

Volumen 4, Número 11 — Enero — Marzo - 2018

ISSN: 2414-4835

Revista Investigaciones Sociales

ECORFAN®

Indización y Base de Datos



ECORFAN- Republic of Nicaragua

- RESEARCH GATE (Alemania)
- GOOGLE SCHOLAR (Índices de citas-Google)
- REDIB (Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico-CSIC)
- MENDELEY (Gestor de Referencias bibliográficas)

ECORFAN-Republic of Nicaragua

Editora en Jefe

RAMOS-ESCAMILLA, María. PhD

Redactor Principal

SERRUDO-GONZALES, Javier. BsC

Asistente Editorial

ROSALES-BORBOR, Eleana. BsC

Director Editorial

PERALTA-CASTRO, Enrique. MsC

Editor Ejecutivo

VALLE-CORNAVACA, Ana Lorena. PhD

Editores de Producción

ESCAMILLA-BOUCHAN, Imelda. PhD

LUNA-SOTO, Vladimir. PhD

Administración Empresarial

TREJO-RAMOS, Ivan. BsC

Control de Producción

RAMOS-ARANCIBIA Alejandra. BsC

DÍAZ-OCAMPO Javier. BsC

Revista Investigaciones Sociales, Volumen 4, Número 11, de Enero a Marzo-2018, es una revista editada trimestralmente por Ecorfan. CST 5 cuadras al sur 90 vrs. al este Casa No. 1104. Managua, República de Nicaragua. WEB:

[@ecorfan.org](http://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/journal). Editora en Jefe: RAMOS-ESCAMILLA, María, ISSN-En línea: 2414-4835. Responsables de la última actualización de este número de la Unidad de Informática Ecorfan. ESCAMILLA-BOUCHÁN, Imelda, LUNA-SOTO, Vladimir, CST 5 cuadras al sur 90 vrs. al este Casa No. 1104. Managua, República de Nicaragua, actualizado al 31 de Marzo 2018.

Las opiniones expresadas por los autores no reflejan necesariamente las opiniones del editor de la publicación.

Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin permiso del Instituto Nacional de defensa de la competencia y protección de la propiedad intelectual de Nicaragua.

Consejo Editorial

PEÑA-LÓPEZ, Ana Alicia. PhD

Universidad Nacional Autónoma de México, México

SÁNCHEZ-CRISPIN, Álvaro. PhD

Universidad Nacional Autónoma de México, México

FIGUEROA-DÍAZ, María Elena. PhD

Universidad Nacional Autónoma de México, México

CRESPO-GUERRERO, José Manuel. PhD

Universidad Nacional Autónoma de México, México

DELGADO-CAMPOS, Genaro Javier. PhD

Universidad Nacional Autónoma de México, México

ROMERO-ARRECHAVALA, Jilma. PhD

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Nicaragua

CLAVIJO-CORTÉS, Pedro Hugo. MsC

Universidad Católica de Colombia, Colombia

ALVARADO-SÁNCHEZ, Meylin. MsC

Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica

FLORES-ABOGAIR, Marlene. MsC

Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica

ORTIZ-FONSECA, Jenny Paola. MsC

Colectivo de Historia Oral, Colombia

Consejo Arbitral

RNIA. MsC

Universidad Nacional Autónoma de México, México

MAP. MsC

Universidad Nacional de Costa Rica, Costa Rica

ORAY. MsC

Universidad Nacional Autónoma de México, México

QVGJ. MsC

Universidad Nacional Autónoma de México, México

BMP. MsC

Instituto de Filosofía, Cuba

JGA. MsC

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Nicaragua

CQLM. MsC

Universidad de los Andes, Venezuela

RRA. MsC

Escuela Agrícola Panamericana El Zamorano, Ecuador

UD. BsC

Universidad del Quindío, Colombia

PVJP

Universidad Nacional Autónoma de México, México

Presentación

ECORFAN, es una revista de investigación que publica artículos en el área de: Revista Investigaciones Sociales.

En Pro de la Investigación, Enseñando, y Entrenando los recursos humanos comprometidos con la Ciencia. El contenido de los artículos y opiniones que aparecen en cada número son de los autores y no necesariamente la opinión de la Editora en Jefe.

Como primer artículo está *Análisis de la situación actual de las principales minas del Cantón Zaruma y su influencia en el desarrollo turístico, Provincia de El Oro, 2017* por NUGRA-BETANCOURTH, Mónica Alexandra, GUERRERO-JIRÓN, Juan Ramiro & CALLE- IÑIGUEZ, Melissa Paulina con adscripción *Universidad Técnica de Machala*, como siguiente artículo está *El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-Social* por SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth, PALADINES, Gustavo Vladimir & ECHÁRRI-CHÁVEZ-Maite con adscripción *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*, como siguiente artículo está *El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador* por MULLO, Esther, CÓRDOVA, Mentor & MENDOZA, Efren, como siguiente artículo está *Los claroscuros en la operación de los consejos escolares de participación social en escuelas secundarias públicas urbanas* por MÁRQUEZ, Lorena, MADUEÑO, María Luisa, PÉREZ, Dulce Daniela & CHAPARRO, Itzel Yaressy con adscripción *Instituto Tecnológico de Sonora, México* como siguiente artículo está *Posicionamiento y sostenibilidad, contribución a la competitividad de destinos turísticos* por PARRA-CÁRDENAS, Alexandra Verónica, CEVALLOS-ORTEGA, Fanny Lucía & CISNEROS-MUSTELIER, Lourdes con adscripción *Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE* como siguiente artículo está *Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales* por LANDETA-BEJARANO, Nathalie, VÁSQUEZ-FARFÁN, Brusela & ULLAURI-DONOSO, Narcisa con adscripción *Universidad Estatal Península de Santa Elena* como siguiente artículo está *Valoración de la infraestructura y servicios turísticos en la Comuna Salanguillo para su adecuado aprovechamiento y desarrollo* por REYES- BORBOR, Ronny, LINZAN- RODRÍGUEZ, Soraya, TIGRERO- GONZÁLEZ, Félix con adscripción *Universidad Estatal Península de Santa Elena*

Contenido

Artículo	Página
Análisis de la situación actual de las principales minas del Cantón Zaruma y su influencia en el desarrollo turístico, Provincia de El Oro, 2017 NUGRA-BETANCOURTH, Mónica Alexandra, GUERRERO-JIRÓN, Juan Ramiro & CALLE- IÑIGUEZ, Melissa Paulina	1-8
El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-Social SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth, PALADINES, Gustavo Vladimir & ECHÁRRI-CHÁVEZ-Maite	9-12
El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador MULLO, Esther, CÓRDOVA, Mentor & MENDOZA, Efren	13-21
Los claroscuros en la operación de los consejos escolares de participación social en escuelas secundarias públicas urbanas MÁRQUEZ, Lorena, MADUEÑO, María Luisa, PÉREZ, Dulce Daniela & CHAPARRO, Itzel Yaressy	22-32
Posicionamiento y sostenibilidad, contribución a la competitividad de destinos turísticos PARRA-CÁRDENAS, Alexandra Verónica, CEVALLOS-ORTEGA, Fanny Lucía & CISNEROS-MUSTELIER, Lourdes	33-45
Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales LANDETA-BEJARANO, Nathalie, VÁSQUEZ-FARFÁN, Brusela & ULLAURI-DONOSO, Narcisa	46-58
Valoración de la infraestructura y servicios turísticos en la Comuna Salanguillo para su adecuado aprovechamiento y desarrollo REYES- BORBOR, Ronny, LINZAN- RODRÍGUEZ, Soraya, TIGRERO-GONZÁLEZ, Félix	59-67

Instrucciones para Autores

Formato de Originalidad

Formato de Autorización

Análisis de la situación actual de las principales minas del Cantón Zaruma y su influencia en el desarrollo turístico, Provincia de El Oro, 2017

Analysis of the current situation of the main mines of Canton Zaruma and its influence on tourism development, El Oro Province, 2017

NUGRA-BETANCOURTH, Mónica Alexandra*†, GUERRERO-JIRÓN, Juan Ramiro & CALLE-IÑIGUEZ, Melissa Paulina

Universidad Técnica de Machala

ID 1° Autor: *Mónica Alexandra Nugra-Betancourth* / ORC ID: 0000-0001-6148-6516, Researcher ID Thomson: F-8898-2018

ID 1° Coautor: *Juan Ramiro Guerrero-Jirón* / ORC ID: 0000-0001-6433-9810, Researcher ID Thomson: F-8869-2018

ID 2° Coutor: *Melissa Paulina Calle- Iñiguez* / ORC ID: 0000-0003-1615-0559, Researcher ID Thomson: F-8867-2018

Recibido: 15 de Diciembre, 2017; Aceptado 02 de Febrero, 2018

Resumen

El desarrollo del turismo en ciertas localidades del país, se presenta como una alternativa y recurso de sustento tanto en lo económico, social y ambiental. Es por ello que en el presente trabajo se han elaborado estudio para conocer la situación de las principales minas de Zaruma.

La primera parte del estudio abarca el análisis de factores que son necesarios para dicho desarrollo, como lo son atractivos turísticos, planta e infraestructura turística y el rol de la comunidad local; así como el estudio de mercado respectivo. Incluyendo ejemplos de ciudades en el extranjero, con características similares a las de Zaruma, y que han logrado desarrollarse como destinos muy visitados por turistas, por la calidad de sus atractivos y por su historia minera.

Partiendo de dichos análisis se logró diseñar propuestas que ayudarán a conseguir el objetivo, que es el de promover el desarrollo turístico de este cantón, que tiene en la minería su principal actividad económica.

A través de la aplicación de técnicas de investigación como la encuesta, la observación se pretende realizar el levantamiento de información, con lo cual ayudar a tener un conocimiento más conciso sobre los recursos que tiene el lugar y conocer en qué condiciones se encuentra la oferta turística. Y ver en que se puede implementar y mejorar.

Patrimonio, Turismo Minero, Cultural, Minero

Abstract

The development of tourism in certain localities of the country, is presented as an alternative and resource of sustenance in the economic, social and environmental. That is why in the present work a study has been prepared to know the situation of the main Zaruma mines.

The first part of the study covers the analysis of factors that are necessary for such development, such as tourist attractions, tourism infrastructure and the role of the local community; as well as the respective market study. Including examples of cities abroad, with characteristics similar to those of Zaruma, and which have managed to develop as destinations very visited by tourists, for the quality of their attractions and for their mining history.

Based on these analyzes, it was possible to design proposals that will help achieve the objective, which is to promote tourism development in this canton, which has its main economic activity in mining.

Through the application of research techniques such as the survey, the observation is intended to perform the collection of information, thereby helping to have a more concise knowledge about the resources that the place has and to know in what conditions the tourist offer is. And see what can be implemented and improved.

Heritage, Mining Tourism, Cultural Mining

Citación: NUGRA-BETANCOURTH, Monica Alexandra*†, JUAN-RAMIRO, Guerrero Jirón, MELISSA-PAULINA, Calle Iñiguez. Análisis de la situación actual de las principales minas del Cantón Zaruma y su influencia en el desarrollo turístico, Provincia de El Oro, 2017. Revista Investigaciones Sociales 2018. 4-11: 1-8

* Correspondencia al autor (email: manugra@utmachala.edu.ec)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

El proyecto de investigación tiene como finalidad implementar un análisis de las minas de Zaruma, y obtener resultados que ayuden a determinar las principales falencias que tienen este destino turístico, tal es el caso que para la elaboración del trabajo se busca conocer en qué estado se encuentra actualmente las minas y como repercutan en la actividad turística.

La clave de las nuevas modalidades de turismo está en los atractivos que ofrecen los paisajes mineros, cuya estructura es el resultado de numerosos componentes interrelacionados como ocurre en las Minas de Sal de Hallstatt (Austria) o en las Minas de Hierro de Blaenavon (Gran Bretaña), incluidas por la UNESCO en la Lista de Paisajes Culturales, al igual que ha ocurrido en España con las Minas de Oro de Las Médulas. (María del Carmen Cañizares Ruiz, 2008, pág. 10).

Un destino turístico curioso y alternativo a lo establecido, el turismo subterráneo puede complacer a los más ávidos viajeros y sorprender a niños y mayores por lo espectacular de sus vistas.

Desde Europa, pasando por América y Asia, algunas de las mayores minas de sal y carbón del mundo son ahora un atractivo turístico diferente. (Diego Estrada, 2012).

No obstante, existe una actividad específica y complementaria reconocida como Turismo de Mina o Turismo de Patrimonio Industrial y Minero e incluso como Turismo Minero o Turismo Industrial.

En América Latina, podemos citar a México que es el país más visitado de América Latina con más de **32 millones de turistas extranjeros** anuales. (Trujillo Rincón, 2005).

Art. 20.- Derecho preferente.- La Empresa Nacional Minera, tendrá derecho preferente para solicitar al Ministerio Sectorial la concesión de cualquier área minera libre conforme a la certificación que para el efecto emita la Agencia de Regulación y Control Minero, igualmente tendrá derecho de primera opción para solicitar la concesión de áreas cuyos derechos se hubieren extinguido por caducidad, extinción, nulidad o hayan sido restituidas al Estado.

Respecto de las áreas mineras especiales, durante los cuatro años siguientes desde el término de la vigencia de un área minera especial, la Empresa Nacional Minera tendrá un derecho preferente para solicitar concesiones mineras en dichas áreas.

El Ecuador por varios años ha contado con un sinnúmero de atractivos turísticos en distintas regiones del territorio a medida que se ha ido implementando nuevas estrategias. El turismo ha ido creciendo notablemente y ha permitido que la inversión turística se vea reflejada en la cantidad de turistas que cada año visitan el país.

El Ecuador tiene una gran historia y dentro de esta, se encuentran inmersas un conjunto de costumbres y tradiciones la cual diferencia e identifica. El cantón Zaruma es una de las grandes riquezas culturales del Ecuador, su imagen cultural sus costumbres, tradiciones que se mantienen en el tiempo tienen un valor inigualable.

Desarrollo

El proyecto de investigación tiene como finalidad implementar un análisis de las minas de Zaruma, y obtener resultados que ayuden a determinar las principales falencias que tienen este destino turístico, tal es el caso que para la elaboración del trabajo se busca conocer en qué estado se encuentra actualmente las minas y como repercutan en la actividad turística.

La clave de las nuevas modalidades de turismo está en los atractivos que ofrecen los paisajes mineros, cuya estructura es el resultado de numerosos componentes interrelacionados como ocurre en las Minas de Sal de Hallstatt (Austria) o en las Minas de Hierro de Blaenavon (Gran Bretaña), incluidas por la UNESCO en la Lista de Paisajes Culturales, al igual que ha ocurrido en España con las Minas de Oro de Las Médulas. (María del Carmen Cañizares Ruiz, 2008, pág. 10).

Un destino turístico curioso y alternativo a lo establecido, el turismo subterráneo puede complacer a los más ávidos viajeros y sorprender a niños y mayores por lo espectacular de sus vistas. Desde Europa, pasando por América y Asia, algunas de las mayores minas de sal y carbón del mundo son ahora un atractivo turístico diferente. (Diego Estrada, 2012).

No obstante, existe una actividad específica y complementaria reconocida como Turismo de Mina o Turismo de Patrimonio Industrial y Minero e incluso como Turismo Minero o Turismo Industrial.

En América Latina, podemos citar a México que es el país más visitado de América Latina con más de **32 millones de turistas extranjeros** anuales. (Trujillo Rincón, 2005).

Art. 20.- Derecho preferente.- La Empresa Nacional Minera, tendrá derecho preferente para solicitar al Ministerio Sectorial la concesión de cualquier área minera libre conforme a la certificación que para el efecto emita la Agencia de Regulación y Control Minero, igualmente tendrá derecho de primera opción para solicitar la concesión de áreas cuyos derechos se hubieren extinguido por caducidad, extinción, nulidad o hayan sido restituidas al Estado.

Respecto de las áreas mineras especiales, durante los cuatro años siguientes desde el término de la vigencia de un área minera especial, la Empresa Nacional Minera tendrá un derecho preferente para solicitar concesiones mineras en dichas áreas.

El Ecuador por varios años ha contado con un sinnúmero de atractivos turísticos en distintas regiones del territorio a medida que se ha ido implementando nuevas estrategias.

El turismo ha ido creciendo notablemente y ha permitido que la inversión turística se vea reflejada en la cantidad de turistas que cada año visitan el país.

El Ecuador tiene una gran historia y dentro de esta, se encuentran inmersas un conjunto de costumbres y tradiciones la cual diferencia e identifica.

El cantón Zaruma es una de las grandes riquezas culturales del Ecuador, su imagen cultural sus costumbres, tradiciones que se mantienen en el tiempo tienen un valor inigualable.

Por tal razón es indispensable valor y conservar este importante patrimonio turístico, que se encuentre con un problema ambiental como producto de los percances de la naturaleza.

Información secundaria

Artículos científicos

Se ha logrado obtener gran cantidad de información mediante estos documentos científicos, que han sido de gran utilidad a la hora de comparar y describir cada uno de los temas a tratarse.

Libros

Los libros son importantes fuentes de consulta, los cuales contienen información relevante y nos ayudan a tener una visión más precisa y concreta.

Aplicación de la técnica del muestreo

El feriado del 10 de Agosto llenó al 100% las plazas hoteleras de la urbe. Jaramillo informa que en los 3 días 12550 turistas se registraron en la Unidad de Turismo Municipal de Zaruma. (GAD, 2017).

$$\begin{aligned} G &= 0.50 \\ Z &= 1.96 \\ E &= 0.04 \\ N &= 12550 \end{aligned}$$

$$n = \frac{N(G^2)(Z^2)}{(N-1)E^2 + (G^2)(Z^2)} \quad (1)$$

$$n = \frac{12550(0.5)^2(1.96)^2}{(12550-1)(0.04)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = \frac{3137.50 * 3.842}{501.96 + 0.960}$$

$$n = \frac{12048}{502.92}$$

$$n = 23.95$$

$$n = 23 \text{ personas que encuesta}$$

Metodología a desarrollar

Método inductivo

La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular.

La inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observando la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie.

Observación:

Esta técnica de investigación será utilizada al momento de visitar el lugar, se realizara una observación detallada de los atractivos así como de sus establecimientos, eso ayudara a conocer que es lo que realmente le hace falta a este cantón que por desde siempre a representado un destino turístico de gran realce.

Método deductivo

Este método es aquel que parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir, parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlos a casos individuales y comprobar así su validez.

Encuesta

Dentro de este método de investigación se aplicara la encuesta como técnica de recolección de datos, aquí se formulara una serie de preguntas tomando en cuenta la información que se ha recopilado, y mediante estos datos se empezara a desarrollar las preguntas, las cuales se las efectuara a los turistas que llegan a visitar el cantón Zaruma, esto ayudara a identificar cuáles son las principales causas de la problemática del lugar.

Resultados

Según los datos extraídos la gran parte de turistas manifestaron que recomendarían a Zaruma como un destino turístico por excelencia, ya que contaba con innumerables recursos tanto naturales como culturales, y esto es de buen agrado para cualquier turista.

El cantón Zaruma a lo largo de los años ha sido un destino turístico ideal para disfrutar con la familia o con amigos compañeros, su increíble patrimonio cultura y la historia que encierra llama mucho la atención de las personas, además sus atractivos turísticos con los que cuenta hacen del cantón aún más agradable a la vista de cualquier turista.

Actualmente a pesar de su excelente patrimonio y atractivos que tiene, surge una problemática, debido a los hundimientos por parte de las actividades mineras el turismo fue disminuyendo, pero gracias a la intervención de las autoridades competentes el lugar ha ido recuperando su imagen turística.

A pesar de todos estos factores Zaruma sigue siendo el destino preferido de varios turistas, ya que aunque no exista una promoción del destino, Zaruma se ha hecho muy conocido a lo largo de los años y esto ocasiona que aquellas personas que en años anteriores ya visitaron el lugar lo recomienden a los demás y por tal motivo aun los turistas continúan llegando al cantón.

Este cantón está preparado para ser vendido turísticamente según lo expuesto por las personas, y una de las principales razones por las que se visita el destino es por su oferta tanto natural como cultural, esto causa impresión en los visitantes porque a pesar del tiempo se sigue conservando la imagen incomparable del lugar.

Anexos

Análisis de los resultados

	Variable	Valor	%
A) ¿Cuál es su rango de edad?	Menos de 30 años	9	39%
	De 30 a 45 años	12	52%
	Más de 46	2	9%
	Total	23	100%

Tabla 1 Rango de edad

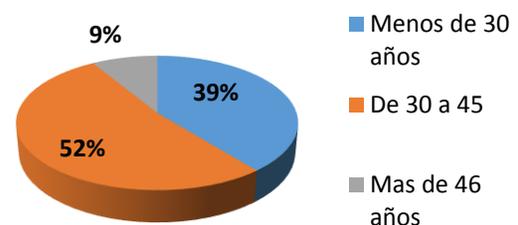


Gráfico 1 Rango de edad

Con los datos extraídos podemos afirmar que entre los turistas que frecuentan visitar la ciudad de Zaruma en su gran mayoría son personas de mayores de 30 años que corresponde al 52% del total de encuestados, a continuación se puede observar que las personas menores de 30 años están con un porcentaje menor de 39% y finalmente aquellas que son mayores de 46 años en menor proporción están con el 9% del total de los datos.

	Variable	Valor	%
B) ¿Cuál es su situación laboral?	Ocupado	11	48%
	Jubilado	6	26%
	Estudiante	6	26%
	Desempleado	0	0%
	Otros	0	0%
	Total	23	100%

Tabla 2 Situación laboral

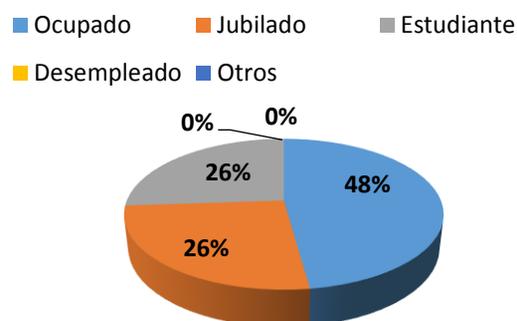


Gráfico 2 Situación laboral

Según la encuesta realizada en la ciudad de Zaruma, el 48% de las personas que visitan esta ciudad se encuentran laborando o tienen un trabajo fijo, y el 26% son estudiantes.

Lo cual quiere decir que la mayoría de los turistas son personas que se encuentran realizando actividades económicas, con el mismo rango se encuentra las personas jubiladas con el 26%.

	Variable	Valor	%
C) ¿Qué género pertenece?	Masculino	14	61%
	Femenino	9	39%
	Total	23	100%

Tabla 3 Género

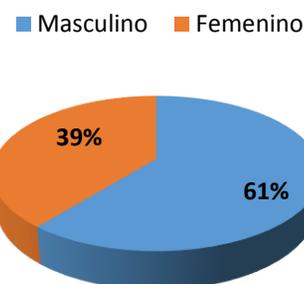


Gráfico 3 Género

Con los datos obtenidos podemos ver que el 61% del total de encuestados pertenecen al género masculino, y el 39% son de género femenino, con esto se puede decir que no existe mucha diferencia entre hombres y mujeres que visitan la ciudad de Zaruma.

	Variable	Valor	%
1) ¿Está de vacaciones en esta ciudad?	SI	13	57%
	NO	10	43%
	Total	23	100%

Tabla 4 Vacaciones del turista

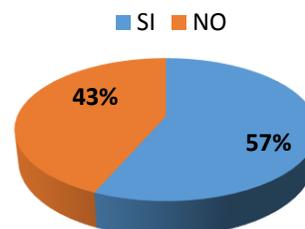


Gráfico 4 Vacaciones del turista

Del total de encuestados el 57% de ellos respondieron que se encontraban de vacaciones en la ciudad de Zaruma, el otro 43% respondieron que no, por lo cual se puede decir que la ciudad de Zaruma es visto por muchos turistas como un destino agradable para ser visitado ya que hay una gran diferencia en los resultados obtenidos.

	Variable	Valor	%
2) ¿Cuál es su lugar de procedencia?	Machala	9	39%
	Santa Rosa	4	17%
	Pasaje	0	0%
	Piñas	3	13%
	Loja	7	36%
	Total	23	100%

Tabla 5 Situación laboral

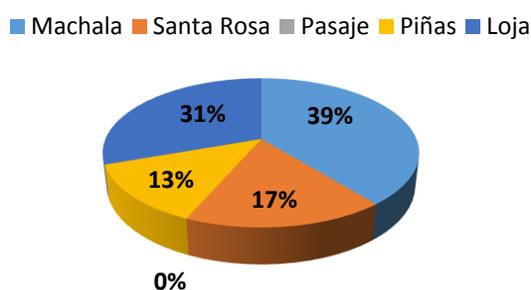


Gráfico 5 Procedencia del turista

Del total de encuestados, la gran mayoría de ellos son procedentes de la ciudad de Machala ya que se obtuvo un 39% de ciudadanos de este cantón, a continuación con un 31% hay turistas que vienen desde la ciudad de Loja, con un 17% del total corresponden a personas del cantón de Santa Rosa, con el valor de 13% estas los turistas que vienen de Piñas.

	Variable	Valor	%
3) ¿Es la primera vez que visita la ciudad de Zaruma?	SI	2	9%
	NO	21	91%
	Total	23	100%

Tabla 6 Visitas a Zaruma

NUGRA-BETANCOURTH, Monica Alexandra, JUAN-RAMIRO, Guerrero Jirón, MELISSA-PAULINA, Calle Iniguez. Análisis de la situación actual de las principales minas del Cantón Zaruma y su influencia en el desarrollo turístico, Provincia de El Oro, 2017. Revista Investigaciones Sociales 2018.

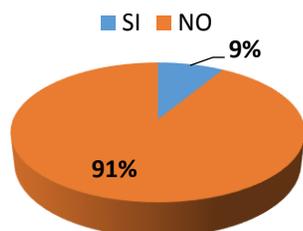


Gráfico 6 Visitas a Zaruma

Según los datos que se pudo deducir, de los turistas que visitan la ciudad de Zaruma, el 91% del total respondieron que ya habían visitado este destino en otras ocasiones, y con el 9% respondieron que era la primera vez que visitan Zaruma, esto quiere decir que las personas les agrada este destino por lo cual constantemente están visitándolo.

4) ¿En compañía de quien visita la ciudad de Zaruma?	Variable	Valor	%
	Solo	0	0%
Grupo	4	17%	
Amigos	8	35%	
En familia	7	31%	
Pareja	4	17%	
Otros	0	0%	
TOTAL	23	100%	

Tabla 7 Compañía para visitar la ciudad de Zaruma

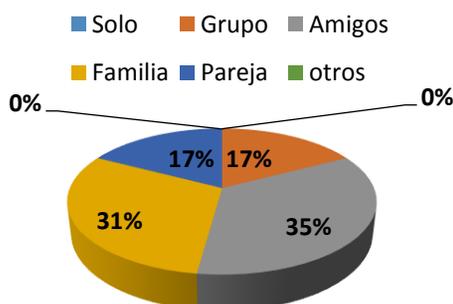


Gráfico 7 Compañía para visitar la ciudad de Zaruma

Con la información obtenida se puede manifestar que en gran escala los turistas que visitan Zaruma lo hacen en compañía de sus amigos ya que se obtuvo un 35% del total, siguiendo aquellos turistas que prefieren visitar la ciudad con sus familias esto representa el 31%, luego se encuentran grupos y parejas que corresponden el 17% del total.

5) ¿Indique la duración de su estancia en la ciudad de Zaruma?	Variable	Valor	%
	1 Día	11	48%
2 Días	8	35%	
3 - 5 Días	4	17%	
Más de 6 Días	0	0%	
Total	23	100%	

Tabla 6 Duración de estancia en la ciudad de Zaruma

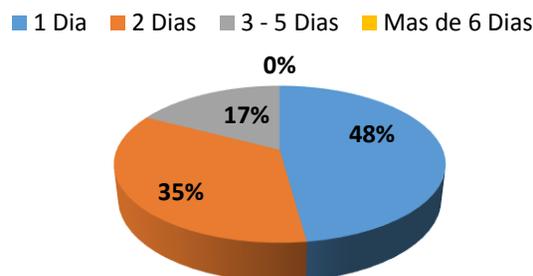


Gráfico 8 Duración de estancia en la ciudad de Zaruma

Los turistas encuestados supieron responder que el tiempo que mayormente se quedan en la ciudad es solo de un día dando un total del 48% luego están aquellos que permanecen dos días estos representan en 35% del total de los datos extraídos, finalmente aquellos que se quedan de 3 a 5 días con una mínima proporción del 17%.

6) ¿Qué tipo de establecimiento utiliza para hospedarse?	Variable	Valor	%
	Hotel	15	65%
Hostal	2	9%	
Casa de amigos y familiares	6	26%	
Otros	0	0%	
Total	23	100%	

Tabla 9 Establecimiento para hospedarse



Gráfico 9 Establecimiento para hospedarse

Según lo analizado de se deduce que con el 65% del total las personas que visitan Zaruma se quedan en establecimientos de alojamiento, otros turistas manifestaron que se quedaban en casa de amigos los cuales corresponden al 26% y con el 9% aquellos que prefieren quedarse en hostales.

7) ¿Indique su valoración de las minas de Zaruma como destino turístico?	Variable	Valor	%
	Excelente	18	78%
Bueno	5	22%	
Regular	0	0%	
Malo	0	0%	
No sabe	0	0%	
Total	23	100%	

Tabla 10 Valoración de la ciudad de Zaruma

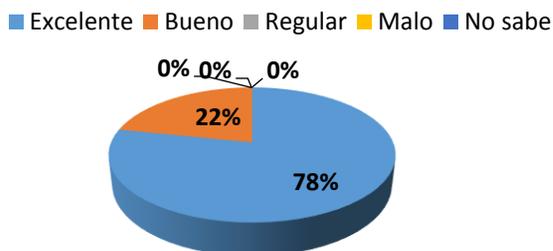


Grafico 10 Valoración de la ciudad de Zaruma

De todos los encuestados de acuerdo a su opinión supieron afirmar que el destino turístico de Zaruma es excelente para ser visitado, en menor escala el 18% dijeron que era un bueno, con esto quiere decir que para los turistas Zaruma es un destino turístico agradable y confortable.

8) ¿Considera que en la ciudad de Zaruma existen demasiados turistas?	Variable	Valor	%
	SI	16	70%
	NO	7	30%
	Total	23	100%

Tabla 11 Demasiados turistas en la ciudad de Zaruma



Grafico 11 Demasiados turistas en la ciudad de Zaruma

Con los datos extraídos se puede decir que con el 70% del total de encuestados manifestaron que existe gran afluencia turística en Zaruma, y con el 30% consideraron que no existe la presencia de muchos turistas que visiten el lugar.

9) ¿Por qué eligió el destino turístico para sus vacaciones?	Variable	Valor	%
	Por su oferta cultural	13	57%
	Por su entorno natural	6	26%
	Por la oferta de ocio	0	0%
	Precios económicos	4	17%
	Otros	0	0%
	Total	23	100%

Tabla 12 Elección del destino turístico



Grafico 12 Elección del destino turístico

De la información obtenida se puede decir que el 57% del total de encuestados visitan Zaruma por su oferta cultural, y con el 26% afirmaron que visitan la ciudad por su entorno natural, y por ultimo con el 17% por sus precios económicos. Con esto se puede visualizar que esta ciudad cuenta con un excelente oferta cultural y es la razón principal por la que es visitada.

10) ¿Indique su grado de satisfacción de su estancia en la ciudad de Zaruma?	Variable	Valor	%
	Muy satisfecho	17	74%
	Satisfecho	6	26%
	Poco satisfecho	0	0%
	Insatisfecho	0	0%
	TOTAL	23	100%

Tabla 13 Valoración de la ciudad

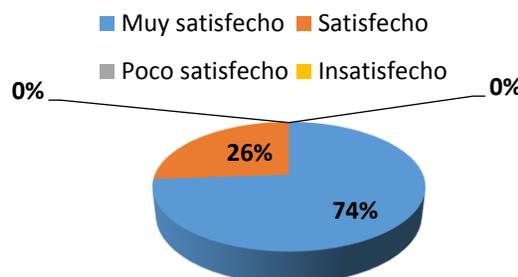


Grafico 13 Satisfacción de la ciudad de Zaruma

Se puede deducir que con el 74% del total de los resultados, las personas supieron manifestar que se encontraban muy satisfechos con su visita a la ciudad de Zaruma, y con el 26% supieron decir que estaban satisfechos, lo cual se puede afirmar que Zaruma es un excelente lugar para ser promocionado como destino turístico.

11) ¿Volvería a visitar las minas de Zaruma?	Variable	Valor	%
	SI	23	100%
	NO	0	0%
	Total	23	100%

Tabla 14 Volvería a visitar la ciudad de Zaruma

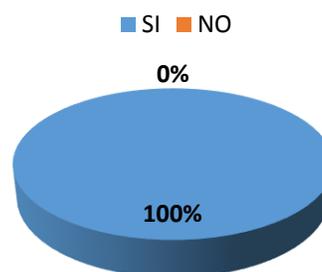


Grafico 14 Volvería a visitar la ciudad de Zaruma

Se puede determinar que de las encuestas seguridad que volverían a visitar la ciudad de Zaruma, ya que durante su estancia disfrutaron de las grandes maravillas que se les pudo ofrecer en el lugar

12)	Variable	Valor	%
¿Recomendaría el destino a otras personas?	SI	23	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	23	100%

Tabla 15 Recomendar el destino turístico

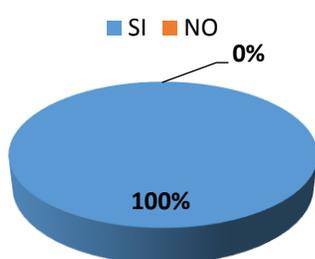


Gráfico 15 Recomendar el destino turístico

Agradecimiento

Sobre todo a Dios nuestro Padre Celestial por darme la sabiduría del conocimiento; a mi familia por su comprensión; a mis compañeros de maestría y de trabajo quienes siempre han estado predispuesto a cualquier tipo de consulta relacionado sobre este trabajo de investigación.

Conclusiones

- Con la elaboración de este trabajo de investigación se pudo determinar el estado actual de las minas de Zaruma, en donde se ofrece un turismo diferente al habitual, es importante mencionar que el turista disfruta el recorrido, y en el lugar se siente confortable con las nuevas experiencias que va adquiriendo a medida que se va adentrando con la cultura de la comunidad.
- Según lo manifestado por los turistas, supieron afirmar que Zaruma es un lugar incomparable para hacer turismo, ya que su cultura y naturaleza hacen que este cantón resulte agradable a la vista de cualquier persona, además de los innumerables atractivos con lo que cuenta y el trato amable y sociable por parte de sus habitantes. El turismo de minas es un tipo de turismo distinto que despierta la atención de las personas y en otro resulta un verdadero reto explorar dicho lugar, es aquí donde ingresan aquellos turistas aventureros que les gusta afrontar desafíos, es por esa razón que a un se sigue manteniendo y conservando los recursos naturales que se tiene.

- Valorizar los recursos naturales que se tiene no solo es responsabilidad de la comunidad sino que también el turista juega un papel indispensable en ese sentido, es aquí donde ingresa la parte profesional, es decir educar al turista y enseñarle el gran valor que tienen los recursos del lugar de tal manera que se vea reflejada la incomparable cultura que tiene el cantón Zaruma.

Referencias

Diego Estrada. (02 de 11 de 2012). Fundación Sierra minera. Obtenido de <http://www.fundacionsierraminera.org/proyectos/jara/PDF/conclusiones.pdf>

GAD . (28 de Agosto de 2017). GAD. Obtenido de GAD.

Katherine Alexandra , A. (03 de 07 de 2014). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil : File:///D:/Downloads/T-Ucsg-Pre-Esp-Aeth-139%20(1).pdf

María del Carmen Cañizares Ruiz. (2008). El Atractivo Turístico de una de las Minas. Cuadernos de Turismo., 10.

Merinero Rodríguez, R., & Zamora Acosta, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico . PASOS, 221.

MINTUR. (03 de 07 de 2016). MINTUR. Obtenido de MINTUR: <http://www.turismo.gob.ec/>

Reglamento General A La Ley De Turismo. (2015). Reglamento General A La Ley De Turismo. Ley De Turismo.

Trujillo Rincón, J. (2005). Organización territorial de la actividad turística en la zona metropolitana de Toluca, Estado de México. Un avance teórico conceptual. Quivera , 106.

ViajeDeLaSemana. (03 de 07 de 2010). Ecuador Potencia Turístico. Obtenido de Ecuador Potencia Turístico: [https://ecuador.travel/wp-content/uploads/2016/07/VIAJE-DE-LASEMANA - Zaruma.pdf](https://ecuador.travel/wp-content/uploads/2016/07/VIAJE-DE-LASEMANA-Zaruma.pdf)

El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-Social**The San Francisco de Quito Market, a practical example of Social-Tourist benefit**

SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth*†, PALADINES, Gustavo Vladimir & ECHÁRRI-CHÁVEZ-Maite

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Recibido: 10 de Noviembre, 2017; Aceptado 29 de Enero, 2018

Resumen

El socialismo del siglo XXI se basa sustancialmente en la filosofía Marxista, que con positivismo la divide en cuatro puntos: el desarrollismo democrático regional, la economía de equivalencias, la democracia participativa y las organizaciones de base, en la nueva constitución del Ecuador se intenta reforzar la democracia participativa, este trabajo trata de exponer como se designan principios del socialismo y la política del Buen Vivir en el mercado San Francisco de Quito Ecuador, donde se concibe en la actualidad al gobierno municipal con la visión de la revolución ciudadana y su política del Buen Vivir, con una intervención directa para sustentar el mercado, mediante acciones de mantenimiento, limpieza, capacitación de sus comerciantes en función de mejoras en el servicio, que permita un direccionamiento hacia el turismo, visualizando las mejoras económicas para el ciudadano facilitando al acceso a créditos para sus negocios individuales. En este mercado se enfocan las relaciones sociales de producción en tres procesos la distribución, el cambio y el consumo, cumpliendo el pensamiento Marxista en relación a la producción, este mercado realiza una actividad comercial, es decir, ocurre un proceso de reproducción del capital (DMD') que presupone la recuperación del capital invertido más una ganancia. En el ámbito de la distribución, el cambio y el consumo, los proveedores de dicho mercado representan pequeños productores agrícolas dueños de sus medios de producción con características fundamentalmente de monoprodutores. La propiedad del local es pública, porque la titularidad del espacio donde se encuentra el mercado pertenece al Estado para cumplir una función social, cada comerciante debe pagar una renta por la utilización del local donde ejerce su comercio, el derecho a la propiedad privada no excluye el reconocimiento de la propiedad pública, por lo que esta constituye un tipo de la primera. En el mercado San Francisco se destaca la ausencia de personal asalariado en la actividad de la comercialización.

Socialismo Siglo XXI, Buen Vivir, Turismo**Abstract**

Socialism of the 21st century is based substantially on Marxist philosophy, which positively divides it into four points: regional democratic development, the economy of equivalence, participatory democracy and grassroots organizations, in the new constitution of Ecuador seeks to strengthen participatory democracy, this paper tries to expose the principles of socialism and the politics of Good Living in the San Francisco market of Quito, Ecuador, where the municipal government is now conceived with the vision of the citizen revolution and its politics of Buen Vivir, with direct intervention to support the market, by means of maintenance, cleaning, training of its merchants in function of improvements in the service, allowing a direction towards tourism, visualizing the economic improvements for the citizen facilitating access to credits for their individual businesses. In this market the social relations of production are focused on three processes of distribution, change and consumption, fulfilling Marxist thought in relation to production, this market carries on a commercial activity, is a process of reproduction of capital (DMD') which presupposes the recovery of the invested capital plus a gain. In the area of distribution, change and consumption, the suppliers of this market represent small agricultural producers who own their means of production with characteristics essentially monoproducers. The ownership of the premises is public, because the ownership of the space where the market is located belongs to the state to fulfill a social function, each merchant must pay rent for the use of the place where he or she is engaged in trade, the right to private property does not exclude the recognition of public property, so this constitutes a type of the first. In the San Francisco market stands out the absence of salaried personnel in the activity of marketing.

Socialism of the 21st Century, Good Living, Tourism

Citación: SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth, PALADINES, Gustavo V. & ECHÁRRI-CHÁVEZ, Maite. El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-social. Revista Investigaciones Sociales 2018. 4-11: 9-12

* Correspondencia al autor (email: jesuarez1@espe.edu.ec)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

El mercado municipal San Francisco en Quito tiene más de 120 años de vida. Cuenta con 123 puestos de abastos, alimentos, comidas y espacios para "limpias" con hierbas. Se pueden encontrar también platos típicos como mote, llapingachos, yahuarlocro, caldo de gallina, hornado y jugos vigorizantes, hechos de frutas y verduras.

El encanto del mercado está en el ambiente tradicional que impera, ya que la gran mayoría de sus 'caseras' trabajan como herederas de familias que han estado allí, de generación en generación.

En el mercado San Francisco se destaca la ausencia de personal asalariado en la actividad de la comercialización, puesto que esta se realiza por trabajadores que heredaron el local y el oficio de sus antepasados, y si existe alguna cooperación ocurre en el plano familiar.

Lo anterior no permite la existencia de relaciones productivas de dominación capitalista propiamente dichas tras la no existencia de obreros y empleados asalariados como categoría especial de trabajadores en la realización de las mercancías.

Los visitantes al mercado San Francisco pueden acceder a servicios de banca y farmacia, internet gratuito, venta de artesanías y souvenir.

Las labores de limpieza y administración de los espacios del mercado se realizan por trabajadores de la municipalidad que mantienen una relación de asalariados con respecto al gobierno de Quito. Relaciones de producción que se diferencian a las de los comerciantes. Es importante destacar que en apoyo a estas actividades se realizan por los comerciantes 'Minga' elemento tradicional heredado de las sociedades indígenas que perdura en las relaciones actuales de la sociedad ecuatoriana muy relacionada con la cosmovisión andina de trabajo comunitario.

Los resultados obtenidos demostraron las bondades de la aplicación de método acordes al Buen Vivir y al Socialismo del siglo XXI.

El mercado se enclava en el centro histórico de Quito, esta es un área populosa por lo que el mercado recibe la afluencia de los compradores locales, los vecinos que habitan las viviendas que circundan el mercado y los turistas, tanto nacionales como foráneos.

Es importante destacar el ciclo productivo mercancía, dinero, mercancía incrementada (MDM'), es el establecido del sistema capitalista, en el caso del mercado San Francisco se manifiesta el ciclo comercial dinero – mercancía –dinero incrementado, donde la mercancía proceden de los proveedores, pequeños productores cercanos a Quito que colocan sus productos a precios cómodos para los vendedores, estos productos se obtienen de las cosechas que ellos producen en sus pequeñas parcelas tradicionales y resalta también la presencia de sus productos como hierbas medicinales base de sus conocimientos ancestrales para curaciones (limpias), como atractivo importante para los residentes y turistas.

No participan intermediarios, beneficiándose todas las partes que intervienen en las relaciones comerciales. Partiendo del carácter comercial del mercado no productor, el proveedor de las mercancías es un pequeño productor, esta característica muy específica de éste.

Sobre las ganancias que reciben del comercio: Los ingresos se mantienen y resultan suficientes para la satisfacción de las necesidades.

Los beneficios obtenidos por cada puesto de trabajo, se reinvierten en un cierto porcentaje, en el mantenimiento de la instalación y el pago por varios servicios para mejorar la higiene y la calidad de vida de los trabajadores.

El servicio de guardería se da de manera gratuita a los trabajadores como parte de los beneficios del Plan Nacional del Buen Vivir.

Mediante la observación se constató un clima de trabajo, organización y esfuerzo mancomunado donde predominan las manifestaciones de optimismo, solidaridad y cooperación entre los trabajadores de los diferentes puestos. Se celebran actividades deportivas, festejos nacionales y personales diferenciados atendiendo a las características de cada miembro y afirman que reciben ayuda mutua para la solución de diferentes situaciones.

Toda la familia ayuda para la ejecución de las actividades comerciales y de abasto, lo que contribuye a crear un clima de tranquilidad e intercambio equitativo.

Se pretende mantener los beneficios que han alcanzado en materia de seguridad y estabilidad laboral y además optimizar el empleo de los beneficios sociales que les brinda el estado para sus hijos, continuar velando por la igualdad y derecho de la mujer a tener un trabajo digno, extender las actividades de capacitación en cuestiones de índole económica para todos los trabajadores y consolidar sus logros en materia deportiva y participativa.

Se plantea mejorar la gestión de ventas ofreciendo productos frescos y de mayor calidad, hacer más atractivas sus ofertas y continuar mejorando la calidad y pertinencia del servicio que prestan.

Promocionar sus servicios mediante operadores turísticos para incrementar el número de visitantes extranjeros y nacionales y en general incrementar los beneficios económicos para los empleados.

En el mercado San Francisco se observan resultados importantes en la mejora de las condiciones de trabajo de sus comerciantes y por tanto en sus condiciones de vida a causa de la aplicación de relaciones de abastecimiento, compra y venta acordes con principios lejanos a los establecidos por el capitalismo actual y cercanos a los del socialismo del siglo XXI y el buen vivir, donde se respetan las características y condiciones específicas de dicho centro comercial y sus comerciantes.

Además de los aspectos positivos que en el mercado se visualiza y se enmarca en el Plan Nacional del Buen Vivir, base de la Cosmovisión del Sumak Kawsay en países como Bolivia y Ecuador donde se integra en forma real la participación de la comunidad en la economía de manera más equitativa, e integradora y que su accionar se refleja en otras actividades valiosas como el Turismo, donde el mercado se convierte en el mejor de los escenarios para que residentes y visitantes tengan una experiencia única de la cultura como son:

Saberes Ancestrales, La gastronomía local, la interrelación con la comunidad entre otros aspectos, aspectos que relaciona el turismo cuando define a esta actividad como el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen (Santamaría & Vásconez., 2018)

Conclusiones

El gran logro del mercado San Francisco es que a partir de la aplicación de principios acordes a las prácticas propuestas por el Estado ha adaptado las mismas a sus especificidades, traduciéndolas en logros y beneficios para sus comerciantes (trabajadores).

Propone métodos alternativos a los sostenidos por el capitalismo y sus potencialidades para satisfacer las necesidades de sectores de trabajadores, apartados de los conceptos de bienestar predeterminados por el orden actual. En la experiencia del mercado San Francisco, se pone de manifiesto lo viable de tales métodos, no a nivel macro social sino en espacios menos extensos que no por eso dejan de ser complejos.

La viabilidad y posibilidad real y objetiva de la aplicación de los principios del Socialismo del siglo XXI y del Buen Vivir como una solución a los problemas del mundo actual y como un camino hacia el progreso y bienestar de cualquier habitante del planeta.

Referencias

- Abril, M., Domínguez, M., & Sánchez, M. (2015). Accesibilidad y turismo ¿Un binomino posible en cualquier recurso patrimonial? El caso de los mercados de abastos. Impulso al desarrollo económico a través del Turismo. Sevilla: Universidad de Sevilla. Recuperado el julio de 2017, de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/52908>
- Acosta, A. (2010). El Buen Vivir en el camino del Post-desarrollo. Una Lectura desde la Constitución de Montecristi.
- Correa Delgado, R. V. (2009). Economía para el Desarrollo: Experiencia ecuatoriana. La Habana.
- Crespi. (2014). Cambio social y procesos de transformación urbana en un contexto de crisis en las periferias urbanas de las grandes áreas metropolitanas de España. Barcelona: Universidad de Barcelona. Recuperado el julio de 2017, de <http://www.comunicatur.info/es/los-mercados-de-abastos-y-las-ciudades-turisticas/>
- Fonseca, Y. A. (2011). El Socialismo del Siglo XXI. Una Visión desde Cuba. Contribuciones a las Ciencias Sociales.

Gudynas, E. (2011). Buen Vivir: Germinando Alternativas al Desarrollo .

Guevara , J. F., & Vargas, K. G. (2017). Análisis de los factores que influyen en el proceso de Upgrading en las organizaciones de comercio justo en Ecuador.

Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). Metodología de la Investigación (5ta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana.

Larrea, A. M. (2011). El Buen Vivir como contrahegemonía en la Constitución Ecuatoriana.

Reig, P. (13 de septiembre de 2013). Los mercados municipales en la encrucijada: situación y retos. Recuperado el 5 de julio de 2017, de wordpress: <https://pedroreig.wordpress.com/2013/09/13/los-mercados-municipales-en-la-encrucijada-situacion-y-retos-parte-1/>

Romo, M. P. (2008). ¿Cómo es el Socialismo del Siglo XXI?

El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador**Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador**

MULLO-ROMERO, Esther*†, CÓRDOVA-NARANJO, Mentor & MENDOZA-TARABO, Efrén

ID 1° Autor: *Esther Mullo-Romero* /ORC ID: 0000-0002-4013-261X, Researcher ID Thomson: F-8870-2018ID 1° Coautor: *Mentor Córdova-Naranjo* /ORC ID: 0000-0003-2739-3038ID 2° Coautor: *Efrén Mendoza-Tarabo*

Recibido: 16 de Enero, 2018; Aceptado 01 de Marzo, 2017

Resumen

Esta investigación realizada en el año 2016 tiene como título “El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador”, los objetivos alcanzados son: Caracterizar el turismo comunitario como actividad alternativa a la globalización y determinar la incidencia de la globalización en el turismo comunitarios como elemento coadyuvador de los sectores en los que se practica esta actividad. La metodología empleada se basa en el diseño transeccional descriptivo (no experimental), aunque con rasgos de transeccional exploratorio. Los resultados más importantes de este estudio permite reanimar las zonas deprimidas, aumentar y garantizar la permanencia de formas de vida tradicionales, crear una actividad económica complementaria a las formas productivas tradicionales; contribuir a la generación de empleo y la reanimación a través del turismo; especialmente del colectivo más desfavorecido, las mujeres, propiciar la integración entre los municipios urbanos y rurales incrementando los contactos a través del turismo que permitan una mejor coordinación y repartición equitativa de sus beneficios, contribuir a la descentralización de las instituciones, promover la cooperación intermunicipal, propiciar el intercambio sociocultural y facilitar procesos de comprensión entre las comunidades nativas integrantes, poner en valor el patrimonio natural y cultural disponible en las comunidades nativas y, al mismo tiempo, crear conciencia y respeto al ambiente cultural y comunitario.

Turismo Comunitario, Globalización, Turismo Globalizado**Abstract**

This research carried out in 2016 has the title "Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador", the objectives achieved are: Characterize community tourism as an alternative activity to globalization and determine the impact of globalization on community tourism as a coadyuvador element of the sectors in which this activity is practiced. The methodology used is based on the descriptive (non-experimental) transectional design, although with transectional exploratory features. The most important results of this study allow to reanimate the depressed zones, to increase and guarantee the permanence of traditional ways of life, to create an economic activity complementary to the traditional productive forms; contribute to the generation of employment and resuscitation through tourism; especially the most disadvantaged group, women, promote integration between urban and rural municipalities by increasing contacts through tourism that allow better coordination and equitable sharing of their benefits, contribute to the decentralization of institutions, promote inter-municipal cooperation, promote sociocultural exchange and facilitate comprehension processes among the native communities, value the natural and cultural heritage available in the native communities and, at the same time, create awareness and respect for the cultural and community environment.

Community Tourism, Globalization, Globalized Tourism

Citación: MULLO-ROMERO, Esther*†, CÓRDOVA-NARANJO, Mentor & MENDOZA-TARABO, Efrén. El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador. *Revista Investigaciones Sociales*. 2018. 4-11: 13-21

* Correspondencia al autor (email: emulloromeromail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

El Turismo ha sido uno de los sectores de mayor crecimiento e impacto en el siglo XX, tendencia que se consolida en la actualidad facilitado por el proceso de globalización (Hein Wolfgang, 2002).

Debido a la alta demanda, cifras de empleo, nuevas infraestructuras, crecimiento global que presenta este sector, y los impactos (no todos positivos) se ha convertido en un balance potencial y fundamental para el crecimiento de muchos países.

Esta actividad se ha visto beneficiada por los actuales avances tecnológicos. Estos han permitido expandir la actividad turística, cada vez con un mayor carácter transnacional. El turismo se ha expandido favoreciendo intereses de las grandes empresas capitalistas. (María i Serrano 2002).

Hoy, desde países que pretenden potenciar el desarrollo desde lo nacional, el sector turístico se ha visto inmerso en un intenso proceso de potenciación de la participación de las comunidades locales que se materializan en iniciativas de Turismo Comunitario.

De esta manera el incremento del turismo como actividad económica, no es fruto de la casualidad sino de expansión de una nueva relación del turismo con el modelo hegemónico, esta nueva forma de articulación en la que esta moderna actividad juega un papel fundamental en la propia reproducción de la globalización, (Beck 1998).

Ante los nuevos desafíos que existen en el mercado, Noda Hernández (2004) basado en autores diversos (Casanueva Rocha et al., 2000; Desoft, 2002 y Cooper et al., 2003); el Turismo Comunitario, trata de sobresalir y obtener su espacio en un sistema que busca acaparar beneficios propios sin tomar en cuenta a los gestores del turismo, esta nueva opción de desarrollo turístico pretende, generar sus propios recursos y distribuirlos de manera equitativa para la misma comunidad.

Ésta nueva forma de hacer turismo se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico y cultural, que pretende encarar con éxito varios de los más acuciantes desafíos del mundo actual.

Con esto la investigación sobre turismo comunitario debe considerar tanto el conjunto del globalizado mercado turístico, las condiciones de la realidad nacional en la que se desarrolla, así como las características de las comunidades específicas que lo protagonizan.

El interés de las agencias y organizaciones internacionales y nacionales, así como la creciente sensibilidad del mercado, y en definitiva la profusión de experiencias turísticas comunitarias, han convertido al Turismo Comunitario en objeto emergente, necesitado de estudio y reflexión específica (Stronza, 2001).

El presente trabajo es una síntesis de revisión bibliográfica para entender los retos que tiene el turismo comunitario ante un mundo que está en constante evolución, y que pretende afrontar los retos que le impone la globalización, para verlo como una alternativa a la lógica del capital sin perder de vista su escancia natural y cerrarse a las actividades de empresas transnacionales.

La problemática que motivo a esta investigación se fundamenta en el sentido de que el turismo comunitario a pesar de ser una nueva alternativa socio-económica no se ha desarrollado conforme a los requerimiento de los turista provenientes de países europeos y americanos, ha mantenido poca planificación y por ende escaso desarrollo, desaprovechando los inmensos recurso naturales, artesanales, patrimoniales y escenarios adecuados para el deporte de aventura.

Ultimanete el país a emprendido acciones tendientes a promocionar su imagen y posicionar su nombre a nivel mundial, como un potencial turístico, lo que permitira a susperar la problemática planteada

Por tal razón la hipótesis planteada se circunscribe a: El desarrollo del turismo comunitario con el aporte de la globalización presenta grandes oportunidades y ventajas comparativas con el riesgo de llegar a una aculturación de los jóvenes indígenas y campesinos de los sectores en los que se realiza esta actividad, así como también la pérdida de ciertos valores costumbres y tradiciones.

Los objetivos alcanzados se refieren a:

- Caracterizar el turismo comunitario como actividad alternativa a la globalización.
- Determinar la incidencia de la globalización en el turismo comunitarios como elemento coadyuvador de los sectores en los que se practica esta actividad.

Los pasos que se dieron para realizar este trabajo se fundamenta en la metodología participativa de los actores directos del turismo y apoyados en la investigación bibliográfica de fuentes secundarias existes sobre el tema.

Este trabajo está estructurado con la introducción desarrollo del tema, análisis e interpretación de resultados, conclusiones y bibliografía.

Globalización

La globalización es el signo distintivo de nuestra era, en esencia, como dice Wolfgang Hein (2002), en la sociedad moderna las innovaciones tecnológicas, acompañadas por cambios en la organización de la producción, ha generado nuevos y más altos estándares de productividad y profundos cambios sociales.

En este sentido la globalización es un proceso de interconexión que se da gracias a las tecnologías de la información y la comunicación, relaciona a determinadas personas y organizaciones creando dinámicas complejas de relación y de exclusión financiera, económica, política, social y cultural. Por lo tanto, la globalización hace que existan personas y grupos más o menos globalizados en procesos complejos que no se pueden prejuzgar como buenos o malos.

Características de la Globalización

Probablemente el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos actualmente, su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión.

Muchos países han reconocido en las últimas décadas los beneficios que pueden aportar a la economía y al desarrollo.

El turismo es una actividad multisectorial y multidisciplinaria en la que participan diferentes áreas productivas como la agricultura, construcción, fabricación y de sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas

Es claro entonces entender que la globalización surge como consecuencia de la internacionalización de los procesos económicos, conflictos sociales y fenómenos político-culturales, ya que pretende describir una sociedad muy grande, mas allá de fronteras, diferencias en etnias, costumbres y tradiciones, ideologías políticas y condiciones sociales.

En este contexto, el turismo por su naturaleza es una actividad más vulnerable ante la globalización, es decir fácilmente puede captar sus impactos positivos o negativos, entre los cuales destacan (AIEST, 1996)

- La expansión del turismo internacional que viene acompañada del surgimiento de nuevos mercados y destinos turísticos emergentes que supondrían una paulatina redistribución de los flujos turísticos a nivel mundial.
- La desregularización del transporte aéreo que a su vez, facilita el desarrollo de los viajes a larga distancia.
- El desarrollo científico que permite incorporar progresivamente nuevas tecnologías.
- La expansión empresarial hacia nuevos destinos es cada vez mayor.
- El aumento de los procesos de concentración empresarial, la comercialización y el marketing en general, de los productos turísticos.
- La trasformación de la identidad cultural.
- Deterioro ambiental.
- Marginación de empresas pequeñas o polarización de los beneficios económicos.

La globalización en el turismo a conllevado a que cambie la forma de ver el turismo y la forma de realizarlo.

Un caso importante de estudio constituye el turismo comunitario, el cual a más de ser una fuente de producción e ingresos económicos se caracteriza por:

- Debe establecerse en zonas donde la comunidad originaria tenga el derecho de gestión o explotación.
- Se beneficien comunidades que han sido excluidas del desarrollo.
- En las comunidades deben existir atractivos turísticos y riqueza cultural.
- Además de protección al medio ambiente y sus costumbres ancestrales.

Relación Globalización – Turismo

Para algunos la globalización es un término que está asociada con exclusión mientras que para otros este término tienen que ver con formas de insertarse en la economía mundial.

Su desarrollo empezó a darse aproximadamente en la década del 90 y en el presente es el resultado de mutaciones constantes en su mecanismo de funcionamiento y formas de expresión.

Las acciones prácticas del turismo que se han realizado en el Ecuador han ganado una relevancia sin precedentes, sobre todo bajo la lupa de importantes publicaciones.

La campaña internacional All You Need Is Ecuador marcó un hito sin precedentes en el registro histórico del turismo ecuatoriano. Más de 455 millones de personas alrededor del mundo han sido impactadas por esta poderosa campaña que logró posicionar al destino Ecuador a escala internacional.

La campaña de promoción turística “All you need is Ecuador” se difunde en 14 países del mundo, a través de ocho canales de televisión por cable, redes sociales, medios impresos y vía pública. Discovery, Discovery Home & Health, National Geographic, TNT, TLC, CNN, FOX, FX, son los canales de televisión donde se ha pautado la campaña “All you need is Ecuador” y que llega a la audiencia que tienen en Latinoamérica, (México, Perú, Colombia, Chile, Argentina y Brasil). También está en redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube y Google.

Asimismo está en páginas especializadas de turismo y medios impresos como las revistas a bordo de las aerolíneas Lufthansa, KLM, Iberia, Air France, LAN, Avianca y Aeroméxico; y, en vallas y pantallas en vías de los Estados Unidos, Canadá, Alemania, Inglaterra, Italia, Francia, Holanda. (<http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>)

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), mediante Michael Mortimore (1996), define que la globalización es el “conjunto de condiciones bajo las cuales una parte creciente del valor y las riquezas es producida y distribuida mediante un sistema de redes de comunicaciones tecnológicas y comerciales internacionales”. Esta es una concepción muy comercial y productivista. Para otros la producción y desarrollo de la sociedad está estrechamente relacionada con las innovaciones tecnológicas y la globalización no es más que un proceso de interconexión que relaciona a determinadas personas y organizaciones creando dinámicas complejas de relación y de exclusión financiera, económica, política, social y cultural.

La “globalización” presenta cualidades nuevas en el funcionamiento de la economía mundial que está muy marcada en el ámbito turístico; éste se ha puesto de manifiesto en los flujos turísticos, elevando estándares económicos y generando grandes ingresos para algunos países. Tal es el caso de Ecuador, que supo aprovechar el contexto globalizado para potenciar el desarrollo turístico a través de políticas nacionales, llegando a alcanzar USD \$369 millones, que corresponden al 2% del Producto Interno Bruto (PIB). El turismo de esa manera, se ha convertido en la tercera actividad económica más importante del país en el 2004, luego de la exportación de petróleo y banano. (PLANDETUR 2020).

Desde este punto de vista es necesario entender que este fenómeno de la “globalización” busca desarrollar fuerzas productivas de sectores que aún no han sido tomados en cuenta en la esencia del sistema, donde el nivel de concentración y centralización de la propiedad y el capital se lo ha trabajado en otras áreas dejando pasar por alto nuevas magnitudes acordes al desarrollo extraordinarios de las fuerzas productivas que también puede presentar el turismo.

Si bien es cierto el turismo en todos sus ámbitos es un mecanismo económico a los niveles de internacionalización porque aporta a recursos financieros, anima ciertas actividades económicas de forma directa (hotelería y otros servicios turísticos) o inducida (construcción, servicios en general) y, sobre todo, favorece la reconversión productiva. Desde una perspectiva social, el turismo también promueve serias transformaciones porque interviene activamente en la alteración de los modos de vida tradicionales y, principalmente, modifica la estructura socio-profesional. (Córdoba, J. y Ordóñez, García, F. A 2003)

En otras palabras el turismo ha causado un impacto en muchas de las industrias ya sean estas de construcción, transportación, alimentación, entre otras, generando empleo e introduciendo nuevas empresas o formas de dinamización económica, siempre para mayor beneficio de las multinacionales de turismo que son las grandes empresas acaparadoras de todos los servicios que la actividad turística puede prestar, las mismas que presentan una gran demanda de bienes y servicios a escala mundial.

Por lo tanto en la actividad turística se observa un elevado grado de la socialización de la producción y de privatización de la apropiación

Todo lo anterior se lo puede relacionar también con la revolución de la tecnología que se traduce como un punto de partida que abarca a casi todo el mundo y que ha tomado al turismo como uno de sus nichos para el desarrollo de la economía e inversión de grandes empresas monopolistas.

Por su capacidad de producción y reposición de la inversión se ha producido una eclosión de diversas actividades para el sector turísticos, logrando sacar provecho de las fuerzas productivas de un territorio.

La intercomunicación del mundo entero coloca a los ciudadanos de países emergentes, con sólo tener acceso a un aparato de televisión o radio y mucho más si tiene Internet, frente a mayor información de la que tuvo el rey Sol en toda su gloria absoluta (Bastienier 1999). Este es el caso de muchos países y empresas que vieron la oportunidad de industrializar el ocio y converger con el turismo en los logros de la globalización.

La comunicación responde a las relaciones sociales monopólicas, lo cual impacta directamente la actividad turística, no solo por los medios de producción que son necesarios para su realización sino por la imposición de un patrón que es dirigido y controlado por los medios de comunicación dirigidos por los Empresas Transnacionales que dominan la actividad turística a nivel internacional.

Para Quintero (2005) argumenta que: “Es obvio que la globalización del mercado, en la actualidad, ordena una recaudación, obligando a las grandes poblaciones a realizar inversiones para poder competir en el difícil ranking de las ciudades atractivas a los capitales extranjeros.”

Para el turismo esto es una tendencia de crecimiento que llama la atención a todos los sectores públicos o privados, pero también a aquellos sectores que se han organizado en pequeñas comunidades buscando un mercado propio para imponer su marca. Debe convertirse en un reto a enfrentar, dando una tendencia globalizadora de los procesos de producción

La globalización es la expresión más elevada de las razones capitalista de producción, la cual, por el desarrollo redoblado de las fuerzas productivas y su difusión progresiva a escala global, ha logrado un desarrollo en la economía mundial sin dejar a un lado la actividad turística, convirtiéndola en inductor del cambio principalmente en las regiones menos desarrolladas del planeta (Pérez, Olga2015).

Sin embargo para que esto ocurra tiene que haber una intervención del Estado de modo que la actividad turística contribuya a la economía nacional de lo contrario, si el desarrollo turístico está determinado solo por el mercado se acentúa la heterogeneidad estructural de la nación.

El turismo comunitario y sus retos en la globalización

La versión optimista, que encuentra sobre todo acogida entre los neoliberales, ve en los procesos de globalización el surgimiento de una nueva era de riqueza y de crecimiento con oportunidades para nuevos actores, para los hasta ahora perdedores y también para los pequeños países.

Según esta visión, la globalización de la producción y los mercados mejora las oportunidades de acrecentar las ganancias a nivel mundial, sobre todo en las naciones industrializadas y en algunos de los países en despegue, aunque reconoce que agudiza las luchas distributivas a nivel nacional e internacional (Córdoba, J. y Ordóñez, García, F. A 2003).

Contrario a ello se promueve el Turismo comunitario como una nueva modalidad que se está desarrollando en la región andina de Latinoamérica como alternativa del turismo tradicional.

El éxito del turismo comunitario, se vincula de forma directa con los procesos de participación, de gestión y de repartos colectivos de beneficios que proporciona esta estructura organizativa que garantiza el control efectivo del grupo sobre el turismo, lo cual genera un efectivo empoderamiento colectivo sobre recursos y territorios.

De ahí que sea crucial entender este particular funcionamiento, donde la minga y la asamblea juegan un papel tan importante demostrando un modelo de organización único de su cultura, (con distintos nombres según el lugar: asamblea, comité, etc.) pero es allí donde han surgido proyectos de turismo comunitario.

En el Ecuador, en sus diferentes regiones que se lleva a efecto el turismo comunitario, se encuentran muchos individuos diferentes entre sí que están organizados en unidades domésticas y grupos familiares, donde la propiedad privada de la tierra y la producción agraria se convierten en la base de la economía, para lo cual mantienen una organización política que les permite autogestionar recursos y tomar decisiones en una esfera donde prima la propiedad y el sentido colectivo.

Es así que para sus actores “Turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (FEPTCE 2007).

De esta manera La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define al turismo comunitario como “Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (OIT, 2001).

De tal manera el turismo comunitario local se ha convertido en el nuevo activador de las políticas de desarrollo dando a conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, arquitectura y monumentos del lugar visitado.

El turismo comunitario es una realidad que está apareciendo con fuerza en la región andina del país y que esencialmente está basado en la comunidad local que no son más que los mismos gestores del turismo en sus propias zonas.

Esta modalidad turística se desarrolla en la comunidad local donde la participación de sus gestores es de forma activa y en conjunto, permite generar riquezas en todas las áreas que el turismo comunitario interviene, de forma que los beneficios obtenidos repercutan en la propia comunidad.

Además, el desarrollo del turismo comunitario es capaz de promover un impulso integral de las comunidades y miembros que la componen, tratando de reducir la pobreza a través de la generación de empleo y la obtención de ingresos complementarios, evitando los movimientos migratorios (Inostroza, G. 2009).

Esta modalidad turística ofrece la oportunidad de crear pequeños negocios intensivos en mano de obra y da empleo a un porcentaje de mujeres relativamente superior al de otros sectores (World Tourism Organización, 2003), sin olvidar que la comunidad local es la parte esencial del producto turístico (López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. M., 2009).

En el seno de las comunidades se desarrollan modelos de intercambio capitalista que conviven con modelos de reciprocidad (Temple, 2003), trabajando todos para un mismo fin, el desarrollo económico de la comunidad.

Con todas estas consideraciones es necesario tomar en cuenta que el turismo comunitario da a conocer sus modos de vida desde los tiempos de la conquista y que hasta el momento han venido conservando, pero no hay que dejar pasar por alto las transformaciones culturales que el mercado extranjero puede causar en el desarrollo del mismo.

El encuentro cultural a través del turismo comunitario, permite no sólo potenciar las identidades culturales indígenas, sino el contacto intercultural en contextos menos asimétricos que los habituales, propiciando un gran reto del turismo comunitario en un mundo globalizado que difumina las identidades, las misma que consistirá no solo en protegerlo, sino en saber gestionar su espectáculo para el turismo sin perder el sentido de la pertenencia, sin desvincularlo de la propia identidad de los grupos culturales. “El turismo no debe inventar tradiciones sino ser una herramienta para que la comunidad valore su identidad y patrimonio, una vez dado esto, la misma lo aprecie y comparta con el otro que es el turista.

El legado cultural es lo que le aporta el valor agregado a la experiencia turística, en el caso de América Latina éste es un elemento que debe estar presente en toda oferta de este sector” (Bacci, en Jiménez, 2005).

“La transformación de la cultura y las artes creativas en mercancías descontextualiza destruye el significado de las prácticas culturales. Equiparar las artes a productos generadores de ingresos elimina la espiritualidad, la historia, el valor de las prácticas culturales, elemento central que mantiene los valores y exalta las tradiciones de las comunidades desfavorecidas” (UNESCO, 1997).

Sin embargo, exagerar este tipo de argumento ocasionaría el riesgo de que los objetivos culturales se vean sometidos a objetivos puramente comerciales. Las formas de expresión cultural no deben ser reducidas a simples valores mercantiles.

Se dice que solo en una etapa de mucho mayor desarrollo se podría volver a intentarse la reunificación de la humanidad, pero nos preguntamos si nos encontramos en esa etapa del desarrollo, si es posible con los niveles de pobreza y desigualdad que existen actualmente.

Se condena a las culturas a desaparecer por no adaptarse al mundo, habría que preguntarse qué mundos se deben adaptar, es verdaderamente un mundo en constante redefinición o prevalecen los valores de las culturas hegemónicas, basta con recordar el ejemplo de las lenguas en el mundo, en el que más del 40% de la población no habla más que 8 de las casi 7.000 mil lenguas del mundo. También habría que preguntarse si este mundo globalizado les ofrece las posibilidades de integrarse o más bien los excluye.

Finalmente, debemos mencionar que la historia misma ha demostrado en el encuentro entre culturas que las diferencias casi nunca se atenuaron de forma armónica, basta con poner el mismo ejemplo de la conquista de América, donde casi el 90% de la población se extinguió y no porque no se adaptaran a un mundo globalizante sino a causa de exterminios, trabajos forzados y epidemias.

Metodología a desarrollar

La investigación que se realizó fue de tipo descriptivo, por cuanto se va a conocer el objeto de la investigación de manera conceptual y describirlo a través de sus variables.

De acuerdo con el tipo de investigación, el problema planteado y la hipótesis propuesta, se seleccionó para el presente trabajo el diseño transeccional descriptivo (no experimental), aunque con rasgos de transeccional exploratorio.

El cual tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas. (Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., 2006).

El presente estudio constituye un diseño transeccional o transversal de esta manera la información de campo se recolectaron en un solo momento, en un tiempo único. A diferencia del diseño longitudinal en que se recolectan datos a través del tiempo en puntos o períodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus causas y sus efectos.

Para conocer la esencia del problema de investigación se adentrara en el mismo al separar en sus partes, por lo tanto la investigación, también tiene un carácter analítico y proyectivo, ya que a partir del desglose de sus partes se desarrollaron nuevas ideas que conlleven a la propuestas de soluciones de la problemática analizada. El proceso investigativo comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, del objeto de estudio, a fin de tener un conocimiento más profundo del objeto de estudio.

La fundamentación científica del problema de estudio, se la realizo mediante la investigación documental para lo cual se utilizaron diferentes tipos de informaciones, de acuerdo a su procedencia y la reexistencia de los datos antes de comenzar la investigación. (Perelló, 2005).

Se procedió a la revisión y análisis de la documentación que dispone las comunidades sobre el turismo, así como resoluciones adoptadas para la potenciación de esta alternativa económica y acciones emprendidas para el adecuado desarrollo de productos turísticos comunitarios.

La información teórica se logró mediante la revisión de artículos de sitios web, consulta bibliográfica de autores reconocidos en el tema abordado a través de revistas, abstracts, artículos y trabajos de posgrado sobre Turismo comunitario.

Resultados

1. Llegadas de turistas extranjeros al Ecuador

De acuerdo con las estadísticas del INEC, se aprecia que en el 2013 han entrado 1.366.070 extranjeros y en el 2014, 1.559.012. Según el gráfico 1 los meses con mayor afluencia de turistas al país son: enero, julio y diciembre; manteniendo la tendencia de ingresos en los años analizados.

2. Principales mercados turísticos para el Ecuador

Los principales mercados emisores que tienen el mayor número de llegadas al país son Colombia 27.06%, Perú 19.68% y Estados Unidos 17.06%, como se puede apreciar en el cuadro 1 y figura 2.

La Globalización y el turismo quedan demostrado que el Ecuador siendo un país pequeño arriban turistas de más de 20 países, lo visitan cada año, de esta manera se ve que no existen fronteras cuando se quiere conocer, descansar, disfrutar y aprovechar los amplios recursos que se desarrollan en el turismo comunitario.

Conclusiones

La globalización relacionada con el turismo comunitario cumple con diferentes funciones, que son de alto impacto, ya que implican grandes transformaciones económicas, sociales, culturales y ambientales; debido a que el turismo en las economías se transforma en la única opción de desarrollo alternativo, convirtiendo a los lugares para vivir en centros turísticos, como en la actualidad se esta realizando en algunas comunidades del Ecuador, tal es el caso de Salasaca

La débil inserción de la cadena turística se ve como un problema en las comunidades, donde la oferta y la demanda de sus productos son limitados, obteniendo mayor beneficio el sector privado y no los propios agentes del turismo comunitario siendo necesario emprender acciones conjuntas que permitan aprovechar todos los beneficios, sociales, culturales y económicos que brinda este importante sector que es el turismo, para de esta manera posionarse adecuadaente en el exigente Mercado mundial.

El turismo comunitario frente a la globalización tributa al fortalecimiento cultural y étnico para reforzar la identidad, lo que lleva a la identificación y reconocimiento de los actores que entran en juego en la cadena turística y la construcción de acuerdos, objetivos y estrategias comunes, un trabajo paciente y de largo alcance que tiene como escenarios el Estado, el Mercado y las propias comunidades.

El Turismo Comunitario dentro de la globalización a permitido mejorar el nivel de vida de los habitantes, de las comunidades nativas.

Además se consigue reanimar las zonas deprimidas, aumentar y garantizar la permanencia de las formas productivas, crear una actividad económica complementaria a las formas productivas tradicionales.

En el caso de la región sierra del Ecuador se han fortalecido las prácticas agrícolas, incrementando a la generación de empleo, así como al mejoramiento de las acciones entre los municipios urbanos y rurales, llevando a una mejor coordinación y repartición equitativa de sus beneficios, así mismo a contribuido a la descentralización de las instituciones y a promover la cooperación intermunicipal, todo esto fortalece el intercambio sociocultural y procesos de comprensión entre las comunidades nativas resaltando el valor del patrimonio natural y cultural disponible en las comunidades nativas y, al mismo tiempo, crear conciencia y respeto al ambiente cultural y comunitario.

En el Ecuador la afluencia de turistas extranjeros es muy notoria en los meses de enero, julio y diciembre, manteniendo esta tendencia en los años analizados. El arribo de turistas extranjeros al Ecuador es permanten, teniendo como procedencia 20 países del mundo aportando al asector turisco de las zonas, así se resaltan los países de Colombia, Perú y Estados Unidos.

Referencias

Córdoba, J. y Ordóñez, García, F. A (2003) "Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano". Revista Scielo no.52 Investigaciones geográficas versión impresa ISSN 0188-4611 México

FEPTCE. (2007). "Manual de Calidad para la Gestión del Turismo Comunitario en el Ecuador". Ed. FEPTCE. Quito.

García, F. (2000) "Corporaciones Transnacionales y Globalización: en el corazón de la oscuridad". www.rcci.net/globalización/llegar/fg100.htm.

HEIN, Wolfgang. (2002): Posfordismo y desarrollo regional sostenible con base en el turismo: Visión de Conjunto, en Edgar Fürst y Wolfgang Hein, (eds): Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica: Estudios sobre las relaciones económicas-ecológicas entre el turismo y el desarrollo sostenible en los ámbitos globales, nacionales y micro-regionales. (San José, DEI).

Inostroza, G. (2009): "Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina", Gestión Turística, n° 10, ISSN: 0717-1811.

Jiménez, Lucina. (2005) Patrimonio: culturas populares de raíz tradicional. En: Organización de Estados Iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura. Temas de Iberoamérica. Fundación Interarts. Madrid.

Keller Peter "Mirando hacia atrás al Congreso Aiest The Tourist Review, Vol. 51 Número: 4, pp.2 <https://doi.org/10.1108/eb058231Baste> nier.Consultado en Agosto 2017

López Guzmán T. Y Sánchez Cañizares, S. M. (2009): "Turismo Comunitario y Generación de Riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de Caso en el Salvador", REVESCO, n° 99, pág. 85-103. ISSN: 1885-8031

Pérez, S. Olga. (2009): Internacionalización del Capital: respuesta socialista. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

Pérez, S. Olga. (2015): La lógica del capital y su gestión contemporánea. La necesidad del cambio social. Colección 2. Editorial Félix Varela. La Habana. Cuba.

Quintero Cedeño Miguel Ángel. (2005). Ciudad, conflicto y cambio social. Puebla, México. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Rodríguez T. Sarah (2004): "Fundamentos Generales Del Modo De Producción Capitalista". ISBN: 959-258-716-7 Volumen I. Editorial Félix Varela. Vedado, Ciudad de La Habana.

Stronza, A. 2001 Anthropology of tourism: "Forging new ground for ecotourism and other alternatives", Annual Review of Anthropology 30, 261-283.

Temple, D. 2003 "Las estructuras elementales de la reciprocidad". La Paz: TARI / Plural editores.

Henríquez, C. 2007. Turismo de base comunitaria e histórico". Estudios y Perspectivas del Turismo 13: 290-300. Justa y económicamente viable. Trabajo de tesis

Los claroscuros en la operación de los consejos escolares de participación social en escuelas secundarias públicas urbanas

The chiaroscuros in the operation of the school councils of social participation in urban public high schools

MÁRQUEZ, Lorena†*, MADUEÑO, María Luisa, PÉREZ, Dulce Daniela & CHAPARRO, Itzel Yaessy

Instituto Tecnológico de Sonora

ID 1° Autor: Lorena Márquez / **ORC ID:** 0000-0002-7615-2241, **Researcher ID Thomson:** F-3176-2017, **CVU CONACYT-ID:** 258224

ID 1° Coautor: María Luisa Madueño / **ORC ID:** 0000-0002-9571-3526, **Researcher ID Thomson:** E-9125-2018, **CVU CONACYT-ID:** 284513

Recibido: 07 de Febrero, 2018; Aceptado 05 de Marzo, 2018

Resumen

Esta investigación cualitativa se basó en una metodología fenomenológica y buscó recuperar información sobre el funcionamiento de los consejos escolares de participación social, que son iniciativas que surgen de la política educativa para que las escuelas logren sus propósitos de calidad. Se realizaron entrevistas con 14 directores escolares de un total de 12 escuelas secundarias públicas en una zona urbana al sur de Sonora, México. Cuatro categorías surgieron del análisis de contenido: Plan de trabajo, Reuniones, Funciones y Participación. Similitudes y diferencias se encontraron en la operación y funcionamiento de los consejos de las escuelas participantes, los entrevistados expresaron sus necesidades de formación y apoyo, así como de compromiso mutuo y corresponsabilidad. Es necesario abordar aspectos de la gestión escolar que promuevan el trabajo colegiado y participativo de todos los actores educativos involucrados para que la cultura de participación se posicione en las escuelas.

Fenomenología, Educación De Calidad, Educación Media Básica

Abstract

This qualitative research was based on a phenomenological methodology and sought to recover information about the operation of the School Councils of Social Participation, which are initiatives that arise from the educational policy so that schools achieve their quality purposes. Interviews were conducted with 14 school principals from a total of 12 public high schools in an urban area south of Sonora, Mexico. Four categories emerged from the content analysis: Work Plan, Meetings, Functions and Participation. Similarities and differences were found in the operation and functioning of the Councils in the participating schools, the interviewees expressed their needs for training and support, as well as of mutual commitment and co-responsibility. It is necessary to address aspects of school management that promote collegiate and participatory work of all involved educational actors so that the culture of participation is positioned in schools.

Phenomenology, Quality Education, Basic Media Education

Citación: MÁRQUEZ, Lorena†*, MADUEÑO, María Luisa, PÉREZ, Dulce Daniela & CHAPARRO, Itzel Yaessy. Los claroscuros en la operación de los consejos escolares de participación social en escuelas secundarias públicas urbanas. *Revista Investigaciones Sociales*. 2018. 4-11: 22-32

* Correspondencia al Autor (email: lorena.marquez@itson.edu.mx)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

La educación es un proceso que lleva muchos años, comienza desde el primer contacto con la familia que es donde se adquiere la mayor parte de la formación a nivel personal en el individuo, posteriormente la escuela es otro ámbito donde se forma en conocimientos generales. Ambos entornos son los responsables de la formación de un ser humano rico en valores sociales, ambientales, familiares y escolares.

La fusión familia y escuela favorece la obtención de mejores resultados en su tarea educativa y socializadora, el potencial de dicha fusión aumenta en la medida que establecen relaciones fluidas y constructivas.

La escuela debe aceptar que la familia estará presente durante los años de formación académica de los estudiantes, sobre todo en los primeros años escolares. Lo anterior es fundamental para que el niño se desenvuelva en el entorno escolar óptimamente al crear lazos y una comunicación eficiente entre los involucrados (Márquez, 2014).

El contar con proyectos socioeducativos que atraigan a los padres de familia de una manera activa y hacerlos partícipes de la enseñanza de sus hijos, ayuda a compartir inquietudes, opiniones e intercambio de ideas respecto a la educación y al manejo de la institución; es también, una forma ideal para lograr la vinculación activa entre la familia y la escuela, que además contribuye a lograr un equilibrio favorable para los estudiantes.

En el Código de Conducta Ética de la Asociación Nacional para la Educación de Niños Pequeños (NAEYC, por sus siglas en inglés), Sección II, se establece la importancia de las familias en la educación formal de los hijos; en este caso, se devela un interés común entre familia y escuela: el bienestar del niño. Por ello es importante apreciar y respaldar el lazo afectivo entre el niño y la familia, y entre la familia y la escuela (Asociación Nacional para la Educación de Niños Pequeños [NAEYC], 2011).

La participación social es un derecho y guarda relación con la toma de decisiones referidas a la organización escolar y al seguimiento de la funcionalidad de los servicios que ofrece.

En el Programa Escuela de Calidad (Secretaría de Educación Pública, 2010) se menciona que la participación social se inicia desde las opiniones que emite la población y las instituciones con el fin de generar políticas públicas que busquen salvaguardar el bien común de la sociedad.

La participación social en las escuelas hace referencia a la participación de los padres de familia, de la comunidad y organismos interesados en el acontecer del centro educativo, en cooperar con el colegiado en la formulación y en la ejecución del plan escolar, tomando decisiones conjuntas y realizando tareas de contraloría social (Ibídem).

De acuerdo con Latapí (2004), la participación social, en la educación en México, data del año 1992 y fue a partir de la formulación por el Acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación Básica (ANMEB) en el que se establece la encomienda de contribuir a la mejor convivencia humana, resguardar la integridad del educando y de las familias además de atender las necesidades generales de la sociedad.

Los ámbitos de los CPS abarcan desde consejos nacionales, estatales, municipales y escolares, señalados en el Acuerdo 716. Los Consejos Escolares de Participación Social (CEPS) se reconocen en el Artículo 71 de la Ley General de Educación (LGE) de México como órganos de operación participativa en la educación, así como un medio de consulta, orientación y apoyo (Diario Oficial de la Federación, 2014).

Con estas instancias se busca asegurar la participación de padres de familia y representantes de sus asociaciones, maestros y representantes de su organización sindical.

Estos actores acudirán como representantes de los intereses laborales de los trabajadores, instituciones formadoras de maestros, autoridades educativas estatales y municipales, organizaciones de la sociedad civil cuyo objeto social sea la educación, así como los sectores social y productivo de la entidad federativa, especialmente los interesados en la educación.

Los Consejos Escolares de Participación Social son instancias de colaboración entre comunidad escolar y las autoridades educativas.

Desde las diversas instancias se contribuye a la construcción de una cultura colaborativa de modo organizativo, donde los actores involucrados favorecen una educación de calidad, de acuerdo con el Artículo 68 de la Ley General de Educación.

Para lograr lo anterior, los CEPS, apoyados por comités, deberán atender el fomento de actividades relacionadas con la mejora del logro educativo y la promoción de la lectura; mejoramiento de la infraestructura educativa; protección civil y de seguridad en las escuelas; impulso a la activación física; actividades recreativas, artísticas o culturales; desaliento de las prácticas que generen violencia y el consumo de sustancias nocivas para la salud; establecimientos de consumo escolar; cuidado al medioambiente y limpieza del entorno escolar; alimentación saludable; inclusión educativa; contraloría social y sobre nuevas tecnologías.

Mediante el Acuerdo 716 se emitieron los lineamientos generales para la operación de los CEPS en los que se señalan los elementos básicos para su funcionalidad de trabajo (Diario Oficial de la Federación, 2014). El Capítulo IV, Artículo 20 establece que los consejos escolares están conformados por un consejero presidente y hasta por 15 consejeros. Se escoge a un secretario técnico que es nombrado por la mayoría de votos entre los integrantes de cada consejo escolar.

Y el Artículo 2 señala que los consejos tienen el objetivo de promover la participación de la sociedad para elevar la calidad de la educación básica. Con ello se busca la vinculación activa y constante entre la escuela y la comunidad con el fin de promover la colaboración de padres de familia, maestros, autoridades educativas, ex alumnos, además de los miembros de la comunidad interesados en desarrollo de la institución.

Con respecto a las autoridades educativas, en el Acuerdo 716 se indica que serán quienes se encarguen de regular la constitución y el funcionamiento de los consejos bajo los términos establecidos en la LGE.

En el Artículo 69 se decreta que será responsabilidad de la autoridad de cada escuela pública de educación básica vincular a ésta, activa y constantemente con la comunidad.

En este sentido, el CEPS podrá opinar sobre los ajustes al calendario escolar, así como en conocer y dar seguimiento de las acciones que realicen los educadores. Además, con el apoyo de los CEPS se contempla ampliar la infraestructura educativa, mejorar el mobiliario escolar y los materiales didácticos, así como participar en acciones que incidan en la calidad de la educación. Sin embargo su incidencia en los asuntos escolares están restringidos, tal como se expresa en el Capítulo 2, Artículo 11; en dicho sentido, los CEPS no deberán intervenir en aspectos laborales, políticos ni religiosos.

El Capítulo V, Artículo 22, se menciona que los proyectos derivados de los consejos estarán dirigidos a necesidades de infraestructura, atención y propuestas pedagógicas, reconocimiento social a alumnos, maestros, directivos, empleados escolares y padres de familia, así como al desarrollo social cultural y deportivo, de gestión y coordinación, y por último, a la motivación de la participación social; para lo cual se requiere establecer estrategias, metas y acciones acorde a las necesidades y competencias de cada consejo para dar cumplimiento al objetivo que la Ley General de Educación les determina.

Planteamiento del problema

La participación social en la educación ha sido un tema de debate durante años. Se presentan diversas opiniones acerca de si existe una participación activa o no en México, ello a pesar de haber impulsado la creación de consejos de participación social con los que se busca impulsar la participación en las escuelas.

Con respecto a los Consejos Escolares de Participación Social (CEPS), en el marco de la Evaluación Nacional de la Participación Social en la Educación Básica en México, del año 2006, se aplicó una encuesta a directores de una muestra de 1,200 escuelas públicas de nivel básico. Como parte de los resultados se encontró que para el periodo 2000-2006, el 39% de las escuelas públicas de educación básica tenían un CEPS (Zurita, 2008). Al indagar las razones por las cuales no se había instalado un CEPS en los últimos seis años, destaca lo siguiente: en primer lugar se identificó que las autoridades educativas no dieron la instrucción a los directores para crearlos; la segunda razón obedece a la apatía de algunos miembros de la comunidad escolar.

Asimismo, se encontró que algunos padres de familia desconocen la existencia, así como el objetivo de los consejos escolares; por otra parte, en algunas instituciones limitan la participación de los padres en la toma de decisiones referente a las cuotas, infraestructura y actividades de convivencia escolar.

En el estudio citado anteriormente, se reportó que poco más del 60% de las directoras considera que la participación social es un trabajo en equipo entre los diferentes miembros de la comunidad escolar, cuyas reuniones buscan resolver los problemas que aquejan a la escuela, pero también a la comunidad.

Para el ciclo escolar 2011-2012 en el primer informe de los indicadores del ciclo funcional de los Consejos Escolares de Participación Social en preescolar, se reporta un 79.9% en la cobertura de los CEPS, para primaria fue del 84.5% y en secundaria de 77.7%. A nivel nacional el informe reportó un total de 190,760 Consejos instalados (79.2%) (Secretaría Técnica del CONAPASE, 2012).

Para el segundo informe (Ciclo escolar 2012-2013) se tiene un incremento en todos los niveles educativos. Los CEPS tienen una cobertura del 82.9% para preescolar, 86.12, para primaria, y para secundaria de 79.4%. A nivel nacional se incrementó esta cifra con más de 6 mil consejos instalados, dando un total de 196,669 que equivale a 81.3% (Secretaría Técnica del CONAPASE, 2013). Este último informe también muestra el total de miembros que conforman los CEPS, y se constató que la mayoría (67%) la compone los padres y madres de familia, tal como está establecido en los lineamientos que figuran en los documentos oficiales sobre los Consejos Escolares.

Es importante resaltar que para que un CEPS funcione de la manera correcta tiene que haber rotación en sus integrantes, así lo señalan Vélez, Linares, Martínez, y Delgado (2008). Los autores antes referidos encontraron que la rotación de los miembros del CEPS ocurre anualmente en alrededor del 90% de las escuelas de educación básica, que mencionaron haber instalado por lo menos alguna vez el consejo.

Agregan que esto se presenta en el 67% de escuelas del nivel preescolar, siendo el porcentaje más alto en comparación de nivel primaria y secundaria.

Señalan que las razones por las que se realizan las reuniones del consejo figuran las planeaciones de actividades escolares, la cual acumula el mayor porcentaje del 38% en la educación básica; el segundo con un 25% es la obtención de fondos, tanto para infraestructura como de mobiliario escolar.

Cabe mencionar que no se tienen registros de estudios más recientes sobre la existencia y operación de los CEPS a nivel básico en los últimos años, ni que se hayan realizado estudios similares en el contexto de esta investigación: Ciudad Obregón. Dado lo anterior, con este estudio se propuso describir la operación de los Consejos Escolares de Participación social en escuelas secundarias públicas de Ciudad Obregón, Sonora a partir de identificar su existencia, conformación y funcionamiento al interior de los establecimientos, desde la perspectiva de los directivos. En este sentido, la pregunta de investigación se encamina a comprender: ¿Cómo están operando los Consejos Escolares de Participación Social en las escuelas secundarias públicas de Ciudad Obregón?

Propósito del estudio

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo describir la operación de los Consejos Escolares de Participación social en escuelas secundarias públicas de Ciudad Obregón, Sonora a partir de identificar su existencia, conformación y funcionamiento al interior de los establecimientos desde la perspectiva de los directivos.

Descripción del método

La presente es una investigación cualitativa de corte fenomenológico que se propuso examinar los contenidos de la conciencia y determinar la realidad de lo investigado a partir de las experiencias vividas por los participantes (Loreto y Pinilla, 2017).

De un total de 16 escuelas secundarias públicas de Ciudad Obregón, registradas ante la Secretaría de Educación y Cultura (SEC) a inicios del ciclo 2016-2017 (Dirección General de Planeación, 2017) se incluyeron 14 en esta investigación, en dos de las instituciones no se obtuvo autorización por parte de los directores para su realización.

Dichas escuelas operan con dos turnos, matutino y vespertino pero el registro de los CEPS en el REPUCE (Registro Público de los Consejos Escolares) se realiza por escuela con la clave escolar, por lo que se cuenta con una carta constitutiva para ambos turnos, y en este caso se considera un solo Consejo en cada institución.

El primer acercamiento fue vía telefónica en donde se concertó una cita de reunión con los directivos. En esa reunión se entregó un oficio que indicaba el propósito, descripción del trabajo de campo y los compromisos por parte del equipo de investigación. Una vez autorizado el acceso a las escuelas y concertada otra cita para la realización de las entrevistas, se acudió puntualmente el día y hora pactado.

Participaron 11 directores (9 mujeres y 2 hombres) y tres subdirectoras de sexo femenino de las diferentes escuelas y turnos, los cuales fueron seleccionados mediante un muestreo selectivo (Mallimaci y Giménez, 2006). Para la recolección de información se llevó a cabo una entrevista a los participantes de tipo individual y semiestructurada para lo cual se apoyó en una guía de entrevista (Denzin y Lincoln, 2005) conformada por cinco tópicos. Las entrevistas fueron audiograbadas previa autorización del informante. Su anonimato se resguardó con el empleo de una clave compuesta por la letra E y un número consecutivo para su diferenciación

Las entrevistas fueron transcritas fielmente en Word y procesadas mediante un análisis de contenido que consiste en la composición ordenada de los elementos diferentes de un todo (López, 2002). Para ello se basó en la propuesta de Martínez (2007) que contempla un proceso de categorización, análisis e interpretación.

En un primer momento se realizó la lectura de los escritos en varias ocasiones, lo cual facilitó identificar las palabras e ideas significativas para los propósitos de la investigación. Posteriormente, se organizaron las ideas principales en categorías con la finalidad de obtener una mayor organización de las evidencias de las entrevistas y así poder obtener puntos claves de la investigación (López, 2002). La categorización se realizó mediante la expresión del contenido de cada unidad temática, esta se identificó mediante un código como comentario al margen del escrito.

Por último, se elaboró una tabla con una primera columna que concentra las *evidencias* a partir de extractos de texto de las entrevistas (narrativas), otra columna ilustra la *teorización*, y posteriormente una siguiente columna que incluye la *interpretación* en la que se exponen las reflexiones del equipo investigador a partir del cruce de las narrativas y las aportaciones teóricas para dar solidez a la discusión de los hallazgos y derivar conclusiones.

Rigor científico

En esta investigación se puso especial atención en los criterios de rigurosidad metodológica, tales como la credibilidad por la que se cuidó que las transcripciones y anotaciones fueran fieles a lo expresado por los informantes (Castillo y Vásquez, 2003).

La confirmabilidad que se refiere a la neutralidad en el análisis y la interpretación de la información, se atendió al analizar y discutir los resultados entre el equipo de investigadores y con expertos con el fin de contrastar miradas y asegurar que los análisis no esten sesgados por motivaciones, intereses, y perspectivas del equipo de investigador.

Por otro lado, el criterio de transferibilidad se atendió al proporcionar conocimiento sobre el contexto estudiado con la posibilidad de trasladar los resultados a otros contextos o grupos en estudios posteriores, por lo que en esta investigación el interés fue indagar en el contexto de estudio, que si bien, se abarcó casi la totalidad de centros educativos de la ciudad, los hallazgos pueden ser considerados para discutir el tema de estudio junto con otros estudios realizados a nivel nacional, no es la intención transferir los resultados a otros entornos, simplemente son válidos para las instituciones visitadas.

Finalmente, en esta investigación se atendió la consistencia metodológica entre los elementos y partes constituyentes de la misma: pregunta, propósito, método, técnicas de recolección de información y proceso de análisis de resultados, así como el cuerpo teórico de referencia.

Resultados

A partir del análisis de contenido emergieron cuatro categorías que se presentan a continuación:

Plan de trabajo

La organización de los CEPS en las escuelas presenta variaciones de un escenario educativo a otro. Se señaló que se basan en un documento, como lo establece la LGE, sin embargo, al momento de operarlo no se apegan a los lineamientos.

Los participantes expresaron la manera de organizar los CEPS al interior de las escuelas y hacen referencia a los Lineamientos Generales para la Operación de los Consejos Escolares de Participación Social. Así lo menciona uno de los entrevistados: *“hay un documento que se llama lineamientos, precisamente para los Consejos de Participación Social”* (E6); de igual forma otro señala: *“son 68 hojas, tienen los objetivos, programas, las actividades y todo eso”* (E1). Sin embargo, se encontraron variaciones de un escenario educativo a otro, por mencionar, hubo quienes señalaron que ante la escasa o nula participación de los padres y otros miembros de CEPS han optado por alternar funciones o bien delegar a otras instancias de la escuela la realización de las actividades establecidas en el plan de trabajo; así lo señala uno de los entrevistados:

Nuestros padres de familia la mayoría pues, trabajan, ya por necesidad [...] la situación económica es muy difícil, entonces, como trabajan por necesidad a veces se alterna el presidente de la sociedad de padres con el presidente del Consejo de Participación Social en las actividades que programan, entonces eso da la oportunidad de que ellos puedan variar en la cuestión de su trabajo con lo que tienen que hacer aquí en la escuela entonces se trabaja en conjunto (E3).

El entrevistado enfatizó que por razones laborales y de tiempo de los padres de familia los miembros del Consejo se apoyan con la comunidad escolar, alternando labores y actividades.

Pero también un directivo reconoció la inactividad de los CEPS: *“están firmados por papel ya que la SEP lo solicita, pero no ejercen ninguna actividad, el Consejo Técnico es el que se encarga de realizar actividades pedagógicas y obtener cambios significativos”* (E7). Asimismo, se encontró que algunos docentes desconocen que son miembros registrados en los CEPS.

La participación de los padres de familia es fundamental para el adecuado funcionamiento de la institución, pero ello no siempre se logra y se reconoce que existe desarticulación desde diversos niveles: *“la desorganización viene desde arriba por la falta de información y capacitación de la misma Secretaria”* (E2), por lo que se dificulta no solo conformar los Consejos, sino también contar con la participación de los diversos actores educativos.

Cada escuela adopta un método de trabajo para llevar a cabo las metas propuestas que si bien, algunas no siguen los lineamientos establecidos en la normatividad, llevan a cabo diversas estrategias para contar con el involucramiento de los padres de familia y obtener beneficios para la institución.

Reuniones

Para la operación de los CEPS es necesario que sus miembros se reúnan con cierta frecuencia para tomar acuerdos o trabajar sobre lo planeado, las entrevistas muestran que no todos los miembros asisten o en el caso de algunas escuelas no se tiene la asistencia y participación de los padres de familia y por lo tanto no hay reuniones del Consejo:

“No se reúnen, ni siquiera a la escuela vienen” (E14) de igual modo otro entrevistado menciona: *“los padres ni vienen a la escuela por boletas de sus hijos, menos van a venir a reuniones del Consejo”* (E7), otros participantes expresaron al respecto: *“No se reúnen mucho, más que nada es cuando se llega a presentar una problemática y los llamamos para su participación”* (E9), *“No se reúnen constantemente, los que se reúnen más continuamente son los más cercanos, nomás el presidente, secretario, esos son los que más se reúnen”* (E3). Asimismo un directivo comentó sobre la apertura y reuniones de los consejos

Al principio del ciclo de escolar se abren, se forma lo que viene siendo la remodelación de sociedad de familia y luego también se constituyen los Consejos de Participación Social, generalmente se debe de estar reuniendo unas dos, tres, cuatro fechas en el ciclo escolar, la verdad que aquí no lo hemos cumplido (E4).

Cabe señalar que en los lineamientos de operación de los CEPS no sólo se hace referencia a la periodicidad de las reuniones sino que éstas sean en ciertos momentos clave para cubrir determinados propósitos, al respecto un entrevistado señala: *“nosotros nos reunimos al inicio del ciclo escolar como escuela y posteriormente ellos como Consejo de Participación Social se están reuniendo ya independientemente de las citas de las escuelas”* (E5). Por otro lado un participante comenta: *“Al inicio del ciclo nos establecen los calendarios de reuniones”* (E11). Las reuniones no se basan únicamente en la organización de las actividades que se llevarán a cabo en el ciclo escolar, sí no también, una de las finalidades es obtener una comunicación efectiva entre los miembros del Consejo, para así poder crear una convivencia sana y un ambiente de trabajo agradable entre los integrantes.

Está establecido que los CEPS en una misma sesión presenten el plan de trabajo y conformen un comité de convivencia escolar armónica, así como los comités de contraloría social, establecimientos de consumo escolar y el de infraestructura escolar, y los que se estime pertinentes según la ruta de mejora del centro escolar (Secretaría de Educación, Subsecretaría de Educación Básica y Normal, 2016). La realidad es que muy pocas escuelas logran obtener reuniones y las que las realizan no se basan en una agenda sino que se realizan de acuerdo a los proyectos que sean solicitados, como lo menciona un informante: *“No, solo cuando hay una problemática”* (E13).

Funciones

Una de las funciones principales de los CEPS es ejercer actividades para la mejora de la escuela con la finalidad de obtener una convivencia sana en la institución. Al respecto un entrevistado relata: *“40 padres de familia comenzamos a limpiar la escuela, comenzamos a darle otra imagen, sí, comenzamos a hacer gestiones como Consejo Escolar”* (E2) de igual manera otro señala: *“sobre todo, que hemos trabajado mucho la violencia, la cuestión de las drogas, la cuestión de los anti valores”* (E4). En la actualidad los temas sobre violencia escolar y el consumo de drogas son de relevancia y en estos casos así se hicieron notar.

Por otro lado, los directivos mencionan que los proyectos educativos en algunas escuelas sí se llevan a cabo:

Hay una iniciativa de proyectos educativos que tenemos aquí [...] porque en el consejo de participación social hay varias tareas: que está la reforestación, que está el aspecto físico de la escuela, etcétera. Y según el proyecto en marcha que estemos trabajando se les invita, no hay una fecha específica más bien según los proyectos se van haciendo partícipes los padres (E5).

Participación

A decir de los directivos entrevistados, se dificulta que los padres de familia participen en las actividades, lo cual se ve reflejado en el funcionamiento de los CEPS al interior de las escuelas: Hay resistencia de los padres de familia, la verdad, que se está batallando mucho para que el padre de familia se integre a la comunidad escolar. En la mayoría de las familias el tiempo está muy difícil, más nosotros que somos del turno vespertino ¡verás cómo batallamos para que puedan venir simplemente a recoger la boleta!, están trabajando o el caso de quienes fungen como tutores, el abuelito está muy grande. “Ya no hay tiempo”, “no me dejan salir del trabajo”, “no puedo porque estoy trabajando”, son las excusas más frecuentes (E4).

El grado de involucramiento de los padres se percibe como falta de interés por los asuntos de la escuela o por las actividades académicas de los hijos. A este respecto, uno de los entrevistados expresó *“No vienen los papás, nomás está la firma y nosotros nos hacemos cargo de las actividades. Los mandamos a llamar y no quieren, muchos por trabajo, otros porque no se comprometen continuamente a todas las actividades”* (E1). Lo anterior pone de manifiesto la percepción que el personal educativo construye a partir de la relación familia-escuela.

A decir de los entrevistados, son pocos los padres de familia que se presentan cuando son requeridos, entre las razones que exponen figura la falta de tiempo: *“No disponen de mucho tiempo para ocuparse de los asuntos de la escuela”* (E6). Otro expone: Hay muy poca asistencia, a veces que citamos a todos y vienen dos, tres y así trabajamos porque así sacamos adelante nuestros compromisos, pero la verdad ¡la verdad! el padre de familia está muy, muy este... comprometido con el tiempo laboral de él mismo (E4).

Para que la escuela logre los propósitos establecidos es imprescindible la participación de los padres y de la sociedad, como elementos complementarios a la labor que realiza la escuela; sin embargo, a pesar de que los CEPS físicamente están conformados, les es difícil reunirse. Uno de los entrevistados menciona:

El Consejo Técnico es el que se encarga de realizar actividades pedagógicas y de obtener cambios significativos, pero no tenemos el apoyo de los padres ya que ni siquiera a la escuela vienen [...] Se depende mucho de la administración para llevar a cabo las actividades pertinentes del Consejo [...] no hay estrategias para atraer a los padres de familia (E7).

Asimismo otro directivo hace referencia a la escasa presencia y participación del presidente del CEPS en su escuela: Batallamos mucho para localizar al presidente, es una persona con bajos recursos y tiene que trabajar, por lo tanto, no puede asistir a la escuela, es muy difícil que los padres asistan, por lo tanto, no podemos lograr una buena participación (E10).

Por otro lado, en las narrativas se encontró que no se cuenta con algún documento que enuncie a detalle el funcionamiento de los CEPS: “*No creo que ninguna escuela lo trabaje, porque jamás se nos dio capacitación para eso*” (E2).

Sin embargo, existe un documento oficial llamado Guía del Director y Consejos Escolares de Participación Social para promover la participación social en los procesos de decisión de las escuelas donde se señala las actividades que los directores y miembros de los CEPS deben cumplir para una mejora en la calidad educativa.

Lo expresado por los directores deja ver que la responsabilidad en relación a la conformación y funcionamiento de los Consejos no es compartida, los hallazgos muestran expresiones de falta de interés, de escasas o ausencia de estrategias que promuevan la participación y la generación de espacios de diálogo con los padres y madres de familia.

Agradecimiento

La presente publicación fue financiada con recursos del Programa de Fortalecimiento de la Calidad Educativa (PFCE) 2017.

Conclusiones

En la educación secundaria se busca que los alumnos adquieran conocimientos, experiencias y herramientas para que sean aplicadas en la vida cotidiana, por lo tanto, la comunidad escolar debe sumarse al compromiso de llevar a cabo ciertas actividades para el desarrollo integral de los adolescentes.

Para una institución educativa el poder obtener apoyos externos, al igual que contar con un equipo de trabajo que diseña una visión común, que realiza gestiones, hace planeaciones, que toma decisiones con el fin de dar orientación a ciertas soluciones con base a las necesidades del plantel, es de suma importancia. Para una escuela el apoyo del equipo de trabajo es sustantivo para cristalizar los objetivos y llevar a cabo las metas de la escuela para el beneficio de los alumnos. Para ello se requiere del compromiso y participación de la comunidad educativa en general. Contar con un Consejo Escolar de Participación Social representa para las escuelas una posibilidad de coordinar los esfuerzos e iniciativas de los directivos y profesores, pero en especial de los padres y madres de familia, así como de otros miembros de la comunidad quienes asumen el rol de consejeros. La intención de este órgano, oficialmente conformado, es apoyar a la institución realizando acciones que contribuyan a fortalecer y elevar la calidad, la equidad de la educación básica y para ampliar la cobertura de los servicios educativos, lo anterior mediante la conformación de comités que atiendan temas específicos del plan de trabajo del Consejo.

Otra de las intenciones con la creación de estos consejos es la transparencia en la rendición de cuentas y gestionar distintos apoyos para la mejora del entorno educativo.

Los hallazgos de esta investigación muestran lo siguiente: en relación al *plan de trabajo* como herramienta que ayuda a la organización en torno a metas, se identificó que el plan es un tanto desdibujado, lo cual puede derivarse por falta de tiempo o por desconocimiento.

La mayoría de los directores y subdirectores desconocían detalles de los CEPS, en este sentido se mostró poca claridad en relación con la cantidad de miembros, sus puestos y sobre la agenda de trabajo.

A pesar de contar con un registro oficial ante REPUCE, los Consejos no operan como tal en la práctica, en algunos casos, los padres que conforman los consejos no asisten a las reuniones convocadas por desconocer que forman parte de dicho consejo.

Los problemas en su organización y funcionamiento se hicieron evidentes al carecer de estrategias para que los miembros de la comunidad escolar se integren y colaboren en los objetivos fundamentales de la institución educativa.

En ocasiones no solamente los padres de familia son los que tienen desinterés por las cuestiones educativas, algunos directores muestran apatía cuando se trata de recibir la visita o las sugerencias y opiniones de los padres en cuestiones pedagógicas.

Durante el proceso de investigación se pudo percatar que al revisar la literatura en relación a los CEPS, la realidad recuperada por los informantes difiere con lo plasmado en los documentos oficiales en cuanto a sus lineamientos y operación, una de las razones, expresadas por los informantes es que no se cuenta con la capacitación necesaria.

Se constató que existe un CEPS por ambos turnos que reúne miembros de uno y otro; sin embargo, el reglamento establece que por cada clave escolar se debe de registrar un Consejo, esta es una irregularidad detectada.

En cuanto a la frecuencia de sus *reuniones*, hubo miradas contrapuestas, si bien se hizo mención a las actividades que realizan, las reuniones de sus miembros son escasas o nulas, a pesar de que se tiene que elaborar y entregar un informe general y detallado de las actividades que se realizan. Asimismo, entre las *funciones* que más destacan está realizar proyectos educativos dirigidos a beneficiar en lo estructural pero también en el bienestar estudiantil.

Se evidencia escasa *participación* de miembros de los CEPS. La responsabilidad en la gestión y elaboración de informes recae principalmente en los directivos, y aunado a ello, se encontró que dichos directivos tienen claridad respecto qué debe hacerse y quiénes, pero se reconoce que se requiere capacitación para abordar los cómo.

Lo anterior deja ver qué hay agenda pendiente en tanto a estrategias y capacitación.

Se recomienda generar estrategias participativas que integren a los padres de familia y que exista coordinación entre todos los integrantes de los CEPS en las instituciones participantes en este estudio. Es necesario que los diversos actores figuren con disponibilidad y disposición en los CEPS para ejercer las funciones que les sean encomendadas con el fin de atender las necesidades de la escuela.

Los CEPS son una alternativa viable para las escuelas dado que se han establecido para apoyarlas y para hacer posible una educación de calidad. La realidad dista de lo ideal ya que éstos consejos no están operando como se esperaría, las razones pueden ser diversas, entre las principales figuran la disponibilidad de tiempo, desinformación y la apatía.

El papel de los directivos es fundamental para favorecer la operación de los CEPS. Sin embargo, el compromiso no recae solo en esta figura, el profesorado puede y debe, como el principal vínculo con la familia, acercar a los padres y madres de familia, interesarlos y propiciar su involucramiento y participación. Es necesario que los miembros de una comunidad educativa posean un sentido de pertenencia, que se sientan parte y formen parte. Es importante generar espacios de confluencia, de participación porque el objetivo es común: la formación integral del estudiante y una educación de calidad. Asimismo se identificó que es preciso desarrollar estrategias para apoyar y motivar a los padres de familia a que participen, y aquí es importante mencionar que lo común es que los padres de familia que forman parte de la sociedad de padres también pertenezcan al CEPS en una misma escuela, esto dificulta diferenciar sus funciones y conlleva a desdibujar el rol de ambos órganos escolares.

Con base en los resultados de la investigación se advierte la necesidad de posicionar el rol de liderazgo de los directivos.

También se considera importante tomar en cuenta que la participación social involucra y requiere de una gestión escolar eficiente. De igual forma es imprescindible que los Consejos Escolares de Participación Social se posicionen y cobren fuerza en las escuelas.

Actualmente el adolescente se enfrenta a diversos fenómenos sociales, por lo que la creación de espacios educativos ricos en experiencias formativas es una necesidad que apremia. Los espacios de participación social representan un muro de contención en este sentido, en la medida que se trabaja organizadamente y se coordinan esfuerzos, recursos y estrategias se encamina un ejercicio de corresponsabilidad, y de ciudadanía en el que se trabaja por el bien común. Además, estas formas de trabajo, son referentes de aprendizajes que el estudiante introduce en su proceso formativo y que lo preparan para ser un ciudadano responsable en un futuro.

Por otro lado, es un requisito indispensable para el funcionamiento de los CEPS que la comunidad escolar en su totalidad esté y se mantenga informada sobre sus fines, en qué consiste, cómo se conforma y cómo deben operar, sobre todo, reconocerlos como un medio para la mejora continua de la educación que se imparte en las escuelas.

Referencias

Asociación Nacional para la Educación de Niños Pequeños [NAEYC] (2011). *Código de Conducta Ética y Declaración de Compromiso*. Recuperado el día 27 de junio de 2017 en https://www.naeyc.org/files/naeyc/file/positions/Ethics_Spanish%20Position%20Statement2011.pdf.

Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. London, Inglaterra: Sage.

Diario Oficial de la Federación (2014). *Acuerdo Número 716 por el que se establecen los lineamientos para la constitución, organización y funcionamiento de los Consejos de Participación Social en la Educación*. Recuperado el 30 de junio de 2017 de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5335232&fecha=07/03/2014

Dirección General de Planeación (2017). *Buscador de escuelas en línea-2017*. Recuperado el 28 de septiembre de 2017 en <http://planeacion.sec.gob.mx/upeo/ccts/>

López (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Recuperado el 28 de junio de 2017 en <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>

Loreto, F. A. y Pinilla, I. (2017). Enfoques metodológicos en la investigación educativa: Método empírico, cualitativo y fenomenológico. *Revista Guayana Virtual*, 1 (1), 25-35.

Mallimaci, F. y Giménez, V. (2006). Historia de vida y métodos biográficos. En I. Vasilachis de Giladino (coord.). *Estrategias de Investigación Cualitativa*, 175-212. Barcelona: Gedisa.

Márquez, L. (2014). *La participación social en la escuela secundaria pública. Los padres y madres de familia como actores sociales: un estudio de caso*. Tesis doctoral, Doctorado Interinstitucional en Educación. Puebla, México: UIA Puebla.

Martínez, M. (2007). *Ciencia y arte de la metodología cualitativa*. México: Trillas

Secretaría de Educación Pública (2010). *Que es la participación social*. Recuperado el 20 de marzo de 2017 en http://www.consejosescolares.sep.gob.mx/es/connapase/Que_es_la_Participacion_Social

Secretaría de Educación, Subsecretaría de Educación Básica y Normal (2016). *Lineamientos para la constitución, operación y desarrollo de Asociaciones de Padres de Familia y Consejos Escolares de Participación Social en la Educación, en Escuelas de Educación Básica del Sistema Educativo Estatal*. Recuperado el 27 de junio de 2017 en <http://psocial.edugem.gob.mx/psocial/wp-content/uploads/2016/08/lineamientos-CEPS-2016-2017-1.pdf>

Secretaría Técnica del CONAPASE (2012). *Indicadores del Ciclo Funcional de los Consejos Escolares de Participación Social. Ciclo Escolar 2011-2012*. Recuperado el 20 de agosto de 2017 de <http://www.consejosescolares.sep.gob.mx/images/pdf/indicadores11-12.pdf>

Secretaría Técnica del CONAPASE (2013). *Indicadores del Ciclo Funcional de los Consejos Escolares de Participación Social. Ciclo Escolar 2012-2013*. Recuperado el 14 de julio de 2017 de <http://www.consejosescolares.sep.gob.mx/work/models/conapase/Resource/372/1/images/INFORME%20IND%20PS%202012-2013.pdf>

Vélez, H., Linares, M. E., Martínez, A. y Delgado, M. A. (2008). Reflexiones y propuestas desde las experiencias de una organización social. En M. T. Galicia (Coord.), *Participación social en la educación: del análisis a las propuestas* (33-48). México: Observatorio Ciudadano de la Educación.

Zurita, U. (2008). La participación social en la educación básica en México: Reflexiones en el marco de la Evaluación Nacional de la Participación Social en la Educación Básica, 2000 – 2006. En M. T. Galicia (Coord.), *Participación social en la educación: del análisis a las propuestas* (63-78). México: Observatorio Ciudadano de la Educación.

Posicionamiento y sostenibilidad, contribución a la competitividad de destinos turísticos

Positioning and sustainability, contribution to the competitiveness of tourist destinations

PARRA-CÁRDENAS, Alexandra Verónica*†, CEVALLOS-ORTEGA, Fanny Lucía & CISNEROS-MUSTELIER, Lourdes

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

ID 1° Autor: *Alexandra Verónica Parra-Cárdenas* / ORC ID: 0000-0001-7356-3726, Researcher ID Thomson: F-8784-2018

ID 1° Coautor: *Fanny Lucía Cevallos-Ortega* / ORC ID: 0000-0002-4560-7143

ID 2° Coautor: *Lourdes Cisneros-Mustelier* / ORC ID: 0000-0002-8077-3980, Researcher ID Thomson: F-8920-2018

Recibido: 1 de Noviembre, 2017; Aceptado 02 de Febrero, 2018

Resumen

Las operaciones turísticas exitosas requieren de una cantidad considerable de esfuerzos dirigidos al marketing, conllevando a adoptar una filosofía que sitúa al cliente (turista) en primer plano, sin descuidar los beneficios sociales y económicos para el país oferente del turismo, bajo criterios de sostenibilidad. El propósito de este artículo es presentar una visión sobre el turismo, su contribución económica, el posicionamiento, la sostenibilidad y el beneficio de la competitividad de los destinos turísticos. Se presenta una revisión documental que integra la información más relevante sobre esta temática, así como una investigación exploratoria que muestra el comportamiento del sector turístico en Ecuador. Los resultados arrojaron importantes conclusiones que ofrecen evidencia sobre la integración del marketing a través del posicionamiento y la importancia de la sostenibilidad, para atender las necesidades de los turistas y gestionar los recursos adecuadamente, condiciones necesarias para la competitividad de los destinos turísticos.

Posicionamiento, Sostenibilidad, Competitividad

Abstract

Successful tourism operations require a considerable amount of marketing efforts, which leads to adopting a philosophy that places the customer (tourist) in the foreground, without neglecting the social and economic benefits for the country offering tourism, under criteria of sustainability. The purpose of this article is to present a vision about tourism, its economic contribution, positioning, sustainability and the benefit it has to the competitiveness of tourist destinations. A documentary review is presented that integrates the most relevant information on this subject, as well as an exploratory investigation that shows the behavior of the tourism sector in Ecuador. The results showed important conclusions that show evidences on the integration of marketing through positioning and the importance of sustainability, to meet the needs of tourists and manage resources appropriately as necessary conditions for the competitiveness of tourist destinations.

Positioning, Sustainability, Competitiveness

Citación: PARRA-CÁRDENAS, Alexandra Verónica*†, CEVALLOS-ORTEGA, Fanny Lucía & CISNEROS-MUSTELIER, Lourdes. Posicionamiento y sostenibilidad, contribución a la competitividad de destinos turísticos. Revista Investigaciones Sociales. 2018. 4-11: 33-45

† Investigador contribuyendo como primer autor

* Correspondencia al autor (email: avparra@espe.edu.ec)

Introducción

El interés de viajar y explorar es tan antiguo como la historia del hombre. El crecimiento del turismo es evidente, constituye una de las fuentes más importantes de desarrollo en las economías emergentes y avanzadas de los países, por lo que cualquier esfuerzo mercadológico, para mejorar el posicionamiento, bajo un criterio de sostenibilidad, es totalmente justificable. El fenómeno turístico, en las últimas décadas, ha ido adquiriendo una gran importancia y todo apunta a que en un futuro éste seguirá su ritmo ascendente (Barroso & Flores, 2006).

Siendo la base del desarrollo social y económico, gran parte de los recursos turísticos se constituyen en atractivos de carácter natural y cultural. Por su fragilidad y gran valor debe planificarse su uso eficiente, bajo un criterio de sostenibilidad, en caso contrario, se pondría en peligro el potencial del lugar como destino turístico.

El objetivo del presente artículo es realizar una aproximación a la contribución económica del turismo, su sustento teórico en relación al posicionamiento de los destinos turísticos, la sostenibilidad y la contribución a la competitividad, partiendo del precepto de que la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de diferentes factores comerciales, sociales y económicos. Se describe la situación ecuatoriana desde la perspectiva anteriormente mencionada.

Caracterización, especificidad del turismo y contribución económica

En cuanto a la especificidad del turismo, las autoras consideran que los flujos turísticos están constantemente aprendiendo y retroalimentándose. En su definición la Organización Mundial de Turismo (OMT) manifiesta que la actividad turística “es un fenómeno social, cultural y económico que implica el movimiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual para fines personales o empresariales / profesionales. Estas personas se llaman visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales involucran gastos de turismo”. (Organización Mundial del Turismo OMT, s.f., pág. 1)

Comprende las actividades realizadas por las personas durante sus viajes, estableciéndose en lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de recreo, y otros motivos que no guardan relación con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (Secretaría de Turismo Estados Unidos Mexicanos, 2015).

En un contexto de relaciones económicas internacionales en el proceso de globalización, es indudable que el turismo juega un rol importante, creciente y dinámico para los países.

Según Von Schullern (1911) el turismo es el conjunto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado municipio, país o estado. Como se puede observar este autor hace especial énfasis al decir que esta actividad comprende procesos económicos.

Más recientemente se plantea que las nuevas dinámicas, han convertido al turismo en una de las actividades económicas de mayor importancia a nivel mundial, de acuerdo a cifras de la Organización Mundial del Turismo, (Organización Mundial del Turismo, 2017)

La actividad turística se ha convertido en uno de los principales motores en la economía mundial, logró desplazar a sectores tradicionales en diversos destinos. Según Vasallo y Arciniegas (2015), datos económicos al respecto indican: “el turismo es una rama de la actividad económica que representa aproximadamente el 10% del PIB mundial y esta participación viene creciendo en los últimos decenios. Las cifras que anualmente registra el ingreso mundial por turismo internacional refleja la importante contribución a la dinámica económica que esta actividad representa para muchas regiones en el mundo.

Entre sus principales impactos positivos se encuentran los relacionados con el impacto económico, manifestado en el ingreso por divisas, generación de inversiones, generación de empleo, el incentivo a la creación de tecnologías, a la formación de capital humano y las oportunidades de negocio, activación de encadenamientos productivos.

El impacto económico del turismo incluye efectos directos, indirectos e inducidos; debido a la amplia gama de factores y agentes involucrados. Es necesario medir el incremento neto de la riqueza producida por el turismo en los residentes, en relación con los niveles que existían antes del desarrollo del turismo. (Santamaría & Bayas, 2018). El turismo puede ayudar a generar empleo, mayores ingresos y reducir la pobreza (Organización de las Naciones Unidas, 2013).

En el informe “Panorama OMT del Turismo Internacional” (Organización Mundial del Turismo, 2017), se afirma que la llegada de turistas internacionales en el mundo ha registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido, pasando de los 277 millones de 1980 a los 1000 millones actuales. Según *Tourism Towards 2030* (World Tourism Organization, 2011), estudio de la OMT sobre previsiones y análisis de tendencias a largo plazo, se cree que el número de llegadas de turistas internacionales crecerá como media un 3,3% al año entre 2010 y 2030, lo cual implica que se alcanzará un total de 1800 millones de llegadas en 2030. Definitivamente el crecimiento turístico es evidente: *“En los seis primeros meses de 2017, los destinos de todo el mundo recibieron a 598 millones de turistas internacionales, unos 36 millones más que en el mismo período de 2016. El crecimiento, que supone un 6% respecto al año anterior, superó con creces la tendencia alcista observada en los últimos años, lo que convierte el período de enero a junio en el mejor semestre desde 2010”* (Organización Mundial del Turismo, 2017).

En este contexto, se observa la contribución al desarrollo que realiza la actividad turística -inclusive en épocas en que la economía mundial se encuentra afectada-, por lo que se considera un atenuante de la pobreza, pues según datos del *Manual on Tourism and Poverty Alleviation* (World Tourism Organization (UNWTO) and Netherlands Development Organization (SNV), 2010), el turismo representa 235 millones de empleos, esto es, 1 de cada 12 empleos en el mundo. Otras estadísticas importantes del crecimiento del sector turístico publicadas en esta última fuente muestran que la actividad turística es la primera o segunda fuente de divisas para 20 de los 48 países menos avanzados del mundo, inclusive en algunos países en desarrollo, especialmente en estados insulares, el desarrollo del turismo puede aportar el 25% del PIB.

Ecuador como destino turístico

En el caso del Ecuador se observa que en el tercer trimestre del 2016, con más de 1.075 millones de dólares en ingresos, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros detrás del banano y camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1%, acorde a la información publicada por el Ministerio del Turismo de Ecuador.

En el año 2017 el Ecuador registró un incremento del 9,3% en el arribo de visitantes extranjeros entre enero y julio del 2017, en comparación con el mismo periodo del año pasado. En cuanto a visitantes foráneos, 914 477 llegaron al país en los primeros siete meses de 2017. Solo en el mes de julio de 2017, 164 376 personas arribaron al país, registrando un aumento del 14,3%. Por concepto de turismo, se registra un ingreso de USD 399,5 millones durante el primer trimestre de este año, lo que significó un aumento del 1,6%, en comparación con los primeros tres meses del 2016 (Ministerio del Turismo, 2018).

En poco tiempo, el turismo se ha desarrollado en forma vertiginosa y con ello el conocimiento que permite orientar su planificación, organización, dirección y control de las actividades turísticas. La **Organización Mundial del Turismo (OMT)** designó al 2017 como el año del **Turismo Sostenible para el Desarrollo**, con el eslogan “Viaja, Disfruta, Respeta”. Ecuador también apuesta por esta línea en pro del cuidado del ambiente.

Puede afirmarse que la demanda turística internacional ha adquirido importancia de carácter estructural, por su contribución a la economía mundial y al comercio internacional, a pesar de las adversidades económicas y de la competencia que puede llegar a establecerse con otros sectores, cabe destacar su potencialidad de crecimiento, por lo que buena parte de las economías consideran a este sector entre sus estrategias de desarrollo económico (Flores, Barroso, & Pulido J.I, 2012).

En este contexto Latinoamérica no se queda atrás, ofreciendo una interesante oferta turística hacia diversos destinos, se realizan permanentes esfuerzos por mejorar su competitividad.

Las autoras consideran necesario, al referirse a destinos con enorme potencial turístico, mencionar a Ecuador, por la megadiversidad que posee, según la variedad de atractivos naturales y culturales que lo hacen competitivo.

Ecuador posee una extensión de aproximadamente de 283.000 km², con algo más de 16 millones de habitantes, limita al oeste con el Océano Pacífico, al norte con Colombia, y al sur y al este con Perú. Consta de zonas geográficas muy diferentes (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2014-2017):

- La Sierra o tierras altas de los Andes,
- La Costa,
- El Oriente y
- El Archipiélago de las Islas Galápagos, en el Océano Pacífico, situado a 1.000 km. del continente

Los destinos y atractivos turísticos en el Ecuador son diversos, y son recomendados por diferentes medios de difusión como: National Geographic, World Travel Awards, la cadena de noticias CNN y National Geographic Traveler.

Según datos de Caiza (2012) del total de arribos al país de acuerdo al barómetro turístico un 14,96 % de visitantes (171 586 turistas), lo hizo por motivos de ecoturismo y turismo de naturaleza, se debe recalcar que entre las preferencias de viaje se encuentran los Destinos Turísticos Regionales Galápagos y la Amazonía Norte, comprobando así la afirmación que el Ecuador es reconocido como uno de los países con la mayor presencia de biodiversidad natural, en el cual se pueden hacer una serie de actividades que no solo llenan de satisfacción a los turistas sino que también ayuda de forma indirecta a la mantención del medio ambiente que nos rodea.

En investigaciones más recientes realizadas por el Ministerio del Turismo (Ministerio del Turismo, 2018), las ciudades del Ecuador más visitadas por extranjeros en el 2017 fueron Quito, Otavalo y las Islas Galápagos.

En el 2016, según este Ministerio han ingresado al país un total de 1 352 405 turistas y salieron 1 323 235. Desde enero a julio del 2017, se registran 914 477 turistas extranjeros que ingresaron, lo que suma un 9,3% de diferencia con el anterior año.

Respecto al turismo interno, en el 2016 se registra un desplazamiento de 12,3 millones de viajes, esto provocó que la economía se mueva con \$ 285,5 millones, según la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo. Las provincias más visitadas en 2016 fueron Manabí, Esmeraldas y Santa Elena.

En este contexto de diversidad, los espacios rurales como destinos turísticos en la región andina, tienen características únicas para el turismo por sus atractivos, recursos naturales, conocimientos, tradiciones y gastronomía entre otros, lo cual podría ser aprovechado con el propósito social de reducir el nivel de pobreza para las comunidades más deprimidas, contribuyendo al desarrollo económico.

A modo de ejemplo, uno de los destinos más destacados es el Cantón Rumiñahui, pues, según datos del Plan de Desarrollo Turístico 2015 del Gobierno Autónomo Descentralizado de Rumiñahui, es considerado como uno de los mejores del Ecuador tanto por sus cualidades como por sus características variadas. Está ubicado al sureste de la provincia de Pichincha y es parte del Valle de los Chillos. Este valle, abrazado por imponentes volcanes, nevados, montañas y páramos de la cordillera occidental y oriental de los Andes, posee gran variedad de vida silvestre, y está atravesado por ríos cristalinos. En este destino se puede practicar deportes como el trekking, canoping, rapel, bicicleta de montaña y pesca deportiva.

De las entrevistas realizadas a funcionarios de la comunidad de este cantón se aprecia que es visitado continuamente por su potencial turístico, pero se requiere prestar atención a los espacios rurales como son: Cotogchoa y Rumipamba, considerando que dichos cantones son poseedores de interesantes atractivos naturales. El funcionario entrevistado menciona que es necesario hacer partícipes en el desarrollo a los diferentes agentes y actores, establecer estrategias, planes y procedimientos para volverlo competitivo, con el propósito de provocar el desarrollo turístico, social, económico, del cantón, bajo criterios de sostenibilidad.

Una propuesta metodológica para la medición de la sostenibilidad de los prestadores de servicios turísticos puede encontrarse en (Beltrán & Oliveros, 2018).

Posicionamiento, sostenibilidad y su contribución a la competitividad de destinos turísticos

A continuación se presenta una revisión del estado del arte, con el fin de observar la contribución del marketing y de los diferentes principios planteados por la OMT en el desarrollo de la actividad turística.

La competitividad

La competitividad se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores, fijado un precio, o la capacidad de poder ofrecer un menor precio, fijada una cierta calidad. Concebida de esta manera se asume que las empresas más competitivas podrán asumir mayor cuota de mercado a expensas de empresas menos competitivas, si no existen deficiencias de mercado que lo impidan.

La ventaja competitiva se refiere a la capacidad de un país para añadir valor a sus recursos y así integrar de forma efectiva y eficiente los factores productivos, sociales e institucionales de los que dispone, para mantener de esta forma su presencia en los mercados (Lillo, Ramón, & Sevilla, 2007).

En el turismo la competitividad posee la característica de **calidad**, en la práctica responde a dos tipos de calidad: una **calidad externa** (proporcionar productos o servicios que satisfagan necesidades de turistas, para establecer lealtad y mejorar la participación en el mercado turístico) y la **calidad interna** (mejoramiento de la operación interna, corresponde a una etapa participativa) (Ureña, 1998).

En la actualidad existen enfoques que relacionan la competitividad con el concepto de “consumidor racional”, el cual, a su vez, está relacionado con el concepto de satisfacción del consumidor.

La teoría económica clásica establece que los consumidores pretenden maximizar su propio interés, a este planteamiento no es ajeno el consumidor turístico. Este interés viene expresado en función de unas preferencias estables y bien definidas. Así surge la idea de “consumidor racional” que Simon (1959) define como: “El hombre racional de la Economía es un maximizador que no se va conformar con nada que no sea lo mejor”.

Se establece una función matemática de **utilidad** que consiste en una representación matemática de sus preferencias que debe maximizarse. A partir de la hipótesis de racionalidad, se pueden construir sofisticados modelos cuyo objetivo es predecir el comportamiento de los consumidores.

No obstante a pesar del uso recurrente de este modelo en el análisis económico contemporáneo, existe cierta corriente dentro de los economistas que cuestiona su validez para modelar el comportamiento, por lo que se está tratando de buscar formulaciones alternativas (Pose, 2015).

La psicología ofrece un punto de vista radicalmente diferente del anterior pero no se trata de construir nuevos modelos que expliquen el grado de satisfacción de los clientes dejando a un lado los vistos con anterioridad, sino más bien se trata de profundizar más en los modelos que incluyan variables más relacionadas con la vertiente psicológica del proceso de elección, como, por ejemplo, el afecto, el buen trato, la amabilidad, la sonrisa o la cortesía. Los sistemas cognitivo y emocional no son independientes, sino que están estrechamente relacionados, y no pueden separarse en el proceso de elección y la satisfacción de los clientes. Si la competitividad exige calidad, un sistema que logre un nivel óptimo de calidad ha de basarse en igualar o superar las expectativas del cliente, por lo que es necesario encontrar el modelo adecuado que permita medir dicha satisfacción (Benítez del Rosario, 2010).

La sostenibilidad

El Código de Ética Mundial para el Turismo (Organización Mundial del Turismo, 1999), incluye una aproximación de conceptos relacionados con la sostenibilidad, en sus artículos menciona que las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en sus beneficios, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo. Refiere que las políticas turísticas se organizarán para contribuir a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y responder a sus necesidades; se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural, y se organizarán en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las regiones y países receptores, respetando sus leyes y costumbres.

De lo señalado anteriormente se desprende que la dinámica de los sistemas turísticos (en base al nuevo contexto competitivo) está influenciada por aplicaciones estratégicas de sostenibilidad formando parte del concepto de desarrollo sostenible.

La Cumbre de la Tierra, realizada en Río de Janeiro en el año de 1992, dio impulso al paradigma del desarrollo sostenible a través de tres tipos de sostenibilidad: ambiental, económica y social, reconociendo la crisis ambiental no solamente en sus diversas facetas, sino como una crisis inmersa en los sistemas económicos y sociales.

El posicionamiento de destinos turísticos

Los motivos e intereses que llevan al turista a elegir un destino son diversos, así como lo son sus propias necesidades y su interés particular. Existe una gran oferta en diferentes modalidades turísticas.

Para entender mejor lo que constituye una oferta en un destino, las autoras proponen profundizar su concepción con las siguientes definiciones relacionados con destino turístico y productos turísticos:

Según Sancho (2015) destino turístico “es un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura, servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiera centralidad, atrayendo a turistas, mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral”. El producto turístico entendido como una combinación de actividades, se describe como conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados por una actividad específica, en un determinado destino.

El producto turístico es considerado una experiencia donde el turista utiliza productos diversos se debe propender a que estas sean positivas y agreguen valor en su conformación. El producto turístico está conformado por bienes y servicios que se ofrecen al mercado con una gama amplia de combinaciones resultantes de necesidades, requerimientos o deseos, según lo establece Rodríguez (2016).

El ocio se da por “funciones” que son: el descanso, la diversión, la recreación y el desarrollo de la personalidad. Todas pueden aparecer combinadas en una misma actividad.

En las definiciones anteriores, se observa la relación entre destino, producto turístico, actividades, experiencias, necesidades, requerimientos y deseos esperados, por lo que se puede inferir que desde el punto de vista de marketing cada sitio turístico puede ser distintivo, los retos para los países en cuanto a la oferta de destinos específicos deben crear ventajas comparativas evidentes. En la definición realizada por Sancho (2015), esta ventaja se da cuando un país puede ofrecer un buen servicio, más eficiente y menos costoso que otro país.

Con estas consideraciones, las autoras proponen trabajar en la planificación y evaluación de las utilidades y beneficios percibidos a través de atributos que caracterizarían un destino en términos de desarrollar en los turistas vivencias y experiencias positivas, lo cual posibilita su elección y la decisión de regresar, para esto es necesario desarrollar ventajas comparativas, las cuales estarán condicionadas por las expectativas y necesidades del grupo de individuos y que deben ser promocionadas con una marca, utilizando la comunicación.

La creación de una marca es una de las variables estratégicas más significativas, se debe en gran medida a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los tangibles y emocionales del mismo. Además la creación de temáticas que atrapen el interés de los turistas siguiendo las tendencias del mundo actual, podría constituirse en una estrategia complementaria a la marca.

En el caso de Ecuador, en el 2001, comienza el intento de convertirse en una marca: “La Vida en Estado Puro” creándose una imagen natural del país, sin embargo no se utilizó en todo su potencial y las personas no lograron recordar la marca claramente. En el 2010 se estructuró una estrategia comunicacional para convertir al Ecuador en potencia turística, el lema anterior se modifica y nace “Ecuador ama la vida”.

En noviembre del 2013, el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones toma las riendas de la Marca País e impulsa un proceso de revalorización de la misma, enfocada hacia los productos exportables que tenemos y la mejor forma de exponer el orgullo de ser ecuatorianos (Ministerio del Comercio exterior, s.f.).

En definitiva el posicionamiento no es lo que se realiza con un producto, el posicionamiento es lo que se construye en la mente de las personas, es decir el producto se posiciona en la mente de las personas. La percepción puede modificarse de dos formas: modificación real y modificación percibida.

La imagen real se modifica alterando los atributos del producto de forma que se ajusten al objetivo previsto y la imagen percibida se modifica mediante un esfuerzo en comunicación comercial. El lugar que un producto ocupa en el mercado es especialmente útil para orientar la estrategia de marketing y determinar las acciones necesarias a fin de mantener o corregir la actual posición. El posicionamiento depende en gran medida de la capacidad de una empresa para diferenciarse a sí misma de manera efectiva por encima de sus competidores al proporcionar un valor superior a sus clientes (Conde, Covarrubias, & Carreón, 2010).

Utilizando estrategias como la modificación de las campañas publicitarias, la remodelación de la infraestructura en los distintos destinos o la implementación de nuevos servicios que repotencien las zonas, se logra ofrecer calidad por medio de la innovación agregando un valor que lo vuelve único en el mercado, que se torna cada vez más competitivo.

El posicionamiento hace referencia a la imagen percibida que no tiene que corresponderse necesariamente con las características reales del producto turístico englobado en la marca, sino que reflejará las utilidades y beneficios percibidos, Dicha percepción estará condicionado por las expectativas y necesidades del grupo de individuos considerado (Alarcón & Enríquez, 2013), por lo que se infiere que en un ambiente de competitividad y ofertas, se produce un proceso de comparación en la mente del turista y de especificación de las características de un segmento de mercado.

Es importante realizar sondeos de mercado para conocer las expectativas de los turistas con respecto a los distintos destinos o sitios de interés turístico y de esta manera enfocar los esfuerzos en cumplir con estas expectativas. A nivel mundial algunos destinos y atractivos turísticos logran posicionarse, estableciendo una temática adecuada y adaptada a los beneficios esperados por el turista.

En este orden de ideas, de acuerdo a lo señalado por algunos autores, se puede inferir que el marketing turístico es de percepciones y que para favorecer el posicionamiento que contribuya a la competitividad, es necesario trabajar arduamente en el producto turístico y atributos del destino que se quiere promover, a nivel de utilidades, satisfacción de necesidades y deseos del viajero.

Un efectivo posicionamiento debe incluir una investigación para establecer los factores que lo alimentan y los pasos secuenciales establecidos en orden metodológico para alcanzarlo, diferenciando el producto ofrecido en un destino turístico de aquellos ofrecidos por los competidores.

Diversos aportes de trabajos de investigación científica enriquecen la aplicación del posicionamiento.

Desde el punto de vista de los saberes en Ciencia, tecnología y sociedad, es esta última la que, de acuerdo al sistema de valores presentes en una comunidad, define los contenidos de la ciencia y la tecnología, lo que es importante tomar en cuenta, en el caso comunicacional de un nuevo contexto.

La evolución de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en los últimos años, ha favorecido un nuevo enfoque a la comercialización del sector turístico.

El uso de tecnología con realidad aumentada, menciona Leiva (2014), constituye un esfuerzo en promocionar destinos turísticos. Indica que las aplicaciones móviles orientadas al turismo pueden convertirse en un nuevo canal que posibilite información, promoción y comercialización turística.

Las autoras proponen una serie de sugerencias tecnológicas para interactuar con los turistas.

La existencia de variantes y la posibilidad de realizar recomendaciones sin necesidad de visitas anteriores, además de tener en cuenta atributos contextuales, hace del modelo propuesto una importante innovación en los destinos turísticos. Cada vez más las tendencias tecnológicas toman protagonismo en el mundo del turismo y se constituyen en una forma fácil de acceso para adquirir servicios turísticos y para posicionar a los destinos en el mercado. Las Agencias de Viajes *Online* son protagonistas esenciales de este cambio, este modelo de negocio presenta características propias en su funcionamiento interno, en el proceso de adquisición de productos y servicios turísticos, y en relación a las estrategias de marketing y comunicación con los clientes (Grau, Teruel, & Palomares, 2017).

La participación comunitaria es esencial al desarrollo ya que produce decisiones más apropiadas. Siendo una industria de servicios, este sector es altamente dependiente de la buena cooperación y predisposición de las comunidades receptoras.

Existía la convicción por los años sesenta del siglo XX que el turismo generaba desarrollo a nivel nacional, pero en la década del noventa esta visión se transforma, con la asunción de que puede generar además desarrollo local. El turismo se manifiesta como un fenómeno económico y social, que se sostiene en el desarrollo local y contribuye a la cohesión social (Salessi, 2017).

El escenario actual en que se desenvuelven las ciudades y su creciente competitividad, han evidenciado las limitaciones y carencias existentes en la gestión de las ciudades, y en específico, en el análisis de la correspondencia entre la identidad y la imagen urbanas, lo que ha impedido la fijación de la identidad urbana deseada.

Las autoras señalan que, por ejemplo, un evento basado en el arte, representa la escena de una estrategia comunicativa emergente en el ámbito de la promoción de territorio, por lo tanto, la estrategia de posicionamiento turístico de cualquier destino debe responder a las siguientes preguntas: ¿Qué debemos transmitir?, ¿Cómo queremos que nos vean? ¿De qué recursos turísticos tangibles e intangibles, asociados al destino, nos podemos valer para transmitir la esencia de nuestro mensaje?

A la hora de abordar los conceptos de competitividad y sostenibilidad de destinos turísticos, se es consciente que ninguno de estos temas centrales, que componen el eje de estudio están en la actualidad suficientemente consolidados entre la comunidad científica internacional, como para permitir construir a partir de ellos una propuesta única de un modelo de gestión o un procedimiento para el desarrollo turístico sostenible. Los destinos turísticos buscan internacionalizarse, la competitividad turística es enorme, así como la oferta que realizan diferentes destinos y no existe para el turista limitaciones de espacio, distancias y tiempo.

Existen diferentes estrategias para lograr el objetivo de internacionalizar un destino turístico. Para ello es necesario previamente establecer los objetivos que el sector quiere lograr en el futuro y conocer sus características. En (Martínez García & Dolores, 2013) se muestra la estrategia utilizada para la internacionalización del destino turístico Comarcas de Girona. Esta estrategia parte de definir los objetivos para lograr la internacionalización, así como determinar las fortalezas, debilidades y oportunidades para alcanzar estos objetivos. Las opciones estratégicas de internacionalización del sector turístico de Girona, utilizadas para conseguir estos objetivos, se agruparon en estrategias corporativas, estrategias competitivas y estrategias funcionales. Adicionalmente esta autora destaca como estrategia de internacionalización el desarrollo de una competitividad basada en el turismo, la cual se considera clave al abarcar diversas dimensiones del desarrollo, como: cultural, económica y social.

La mayoría de las acciones ejecutadas en el caso particular de Girona son generalizables para lograr la internacionalización de cualquier destino turístico. La utilización de una u otra de estas estrategias dependerán en cada caso de factores internos y externos de las empresas y los destinos como pueden ser el nivel de internacionalización ya existente, los objetivos propios de la empresa y de la internacionalización, el conocimiento sobre mercados externos, los recursos humanos, y económicos, la capacidad para su gestión; así como la competencia, los incentivos por parte de los gobiernos hacia la internacionalización, las características de los mercados internos y externos y los riesgos de los mercados externos.

Una extrapolación de lo anterior al caso ecuatoriano debe considerar lo sugerido por el Director del Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón Rumiñahui, que en correspondencia con lo planteado por la OMT sobre la importancia del desarrollo sostenible del turismo, destaca que cualquier esfuerzo en función del turismo en este cantón debe tener connotación de sostenibilidad y contar con la participación de actores que promuevan el desarrollo social y económico.

La sostenibilidad en el contexto de desarrollo turístico

¿Qué es gestión turística sostenible?

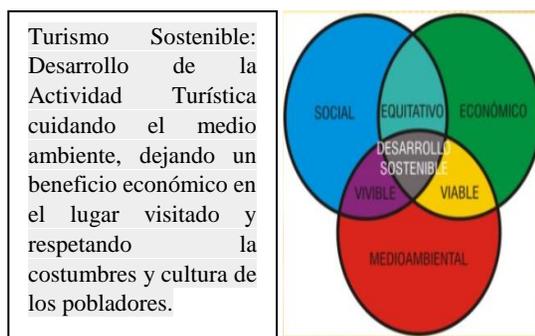


Figura 1 Gestión turística sostenible
Fuente: (Jamanca, 2013)

Según (Fuentes, 2013), en la década de los setenta aparece una nueva forma de entender el desarrollo económico, agregando aspectos sociales a la variable medioambiental, ya en los ochenta al concepto de desarrollo sostenible se integran dimensiones económicas, sociales y medioambientales, constituyéndose en adelante un paradigma sobre el que se asienta la política turística. Se ratifica todo esto en el año 1995, durante la Cumbre de la Tierra en el documento llamado “Agenda 21 para la industria de los viajes y el turismo” (Organización Mundial del Turismo, 1996), estableciéndose los principios básicos para el desarrollo del turismo sostenible.

Posteriormente, con el afán de contribuir a implementar una estrategia de desarrollo sostenible, se crea en la OMT una sección destinada exclusivamente al estudio e impulso del desarrollo turístico sostenible; se prepararon diversos documentos para la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de 2002, de los cuales algunos han sido ampliamente difundidos por la Secretaría de la ONU.

En la década de los años ochenta, el desarrollo turístico sostenible para el caso de España, comienza a consolidarse, ya para el año 1992 con la elaboración del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, se inicia la aplicación de una estrategia de desarrollo turístico basada en la sostenibilidad, relacionándose de forma muy estrecha este concepto con el de competitividad de la actividad turística. De hecho, en la segunda fase de este plan se reconoce el papel fundamental de la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad.

La preocupación por aplicar la sostenibilidad en el desarrollo turístico ha sido un tema de interés constante tanto a nivel internacional como nacional para los países; el caso ecuatoriano no es la excepción y constituye parte del Plan Nacional de Competitividad Turística Ecuador 2000 (Ministerio de Turismo Ecuador - OMT- PNUD, 2000).

Ecuador ocupa una posición intermedia en el flujo receptivo de Sudamérica, que a su vez es un receptor modesto dentro del contexto mundial. En relación a la competitividad, existe una preocupación del sector por la imagen exterior del Ecuador y por la imagen turística en particular, por lo que es conveniente que la imagen nacional sea examinada desde tres perspectivas: la geográfica, la turística y la de coyuntura (Ministerio de Turismo Ecuador - OMT- PNUD, 2000).

La imagen desde la perspectiva geográfica que prevalece para el caso ecuatoriano es una imagen aceptable, o en todo caso, más un estado de ignorancia que de mala imagen.

La imagen turística del Ecuador es amable entre sus vecinos y, en cuanto a los mercados emisores turísticos con mayor peso internacional, de nuevo, encontramos ignorancia. Desde el punto de vista coyuntural, lo que debe evitarse es que tales imágenes se repitan por mucho tiempo, dejando de ser coyunturales para volverse estereotipos, cosa que todavía está lejos de ocurrir (Ministerio de Turismo Ecuador - OMT- PNUD, 2000).

La necesidad de aplicar en el turismo una planificación sistemática se ha convertido en un enfoque ampliamente aceptado.

En Ecuador su aplicación efectiva por parte de los gobiernos centrales, regionales y locales, así como por los empresarios turísticos, ha sido lenta y parcial, y sólo en contados casos el turismo se está integrando en los procesos de planificación del desarrollo. Ello se debe, entre otros factores, a la falta de normativas y regulaciones específicas, a la ausencia de mecanismos de mercado o de cualquier otro tipo que incentiven a los empresarios a adoptar los principios de este modelo de desarrollo, a la enorme fragmentación de la actividad empresarial turística y a la pronunciada descentralización administrativa para regular y supervisar las operaciones turísticas.

Según la constitución vigente y el Plan Nacional del Buen Vivir, se transita de un modelo de economía social de mercado a uno de economía social y solidaria.

Las autoras al referirse al turismo rural como una de las submodalidades del turismo de naturaleza y vivencial ejemplifican la situación del problema descrito, considerando como caso de estudio el cantón Rumiñahui y sus parroquias rurales de Cotogchoa y Rumipamba.

Los gobiernos parroquiales, desconocen cómo aprovechar sus recursos naturales de manera sostenible. Las zonas rurales siendo espacios geográficos con interesantes atractivos naturales, no se aprovechan adecuadamente y la pobreza está presente en las comunidades rurales, pues desconocen su propio potencial turístico, es una realidad la falta de interés y limitada participación de actores sociales para contribuir al desarrollo del turismo rural y sobre todo hay inexistencia de procedimientos para evaluar la competitividad turística en función de sus atributos; naturales, socio-culturales y medioambientales, lo cual merece una especial atención para buscar propuestas focalizadas y precisas que permitan medir la competitividad en un contexto de construcción integral.

La sostenibilidad debe ser aplicada a todas las formas de turismo; hasta el momento no se han comprendido las directrices básicas de la política general del desarrollo sostenible del turismo, enfocado únicamente a los aspectos para remediar impactos del deterioro en el medio ambiente, en lugar de considerar todo su contexto, señalado por la OMT, que define al turismo sostenible como:

“El turismo que tiene plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuras, satisface las necesidades de los visitantes, la industria, las comunidades y el medio ambiente de acogida” (Organización Mundial del Turismo, 2018)

Mucho se ha enfatizado en los principios de sostenibilidad en los cuales debe sustentarse; pero en la práctica, en el Ecuador el turismo sostenible no ha sido suficientemente integrado aún en una verdadera estrategia nacional de desarrollo sostenible, como se comprometieron los ministros de turismo de los países americanos en su Declaración en San José de 1997 (Gobierno de la República de Guatemala. Ministerio de Relaciones Exteriores, 1997). Actualmente, no existe una posición doctrinal que pueda cuantificar lo que es y lo que debe ser la competitividad y sostenibilidad y ambos conceptos no tienen una definición implícita que permita decir qué destino es más competitivo que otro, se puede trabajar en la formulación de un patrón o una propuesta metodológica, ordenada y lógica para posicionar destinos turísticos, bajo el criterio de sostenibilidad. La visión estratégica del sector con enfoque de competitividad, es lograr que el producto turístico cuente con la mayor calidad en la prestación, los mejores precios y una diferenciación consistente respecto de los productos de la competencia, con un excelente uso de recursos dentro de un marco de sostenibilidad turística y ambiental, en el sector rural.

En el orden de las ideas expuestas, el turismo es una actividad económica de servicios que no funciona en forma independiente del desarrollo nacional y debe contribuir al desarrollo sostenible, por lo que al hablar de posicionamiento se debe hablar de planificación y evaluación y tratarse bajo los lineamientos para el desarrollo del turismo sostenible. Por consiguiente, puede decirse que el desarrollo turístico sostenible, al igual que el propio concepto de sostenibilidad, debe considerarse desde una perspectiva integral, que favorezca la competitividad; debe ser un desarrollo equilibrado que persiga no solo la satisfacción de necesidades de turistas, sino que también debe considerar el respeto al medioambiente y los recursos naturales, la conservación y potenciación de los valores culturales, la eliminación de los impactos sociales negativos y la rentabilidad irresponsable de las empresas que pudiesen buscar únicamente el lucro.

Es necesario enfocar esfuerzos en el desarrollo sustentable por la pérdida misma de identidad en muchos espacios geográficos ecuatorianos y que todavía en las zonas rurales (tratados por las autoras en el presente documento) se conservan. Por otro lado se puede evitar que la migración de jóvenes comunitarios a las grandes ciudades sea un fenómeno frecuente, lo cual se evitaría al otorgarles oportunidades de empleo turístico, valorando su identidad y cultura.

Conclusiones

Las operaciones turísticas exitosas, con esfuerzos dirigidos al marketing tienen un impacto positivo para países oferentes, debido al ingreso de divisas, la contribución al ingreso privado y público, la contribución al Producto Interno Bruto (PIB), la generación de empleo, el incentivo en la creación de tecnologías, la formación de capital humano, y las oportunidades de negocio que pueden generarse.

Las autoras, en lo referente al Cantón Rumiñahui, proponen planificar y evaluar las utilidades y beneficios percibidos que puedan convertirse en ventajas comparativas, las cuales estarán condicionadas por las expectativas y necesidades del grupo de individuos que constituyan su nicho de mercado. Existen dificultades en los modos de implementación efectiva del posicionamiento y sostenibilidad en los destinos turísticos del cantón Rumiñahui, lo que podría influir negativamente en la elección de un destino, en el consumo de productos/servicios turísticos y en la decisión de regresar. La economía regional y local del Ecuador y sus destinos, se pueden beneficiar con el desarrollo sostenible y la evaluación de la gestión adecuada del turismo que involucre la medición de la competitividad a través de indicadores de monitoreo de la gestión social, cultural y ambiental del turismo. El atractivo es el factor elemental para la viabilidad de proyectos turísticos, así como la disponibilidad de servicios básicos, de facilidad de comunicación y de condiciones de salubridad en la localidad receptora, estos últimos no dejan de ser factores decisivos a la hora de considerar la ventaja competitiva de los productos. Como plantean los autores mencionados el turismo es una fuente generadora de empleo y proveedora de ingresos en divisas, se visualiza un futuro prometedor de contribución a planes de desarrollo y disminución de la pobreza.

Podrían aprovecharse los espacios rurales, que poseen características únicas, para el desarrollo turístico ya que cuentan con numerosos atractivos entre ellos, sus recursos naturales, conocimientos, tradiciones y gastronomía.

Considerando lo expuesto, sobre la contribución estratégica del posicionamiento y los principios de sostenibilidad a la competitividad de destinos turísticos, se puede trabajar en un patrón o una propuesta metodológica ordenada y lógica para medir la competitividad de destinos turísticos en espacios rurales ecuatorianos, mucho más, considerando las intenciones del Gobierno Nacional Ecuatoriano, el Plan Nacional del Buen Vivir, según el cual se apunta a mejorar las condiciones de vida de los ecuatorianos, especialmente de los grupos más vulnerables como son las comunidades rurales.

Referencias

- Alarcón, D., & Enríquez, J. (2013). Referentes teóricos de atractivos y productos turísticos. II congreso Internacional UNIANDES. Ambato. Obtenido de http://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/REFERENTES_TE_RICOS_DE_ATRA.pdf
- Barroso, M., & Flores, D. (2006). La Competitividad Internacional de los estinos turísticos: Del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. Cuadernos de Turismo(17), 1-24.
- Beltrán, J., & Oliveros, C. (2018). Evaluación de la sustentabilidad de los prestadores de servicios turísticos del Parque Nacional Natural Tayrona en el departamento de Magdalena, Colombia. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 27(1). Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/rcg/article/view/61589/pdf>
- Benítez del Rosario, J. (2010). LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA INDUSTRIA HOTELERA. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS, Las Palmas de Gran Canaria. Obtenido de acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/5516/1/0628694_00000_0000.pdf

Caiza, R. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. (ISSN: 1390-6305).

Conde, E., Covarrubias, R., & Carreón, A. (septiembre de 2010). Evaluación del Posicionamiento Turístico de un destino, Caso Manzanillo, México. TURyDES, 3(8). Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/prf.htm>

Flores, D., Barroso, M., & Pulido J.I. (2012). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. Revista de Economía Mundial(32), 127-149. Obtenido de <http://xivrem.ujaen.es/wp-content/uploads/2012/05/104-R-155M228.pdf>

Fuentes, A. (2013). Teoría y Desarrollo del Turismo en el Ecuador. (M. d. Turismo, Ed.) Ecuador, Quito, Ecuador .

Gobierno de la República de Guatemala. Ministerio de Relaciones Exteriores. (1997). Otras Cumbres de Presidentes (Integración) > Estados Unidos - SICA. Recuperado el 7 de julio de 2017, de Declaración de la Cumbre Extraordinaria Centroamérica - Estados Unidos (8 de mayo de: http://www.minex.gob.gt/MDAA/DATA/MDAA/20141125144436056Declaracion%20de%20a%20Cumbre%20Extraordinaria%20CA_Estados%20Unidos%208%20de%20mayo%20de%201997.pdf

Grau, S., Teruel, M. D., & Palomares, A. (2017). Las OTAs como elemento dinamizador de un destino turístico inteligente: procesos de integración y negociación con proveedores y clientes. En J. F. Vera-Rebollo, J. A. Ivars-Baidal, & M. A. Celdrán Bernabeu (Ed.), Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes (págs. 355-370). Alicante: Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante.

Jamanca, R. (2013). Alternativas para una gestión turística competitiva y sostenible, [Gráfico]. Obtenido de <https://es.slideshare.net/chavezmanpis/alternativas-para-una-gestion-turistica-competitiva-y-sostenible>.

Leiva, J. (2014). Realidad Aumentada bajo Tecnología Móvil basada en el contexto aplicado a destinos turísticos. Tesis doctoral, Universidad de Málaga. Facultad de Turismo. Recuperado el 20 de Febrero de 2016

Lillo, A., Ramón, A., & Sevilla, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. Cuadernos de Turismo(19), 47-69. Murcia, España: Universidad de Murcia.

Martínez García, E., & Dolores, C. (2013). Estrategias de internacionalización para destinos turísticos maduros: El caso de las comarcas de Girona. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, 3(2), 44-61. Obtenido de <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2014-2017). Territorio de las Artes y Creatividad. Quito: Subsecretaría de Artes y Creatividad.

Ministerio de Turismo Ecuador - OMT- PNUD. (2000). Plan nacional de competitividad turística. Quito: Ministerio del Turismo. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/83517843/Plan-Nacional-de-Competitividad-Turistica-ECUADOR-2000>

Ministerio del Comercio exterior. (s.f.). LA MARCA PAIS. Recuperado el 4 de abril de 2017, de Ecuador ama la vida: <https://ecuadoramalavida.com.ec/nuestra-historia/>

Ministerio del Turismo. (enero de 2018). Turismo en cifras. Obtenido de INDICADORES OMT-CEPAL: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/18-analisis-economico/indicadores-omt-cepal/96>

Organización de las Naciones Unidas. (2013). Sustainable tourism: Contribution to economic growth and sustainable development, Expert Meeting of Tourism's Contribution to Sustainable Development. Genova: UNCTAD.

Organización Mundial del Turismo. (1996). Agenda 21 for the travel & tourism industry. Towards Environmentally Sustainable Development. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Organización Mundial del Turismo. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Obtenido de Ética y responsabilidad social: <http://ethics.unwto.org/es/content/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>

Organización Mundial del Turismo. (Agosto de 2017). Turismo internacional – 2017 presenta los mejores resultados semestrales de los últimos siete años. 17.

- Organización Mundial del Turismo. (2017). UNWTO. Obtenido de Panorama OMT del Turismo Internacional: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). Sustainable Development of Tourism. Recuperado el 23 de febrero de 2018, de Definición: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (s.f.). UNWTO. Recuperado el 16 de mayo de 2017, de Glossary of tourism terms: <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf>
- Pose, M. (2015). Economía creativa, dinámicas locales y gobernanza en entornos metropolitanos: el caso de la región metropolitana de Salvador de Bahía. *Desenvolvimento Regional em debate*, 5(2), 86-108.
- Rodríguez, A. (2016). *Cómo diseñar una experiencia turística*. Barcelona: Oberta UOC Publishing, SL.
- Salessi, M. L. (2017). Destinos Turísticos Inteligentes: Una perspectiva desde la inclusión social y la participación comunitaria. En J. F. Vera-Rebollo, J. A. Ivars-Baidal, & M. A. Celdrán Bernabeu (Ed.), *Actas del Seminario Internacional Destinos Turísticos Inteligentes* (págs. 215-228). Alicante: Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Universidad de Alicante.
- Sancho, A. y. (2015). El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo. Obtenido de <http://www.uv.es/~sancho/benchmarking.pdf>
- Santamaría, E., & Bayas, F. (2018). Efecto económico de la actividad turística en la provincia de Tungurahua, Ecuador. (U. N. Plata, Ed.) *Ciencias Administrativas*, Año 6 (11). Obtenido de <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/article/view/3788/4099>
- Secretaria de Turismo Estados Unidos Mexicanos. (2015). Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo - SNIEGT. Recuperado el 4 de setiembre de 2017, de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T
- Simon, H. (1959). Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science. *American Economic Review* 49(49), 253-283.
- Ureña, D. (1998). *Gestión Estratégica de la calidad*. Malaga, España.
- Vasallo, Y., & Arciniegas, E. (2015). Desarrollo sostenible de la actividad turística: realidad y perspectivas. *Ecos de la Academia*(Num.1-2015-Art.11).
- Von Schullern, H. (1911). *Fremdenverkehr und Volkswirtschaft, Jahrbuch fur Nationakoeconomie und StatistikeIII*. (Jena, F.42.4).
- World Tourism Organization (UNWTO) and Netherlands Development Organization (SNV). (2010). *Manual on Tourism and Poverty Alleviation Practical Steps for Destinations*. (W. T. Organization, Editor) Recuperado el 25 de enero de 2017, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413430>
- World Tourism Organization. (10 de Octubre de 2011). (UNWTO, Ed.) Obtenido de *Tourism towards 2030 Global Overview*: http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf

Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales

Sensory tourism and agrotourism: an approach to the rural world and its ancestral knowledge

LANDETA-BEJARANO, Nathalie*†, VÁSQUEZ-FARFÁN, Brusela & ULLAURI-DONOSO, Narcisa

*Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena
Universidad del Azuay*

ID 1° Autor: *Nathalie Landeta-Bejarano*/ ORC ID: 0000-0001-8569-3077, **Researcher ID Thomson:** F-8773-2018

ID 1° Coautor: Brusela Vásquez-Farfán/ ORC ID: 0000-0002-7065-4216, **Researcher ID Thomson:** F-8807-2018

ID 2° Coautor: Narcisa Ullauri-Donoso / ORC ID: 0000-0001-7132-8335

Recibido: 16 de Enero, 2018; Aceptado 28 de Febrero, 2018

Resumen

El presente artículo El Turismo Sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales a través de un prototipo de huerto y granja escolar, enfoca su investigación en la revisión bibliográfica de la fundamentación teórica del turismo sensorial y agroturismo así como el diseño de un prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial en el que se realice labores de observación dentro de una granja involucrando un aprendizaje dinámico de tecnologías amigables con la naturaleza para la producción agrícola y pecuaria, así como, el aprendizaje del proceso de valor agregado a los productos cosechados, de tal manera que el turista no solo se lleve una experiencia sensorial recreativa sino también viva un turismo experiencial y ecológico, con la finalidad de acercar al visitante al mundo rural y sus saberes ancestrales; dando así respuesta a la pregunta de investigación planteada. La metodología planteada fue investigación descriptiva con un enfoque cualitativo de diseño documental puesto que, se realizó mediante consulta bibliográfica a diversos documentos, estudios, memorias de ponencias, libros y documentos electrónicos, en tal sentido la unidad de análisis son los propios documentos y la recolección de dato mediante la técnica Focus Group.

Agroturismo, Turismo Sensorial, Huerto Granja Escuela, Turismo Experiencial

Abstract

The present article Sensory tourism and agrotourism: an approach to the rural world and its ancestral knowledge through a prototype of Orchard and school Farm, focuses its research on the bibliographic review of the theoretical foundation of sensory tourism and agro-tourism as well as the design of a prototype orchard and school farm ecotourism Sensorial in which it performs observation work within a farm involving a dynamic learning of Nature-friendly technologies for agricultural and livestock production, as well as learning the value added process to harvested products, in such a way that the tourist not only takes a sensory recreational experience but also lives a Experiential and ecological tourism, with the aim of bringing visitors closer to the rural world and their ancestral knowledge; Responding to the research question posed. The methodology presented was descriptive research with a qualitative approach to documentary design, since it was done through bibliographic consultation to various documents, studies, reports of papers, books and electronic documents, in this sense The analysis unit is the documents themselves and data collection using the Focus Group technique.

Agritourism, Sensory Tourism, Orchard Farm School, Experiential Tourism

Citación: LANDETA-BEJARANO, Nathalie*†, VÁSQUEZ-FARFÁN, Brusela & ULLAURI-DONOSO, Narcisa. Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales. *Revista Investigaciones Sociales*. 2018. 4-11: 46-58

* Correspondencia al autor (email: zlandeta@upse.edu.ec)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

La actividad turística es un eje transversal para el desarrollo económico del Ecuador siendo un sector priorizado estratégico en las políticas públicas para el cambio de la matriz productiva, según cifras actuales otorgadas por el Ministerio del Turismo en el Ecuador durante el último boletín bimensual que compara el registro de llegada de extranjeros entre los meses agosto y septiembre del presente año 2017 con relación al año anterior 2016, se registró un incremento del 17,78%, siendo los principales mercados emisores los ubicados en el continente americano, destacándose Venezuela, Colombia, y Estados Unidos con una participación relativa del 22%, 19% y 10% en su orden.

En cuanto a la importancia del turismo en la economía ecuatoriana el turismo continúa liderando el tercer lugar en las exportaciones no petroleras.

Durante el periodo de Enero a Junio 2017, el ingreso por turismo alcanzó los USD 777,2 millones, representando un crecimiento del 8,9% respecto al 2016, la balanza turística registra un saldo positivo de USD 242,4 millones.

En la provincia de Santa Elena el turismo es la principal actividad económica y el tercer destino más visitado en época de feriados nacionales.

La situación problemática que motivó el presente artículo está basada en el diagnóstico situacional del turismo en la provincia de Santa Elena 2017 realizado por el Grupo de investigación de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico GIGTUHOVI de la Universidad Estatal Península de Santa Elena en las cuales cito las siguientes conclusiones:

- Desarrollo turístico inadecuado con alto índice de estacionalidad de solo feriados y períodos de vacaciones escolares, que no permite lograr un ingreso permanente durante todo el año.
- Alta concentración de turistas en ciertos destinos turísticos santelenenses saturándolos ocasionando aspectos negativos de salubridad a causa de la gran afluencia turística en tiempo de feriados y vacaciones escolares.

- El desempleo, la estacionalidad de las actividades productivas agropecuarias y turísticas han provocado que las personas que viven en las zonas rurales locales emigren a las zonas urbanas con el fin de mejorar su calidad de vida.
- La escasez en cuanto a la oferta de servicios turísticos en la provincia el cual obstaculiza que el visitante tenga una experiencia agradable y repetitiva en el destino.
- La necesidad de contar con estrategias para lograr la competitividad del destino turístico Santa Elena (provincia).
- La falta de productos innovadores que aporten nuevas posibilidades de consumo turístico.
- Tendencia actual de turistas activos que buscan involucrarse más de cerca con el lugar que visitan.
- Visitantes que buscan destinos auténticos que les brinde experiencias únicas y memorables
- Nuevo nicho de Mercado a la que hay que conquistar: los millennials.

El planteamiento del problema en base a todo lo descrito en la situación problemática se deduce a través de un solo planteamiento el cual se concreta mediante la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué producto innovador se diseñará para afectar positivamente al desarrollo del turismo en la provincia de Santa Elena logrando la captación de nuevos nichos de Mercado?

La importancia y justificación se argumenta con el desarrollo de la investigación, la misma que tiene como objeto proponer un modelo de prototipo turístico diferente a lo habitual y tradicional con la finalidad de desestacionalizar la actividad turística en la provincia y captar nuevo nichos de mercado diseñando un producto turístico innovador acorde a los nuevos desafíos del turismo sensorial que acerca al visitante a participar de forma activa usando los sentidos a través del aprendizaje de los saberes ancestrales en el proceso de la producción agrícola y pecuaria ecológica, así como la observación directa de los elementos que intervienen en la ruralidad que brinda un huerto granja escolar.

La investigación también se justifica en la práctica, puesto que, el prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial propuesto es relevante para la sociedad porque relaciona las cualidades productivas de la provincia de Santa Elena con las bondades paisajísticas del entorno natural, y estas a su vez con actividades recreativas y de esparcimiento para beneficio de los visitantes, los cuales disfrutarán de una experiencia vivencial del agroturismo y del aprendizaje de procesos de cosecha y post cosecha de la granja integral.

Se plantea como objetivo general el proponer un prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial como mecanismo de desarrollo del turismo en la provincia de Santa Elena que contribuya a la desestacionalización de la actividad turística y la captación de nuevos nichos de mercado.

Las tareas científicas son: 1. Elaboración de un marco teórico que permita la revisión bibliográfica y la fundamentación teórica del turismo sensorial y agroturismo. 2. El diseño de un prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial en el que se realice labores de observación dentro de una granja involucrando un aprendizaje dinámico de tecnologías amigables con la naturaleza para la producción agrícola y pecuaria, así como, el aprendizaje del proceso de valor agregado a los productos cosechados.

La idea a defender de la presente investigación descriptiva es: el prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial permite el desarrollo del turismo en la provincia de Santa Elena mediante la sinergia entre el esparcimiento familiar, el fomento de la producción agropecuaria, y la transferencia del conocimiento ancestral en la provincia.

La metodología utilizada en el proceso de investigación de este trabajo se fundamentó en una participación activa de los agentes y actores turísticos y en una revisión de contenidos bibliográficos de fuentes secundarias existentes sobre el tema.

La investigación está estructurada de la siguiente manera: la siguiente sección revisa la literatura del turismo sensorial, agroturismo, la importancia de la innovación en el diseño de nuevos productos turísticos así como el análisis bibliográfico de las nuevas tendencias de la segmentación de mercados.

Continúa la sección determinada por la descripción de la metodología adoptada en este estudio y finalmente el artículo presenta la exposición de los resultados en el que se define el planteamiento de la propuesta y las conclusiones.

Fundamentación Teórica

La Organización Mundial del Turismo (OMT), a través de su informe Turismo Panorama 2020 señala que “las tendencias de nuevos segmentos de mercado demandan productos y servicios renovados, basados especialmente en el espectáculo, la emoción y la educación.”

Vogeler y Hernández, (2002) manifiesta que: “en turismo no se venden realmente productos, sino que se venden experiencias”, por ello acoto que es indispensable que el planificador turístico, el empresario y los turismólogos diseñen experiencias que esté acorde a las necesidades actuales del turista, las mismas que en la actualidad radica no solo en la calidad del servicio que ofrecen el destino y establecimiento sino también se incluye las motivaciones, el deseo de ser agente activo en el turismo, tener contacto con nuevas culturas, profundizar sus emociones mediante los sentidos, degustar la gastronomía típica del lugar e incluso aprender hacerla, vivir sensaciones que le impacten de forma positiva hasta llegar al punto de hacer de esa experiencia un viaje memorable.

Turismo Experiencial

La experiencia turística según Otto and Ritchie (1995), define:

La experiencia turística no es otra cosa que un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, que son percibidas de manera diferente por los turistas, desde el mismo momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su viaje.

Para Tinsley y Tinsley, (1986) “La dimensión experiencial del turismo adquiere, más importancia por su profunda vinculación con el bienestar psicológico de las personas; de aquí que algunos autores relacionen explícitamente la satisfacción y la gratificación personales con el ocio entendido como experiencia.”

En este marco de las nuevas tendencias del turismo, se precisa que el turismo ha evolucionado de pasar a un turismo pasivo donde la calidad del servicio era lo único importante (turismo tradicional hasta los 80 aproximadamente), pasando por un turismo activo responsable con la naturaleza, en el que se observaba que el precio y la calidad guarden relación agregándose también el concepto de sustentabilidad (turismo alternativo, hasta finales de los 90) y llegar al reciente turismo que inicia a partir del XXI en el que se adiciona el componente experiencial, el deseo de satisfacer la necesidad de vivir experiencias que se conecten con sus emociones, sentidos, sensaciones y deseos, turistas exigentes al elegir destinos auténticos que responden a factores motivacionales internos y personales.

Turismo Sensorial

En la búsqueda constante de un turismo de experiencia nace el turismo sensorial tipología reciente en el cual no se observa aún conceptos estandarizados para definirlo. En el Marco del I Congreso Internacional de Turismo Factores para el Desarrollo Turístico Competitivo y Sostenible 2017, organizado por la Universidad Estatal Península de Santa Elena, la primera autora del presente artículo aportó con una definición sobre Turismo Sensorial en el cual precisó que:

El turismo sensorial es un tipo de turismo que explora los destinos turísticos desde la perspectiva de los sentidos dando relevancia a las actividades sensoriales de disfrute significativo y emotivo. Es una modalidad del turismo experiencial, que cobra actual importancia en el que hacer turístico tanto para empresarios y profesionales del turismo así como para la academia, aún cuando su estudio epistemológico y conceptual sea todavía incipiente. (Landeta, 2017)

Agroturismo y granja integrales

En cuanto al Agroturismo, Cedeño (2006), expresa que es una modalidad del turismo rural que se caracteriza por la visita emprendimientos rurales para conocer las actividades agropecuarias, involucrándose en las mismas, lo que puede dar origen a actividades asociadas como: hacienda-hotel, posada, restaurante típico, ventas directas del productor, artesanías y otras actividades de recreación ligadas a la vida cotidiana de los pobladores del campo.

Los autores Constabel, Oyarzun y Szmulewicz (2007) mencionan que el Agroturismo: Es un tipo de turismo que se lleva a cabo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas.

Las principales actividades productivas que sustentan el agroturismo son aquellas propias de las explotaciones rurales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales entre otros, aunque “a veces estas sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva” (Barrera, 1998); combinadas con otras de carácter recreativo como: avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote, visitas a los alrededores y otros. Toda esta oferta está cimentada en un espacio natural modificado por el ser humano, pero que conserva gran parte del carácter “natural” de sus recursos: el medio rural agropecuario.(p.16)

Blanco M. y Riveros S. (2010) mencionan los beneficios del agroturismo:

La actividad del agroturismo ha sido considerada por entidades públicas y privadas como una de las estrategias para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales por su capacidad de contribuir a la generación de ingresos adicionales a los productores agropecuarios y pequeños agroprocesadores.

El paisaje natural y agropecuario, las prácticas culturales ancestrales y la elaboración artesanal de productos son recursos inherentes a la vida rural, que valorizados a través del turismo pueden complementar y diversificar las economías de muchas familias rurales.(p.119)

Según el Manual de Granja Integrales del Ministerio de agricultura, ganadería, acuicultura y pesca (2012) establece que:

La granja integral es un modelo en el que se usa adecuadamente los recursos disponibles (árboles, arbustos, suelo, animales, agua), para organizar la producción que contribuya al buen vivir de los agricultores. Combinando los conocimientos de nuestros abuelos con las modernas tecnologías.

En relación a lo mencionado en párrafos anteriores y con la finalidad de diseñar un producto turístico innovador se precisa que el turismo sensorial se puede combinar con las actividades propias del agroturismo dando mayor énfasis a experimentar con los sentidos las actividades recreativas dentro de un medio agropecuario idóneo para este fin, creando circuitos de aprendizaje dinámico de tecnologías amigables con la naturaleza para la producción agrícola y pecuaria, así como, el aprendizaje del proceso de valor agregado a los productos cosechados, de tal manera que el turista se lleve una experiencia sensorial vivencial y ecológica, con la finalidad de acercar al visitante al mundo rural y sus saberes ancestrales. Por ello, planteo que el lugar idóneo para combinar estas dos tipologías de turismo son los huertos y granjas escolares.

La Comunidad de Madrid en su página web Inforjoven (s.f), publica que:

La granja-escuela se define como establecimiento educativo, dirigido a niños y jóvenes, que alberga huerto y animales domésticos aunque pueden albergar también especies de animales no domésticas, cuyo fin es la enseñanza práctica del medio rural. En las granjas-escuela se realiza un acercamiento a la vida rural a través de actividades como cuidado de animales, seguimiento de los cultivos del huerto y transformaciones sencillas de productos primarios. Paralelamente, se pueden realizar talleres de manualidades, expresión y animación, etc.

En ese sentido, los huertos y granjas escolares se alinean al interés del producto turístico innovador requerido pues en la provincia de Santa Elena existen instituciones que cuentan con fincas o predios rurales académicas como el de la Universidad Estatal Península de Santa Elena UPSE que cuenta con una extensión ubicada en Manglaralto y en el cual se podría poner en marcha un diseño de prototipo de huerto y granja escolar agroecoturística vivencial autosustentable que operaría con fines sociales productivos, recreativos y de transferencia de tecnología contribuyendo al desarrollo del turismo en la provincia, para el esparcimiento familiar y el fomento productivo contribuyendo al Buen Vivir Rural de la provincia y del país.

La Innovación y la diversificación de productos

En el Turismo el factor innovación es la clave para diversificar productos con modelos exclusivos que oferten actividades auténticas y experiencias memorables.

Para los autores Gonzales M. y Pérez E. (1990) innovación es “un acoplamiento perfecto entre la necesidad sentida y la posibilidad técnica de satisfacerla.”

Verónica Corbalán (2011) establece la importancia de la innovación y manifiesta que:

Es fundamental la innovación, crear nuevos productos para nuevos mercados, algunos de ellos latentes, y poder siempre sorprender al turista, ofreciendo cosas nuevas que permitan diferenciarnos de la competencia.

Se trata en definitiva, de crear una combinación de mercado-producto. En vinculación con el termino de innovación, se encuentra la diversificación / diferenciación, que también determinan la competitividad de un destino turístico.

El mercado de industrias de viajes, ocio y recreación está presentando una nueva tendencia de evolución del perfil de visitante en un destino turístico el cual se observa un ser activo, libre, con necesidad de vincularse de forma directa con el entorno, interactuar y conectarse de forma emotiva con cada una de las actividades que realiza.

De acuerdo con los autores Pine y Gilmore, (2000) “Los servicios se convierten en experiencias cautivantes cuando están recubiertos de fenómenos sensoriales” esta tendencia está marcada por la presencia de los “nuevos turistas” para la Agencia GEN C TRAVELLER (s.f):

Las grandes marcas están compitiendo para entender la próxima generación de consumidores de turismo de negocios, lunas de miel, sol y playa y miles de segmentos más que serán, dentro de las próximas décadas, los principales consumidores de una gran variedad de productos y servicios relacionados con el turismo.

Esta generación es típicamente conocida como ‘la Generación Y’ o ‘Millennials’, nacidos entre los años 1978 y 1999 y adolescentes (y por lo tanto, consumidores independientes) a partir del milenio (2000).

Según datos obtenidos en las oficinas del Censo en Estados Unidos, los *millennials* jóvenes entre 18 y 35 años, representan 75,4 millones de personas, y es la generación que mayor número de personas tiene, esta generación tiene como característica que se casan menos y más tarde, tienen menos hijos y también a una edad mayor.

Para Ecuador es de especial interés conocer estos datos pues es nuestro mercado meta a quién se debe conquistar con estrategias y productos turísticos innovadores, más cuando la ONU publicó que 200 mil millones de *millennials* generaron más de 180 mil millones de dólares y que originó un aumento del 30% desde el 2007.

Metodología a desarrollar

El estudio de investigación fue de metodología descriptiva con un enfoque cualitativo de diseño documental, basado en la revisión bibliográfica de diversos documentos, estudios, memorias de ponencias y congresos, así como de documentos y libros electrónicos.

El método de recolección de datos fue de carácter cualitativo exploratorio en base de la técnica Focus Group.

Este tipo de metodología permite delimitar categorías, criterios e impresiones del tema tratado, mediante una participación activa y abierta en el debate generado guiado por un cuestionario sistemático.

El parámetro de homogeneidad de las personas seleccionadas fue tomado desde el criterio de profesionalización de los participantes como especialistas en Turismo o que estén en preparación de una carrera formal de Turismo o afines a la gestión turística.

Segmento	Criterio	Total
Docentes investigadores que forman parte del Grupo Investigación Turismo Social y Experiencial perteneciente a la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena	Focus Group	3
Estudiantes de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y que tiene edades que pertenecen a la generación ‘Millennials’.		11
Miembro especialista en Turismo de la Sociedad de Becarios Santa Elena		1
Total		15

Tabla 1 Segmentación del Focus Group

Fuente: Msc. Nathalie Landeta

Resultados

Análisis del Focus Group

El Focus Group realizado en una reunión donde participaron las 15 personas invitadas arrojaron los siguientes resultados:

El 100% de los integrantes del grupo focal estuvieron de acuerdo con las conclusiones del informe Diagnóstico Situacional del Turismo en Santa Elena 2017, y establecieron la necesidad de diseñar un producto innovador que diversifique los destinos turísticos saturados en feriado y que pueda atraer turistas independientemente si es verano o invierno es decir desestacionalice la actividad turística en la provincia.

El 87% indicó estar Totalmente de acuerdo con la pregunta realizada ¿Sería de su interés que establezcan un lugar turístico donde le permitan practicar actividades productivas y saberes ancestrales?

Mientras que el 13% restante mencionaron que le era indiferente, aunque no dejaron de expresar que les parecía algo fuera de lo común porque en la provincial no se practica Agroturismo a pesar que existen lugares idóneos donde desarrollarla.

Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13
De acuerdo	0	0
Totalmente de acuerdo	13	87
	15	100

Tabla 2 Interés en conocer lugar turístico para practicar actividades productivas y saberes ancestrales
Fuente: Focus Group

■ Totalmente en desacuerdo ■ En desacuerdo
■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo
■ Totalmente de acuerdo

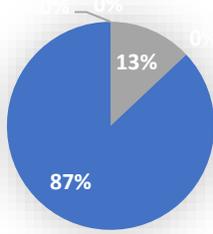


Gráfico 1 Interés en conocer lugar turístico
Fuente: Focus Group

El 80% de los consultados en el grupo focal establecieron estar totalmente de acuerdo con la pregunta:

¿Cree usted que establecer un prototipo de huerto granja escolar agro ecoturística vivencial ayudaría a desarrollar el turismo en la provincia de Santa Elena? mencionando que en la discusión grupal precisaron que sería importante vincular las áreas verdes agrícolas y pecuarias que tienen unidades educativas fiscales pues sería incluso una oportunidad para que se enseñe a los alumnos amar sus costumbres y conocimientos ancestrales para sembrar y producir.

Así también comentaron que la Universidad Estatal Península de Santa Elena tiene un Centro de prácticas agropecuarias en la extensión ubicada en Manglaralto y sería un aporte para la comunidad en la que se vincula con la ciudadanía con este proyecto innovador.

De acuerdo el 13% que el prototipo impulsará el desarrollo turístico en la provincia de Santa Elena, mientras que el 7% restante indicaron estar en desacuerdo y sostuvieron que Santa Elena tiene más oportunidad de desarrollo a través del turismo de Aventura.

Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
De acuerdo	1	7
Totalmente de acuerdo	14	93
	15	100

Tabla 2 Aporte al desarrollo del turismo
Fuente: Focus Group

■ Totalmente en desacuerdo ■ En desacuerdo
■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo
■ Totalmente de acuerdo

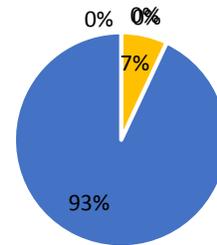


Gráfico 2 Aporte al desarrollo del turismo
Fuente: Focus Group

El 100% afirmó estar de acuerdo con la interrogante ¿Cree usted que a través del prototipo de huerto granja escolar en el que se combine actividades sensoriales y agroturísticas se pueda conquistar nuevos nichos de mercado? Y manifestaron que conociendo que el boom del turismo son las actividades sensoriales y que en el país aún no existen destinos, productos y/o servicios turísticos enmarcados con esta idea si creían sería una excelente oportunidad para la provincia.

Además precisaron por unanimidad que mediante esta estrategia de diseñar un producto con estas características era posible ingresar al mercado siendo pioneros de actividades sensoriales agroturísticas en el país, creando la posibilidad de competir con valor agregado con los competidores ya instalados en el mercado que ofrecen agroturismo en la provincia del Guayas que es la provincia más próxima a la nuestra (Santa Elena), controlar la amenaza de productos sustitutos y aumentar el interés de los clientes.

Para establecer si los visitantes consumiría los productos elaborados por el huerto granja escolar agro eco turístico vivencial se definió la siguiente pregunta: ¿Si el huerto granja escolar elaborará productos de consumo orgánicos estaría dispuesto a consumirlos?

Obteniendo como resultado que el 93% están totalmente de acuerdo y el 7% de acuerdo en comprar y consumir los productos elaborados y producidos en la granja huerta propuesta, dando un total del 100% de los participantes en el grupo focal.

Con la finalidad de obtener datos que establezcan el nivel de interés por cada actividad que se implementaría en el prototipo de huerto granja escolar agro ecoturística vivencial se consideró una pregunta que priorice por preferencia cada actividad a implementarse dando como resultado lo siguiente:

De las 5 actividades agrícolas propuesta escoja la actividad de mayor interés para usted, según los datos observados se evidencia el siguiente orden de preferencia en cuanto actividades agrícolas: 33% Elaborar Abonos Orgánicos, 20% Plantas Medicinales, 20% Árboles Frutales, 13% proceso cacao y banano, y 13% Viveros de árboles maderables.

Abonos Orgánicos	5	33
Plantas Medicinales	3	20
Arboles frutales	3	20
Proceso de Cacao y Banano	2	13
Viveros árboles maderables	2	13
	15	100

Tabla 3 Prioridades recorridos actividades agrícolas
Fuente: Focus Group

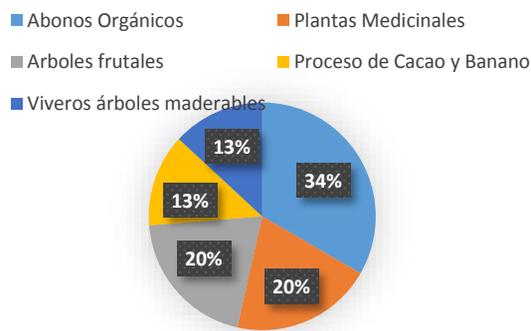


Gráfico 3 Prioridades recorridos actividades agrícolas
Fuente: Focus Group

De las 5 actividades pecuarias propuesta escoja la actividad de mayor interés para usted. Según los datos observados se evidencia el siguiente orden de preferencia en cuanto actividades pecuarias: 40% Ordeñar vaca, 27% Apicultura, 13% Dar comer aves - recoger huevos, 13% Crianza y Pesca Tilapia, y 7% Aprender como criar conejos y cuyes.

Ordeñar vaca	6	40
Apicultura	4	27
Dar comer aves - recoger huevos	2	13
Crianza y Pesca Tilapia	2	13
Aprender como criar conejos y cuyes	1	7
	15	100

Tabla 4 Prioridades recorridos actividades pecuarias
Fuente: Focus Group

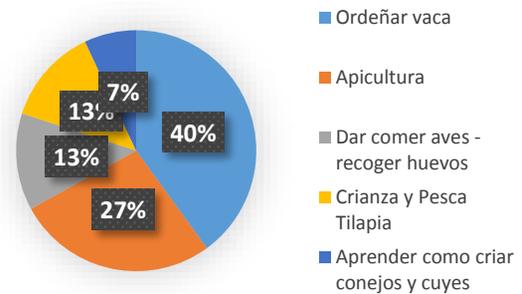


Gráfico 4 Prioridades recorridos actividades pecuarias
Fuente: Focus Group

De las 5 actividades variadas ecoturística propuesta escoja la actividad de mayor interés para usted. Según los datos observados se evidencia el siguiente orden de preferencia en cuanto actividades variadas ecoturística: 47% Senderismo granja, 20% Proceso artesanía de Reciclaje 13% Proceso Yogurt, 13% Proceso Chocolate y 7% Elaborar Mermelada.

Senderismo Granja	7	47
Proceso artesanía de Reciclaje	3	20
Proceso de Chocolate	2	13
Proceso elaboración Yogurt	2	13
Elaborar Mermelada	1	7
	15	100

Tabla 5 Prioridades actividades variadas ecoturística
Fuente: Focus Group

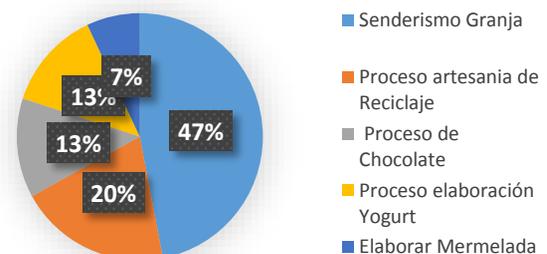


Gráfico 5 Prioridades actividades variadas ecoturística
Fuente: Focus Group

Diseño del prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial

En base a estos resultados se diseñó el prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística vivencial en donde se combinó actividades sensoriales y agroturísticas, es fundamental establecer que el diseño del prototipo se ajusta a los servicios y actividades ideales dentro de un producto que combine las dos tipologías de turismo mencionadas en párrafos anteriores.

Componentes del prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial

El prototipo que se ha planteado posee tres componentes claves que se identifican como ejes transversales de la propuesta, las cuales se describe a continuación:

1. Tecnología Social
2. Saberes Ancestrales
3. Principios amigables con la naturaleza

Estos ejes transversales son la base para el diseño que de acuerdo al objeto de estudio se delimita a la representación conceptual y visual de la descripción del huerto granja escolar, zonificación, descripción de las actividades y procedimientos agro ecoturísticos sensoriales que realizará el turista, el perfil del turista o visitante.

La Tecnología social establecida en la propuesta es poner a disposición de los visitantes los conocimientos y principios del manejo correcto de la granja integral, y los procesos productivos pecuarios, agrícolas, de valor agregado basado en principios ecológicos brindando al visitante o turista diversas opciones de distracción y atraerlos en un turismo vivencial e interacción con la naturaleza y principalmente con paisajes cultivados.

Los Saberes Ancestrales brindan un enfoque endógeno de la cultura productiva de la provincia de Santa Elena, en observancia de sus realidades, respetando su identidad productiva, y los conocimientos ancestrales vinculados a los procedimientos agrícolas y pecuarios. Los Principios amigables con la naturaleza, este eje es la base de las tecnologías actuales que se transferirá a los visitantes o turistas, con el objeto de tener un manejo ambiental responsable en todas las actividades agrarias productivas del huerto y granja escolar agro ecoturística vivencial

Estos tres ejes descritos presentes en el diseño del modelo de granja integral generará como resultado que los turistas o visitantes puedan conocer un producto turístico con atractivos relevantes, con vivencias inolvidables marcadas en un aprendizaje sensorial práctico interactivo, propiciando un re encuentro de sus saberes y el disfrute de la flora y fauna marcado en la conservación del ambiente visitado.

El prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística vivencial diseñado establece la distribución con los siguientes areas:

1. Área Pecuaria
2. Área Agrícola
3. Área de actividades varias Eco turísticas: Valor Agregado y Reciclaje
4. Área de Galería - Feria Agro productiva ecológica
5. Área complementaria de Recreación y Alimentación
6. Área Administrativa

Para definir qué actividades productivas en cada área se debe implementar en la granja huerta escolar se consideró los resultados arrojados en el grupo focal.

Área Pecuaria

En el área Pecuaria se contará con lo siguiente distribución: lugar de ordeño de Vacas, establo para crianza de ganado vacuno doble propósito y caprino, sitio para apicultura, galpón avícola gallina Ponedora, gallina Engorde, laguna de tilapias, sitio de crianza de conejos cuys, lugar de crianza de cerdos.

Área Agrícola

En el área Agrícola se contará con lo siguiente distribución: lugar de cultivo y siembras de plantas medicinales, vivero de árboles frutales autóctonos de la provincia de Santa Elena.

Área de actividades varias Eco turísticas**Valor Agregado**

En el área de Valor Agregado se contará con lo siguiente distribución: un sitio para el aprendizaje de Yogurt, pasta de chocolate y bombones, mermeladas, queso, jabón y shampoo y un sitio para el proceso de secado y deshidratación de los productos agrícolas.

En el área donde se establecerá la zona feria agro productiva ecológica se realizará la venta de todos los productos pecuarios, agrícolas, abonos, y productos derivados, así como suvenires de la Granja Integral Agro ecoturística.

Reciclaje

En el área de Reciclaje se contará con lo siguiente distribución: lugar para la elaboración de abonos orgánicos como lombricultura y compostera, para la elaboración de adoquines de vidrio y elaboración de artesanías como jardineras ecológicas usando botellas plástico.

Área complementaria de recreación y alimentación

En el área complementaria de Recreación y Alimentación, son las áreas diseñadas para los turistas como mirador panorámico, senderos, espacios de estar, servicios higiénicos, casilleros, sauna y piscina, área deportiva, área de ejercitación al aire libre, el área de restaurante– bar.

Esta área complementaria se la incorporó en el diseño del prototipo como una sección opcional en caso de que se cuente con los recursos para la inversión necesaria.

Área Administrativa

Finalmente el área administrativa, donde se contará con los departamentos gerencia ejecutiva, jefatura de operaciones productivas, jefatura de operaciones agroturísticas y de promoción, jefatura administrativo financiero, mantenimiento, sala de reuniones y taller.

Distribución técnica de la Zonificación del prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística sensorial

En el diseño general se puede observar la distribución de las áreas para las diferentes actividades a desarrollarse en el huerto granja escuela considerando una extensión de 55000 m², sin embargo es relevante aclarar que el prototipo tiene la finalidad de ajustarse a la extensión de terreno disponible para la ejecución y puesta en marcha de la propuesta.

El área del componente pecuario se tendrá la crianza de especies de animales descrita en párrafos anteriores como vacas, cerdos, gallinas, conejos y abejas y se realizará la explicación del manejo de la producción pecuaria así como se realizará actividades en la que el turista de manera directa realice actividades productivas. La distribución de esta área es de 10000 m².

Este componente producirá para la zona de feria carne, leche, lana, huevos, piel y miel; en cuanto, a los desechos del área se utilizará el abono orgánico para control de plagas y malezas.

El área del componente agrícola en donde se tendrá de manera asociada los huertos de frutales, hortalizas, vivero de árboles frutales autóctonos de la provincia y plantas medicinales.

Los productos finales cosechados serán vendidos dentro de la zona de la feria dentro del huerto granja escuela.

La distribución de esta área es de 10000 m².

El área del componente Valor Agregado es el sitio donde se realizará el proceso de agro industrialización rural, pasta de cacao, chocolate, café, lácteos, cárnicos, conservas, alimentos para animales, néctares y pulpa de frutas, granos, fibras, harinas e innovación del valor agregado a las actividades productivas.

Estas temáticas estarían distribuidas por módulos y por áreas de aprendizaje.

La distribución de esta área es de 5000 m².

El área de Galería - Feria Agro productiva ecológica, es el componente más importante dentro del prototipo de huerto y granja escolar agro ecoturística vivencial, porque es el sitio donde se tendrá mayor afluencia de personas que van con la finalidad de adquirir productos pecuarios, agrícolas y de valor agregado producidas y cosechadas en la granja escuela.

Las instalaciones serán como en un supermercado diseñado entre lo moderno y rústico.

La distribución de esta área es de 5000 m².

Conclusiones

1. La provincia de Santa Elena no cuenta en la actualidad con un producto turístico en la que se desarrolle el agroturismo enmarcado a la definición textual de este tipo de turismo, por tanto es importante para la provincia y región costera contar con propuestas innovadoras que canalice en un solo producto las actividades agrícolas, pecuarias, ecológicas, turísticas, de valor agregado, de comercialización, de recuperación de los saberes ancestrales, y fomento productivo, esta sinergia es lograda en el diseño del prototipo planteada en la investigación.
2. Oportunidad para ser un destino pionero en ofrecer actividades y servicios sensoriales a los turistas con estas nuevas tendencias.
3. El diseño de prototipo cumple con las características de innovación factor importante para ser un destino competitivo, con diversidad de productos auténticos y memorables.

Recomendaciones

1. Realizar otra investigación que complemente al presente estudio con el siguiente tema: Estudio de la Capacidad de Carga turística y distribución técnica de las aéreas zonificadas considerando alguna institución interesada en ejecutar este prototipo planteado y la extensión real con la que se cuente para ejecutar el prototipo.
2. Considerar realizar una investigación complementaria al presente estudio considerando los temas ambientales y de barreras naturales, así como el aspecto técnico de la producción agropecuaria y los costos de implementación de la propuesta.

Agradecimientos

Un reconocimiento especial a todos los que intervinieron y aportaron significativamente al desarrollo de la investigación.

A nuestra querida Universidad Península de Santa Elena y al Grupo de investigación de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico GIGTUHOVI conformado por Brusela Vásquez, Tannia Aguirre, Sabina Villón y Rosa Iñiguez amigas, compañeras y docentes con objetivos claros y compromisos fuertes.

Referencias

- Avila Bercial, R. y Barrado Timon, D. A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, nº 15, p. 27-43.
- Baloglu, S. & Mcleary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, vol. 26, nº 1, p. 868-897.
- Barretto, M. (2002). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Papirus, Campinas.
- Beni, M. C. (2003). *Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira*. São Paulo, Aleph.
- Bigne, E.; Font, X. y andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Blanco, A. (2011). —Una aproximación al turismo slow. El turismo slow en las Cittáslow de España. *Investigaciones turísticas*, nº 1, p. 122-133.
- Bonilla Moya, M. (2006). —Turismo vivencial: un ejemplo responsable sin ingredientes artificiales. *Tecnitur*, nº 188, p. 20-23.
- Corbolán V. (2010) *Integración, diversificación e innovación en la estrategia de productos turísticos. Caso Aluminé*. Argentina
- Cohen, E. (2005). —Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, vol. 42, nº 1, p. 11-24.
- Cuenca, M. y prat, A. (2012). —Ocio experiencial: antecedentes y características. *Arbor.Ciencia, Pensamiento y Cultura*, vol. 188, nº 756, p. 265-281.
- De Rojas, C. y Camarero, C. (2008). —Visitors experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center. *Tourism management* 29, p.525-537.

- González, Manuel R. Y Pérez, Enrique M. (1990). "La innovación tecnológica y su gestión". Productica. Barcelona
- Inforjoven Comunidad de Madrid, Granja Escuela Definición (s.f) Madrid Recuperado de <http://www.madrid.org>
- Porter, M. E. (1989). *Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior*. Río de Janeiro, Campus.
- Richards, G. (2004). —¿Nuevos caminos para el turismo cultural? En *Interacción 2004*. Barcelona, Centro de Estudios Culturales CERC, p. 1-15. Disponible en www.diba.es/cerc/arcxinterac04/arcem1/richards/dipbarcelona
- Rivera Mateos, M. (2012). —Turismo responsable y relaciones interculturales en el contexto de la globalización. En Rodríguez, L. y Roldán, A. (coord.). *Interculturalidad: un enfoque multidisciplinar. I Jornadas sobre Investigación e Innovación para la Interculturalidad*. Córdoba, Universidad de Córdoba, p. 187-212.
- Rivera Mateos, M. (2012). — Un turismo desigual en un mundo globalizado: lógicas dominantes y alternativas de las nuevas formas de turismo responsable. En Rivera, M. y Rodríguez, L. (coord.). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Córdoba, Universidad de Córdoba, p. 15-42.
- Rivera Mateos, M. (2013). —Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de mapa emocional turístico en las Sierras Subbéticas cordobesas (Andalucía, España). *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, vol. XVII, 2013, en prensa.
- Rivera M (s.f) El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. Universidad de Córdoba
- Riveros H Y Blanco M, (2003) Documento Técnico *El Agroturismo, Una Alternativa Para Revalorizar La Agroindustria Rural*, 2003.
- Ripoll, Graciela (2010): *Turismo Popular*.
- Schaerer, J., & martine, D. (2001). *El turismo rural de Chile. Experiencias de agroturismo*. Santiago de Chile: Red de Desarrollo agropecuario
- Tinsley, H. E. y Tinsley, D. J. (1986). —A theory of the attributes, benefits and causes of leisure experience. *Leisure Sciences*, vol. 8, nº 1, p. 1-45.
- Tung, V. W. S. y Ritchie, J. R. B. (2011). —Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, vol. 38, nº 4, p. 1367-1386.
- Turner, V. (2008). —Liminality and Communitas en AAVV. *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*. Nex Brunswick: Aldine Transaction Press.
- Turry, E. (2002). *La conoscenza del territorio. Metodologia per un'analisi storicogeografica*. Venezia, Marsilio Editori.

Valoración de la infraestructura y servicios turísticos en la Comuna Salanguillo para su adecuado aprovechamiento y desarrollo

Valuation of infrastructure and tourist services in the Commune of Salanguillo for its proper use and development

REYES- BORBOR, Ronny†, LINZAN- RODRÍGUEZ, Soraya, TIGRERO- GONZÁLEZ, Félix

Universidad Estatal Península de Santa Elena

ID 1° Autor: Ronny Reyes- Borbor/ ORC ID: 0000-0002-4779-1642

ID 1° Coautor: Soraya Linzan- Rodríguez /ORC ID: 0000-0002-0114-8563, Researcher ID Thomson: F-8871-2018

ID 2° Cautor: Félix Tigreiro- González /ORC ID: 0000-0003-1187-4515, Researcher ID Thomson: F-8777-2018

Recibido: 09 de Enero, 2018; Aceptado 22 de Marzo, 2018

Resumen

El presente trabajo investigativo se ha realizado en la comuna Salanguillo, tiene como prioridad fundamental, potenciarse en el turismo, dado las bondades que le ofrece la naturaleza se realizará una valoración de bienes, servicios, infraestructura y recursos para el aprovechamiento y desarrollo turístico. Para ello se llevará a cabo una investigación de campo descriptiva correlacional, su relación entre las variables, para una valoración efectiva que garantice la conservación y a su vez fomente el progreso local. Se concluye esta investigación, a partir de la presentación de los invalorable atractivos turísticos que posee la comuna Salanguillo.

Valoración, Infraestructura, Servicios Turísticos, Aprovechamiento Turístico, Desarrollo Turístico

Abstract

This research work has been carried out in the commune of Salanguillo, has as its main priority, increase in tourism, given the kindness offered by nature, a valuation of goods, services, infrastructure and resources for tourism development and development will be carried out. To do this, a correlational descriptive field investigation will be carried out, its relationship between variables, for an effective assessment that guarantees conservation and, in turn, promotes local progress. This investigation is concluded, from the presentation of the invaluable tourist attractions that the Salanguillo community has.

Valuation, Infrastructure, Tourist Services, Tourism Use, Tourist Development

Citación: REYES- BORBOR, Ronny†, LINZAN- RODRÍGUEZ, Soraya, TIGRERO- GONZÁLEZ, Félix. Valoración de la infraestructura y servicios turísticos en la Comuna Salanguillo para su adecuado aprovechamiento y desarrollo. Revista Investigaciones Sociales. 2018. 4-11: 59-69

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

La infraestructura y servicios turísticos forman parte de la oferta en los destinos donde se desarrolla el turismo, son brindados para la satisfacción y descanso del turista cubriendo sus necesidades durante su estadía. A nivel global el desarrollo de la actividad turística se enfoca en mejorar los bienes, productos. Ecuador es un país turístico y multidiverso, siendo la infraestructura un recurso indispensable para el desarrollo, lo que permite mejorar las estructuras sociales y productivas.

Salanguillo, es una comuna de la parroquia Colonche conocida por dedicarse a la actividad agrícola y ganadera, posee un clima tropical seco, entre los meses de enero a mayo llega el invierno, beneficiando a los agricultores, se encuentra en la parte norte de la provincia a 73 km. La oferta turística que posee, está compuesta por recursos naturales, flora y fauna, brinda el servicio de guianza, alimentos y bebidas. El trabajo es importante ya que genera resultados positivos como que; sé deben plasmar criterios e indicadores de calidad en el desarrollo de la infraestructura según el trabajo sobre la evaluación de la infraestructura y servicios turísticos por (Andreu, 2004)

Objetivo General

Identificar la infraestructura y servicios turísticos en la comuna Salanguillo para su aprovechamiento y desarrollo.

Objetivos Específicos

- Valorar la dotación de bienes y servicios turísticos de la comuna Salanguillo.
- Analizar cómo influye el desconocimiento del uso de sus recursos en el aprovechamiento y desarrollo turístico.

Materiales y Métodos

El tipo de investigación del presente estudio es explicativo, debido a que se va analizar las variables: la infraestructura, servicios turísticos y su desarrollo a partir de la situación actual, y para el análisis estadístico se utilizará el estadístico informático SPSS, del mismo modo se empleó el método cuantitativo para la construcción de las conclusiones basados a los objetivos y la comprobación de la hipótesis fue a través del chi-cuadrado.

Para la obtención de datos cuantitativos y cualitativos se hizo uso de técnicas como la de lectura, observación y encuesta para el levantamiento de información se tuvo que definir la muestra de la población de Salanguillo.

A continuación, se presenta la selección del universo de estudio con respectiva muestra para obtener el número de encuestas a realizar.

El universo con el cual se trabajó tuvo un total de 725 personas, el mismo que está conformado por directiva, asociación y habitantes, la cifra fue proporcionada por el presidente de la comuna Salanguillo, Sr. Holger Santos, a continuación se desglosa en el recuadro:

Universo	Población local
Directiva	5
Asociación Los Ríos	20
Comuneros	300
Habitantes	400
Total	725

Tabla 6 Universo

Fuente: Universo Comuna Salanguillo

Se utilizó el muestreo de poblaciones finitas, según (Morrillas, 2014), este tipo de muestreo es utilizado debido a que el tamaño de la población o universo es conocido, y la elección del tamaño de la muestra se basa fundamentalmente en el hecho de que el número de elementos de la muestra constituye una proporción apreciable de la población, la fórmula empleada para esta población finita es:

$$\begin{aligned}
 N &= 725 \\
 P &= 0,5 \\
 Q &= 0,5 \\
 Nf &= 95\% \\
 Z &= 1,96 \\
 E &= 5\% (0,05)
 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1,96^2 (0,5) (0,5) (725)}{0,05^2 (725 - 1) + 1,96^2 (0,5) (0,5)} \\
 n &= \frac{6614,27}{17,22} \\
 n &= 194
 \end{aligned}$$

Muestra estratificada

$$L/N = N \quad (2)$$

$$194/700 = 0.277142$$

Especialización	Instrumento de Investigación	Tamaño Población Estrato	Tamaños Estratos Muestrales
Directiva	Censo	5	5
Asociación Los Ríos	Censo	20	20
Comuneros	Encuesta	300	87
Habitantes	Encuesta	400	114
Total		725	226

Tabla 7 Estratificación de la Muestra
Fuente: *Estratificación de la muestra*

Criterios	Frecuencia	Porcentual
Si	27	14%
No	167	86%
No se	0	0%
Total	194	100%

Tabla 3 Opiniones sobre la existencia de la Calidad del servicio que presta la Infraestructura turística de la comuna

Fuente: *Encuesta a la comunidad*

Servicio de restauración

La comuna de Salanguillo, para brindar el servicio de alimentos y bebidas creó una asociación por 20 personas a la que denominaron con el nombre de “Dos Ríos”, siendo representada por la señora Mérida Guale.

Este servicio se lo ofrece desde el año 2014, siendo la temporada con mayor afluencia de turistas extranjeros, nacionales y locales; sus instalaciones están ubicadas cerca del ingreso a los atractivos turísticos contando con 10 mesas y 40 sillas, además brindan el servicio de bar y de estacionamiento, los precios por almuerzo oscilan entre \$2.50 a \$3.00, y el servicio que se brinda es calificado como bueno por brindar comidas típicas de la zona, pero a su vez surge la necesidad de capacitarse en este servicio y en otros.

Servicios de hospedaje

Salanguillo no brinda el servicio de hospedaje, pero la comuna posee grandes extensiones de tierra.

Cabe mencionar que los pobladores no conocen los bienes que tienen y tampoco los servicios que puedan ofrecer debido a que no han sido capacitados en aspectos turísticos, tampoco cuentan con estudios superiores la mayoría de la población, el desconocimiento del uso de sus recursos sobre el aprovechamiento y desarrollo turístico influye al limitar la creación de proyectos o propuestas turísticas por parte de la población, tales como brindar el servicio de hospedaje por contar con extensiones de territorio en donde se puede crear este servicio.

Servicio de guianza

El servicio de guianza es brindado por parte de 2 guardabosques y varios comuneros, cabe recalcar que no poseen guías especializados, las personas que realizan esta actividad son las más referentes por motivo de que conocen toda el área y donde se encuentran los atractivos turísticos, los pobladores manifiestan que se deben capacitar en este servicio para hacer un adecuado uso de los recursos para no causar alteraciones en el hábitat, además para brindar información de la diferente flora y fauna que se visualiza en el camino hacia los atractivos.

Marco Teórico

En la investigación se analizó conceptos para abordar el estudio de manera apropiada, en donde la base fue enfocarse en las variables de infraestructura y servicios turísticos, aprovechamiento y desarrollo, colocando terminologías que se emplearán en todo el trabajo, de tal forma tener mayor comprensión.

Infraestructura y servicios turísticos

La conceptualización de la infraestructura y servicios turísticos fue necesaria para determinar el grado de estudio de la variable, ya que, por medio de ella, se decidió investigar los servicios básicos, vías de acceso, y los servicios de alojamiento, alimentación y guianza. Como una definición de la infraestructura y servicios turísticos está el criterio de Ramírez (2011) definiendo que es la dotación de bienes y servicios públicos o privados que contribuyen al progreso del sector turístico tales como los básicos y de transporte que posee un territorio, proporcionando actividades que funcionan de manera armónica y coordinada para responder a la exigencia de la establecida corriente turística.

Aprovechamiento y Desarrollo

La conceptualización de la variable está comprendida como el uso de los recursos de una manera sustentable con el objetivo de conseguir un desarrollo económico, social y ambiental. (Rica, 2002)

El término se ha orientado de forma directa para el desarrollo económico y social de la localidad, permitiendo mejorar el estilo de vida e incrementar nuevas plazas de empleos, sin descompensar a la parte ambiental, buscando hacer el menor impacto posible al realizar la actividad turística, y del mismo modo buscar una conservación de los recursos naturales, considerando los pilares de la sostenibilidad para un proceso de desarrollo óptimo. (Varisco, 2007)

Todas las conceptualizaciones dan a comprender la importancia del conocimiento mediante el aprendizaje y las teorías desarrolladas dan soporte al tema de investigación. Al formalizar el desarrollo de teorías ayudó a ampliar la perspectiva de estudio y a su vez a centrarse en la problemática sin abordar temáticas que pudieran causar desorientaciones en los resultados.

Infraestructura	Características	Evaluación
Tipos de Equipamientos	Si	Suficiente cobertura pero hay necesidad de mejorar el suministro
Cultura	Centros de conferencia	Suficiente cobertura pero hay necesidad de mejorar el suministro
Educativo	Escuelas	
Teléfono convencional	No existe	
Telefonía móvil	Telefonía móvil Claro	Suficiente cobertura pero adecuado suministro
Transporte	Cobertura de ruta rural	Suficiente cobertura pero adecuado suministro

Tabla 4 Infraestructura

Fuente: Ficha de observación

Tipos de Equipamientos	Características	Evaluación
Cultura	Centros de conferencia	Suficiente cobertura pero hay necesidad de mejorar el suministro
Educativo	Escuelas	Suficiente cobertura pero hay necesidad de mejorar el suministro
Recreativo	Parques	Estado de deterioro
Asistenciales	Botica comunitaria	Suficiente amplitud pero hay necesidad de mejorar el suministro

Tabla 5 Equipamiento

Fuente: Ficha de observación

Atractivo	Categoría	Tipo	Sub Tipo
Cascada Flor del Bosque	Sitios Naturales	Rios	Cascada
Cuevas campanas Encantadas	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Formacion Rocosa
Senderos Los Pitales	Sitios Naturales	Montaña	Senderos

Tabla 6 Resultados de inventario turístico

Fuente: Ficha de observación

Resultados

Análisis de encuestas: comunidad

Pregunta 1 ¿Cree usted que la infraestructura turística que posee la comuna es de calidad?

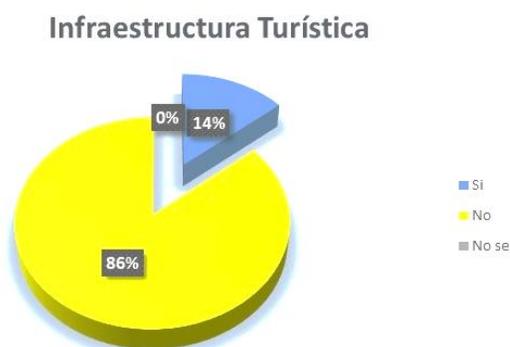


Gráfico 1 Infraestructura turística

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Análisis: En relación a la información obtenida con respecto si la infraestructura turística es de calidad, mayoritariamente los pobladores manifestaron que no, por la inexistencia de obras de infraestructura, hospedaje, restauración y que se debe mejorar los servicios básicos y turísticos.

Pregunta 2 ¿Cree usted que la dotación de infraestructura turística ayudará al desarrollo de la comuna?

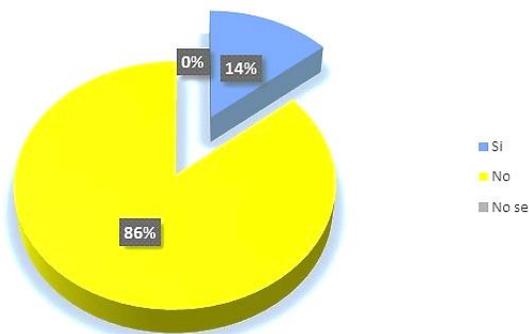


Gráfico 2 Dotación de infraestructura

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Análisis: Mayoritariamente la población manifestó que una dotación de infraestructura si ayudaría al desarrollo de la comuna debido a que se optimizarán los servicios turísticos que brindan a los visitantes, lo que incidiría en el beneficio para la comunidad.

Pregunta 3 ¿considera que los recursos naturales y culturales deben ser utilizados para el desarrollo turístico?

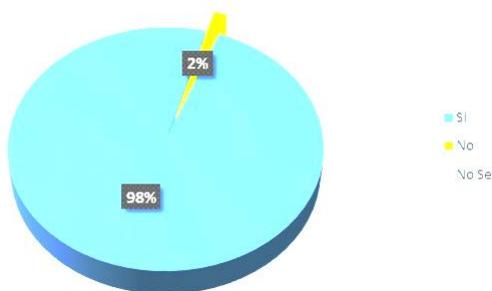


Gráfico 3 Recursos naturales y culturales
Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Análisis: Significativamente los encuestados manifestaron que los recursos naturales y culturales deben ser considerados para el desarrollo turístico de la comunidad, pero de manera sustentable.

Pregunta 4 ¿Considera usted que el turismo ayuda al desarrollo social y económico de la comunidad?

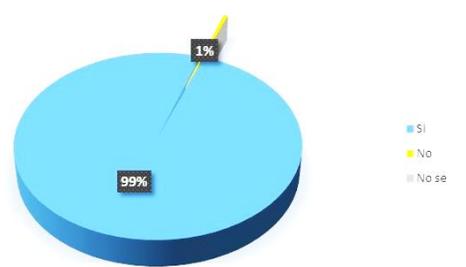


Gráfico 4 Desarrollo social y económico
Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Análisis: Tal como se visualiza la comunidad manifestó conocer y están de acuerdo que el turismo ayuda al desarrollo social y económico lo que ha incidido favorablemente a las comunidades aledañas que están inmersas en el sector turístico y se han desarrollado significativamente.

Resultados metodológicos

Acorde a la necesidad de la investigación se crearon herramientas metodológicas para el levantamiento de información, los instrumentos de investigación son fichas que se aplicaron en la comuna Salanguillo para valorizar la infraestructura y servicios turísticos.

Servicio de Alimentos y bebidas

Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Evaluación
Asociación Dos Ríos	Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cabañas Comedores	Suficiente demanda pero necesidad de mejorar el servicio.

Tabla 3 Servicio de restauración
Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

El servicio de alimentos y bebidas lo provee una asociación denominada “Dos Ríos”, siendo representada por la señora Mérida Guale. Este servicio se lo ofrece desde el año 2014, siendo la temporada con mayor afluencia de turistas extranjeros, nacionales y locales; sus instalaciones están ubicadas cerca del ingreso a los atractivos turísticos y brindan el servicio de bar y estacionamiento, el servicio de gastronomía está calificado como muy bueno por brindar comidas típicas de la zona, cabe mencionar que los pobladores no conocen los bienes que tienen y tampoco los servicios que puedan ofrecer debido a que no han sido capacitados en aspectos turísticos, el desconocimiento del uso de sus recursos sobre el aprovechamiento y desarrollo turístico influye al limitar la creación de proyectos o propuestas turísticas por parte de la población, tales como brindar el servicio de hospedaje por contar con extensiones de territorio en donde se puede crear este servicio.

Servicio de guianza

El servicio de guianza es brindado por parte de 2 guardabosques y varios comuneros, las personas que realizan esta actividad son los referentes por motivo de que conocen toda el área y donde se encuentran los atractivos turísticos. Los pobladores manifiestan que se deben capacitar en este servicio para hacer un adecuado uso de los recursos para no causar alteraciones en el hábitat, además para brindar información de la diferente flora y fauna que se visualiza en el camino hacia los atractivos.

Infraestructura

Infraestructura	Evaluación
Red de agua potable	Suficiente cobertura rural pero hay necesidad de mejorar el suministro
Red de saneamiento	No existe
Electricidad	Suficiente cobertura rural pero hay necesidad de mejorar el suministro
Teléfono	No tiene este servicio
Telefonía móvil	Insuficiente cobertura pero adecuado suministro
Trasporte	Insuficiente servicio rural pero adecuado suministro

Tabla 4 Infraestructura

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

La red de agua potable es suministrada por Aguapen, la cobertura es suficiente para toda la población, la comunidad no cuenta con red de saneamiento, esto se puede percibir por la distancia que existe a la cabecera parroquial de Colonche, el servicio de electricidad es brindado por la Corporación Nacional del Ecuador Provincia Santa Elena, CNEL.

El transporte que utiliza la comunidad es brindado por la Cooperativa Manantial de Guangala; los horarios en los que brinda el servicio son de 09h00, 11h00 y 15h00, en solo estos horarios se brinda el servicio de transporte público; otro medio de transporte que utilizan los comuneros para su traslado son las motos o motorutas.

Equipamiento

Tipos de equipamiento	Características
Cultura	Centros de conferencia
Educativo	Escuelas
Recreativos	Parques
Asistenciales	Botica comunitaria

Tabla 5 Equipamiento

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

El equipamiento del centro de conferencias es la casa comunal, se encuentra en un buen estado, pero carece de varios servicios, en el lugar funciona el Infocentro, el cual brinda clases de informática para niños de la población, además este es utilizado en aspectos turísticos ya que brindan información a los turistas acerca de los atractivos turísticos.

El centro educativo con que cuenta la comuna es la escuela fiscal mixta Simón Rodríguez, la cual acoge a todos los niños de la comunidad, donde reciben la parte formativa, las instalaciones son amplias y buenas.

El parque se encuentra a un lado de la casa comunal, pero se encuentra en total estado de deterioro por la falta de un adecuado mantenimiento, aunque cuenta con amplio terreno y árboles que se podría adecuar para tener un área recreativa para los turistas y pobladores,

La comuna posee un botiquín que funciona de lunes a domingo en horarios de 08h00 a 12h00 y 14h00 a 18h00, los encargados son los propios comuneros, donde se encuentran diversas medicinas para enfermedades varias, este también es brindado para los turistas que visitan la localidad.

Atractivos turísticos

Atractivo	Categoría	Tipo	Sub tipo
Cascada Flor del Bosque	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas
Cuevas o Campanas Encantadas	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Formación Rocosa
Senderos Los Pítales	Sitios Naturales	Montaña	Sendero

Tabla 6 Inventario turístico

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Los principales atractivos turísticos que la comunidad de Salanguillo posee son la Cascada Flor del Bosque, Cuevas o Campanas Encantadas y el sendero Los Pítales y estos han sido descubiertos por sus pobladores. Entre las actividades que se pueden realizar están el senderismo, la observación de flora y fauna, observación de paisajes mediante un mirador y la toma de baño en las cascadas que cuenta con aguas cristalinas.



Figura 1 Cuevas Encantadas

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Datos generales

Nombre del atractivo: *Cuevas o Campanas Encantadas*

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Fenómeno

Subtipo: Cueva

Ubicación

Provincia: Santa Elena

Ciudad y/o cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Dirección: Comuna Salanguillo

Centro urbanos más cercanos al atractivo

Poblado: Manantial de Guangala

distancia: 7 Km

Calidad**Valor intrínseco**

Características físicas del atractivo.

Calidad del suelo: posee un tipo de suelo musgoso y son óptimos para la agricultura

Fauna: no existe

Flora: paja toquilla, tagua, caña guadua

Valor extrínseco

Usos (simbolismo)

Cueva natural ancestral

Estado de conservación del atractivo:

Se encuentra en un estado natural y de introducción en el mercado turístico

Entorno: Natural

Causas: Se encuentra en estado de introducción

Infraestructura y vías de acceso

Tipo: Terrestre

Subtipo: Lastrado

Transporte: Motocicletas, bus

Tiempo De acceso: Diario

Días al año: 365 días

Días al mes: todo el año

Horas al día: 09h00 – 17h00

Infraestructura básica

Agua: Entubada

Energía eléctrica: Sistema interconectado

Alcantarillado: Pozo séptico

Asociación con otros atractivos: Cascadas flor del bosque a 1 hora.

Difusión del atractivo: Local y Provincial.

Observaciones

Escenario donde anteriormente se realizaban rituales. En la parte superior hay un orificio a unos 30 metros donde refleja el sol a la parte inferior e igualmente la luna en la noche.



Figura 2 El Sendero Los Pitales

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Datos generales

Nombre del atractivo: *El Sendero Los Pitales*

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Montaña

Subtipo: Sendero

Ubicación

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Dirección: Comuna Salanguillo

Centro urbanos más cercanos al atractivo

Poblado: Manantial de Guangala

distancia: 7 Km

Calidad**Valor intrínseco**

Características físicas del atractivo

Calidad del suelo: posee un tipo de suelo musgoso y son óptimos para la agricultura

Fauna: caballo, cerdo doméstico, zaino, gallina domestica

Flora: paja toquilla, tagua, caña guadua

Valor extrínseco

Usos (simbolismo)

Sendero y avistamiento de flora y fauna

Estado de conservación del atractivo:

Se encuentra en un estado natural y de introducción en el mercado turístico

Causas: No está alterado por el ser humano

Entorno: Natural

Infraestructura y vías de acceso**Tipo:** Terrestre**Subtipo:** Lastrado**Transporte:** Motocicletas, bus**Temp. De acceso:** Diario**Días al año:** 365 días**Días al mes:** todo el año**Horas al día:** 09h00 – 17h00**Infraestructura básica****Agua:** Entubada**Energía eléctrica:** Sistema interconectado**Alcantarillado:** Pozo séptico**Asociación con otros atractivos:**

Cuevas encantadas se encuentran a 2 horas.

Difusión del atractivo: local y provincial.**Observaciones**

Observar flora y fauna

Toboganes donde baja el agua

Mirador donde se puede observar todo el pueblo y la vegetación.



Figura 3 Cascadas Flor Del Bosque
Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Datos generales**Ficha numero:** 03**Evaluador:** Ronny Reyes**Fecha:** 16 de diciembre del 2016**Nombre del atractivo:** *CASCADAS FLOR DEL BOSQUE***Categoría:** Sitio Natural**Tipo:** Ríos**Subtipo:** Cascadas**Ubicación****Latitud:****Longitud:****Provincia:** Santa Elena**Cantón:** Santa Elena**Parroquia:** Colonche**Dirección:** Comuna Salanguillo**Centro urbanos más cercanos al atractivo****Poblado:** Manantial de Guangala
distancia: 7 Km**Calidad****Valor intrínseco****Características físicas del atractivo.****Calidad del agua:** clara, cristalina y sulfatada en unos tramos fría y en otros tramos caliente**Calidad del suelo:** posee un tipo de suelo musgoso y son óptimos para la agricultura**Fauna:** caballo, cerdo doméstico, zaino, gallina domestica**Flora:** paja toquilla, tagua, caña guadua)**Valor extrínseco****Usos (simbolismo)**

Ecoturismo y actividades de relajación por medio de baños en la cascada.

Estado de conservación del atractivo

Se encuentra en un estado natural y de introducción en el mercado turístico

Causas: No está alterado por el ser humano**Entorno:** Natural**Infraestructura y vías de acceso****Tipo:** Terrestre**Subtipo:** Lastrado y empedrado**Transporte:** Bus y Motocicletas**Temp. De acceso:** Diario**Días al año:** 365 días**Horas al día:** 09h00 – 17h00**Infraestructura básica****Agua:** Entubada**Energía eléctrica:** Sistema interconectado**Alcantarillado:** Pozo séptico**Asociación con otros atractivos:** El sendero los pítalos se encuentran a 30 minutos.**Difusión del atractivo:** Local y Provincial.**Observaciones**

Agua blanca sulfatada esta es una especie de aguas volcánicas donde hay partes calientes y partes frías. Cascadas con aguas cristalinas

Comprobación de la hipótesis

Para la comprobación del estudio basado en la hipótesis se aplicó del chi-cuadrado, para lo cual se utilizó el programa estadístico SPSS con dos preguntas una relacionada con cada variable, siendo la de la infraestructura y desarrollo socio y económico. En donde una tabla de contingencia el programa refleja la frecuencia para calcular el índice.

Hipótesis

- Ho La infraestructura y servicios turísticos contribuirán con el aprovechamiento y desarrollo de la comuna Salanguillo.
- H1 La infraestructura y servicios turísticos no contribuirán con el aprovechamiento y desarrollo de la comuna Salanguillo.

Los resultados obtenidos en el proceso de los datos en la prueba del chi-cuadrado, es de (0.00) entre las variables, rechazando la hipótesis nula en el estudio, al tener asimetría entre las frecuencias esperadas.

	Valor	Gf	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	144,738 ^a	1	,000		
Corrección por continuidad	99,668	1	,000		
Razón de verosimilitudes	26,470	1	,000		
Estadístico exacto de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	143,992	1	,000		
N de casos válidos	194				

Tabla 7 Pruebas de chi-cuadrado

Fuente: Elaborado por Ronny Reyes

Con lo cual se asume la hipótesis alternativa.

Conclusiones

En la valorización de la infraestructura y servicios turísticos se demostró que tanto la infraestructura y servicios turísticos están influyendo en el desarrollo del turismo. También se visualizó que la valorización ayuda al progreso local ya que los recursos turísticos se han salvaguardado evitando su mal uso.

Según lo investigativo se verifica que el desconocimiento influye en el uso de los recursos para el aprovechamiento y desarrollo, debido a que no hay emprendimiento turístico, y las personas que trabajan en la actividad turística no prosperan por no tener conocimientos del sector turístico, con lo que se demuestra que se pueden realizar emprendimientos turísticos más aún con atractivos naturales tales como el sendero Los Pítales, cascada Flor del Bosque y Cuevas o Campanas Encantadas que se encuentran en estado de introducción dentro del ciclo de vida de un destino turístico.

Recomendaciones

Con los resultados obtenidos se pueden realizar futuras investigaciones acerca del ecoturismo por contar con atractivos turísticos naturales significativos, se pueden emprender proyectos como la creación de circuitos, acerca de buenas prácticas para la conservación de los mismos

Referencias

Andreu, M. N.-I. (2004). Evaluación de la infraestructura y servicios turísticos. Mexico.

European, L. (2010). Evaluar el potencial turístico de un territorio.

Pacheco, C. S. (2012). La comuna Salanguillo; y su potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza. La libertad.

Ramírez, R. C. (2011). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas.

Rica, A. I. (2002). Generalidades del turismo. San José- Costa Rica.

Varisco, c. (2007). Sistema Productivo Turístico y desarrollo local. Ciencias Sociales, julio 2007, Vol, No. 2. Universidad de Viña del Mar - Chile, 15-36.

Instrucciones para autores

[Título en Times New Roman y Negritas No. 14 en Español e Inglés]

Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1^{er} Autor†*, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1^{er} Coautor, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 2^{do} Coautor y Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 3^{er} Coautor

Institución de Afiliación del Autor incluyendo dependencia (en Times New Roman No.10 y Cursiva)

ID 1^{er} Autor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 1^{er} Autor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

ID 1^{er} Coautor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 1^{er} Coautor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

ID 2^{do} Coautor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 2^{do} Coautor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

ID 3^{er} Coautor: (ORC ID - Researcher ID Thomson, arXiv Author ID - PubMed Autor ID - Open ID) y CVU 3^{er} Coautor: (Becario-PNPC o SNI-CONACYT) (No.10 Times New Roman)

(Indicar Fecha de Envío: Mes, Día, Año); Aceptado (Indicar Fecha de Aceptación: Uso Exclusivo de ECORFAN)

Resumen

Título
Objetivos, metodología
Contribución

(150-200 palabras)

Indicar (3-5) palabras clave en Times New Roman y Negritas No.11

Abstract

Title
Objectives, methodology
Contribution

(150-200 words)

Keywords

Citación: Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1er Autor†*, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 1er Coautor, Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 2do Coautor y Apellidos (EN MAYUSCULAS), Nombre del 3er Coautor. Título del Artículo. Research Journal. Año 1-1: 1-11 (Times New Roman No. 10)

* Correspondencia del Autor (ejemplo@ejemplo.org)

† Investigador contribuyendo como primer autor

Introducción

Texto redactado en Times New Roman No.12, espacio sencillo.

Explicación del tema en general y explicar porque es importante.

¿Cuál es su valor agregado respecto de las demás técnicas?

Enfocar claramente cada una de sus características

Explicar con claridad el problema a solucionar y la hipótesis central.

Explicación de las secciones del artículo

Desarrollo de Secciones y Apartados del Artículo con numeración subsecuente

[Título en Times New Roman No.12, espacio sencillo y Negrita]

Desarrollo de Artículos en Times New Roman No.12, espacio sencillo.

Inclusión de Gráficos, Figuras y Tablas Editables

En el *contenido del artículo* todo gráfico, tabla y figura debe ser editable en formatos que permitan modificar tamaño, tipo y número de letra, a efectos de edición, estas deberán estar en alta calidad, no pixeladas y deben ser notables aun reduciendo la imagen a escala.

[Indicando el título en la parte inferior con Times New Roman No.10 y Negrita]

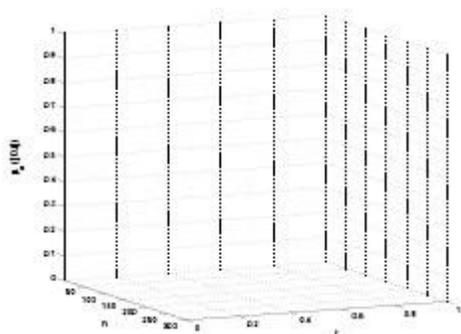


Grafico 1 Titulo y Fuente (en cursiva).

No deberán ser imágenes- todo debe ser editable.

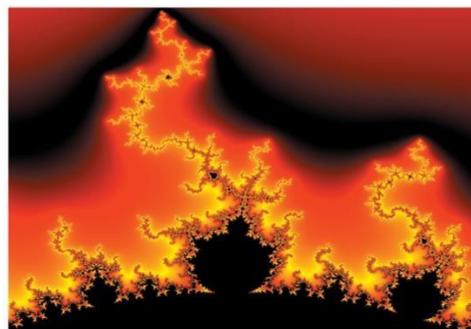


Figura 1 Titulo y Fuente (en cursiva).

No deberán ser imágenes- todo debe ser editable.

Tabla 1 Titulo y Fuente (en cursiva).

No deberán ser imágenes- todo debe ser editable.

Cada artículo deberá presentar de manera separada en **3 Carpetas**: a) Figuras, b) Gráficos y c) Tablas en formato .JPG, indicando el número en Negrita y el Titulo secuencial.

Para el uso de Ecuaciones, señalar de la siguiente forma:

$$Y_{ij} = \alpha + \sum_{h=1}^r \beta_h X_{hij} + u_j + e_{ij} \quad (1)$$

Deberán ser editables y con numeración alineada en el extremo derecho.

Metodología a desarrollar

Dar el significado de las variables en redacción lineal y es importante la comparación de los criterios usados

Resultados

Los resultados deberán ser por sección del artículo.

Anexos

Tablas y fuentes adecuadas.

Agradecimiento

Indicar si fueron financiados por alguna Institución, Universidad o Empresa.

Conclusiones

Explicar con claridad los resultados obtenidos y las posibilidades de mejora.

Referencias

Utilizar sistema APA. **No** deben estar numerados, tampoco con viñetas, sin embargo en caso necesario de numerar será porque se hace referencia o mención en alguna parte del artículo.

Ficha Técnica

Cada artículo deberá presentar un documento Word (.docx):

Nombre de la Revista

Título del Artículo

Abstract

Keywords

Secciones del Artículo, por ejemplo:

1. *Introducción*
2. *Descripción del método*
3. *Análisis a partir de la regresión por curva de demanda*
4. *Resultados*
5. *Agradecimiento*
6. *Conclusiones*
7. *Referencias*

Nombre de Autor (es)

Correo Electrónico de Correspondencia al Autor

Referencias

Formato de Originalidad



Managua, Republic of Nicaragua _____ de ____ del 20_____

Entiendo y acepto que los resultados de la dictaminación son inapelables por lo que deberán firmar los autores antes de iniciar el proceso de revisión por pares con la reivindicación de ORIGINALIDAD de la siguiente Obra.

Artículo (Article):

Firma (Signature):

Nombre (Name)

Formato de Autorización



Managua, Republic of Nicaragua ____ de ____ del 20____

Entiendo y acepto que los resultados de la dictaminación son inapelables. En caso de ser aceptado para su publicación, autorizo a Ecorfan-Republic of Nicaragua difundir mi trabajo en las redes electrónicas, reimpresiones, colecciones de artículos, antologías y cualquier otro medio utilizado por él para alcanzar un mayor auditorio.

I understand and accept that the results of evaluation are inappealable. If my article is accepted for publication, I authorize Ecorfan-Republic of Nicaragua to reproduce it in electronic data bases, reprints, anthologies or any other media in order to reach a wider audience.

Artículo (Article):

Firma (Signature)

Nombre (Name)

Revista Investigaciones Sociales

Análisis de la situación actual de las principales minas del Cantón Zaruma y su influencia en el desarrollo turístico, Provincia de El Oro, 2017

NUGRA-BETANCOURTH, Mónica Alexandra, GUERRERO-JIRÓN, Juan Ramiro & CALLE- IÑIGUEZ, Melissa Paulina
Universidad Técnica de Machala

El mercado San Francisco de Quito, ejemplo práctico de beneficio Turístico-Social

SUÁREZ-VELASCO, Jenny Elizabeth, PALADINES, Gustavo Vladimir & ECHÁRRI-CHÁVEZ-Maite
Universidad de las Fuerzas Armadas

El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador

MULLO, Esther, CÓRDOVA, Mentor & MENDOZA, Efren

Los claroscuros en la operación de los consejos escolares de participación social en escuelas secundarias públicas urbanas

MÁRQUEZ, Lorena, MADUEÑO, María Luisa, PÉREZ, Dulce Daniela & CHAPARRO, Itzel Yaressy
Instituto Tecnológico de Sonora

Posicionamiento y sostenibilidad, contribución a la competitividad de destinos turísticos

PARRA-CÁRDENAS, Alexandra Verónica, CEVALLOS-ORTEGA, Fanny Lucía & CISNEROS-MUSTELIER, Lourdes
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Turismo sensorial y agroturismo: Un acercamiento al mundo rural y sus saberes ancestrales

LANDETA-BEJARANO, Nathalie, VÁSQUEZ-FARFÁN, Brusela & ULLAURI-DONOSO, Narcisa
Universidad Estatal Península de Santa Elena

Valoración de la infraestructura y servicios turísticos en la Comuna Salanguillo para su adecuado aprovechamiento y desarrollo

REYES- BORBOR, Ronny, LINZAN- RODRÍGUEZ, Soraya, TIGRERO-GONZÁLEZ, Félix
Universidad Estatal Península de Santa Elena

