escuelas bilingües y colegios técnicos que se especialicen en hotelería y turismo, de tal manera de crear profesionales preparados para el creciente desarrollo turístico de la zona.

12. Medidas socioculturales para el turismo

Como se ha expresado en preguntas anteriores, la comuna si ha desarrollado medidas socioculturales, sin embargo, es importante recalcar el hecho de que, como mencionó la presidente de la comuna, Ruth Villao, “todo se hace por todos”; ya que existe un gran respeto por la comunidad, pero así mismo se conoce que desarrollar buenas medidas socioculturales puede atraer más turistas y lograr ofrecer un mejor servicio turístico.

13. Aspectos culturales que identifican a la comunidad

Cabe recalcar que dentro de los aspectos culturales que identifican a la comunidad, destaca lo rústico en las construcciones y todos los materiales endémicos con los que se realizan. Montañita se caracteriza por ofrecer un ambiente diferente al turista, además sus artesanías realizadas por personas comuneras destacan tanto en el uso interno de la comuna como en ser parte de *souvenirs* para los que la visitan.

Al mismo tiempo, se debe destacar la importancia del *surf* como deporte clave que identifica a la comunidad, que, a pesar de no ser un deporte nativo, se ha venido desarrollando por más de 50 años en la localidad, razón por la cual los residentes ya lo han tomado como propio. Aprovechando la importancia que el *surf* tiene a nivel mundial, Montañita se está convirtiendo en un lugar reconocido internacionalmente por sus grandes olas y todo lo que conlleva esta actividad.

14. Participación de los dirigentes comunales en el desarrollo de la Comuna

Se debe destacar la participación de los dirigentes comunales dentro de todas las entrevistas, ya que, de una forma u otra, todos los entrevistados mencionaron la importancia que estos tienen dentro de la comuna y de su desarrollo.

Son los dirigentes comunales los que se encargan de regular cada situación a través de las normas y de los reglamentos internos de la Comuna. Además, son los que están pendientes de las diferentes necesidades de la comunidad y que, a través de las distintas comisiones, logran cumplir con lo establecido. Son aquellos que toman decisiones y guían a la comuna en todas las actividades que se desarrollan.

Finalmente, según la presidenta comunal, los dirigentes son una parte fundamental para gestionar, buscar y conseguir las obras o los beneficios de la comunidad que van ayudar a un desarrollo social, cultural, económico, político, deportivo, y de salud. Es como un gobierno local que “trabaja cien por ciento por la comunidad, con la comunidad y para la comunidad”. No obstante, Ruth mencionó el importante hecho de que no hay que desconocer a ningún dirigente, ya que, con aciertos y desaciertos, todos han hecho algo bueno por Montañita. No se puede desconocer el desarrollo de la comunidad y todo ha sido posible porque la comuna ha tenido una representatividad.

Discusión

Al finalizar la investigación se obtuvieron resultados donde se hizo visible el alcance de los objetivos planteados al encontrar datos necesarios que dieron relevancia al estudio. Dentro de todas las preguntas realizadas, tanto en las encuestas como en las entrevistas, cabe destacar la concordancia de los actores involucrados en varios aspectos investigados.

Es fundamental enfatizar la importancia de la actividad turística en Montañita, la cual abarca un 60% - 70% de las plazas de trabajo de la zona, involucrando de forma directa e indirecta a toda la población, siendo el principal pilar económico de la localidad. Resaltando que las divisas percibidas en la zona, son en su gran mayoría para las personas de la comunidad. Por un lado, Montañita se destaca principalmente

por ofertar turismo alternativo en el que destaca el turismo de aventura, donde el surf atrae a gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros. Por otro lado, se debe destacar que la principal motivación de los visitantes es el contacto con la naturaleza y el contacto cultural sin importar la nacionalidad con un índice de correlación de 0,9993 y 0,9976 respectivamente, así mismo se obtuvo similitud en ambas motivaciones independientemente de la edad, con un índice de correlación de 0,6078 y 0,5704 respectivamente. No obstante, se evidencia el interés por parte de la comunidad en diversificar la oferta para satisfacer a los diferentes nichos de mercado que poseen. Las opciones que presentan para diversificar la actividad turística en la zona son: el senderismo en las montañas y las fiestas patronales. Cabe considerar que Montañita es percibida en un nivel medio respecto al costo de vida con un promedio de 46,63% de encuestados, pues existe una diversidad de precios en los productos y servicios de primera necesidad, lo que convierte a la comuna en un destino asequible. Por último, es conveniente acotar el interés que existe por parte de los pobladores en que se siga desarrollando la actividad turística, lo que se vincula estrechamente con el alto interés de retorno por parte de los turistas, mostrando una relación lineal casi perfecta con una diferencia que varía únicamente en 0,04 puntos en el índice de correlación.

Al hablar de la infraestructura donde se abarcan los servicios básicos y complementarios, se tiene una concordancia de percepción de 0,9989 en tabulación de orden tanto de los turistas como de los residentes, destacando mayoritariamente la satisfacción en ámbitos como la infraestructura turística, la seguridad y las comunicaciones. Asimismo, se evidencia que las principales falencias que tiene la comunidad son en los servicios médicos, las vías de acceso y el transporte público, las cuales se encuentran en proceso de mejora actualmente bajo la dirección del Cabildo Comunal, sin embargo, no existe el apoyo suficiente por parte de las entidades gubernamentales para un progreso continuo y eficiente de las obras. Los diversos

proyectos de desarrollo que se realizan en la comunidad no son solo para el desenvolvimiento de la actividad turística sino también para mejorar la calidad de vida de la población. Se pudo constatar que el nivel de ingresos de los pobladores se encuentra en un rango bajo, lo que estadísticamente se comprobó se debe a un mínimo nivel académico con un índice de correlación de 0,85 con respecto a personas que perciben menos de \$400 mensuales, esto debido a que existe escasez de instituciones educativas en la zona. Ante este problema, actualmente se toma a la Casa Comunal como un centro educativo donde se realizan capacitaciones y cursos de desarrollo social y formación profesional, no solo para Montañita, sino también para las comunidades cercanas. Incluso se están tomando acciones por parte del Cabildo Comunal como la asociación con distintas ONG para la creación de escuelas bilingües, colegios técnicos y centros de capacitación, enfocados principalmente en ramas de hotelería y turismo.

Al analizar la perspectiva entre la relación de turistas y residentes se demostró que, para la mayoría de personas locales, el turista es percibido como alguien sociable, agradable y tolerante. Asimismo, los residentes son considerados por los turistas como trabajadores, amables y tolerantes. Lo planteado anteriormente, evidencia un vínculo favorable entre los agentes involucrados, siendo la tolerancia un factor clave en el resultado del bajo choque cultural, reflejando un índice correlacional perfecto de 1 punto; concluyendo que estos son inversamente proporcionales, ya que, a mayor tolerancia, menor choque cultural y viceversa.

En cuanto al intercambio cultural existe un lado positivo y negativo. En el primer caso, se destaca principalmente la multiculturalidad del destino, pues permite que se conozca tanto la cultura nativa como foránea, generando la posibilidad de perpetuar lo propio e incrementando el interés de conocimientos que despierta este contacto, como son los idiomas y deportes. Por otro lado, al mencionar los aspectos desfavorables, se

reconoce que el principal problema es que el turismo masivo que en su mayoría llega a la localidad atraídos por la fiesta y la vida nocturna generan consumo de alcohol y drogas, dando la posibilidad de la existencia de negocios ilegales, como también el incremento de la inseguridad. Además de que la mayoría de personas que llegan solo por este tipo de turismo no generan ingresos significativos en las demás actividades dentro de la industria turística. En relación a lo mencionado anteriormente, sobresalen los planes realizados en los últimos años para resguardar la seguridad tanto de los turistas como de los residentes; para esto se han implementado controles diarios paulatinos por parte de la seguridad turística local como de la unidad antinarcótica y la policía nacional, dando como resultado que la mayoría de turistas y residentes cataloguen a Montañita como un lugar seguro.

En el caso de la continuidad histórica se destaca que existen programas de preservación cultural al igual que una comisión específica de arte y cultura que se encarga de desarrollar los proyectos culturales a corto y largo plazo, como es el caso de “La Recuperación de la Memoria” que se trata de resaltar a los patrimonios vivos que son los portadores de las memorias ancestrales para que a través de su oralidad transmitan todo el conocimiento que tienen de Montañita desde hace más de 50 años guardando las raíces de la identidad cultural de la comuna, trabajando especialmente con las generaciones más jóvenes como son los niños para que ellos no olviden su origen y puedan así transmitirlo de generación en generación . En tanto que, al existir un intercambio cultural hay una presencia de actividades foráneas las cuales son disfrutadas por los residentes, sin embargo, prefieren participar de actividades locales; donde el promedio de aceptación en una escala de 1 a 5 fue: 4,2526 en participación de actividades culturales locales y 3,9947 disfrute de actividades culturales extranjeras. Si bien existe el fomento de la cultura y tradiciones locales se debe promover de mejor manera para aumentar el conocimiento y participación de los visitantes. Se concluye

que la aculturación es baja debido a los planes de acción constantes que se han desarrollado al pasar los años, que se mantienen y se proyectan a futuro.

Con todo lo mencionado anteriormente junto con el análisis de resultados, se establece a Montañita como un buen lugar para vivir, trabajar e invertir. De todas maneras, la participación del Ministerio de Turismo es imprescindible para la adecuada promoción turística no solo a escala nacional, también a nivel internacional, donde se muestre más allá de lo que se ha proyectado del destino en los últimos años.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Folleto de lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo de la
Comuna de Montañita

Figura 71

Portada del folleto



Justificación

El folleto de lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo de la Comuna de Montañita (Anexo 8) es una herramienta informativa que posee datos de interés sobre el aspecto sociocultural de la localidad con la principal finalidad de mantener, preservar y generar buenas prácticas de conservación y continuidad en la cultura (Cabanilla & Garrido, 2017). El folleto es un instrumento que expresa las ideas de forma simple y concisa, para que todos los interesados puedan entenderlo con facilidad y así ponerlo en práctica con eficacia y eficiencia.

Sabiendo que un folleto es un documento impreso que presenta una cantidad limitada de hojas con fin divulgativo, este ayudaría como propuesta debido a que es el que va ayudar a mitigar los efectos socioculturales que puede originar el desarrollo de la actividad turística, de tal manera que se pueda establecer una herramienta de información de gran utilidad para los diferentes involucrados.

Finalmente se debe destacar que es importante la utilización de folletos para transmitir y/o reforzar la información acerca de los conocimientos sobre buenas prácticas socioculturales y de esta manera beneficiar tanto a los residentes de la Comuna Montañita como a los turistas que visiten la localidad.

Objetivos

Objetivo General.

Fomentar las buenas prácticas socioculturales en la Comuna de Montañita para la preservación y conservación de la cultura, garantizando su continuidad a lo largo del tiempo y motivando la visita de más turistas interesados en beneficiar a la comunidad.

Objetivos Específicos.

- Orientar a las personas de la Comuna Montañita hacia buenas prácticas socioculturales, generando una gestión cultural responsable.
- Sensibilizar tanto a residentes como a turistas en la importancia de la preservación y conservación de la cultura de la comunidad en la que se reside/visita.
- Motivar la participación de la población en las actividades descritas en el presente folleto interviniendo en la mejora de la calidad de vida de los habitantes.

Desarrollo

El folleto se realizó en base a los resultados obtenidos que fueron una guía para desarrollar estrategias de buenas prácticas socioculturales. El documento está estructurado de acuerdo al tipo de información empezando por una reseña breve introductoria a la comuna de Montañita seguido de información general del folleto, actores principales, planificación y por último estrategias clasificadas en cada una de las variables del estudio como son la infraestructura, la continuidad histórica y la interculturalidad.

Para la realización de este documento se tomaron como fuente de referencia otros trabajos que abarcaban aspectos socioculturales los cuales se encuentran descritos en el folleto. Se usó la herramienta de Power Point la cual permite generar documentos digitales de alta calidad y poder realizar ediciones breves. El presente documento será entregado a la presidenta del cabildo comunal con el fin de que exista difusión estratégica y pueda ser usado como base para el desarrollo sociocultural.

CAPÍTULO V

Restricciones en la realización del proyecto

- Durante la realización del proyecto se vio incompleta la información de datos validados por entidades reconocidas sobre la cantidad de turistas que llegan a la comuna como también del número de residentes que existen en Montañita. Esto extendió el proceso de obtención de resultados sobre el presente estudio.
- Los dirigentes comunales no poseen información exacta acerca de cifras turísticas en la localidad, presentando un problema para estudios pasados, presentes y futuros, ya que no se cuenta con una base de datos verídicos.
- Los turistas de origen nacional presentaron una baja disposición a brindar información para el estudio, lo que pudo interferir en la obtención e interpretación de resultados.

Conclusiones

- Al finalizar la presente investigación en la comuna de Montañita, se determinó al turismo como la principal actividad a la que la mayor parte de la población se dedica, por ende, la interacción que se genera entre turistas y residentes ineludiblemente provoca efectos socioculturales que pueden ser positivos como también negativos. No obstante, se llega a concluir que son más los efectos positivos como el ingreso económico y el desarrollo en la infraestructura, que permiten la mejora en la calidad de vida de las personas locales; además desencadena sentido de pertenencia e interés de conocimiento debido a la interculturalidad. Referente a lo negativo se destaca el comercio de sustancias ilícitas, sin embargo, con los años se han tomado medidas para aumentar el control paulatino, el mismo que se gestiona por las entidades a cargo.

- De acuerdo a la investigación teórica se determinó que el ámbito sociocultural es un aspecto relevante a estudiar dentro del turismo, es así como en conjunto con los resultados evidenciados en la localidad de Montañita se deduce que en la actividad turística se dan relaciones que generan resultados tangibles o intangibles gratificantes para todos los involucrados, siendo estos satisfactorios en su mayoría. De esta manera se concuerda con la teoría presentada en donde el turismo no solo representa una actividad económica importante dentro de la zona, también pasa a ser un espacio de identidad y cambios sociales.
- El estudio se realizó por medio de una investigación mixta que involucra datos cuantitativos y cualitativos, los mismo que fueron idóneos para la obtención de resultados pues al aplicar las herramientas de la encuesta y la entrevista de forma in situ, se pudo obtener información valiosa de la percepción de los residentes, turistas y entidades a cargo de la dirección de la comuna, lo que a su vez permitió concatenar los datos y puntualizar que existe similitud de opinión de forma estadística en el comportamiento de las variables de estudio que son: infraestructura, continuidad histórica e interculturalidad; facilitando la interpretación de los efectos encontrados.
- Finalmente, al analizar la situación turística de Montañita se resolvió realizar un folleto donde se formularon lineamientos de buenas prácticas socioculturales, el mismo que permite mantener, perfeccionar o crear actividades, proyectos o procedimientos que impulsen la continuidad histórica, la interculturalidad y la mejora de la calidad de vida.

Recomendaciones

- Es importante socializar los resultados obtenidos de la investigación, así como también el folleto de lineamientos sobre buenas prácticas socioculturales en el turismo para de esta forma involucrar a la localidad en el desarrollo de la actividad turística equitativa.
- Se recomienda tomar en cuenta esta investigación sociocultural en futuros estudios sobre el turismo en Montañita, pues representa un aspecto importante para la toma de decisiones.
- Es recomendable que se siga analizando el ámbito sociocultural en los estudios referentes al turismo con la finalidad de evaluar el comportamiento de las personas locales frente a la llegada de turistas y cómo podría beneficiar o perjudicar esta relación.
- Se recomienda la planificación territorial y turística de la zona en base al reglamento interno de la comuna con el fin de mantener la esencia del destino y a la par diversificar la oferta para crear un turismo más consciente y de calidad.
- Es fundamental que los organismos encargados del manejo de la zona le den más importancia a la obtención y divulgación de bases de datos que permitan el reconocimiento estadístico de aspectos como: cantidad de pobladores, número de visitantes, gasto promedio, porcentaje de ocupación, temporadas altas, promedio de estadía, entre otros; con el fin de que se puedan tomar decisiones más acertadas y resultados de estudios más exactos.
- Se recomienda a futuros investigadores que tengan de tema de estudio el turismo en Montañita, realizar la obtención de datos en periodos más largos de tiempo con el fin de obtener resultados más acertados a la realidad.

- Por último, es importante fomentar los aspectos de difusión, capacitación, evaluación y control de proyectos por parte de entidades públicas y privadas de la zona para aumentar el conocimiento de los pobladores y así incidir en la calidad del destino.

Referencias

- Acerenza, M. (1984). *Administración del Turismo. Conceptualización y Organización* (Vol. 1). México: Editorial Trillas.
- Alves, D. (2014). *Posibilidades y Contribuciones del Turismo al Desarrollo Local y Humano en América Latina*. Obtenido de VIII CONGRESO INTERNACIONAL DE GEOGRAFÍA DE AMÉRICA LATINA "Revisando paradigmas, creando alianzas": Madrid. Spain:
https://www.researchgate.net/publication/317091727_POSIBILIDADES_Y_CONTRIBUCIONES_DEL_TURISMO_AL_DESARROLLO_LOCAL_Y_HUMANO_EN_AMERICA_LATINA
- Ávila, H. (2006). *Análisis de datos*. Obtenido de
http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/int_meto_inv/c_4.htm#:~:text=4.1.1%20An%C3%A1lisis%20Univariado.,basado%20en%20una%20sola%20variable.&text=El%20an%C3%A1lisis%20bivariado%20dise%C3%B1a%20tablas,categor%C3%ADas%20de%20una%20segunda%20variab
- Ayllón, T. (2002). *Geografía*. Obtenido de
<https://sites.google.com/site/geografiachable/continuidad-historica>
- Barrantes, R. (2014). *Investigación, Un camino al conocimiento, Un Enfoque Cualitativo, Cuantitativo y Mixto*. San José, Costa Rica: EUNED.
- Bavaresco, A. (2006). *Proceso metodológico de la investigación*. Editorial de la Universidad del Zulia Venezuela. Obtenido de
https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso_metodologico-en-la-investigacion-bavaresco-reduc.pdf
- Becerra, F., & Pino, J. (2005). *Evolución del concepto de desarrollo*. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/111/11101705.pdf>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Shalom.
- Benseny, G. (2006). *El espacio turístico litoral. Aportes y Transferencias*. Universidad Nacional de Mar Del Plata.

- Blanchart, C. (2020). *Desarrollo Humano y Cultura*. Obtenido de Una mirada crítica sobre la dimensión cultural en el enfoque de Amartya Sen. [Tesis Maestría, FLACSO]:
<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/16310/2/TFLACSO2020CHRB.pdf>
- Bravo, L., Alemán, A., & Pérez, M. (2018). *La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional?*. Obtenido de ECA SINERGIA:
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1195>
- Burdge, R. J., & Vanclay, F. (1996). *Social impact assessment: A contribution to the state of the art series*. Obtenido de Impact Assessment:
<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/07349165.1996.9725886>
- Carrillo, A. (2021). *Psicología y Mente*. Obtenido de Teoría de intercambio social: qué es y cuáles son sus autores: <https://psicologiymente.com/social/teoria-de-intercambio-social>
- Castells, M. (2002). *La dimensión cultural de Internet*. Obtenido de
<https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html>
- Chávez, K. (2007). *Estadística aplicada a la psicología y Ciencias de la Salud. El Manual Moderno*. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=19EwDwAAQBAJ&pg=PP11&dq=libro+de+probabilidad+y+estadistica+de+chavez&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjSsrb2oJnYAhXMzFQKHxfRCP0Q6AEIKzAB#v=onepage&q=libro%20de%20probabilidad%20y%20estadistica%20de%20chavez&f=false>
- Consejo Nacional de Planificación. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 - Toda una Vida*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Covarrubias, R. (2014). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Obtenido de
<https://www.eumed.net/libros/index.html>

- Cuadros, J. (2016). Obtenido de Modelos turísticos desde la teoría general de sistemas [Archivo PDF].: [file:///C:/Users/Nicole/Downloads/SSRN-id3462803%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Nicole/Downloads/SSRN-id3462803%20(1).pdf)
- Davidov, V. (1988). *La enseñanza escolar y el desarrollo psíquico*. (M. E. Editorial Progreso, Ed.) Moscú: Progreso. Obtenido de Un modelo de gestión del turismo científico en La Patagonia.
- De Conceptos.com. (2022). *Concepto de continuidad*. Obtenido de <https://deconceptos.com/general/continuidad#:~:text=En%20Historia%2C%20la%20continuidad%20de,sino%20como%20un%20proceso%20gradual>
- Fachelli, S., & López, P. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Folgueiras, P. (2016). *La entrevista*. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Franco, I., Giraldo, C., López, L., & Palmas, Y. (2019). *Modelos Turísticos desde la Teoría General de Sistemas (Tourist Models From The General Theory Of Systems)*. SSRN. Obtenido de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3462803
- García, A. (2012). *Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo*. Obtenido de Universidad Nacional de La Plata: <http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/27078/02-ALGUNAS+CONSIDERACIONES+SOBRE+LA+ACTIVIDAD+TUR?sequence=1>
- Gimon, G. (2019). *¿Qué es Infraestructura?*. Obtenido de UNELLEZ: <https://unellez.edu.ve/portalweb/public/departamentos/270/informacion/577>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Manglaralto. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural Manglaralto 2014 – 2019 [Archivo PDF]*. Obtenido de

- Hernández, S. R. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Ivanova, R., & Ibáñez, I. (2012). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. ELALEPH. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=BAHYkvJihDwC&oi=fnd&pg=PA17&dq=actividad+tur%C3%ADstica+&ots=i_hRYFrRck&sig=FOToE_ashT_etNlt5jF2nSufgo4#v=onepage&q=actividad%20tur%C3%ADstica&f=false
- Kobashi, S. (2016). *Competencia cultural y choque cultural: Adaptación a una cultura nueva y sus dificultades*. Obtenido de https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/26/26_0523.pdf
- Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers*. Routledge. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7FcH63vR0IC&oi=fnd&pg=PR3&dq=Jost+Krippendorf&ots=QPlpunQ8Fi&sig=BU_VLwkBZuLs0YHBQ_HKqB9Y78l#v=onepage&q=Jost%20Krippendorf&f=false
- Lager, M. (2015). *FLACSO*. Obtenido de "Montañita, Tierra sin Igual" Una Comuna entre el Territorio, la Identidad y el Turismo: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/8145/2/TFLACSO2015MTL.pdf>
- Lexis. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008 [Archivo PDF]. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Libera, B. (2007). *Impacto, impacto social y evaluación del impacto*. Obtenido de ACIMED: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-
- Macías, R. (2019). Maestría en Desarrollo Cultural Comunitario, sus aportes al Desarrollo Cultural de las Tunas y Holguín de 2006 a 2018. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7246127.pdf>
- Mamani, W. (2016). *Demanda Turística. Asesores en Turismo Perú*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>

- Martínez, M. (1999). *El enfoque sociocultural en el estudio del desarrollo y la educación*.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/155/15501102.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2021). *ACUERDO MINISTERIAL Nro. 2021-001 [Archivo PDF]*.
Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/03/001-2021- Pueblos-Ma%CC%81gicos-signed.pdf>
- OMT. (1997). *Reunión de líderes del turismo mundial sobre los efectos sociales del turismo*. Madrid: OMT.
- OMT. (1998). *National and regional tourism planning, methodologies and case studies*. Madrid: World Tourism Organization.
- OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos – Guía práctica*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2007). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Oxford Languages. (s.f.). *Cabildo*. Obtenido de <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>
- Pérez, J. (2015). *Introducción al concepto de desarrollo. El Orden Mundial*.
<https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>
- Ramírez, R. (2006). *Definición del Turismo*. Obtenido de <http://www.venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm>
- Rayner, J., & Mérida, J. (2019). *Las comunas del Ecuador: autonomía, territorio y la construcción del Estado plurinacional*. IAEN. Obtenido de <https://editorial.iaen.edu.ec/wp-content/uploads/2020/01/Las-comunas-del-Ecuador.pdf>
- Reglamento Interno de la Comuna “Montañita”*. (2019). *ACUERDO EJECUTIVO N° 15 [Archivo PDF]*.

- Rodríguez, M. (2010). *Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborigen Warao en el Estado Delta Amacuro, Venezuela [Tesis de Maestría, Universidad de la Habana]*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/index.htm>
- Russo, M. (2008). *Environmental Management. Mary Ann Vail*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=hRJGrsGnMXcC&oi=fnd&pg=PA49&dq=Triple+bottom+line+john+elkington&ots=0fmyyTNyeL&sig=yevhLbpLjn6BKYBBM7QtIDz7eQ#v=onepage&q=Triple%20bottom%20line%20john%20elkington&f=false>
- Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación. (2017). *El Plan Nacional de Desarrollo se alinea a la Agenda 2030 y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/el-plan-nacional-de-desarrollo-se-alinea-a-la-agenda-2030-y-a-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Sen, A. (1999). *Development as freedom* (Primera ed.). Nueva York: Anchor Books.
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo aplicado al turismo*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.1.pdf>
- Torres, A. (2016). *Los sistemas de indicadores: instrumentos para la medición y gestión de la sostenibilidad turística en España*.
- Torres, M. (2005). *Principios básicos del turismo equilibrado: conservación y desarrollo*. Universidad de Córdoba.
- Trujillo, J. (2016). *La Constitución y la continuidad histórica*. Obtenido de <https://www.cepchile.cl/cep/opinan-en-la-prensa/joaquin-trujillo/la-constitucion-y-la-continuidad-historica>

- Ucha, F. (2010). *Definición de Actividad*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/actividad.php>
- UNESCO. (1995). *Declaración de Principios sobre la Tolerancia* . Obtenido de https://www.oas.org/dil/esp/afrodescendientes_instrumentos_internacionales_Declaracion_Principios_Tolerancia_UNESCO.pdf
- UNESCO. (s.f.). *Artículo 4.8 de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. Obtenido de <https://es.unesco.org/creativity/interculturalidad>
- Vázquez, A., Fernández, D., & Escampa, M. (2017). El Impacto Socio-Cultural Del Turismo En Benalmádena. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3, 31- 47.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Essex.: Pearson Prentice Hall.

