

Revista Latinoamericana de Difusión Científica



Volumen 5 - Número 9
Julio – Diciembre 2023
Maracaibo – Venezuela

Gestión turística y calidad de vida en la comuna de Bajo Alto de Ecuador

DOI: <https://doi.org/10.38186/difcie.59.18>

Jorge Armando Zambrano-Campoverde *

Luís Octavio Señalín-Morales **

Luís Ramiro Aguilar-Ordóñez ***

Mario David Tello-Mendoza ****

RESUMEN

La conversión de las potencialidades turísticas en habilidades para el mejoramiento de la calidad de vida, pasa por las acciones que pudieran emprender las comunidades, las organizaciones y la propia población, fortalecidas desde lo que significa la gestión turística, oportuna y adecuada. Siendo así, el estudio que origina este artículo busca cumplir con el objetivo de describir la situación actual de la gestión turística en relación con la calidad de vida de los habitantes de Bajo Alto, El Guabo-Ecuador. La investigación es de tipo aplicada y descriptiva, pues se trata de valorar las oportunidades que representa el turismo para una comunidad que no tiene muchas opciones a la hora de elegir las actividades económicas y productivas en la búsqueda de una mejor calidad de vida. Desde el punto de vista operacional, el estudio está sustentado en la aplicación de dos cuestionarios: por una parte a los dirigentes de la comunidad Bajo Alto, allegados a la actividad turística de la zona; y, por otro lado, a quienes la visitan en calidad de turistas. En general se logra visibilizar las necesidades principales que debe cubrir la gestión turística para convertirse en una opción real para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

PALABRAS CLAVE: Turismo, Gestión turística, Calidad de vida, Potencial turístico, Habilidades.

*Integrante del equipo de Investigación sobre *Características Socioeconómicas de la población Pesquera Artesanal del perfil costero de la provincia de El Oro, período 2019-2020*, en la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0062-4895>. E-mail: jzambrano@utmachala.edu.ec

**Profesor Titular en la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2287-3534>. E-mail: lsenalin@utmacha.edu.ec

***Docente Titular de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Integrante del Grupo de Investigación "Calidad de vida de la Comuna de Bajo Alto, El Oro". ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0564-0934>. E-mail: Iraguilar@utmachala.edu.ec

****Profesor Titular en la Universidad Técnica de Machala, Ecuador. ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0062-4895>. E-mail: mtello@utmachala.edu.ec

Recibido: 26/03/2023

Aceptado: 11/05/2023

Tourism Management and Quality of Life in the Commune of Bajo Alto in Ecuador

ABSTRACT

The conversion of tourism potential into skills for improving the quality of life, involves actions that communities, organizations and the population itself could undertake, strengthened from what timely and adequate tourism management means. Thus, the study that originates this article seeks to fulfill the objective of describing the current situation of tourism management in relation to the quality of life of the inhabitants of Bajo Alto, El Guabo-Ecuador. The research is of an applied and descriptive type, since it is about assessing the opportunities that tourism represents for a community that does not have many options when choosing economic and productive activities in the search for a better quality of life. From the operational point of view, the study is supported by the application of two questionnaires: on the one hand, to the leaders of the Bajo Alto community, close to the tourist activity in the area; and, on the other hand, to those who visit it as tourists. In general, it is possible to make visible the main needs that tourism management must cover to become a real option to improve the quality of life of the inhabitants.

KEY WORDS: Tourism, Tourism management, Quality of life, Tourism potential, Skills.

Introducción

El turismo es ahora una industria global que involucra a cientos de millones de personas en todo el mundo. La Organización Mundial del Turismo (2020) estimó que para el año 2019 hubo más de 1.500 millones turistas, particularmente viajeros que, a su vez, producen una dinámica económica positiva promotora de empleos directos e indirectos. Cientos de millones de personas se encuentran en el extremo receptor de la actividad turística, ya que viven en lo que se denominan áreas de destino, en supuestas poblaciones receptoras. De esta manera, se puede decir que cuando se estudia el turismo y su impacto en la calidad de vida de las zonas con potencial turístico, se está contribuyendo al desarrollo sostenible y sustentable de países como Ecuador, en donde existen regiones y comunidades que requieren el apoyo que pueden aportar los estudiosos de estos temas.

En ese orden de ideas, las posibilidades de desarrollo turístico en cualquier lugar, están asociadas a las acciones de las comunidades y organizaciones que habitan en esa zona, se trata de gestionar adecuadamente los recursos turísticos para que obtener mejores resultados a la hora de su aprovechamiento social. Comprender el concepto de gestión es un gran desafío para los directivos de las organizaciones turísticas. Las tendencias globales cambian la perspectiva de la gestión turística al dar la dimensión estratégica de nuevos modelos de gestión aplicables a las organizaciones.

Para González et al. (2014), la gestión es una innovación moderna significativa, una revolución en sí misma y un producto de la revolución industrial moderna, es decir, la revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones. La gestión es una actividad enfocada a lograr un objetivo específico y predeterminado, pero también se trata de gestionar las actividades de otras personas y finalmente medir los resultados. La gestión turística tiene que ser consciente de estos requisitos al intentar cumplir la misión organizativa, la cuestión de los fundamentos de la gestión y, por último, la cuestión de la medición de los resultados algo, especialmente importante en el vocabulario de la gestión turística.

En cuanto al contexto del que se ocupa esta investigación, la comuna de Bajo Alto es un sitio perteneciente a la parroquia Tendales del cantón El Guabo de la provincia de El Oro, que es uno de los principales atractivos turísticos por sus playas, junto con el balneario Jambelí. El esquema 1 presenta las costumbres y culturas del Sitio Bajo Alto, de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Tendales (2015).

De acuerdo al INEC, Bajo Alto para el año 2010 tenía una población total de 5.707 personas, de las cuales 4.198 pertenecen a la Población Económicamente Activa. Las personas se dedican a las actividades agrícola, ganadera, silvícola, pesquera y turística. A esto se suma el comercio que suma la fuerza laboral del lugar. La mayoría de ingresos económicos provienen de la actividad pesquera, bananera, cacaoera, camaronera, y en menor medida la turística, originado por la presencia de haciendas bananeras, fincas cacaoeras, camaroneras, y el balneario, dando lugar que la fuerza laboral sea estable.

Esquema 1. Costumbres y cultura de Bajo Alto

Lugar	Costumbre/cultura	Observación
Bajo Alto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turismo ▪ Fiestas religiosas ▪ Campeonatos de fútbol ▪ Campeonato de fútbol femenino 	Eventos realizados los fines de semana

Nota: Tomado de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Tendales (2015)

De cualquier manera, para esta comunidad es muy importante la diversificación de las fuentes de ingresos y el turismo es una de las oportunidades que se muestra como posibles de ser concretadas a partir de acciones que puedan conjugar, las organizaciones orientadas a los negocios de carácter turístico, las instituciones estatales que pueden apoyar esas organizaciones y, la propia comunidad, cuyos integrantes encuentran en las labores derivadas del sector turístico, una fuente importante de empleos, sostenibles, y de calidad, en relación con el ingreso que pueden percibir.

1. Bases Teórico-Referenciales

1.1. Turismo

El análisis teórico de lo que se entiende por turismo tiene ya una larga trayectoria y ha permeado varios ámbitos de especialización en las ciencias sociales, particularmente en la sociología y la economía. Para los sociólogos, el turismo representa un fenómeno complejo que puede impactar sobre los procesos culturales y las formas en que las comunidades asumen las transformaciones que conlleva la dinámica turística. Desde esta disciplina, el turismo tiene un carácter transversal y multidimensional que difícilmente admite una sola mirada, para la sociología, hay que tener una visión holística, si se quiere comprender las diferentes caras que tiene la actividad turística y sus implicaciones (Gómez, 2020).

Para de Juan et al. (2006), el turismo es un estudio del hombre alejado de su hábitat habitual, de la industria que responde a sus necesidades y de los impactos que tanto él como la industria tienen para los entornos socioculturales, económicos y físicos de acogida.

Esto significa que quien realiza una valoración del potencial turístico que puede tener una comunidad, como Bajo Alto, por ejemplo, debe tomar en cuenta la perspectiva de quienes visitan la zona, pues en la opinión de los visitantes, se pueden encontrar las pistas necesarias para mejorar la oferta de negocios asociada a la atención de los turistas y, a la gestión de los recursos con que cuenta la comuna.

En ese orden de ideas La Organización Mundial de Turismo considera que se puede hablar de turistas, cuando se trata de personas se trasladan fuera de su lugar de residencia habitual, por un periodo temporal y, cuyo viaje, es distinto al ejercicio de una actividad remunerada desde el lugar visitado (OMT, 2008). De esta manera, los turistas pueden distinguirse de los excursionistas en tales definiciones, ya que un excursionista es alguien que visita y se va sin pernoctar en un destino. Sin embargo, hoy en día es relativamente común que los dos términos se combinen e incluso, es más frecuente que se utilice el termino, visitante, para referirse a aquellas personas que viajan solo por placer y por periodos cortos de tiempo.

1.2. Gestión Turística

A medida que viajar por placer se convirtió en una actividad importante, surgieron los destinos y la gestión turística. Según Cañada y Murray (2019), las nuevas formas de transporte, como el ferrocarril en el siglo XIX y la carretera a mediados del siglo XX, vincularon las regiones generadoras de turismo con los centros turísticos. Esta nueva dinámica de relaciones interculturales, propicia una gran cantidad de procesos que activan las organizaciones sociales, los actores económicos y, por supuesto, las instituciones oficiales que ven en la gestión de los destinos turísticos, una potencial fuente de recursos para la inversión pública.

Con el tiempo, debido a factores como la proximidad geográfica a las regiones generadoras y la ventaja climática, surgieron destinos y áreas turísticas particulares que se hicieron populares entre los visitantes. Esta popularidad se mantuvo gracias a las visitas que volvieron los turistas, así como al marketing de las atracciones del resort. Una serie de cambios, como los relacionados con las motivaciones de los visitantes, el transporte y la renta disponible, y además las consecuencias negativas del turismo en el destino, llevaron,

durante un período más prolongado, a que algunos centros turísticos decayeran como atracciones turísticas.

Un enfoque geográfico importante de la planificación y gestión del turismo son los destinos turísticos. Es aquí, en los destinos, donde los turistas se encuentran e interactúan con la comunidad local y el entorno local. Para Lalangui et al. (2017), esta interacción genera impactos en la población local, el medio ambiente y también en los propios turistas. Estos impactos pueden ser beneficiosos en relación, por ejemplo, con la economía local y con la calidad de vida de la población que recibe a los visitantes. Sin embargo, para Orgaz y Moral (2016), el encuentro entre los turistas y el destino que visitan también puede provocar, por ejemplo, daños al medio ambiente local. Es en relación con estos impactos que se enfoca gran parte de la planificación y gestión del turismo.

Ahora bien, teóricamente, La gestión turística se preocupa por las formas de gestionar los recursos para el turismo, la interacción de los turistas con los recursos físicos y la interacción de los turistas con los residentes de las zonas turísticas (Cruz, 2019). Este enfoque de la gestión del turismo se ocupa principalmente de los impactos del turismo en las áreas de complejos turísticos o destinos turísticos. Es en tales áreas donde el lado de la oferta del turismo, interactúa con el lado de la demanda, a menudo resumido como el lado del mercado, pero compuesto por turistas, agentes de viajes, operadores turísticos, operadores de transporte, turismo juntas y promotores turísticos.

En gran medida, es posible decir que la gestión del turismo es aquello en lo que los planificadores turísticos están, o deberían estar, comprometidos. En términos prácticos, la gestión del turismo se preocupa por los procedimientos para influir en cinco variables que son las siguientes: ubicación, tiempo, acceso, productos y educación. Middleton y Hawkins (1998) sugirieron en relación con la ubicación que puede haber muy pocos o demasiados visitantes y negocios turísticos en un destino en particular. En relación con el tiempo, indicaron que puede haber demasiados o muy pocos visitantes en lugares particulares en momentos concretos del día, la semana o el mes. Indicaron que el acceso se relaciona con la relativa facilidad o dificultad y el costo asociado de llegar a los lugares elegidos. Indicaron que podría haber demasiados o muy pocos productos en una ubicación en particular y tal vez falta de infraestructura para respaldar ciertos productos. La educación se preocupa por

la conciencia del comportamiento acumulativo de los visitantes y las empresas turísticas y la conciencia de los deseos de los residentes para el destino.

Así mismo, La gestión del turismo se centra en formas y medios para influir en las elecciones de los visitantes sobre la ubicación, el acceso, el momento y la provisión de productos, y para desarrollar comprensión y conocimiento. Influir en las elecciones de los visitantes implica, formas de persuadir a los turistas y a las empresas turísticas de que cambien voluntariamente su comportamiento natural, donde el comportamiento natural es lo que las personas hacen cuando ejercen sus instintos y elecciones en una sociedad libre (Benseny, 2009). Cambiar este comportamiento puede requerir incentivos seleccionados, u obligar a las personas y empresas a cambiar mediante la imposición de regulaciones, controles, impuestos o sanciones de varios tipos.

Una gran preocupación en relación al uso de influencias y controles selectivos es tener la información relevante para tomar las decisiones adecuadas. La información para la focalización y el seguimiento a nivel local es vital. Sin embargo, gran parte de la planificación y gestión en los campos de recreación y turismo parece tener lugar sin la información requerida. Es necesario comenzar el proceso de planificación recopilando información sobre el tema en cuestión. Para Aucancela y Velasco (2021) este proceso debería implicar la realización de una investigación proactiva de amplio alcance y, en particular, la consulta con las partes interesadas, lo que luego permite tomar una decisión basada en la información recopilada como una parte importante de la gestión del turismo.

1.3. Turismo y Calidad de Vida

El enfoque holístico del turismo hace imperativo que se incluya, la calidad de vida de los residentes locales y cómo se ve afectada por las actividades turísticas. Un destino turístico que impacta, positivamente en el buen vivir de sus residentes puede mantener la oferta de experiencias turísticas de alta calidad, mientras que, un desarrollo turístico que deteriora la calidad de vida de la población local, contradice la esencia de una gestión turística, socialmente pertinente (Gordziejczuk, 2016). Así, el concepto de calidad de vida tiene que ver con comprender la satisfacción percibida de las personas con las circunstancias en las que viven.

Para León y Reyes (2020) las actividades turísticas pueden afectar la calidad de vida de una comunidad que ha adoptado el desarrollo turístico a través de impactos sociales, económicos, culturales y ambientales. Es lógico que las comunidades con perfil turístico, perciban sus actividades, como una oportunidad para abrir negocios, mejorar las opciones de empleo y, en consecuencia, incrementar los ingresos familiares. En otras palabras, el turismo se transforma en una alternativa para el desarrollo económico y socio comunitario para los espacios locales.

Igualmente, como concepto multidimensional, la calidad de vida de los residentes se ve afectada por las actividades turísticas. Sánchez et al. (2020), considera que estos impactos son tanto negativos como positivos y tienen implicaciones significativas para los responsables de la formulación de políticas y los organismos turísticos. Más importante aún, estos impactos tienen un costo, en particular en la población local que actúa como anfitriona de los turistas. La percepción positiva del turismo por parte de los residentes es un factor crítico en la satisfacción del turista y es vital para una industria turística exitosa.

Un anfitrión con buena voluntad es un componente importantísimo para una industria del turismo sostenible. Dos modelos clave de desarrollo turístico, el modelo Irridex de Doxey y el modelo del ciclo de vida del área turística de Butler, describen la dimensión extrínseca que se relaciona estrechamente con el desarrollo turístico y las reacciones de la comunidad. El modelo Irridex de Doxey sugiere que las actitudes de los residentes hacia el turismo pueden pasar por una serie de etapas, desde la euforia, pasando por la apatía y la irritación hasta el antagonismo, ya que los costos percibidos del turismo superan los beneficios. Estas etapas progresivas y el modelo de ciclo de vida del área turística de Butler están estrechamente vinculados (Ramírez, 2020).

En suma, se puede decir que existe un paralelismo entre las reacciones de la comunidad y, el desarrollo de la gestión turística. El crecimiento del turismo en forma masiva, sin duda requiere una atención especial de sus impactos comunitarios, de manera que, los residentes, perciban positivamente las actividades del turismo, adecuando sus acciones para un mejor aprovechamiento social de las potencialidades de la comunidad. Por lo tanto, es imperativo que la investigación académica continúe desempeñando un papel fundamental en la mejora de la calidad de vida de los residentes, turistas y otras partes interesadas importantes en términos de marcos de medición, políticas y dirección.

En congruencia con estas ideas, algunos autores debaten acerca de la emergencia del turismo comunitario como expresión de esa vinculación necesaria entre las acciones de los anfitriones, el ambiente de la comunidad y, el desarrollo local. El turismo comunitario, de acuerdo a Shiguango et al. (2021), se convierte en una alternativa para generar recursos económicos para las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas y otras que se encuentran dentro de una nación, que les sirve para obtener ingresos adicionales con la finalidad de proteger sus recursos culturales y naturales.

Los principales desafíos de este tipo de turismo que relaciona la gestión turística, la calidad de vida y el desarrollo, incluyen la capacidad local, el marketing y la viabilidad económica. Sin embargo, como se ha propuesto ampliamente, son los métodos y técnicas de implementación los que están en el centro del éxito o el fracaso de las empresas. Para algunas comunidades locales, el turismo puede ser una fuerza impulsora del desarrollo general, y para otras puede causar efectos negativos. Palomino et al. (2016), señalan que en este contexto, la participación de la comunidad local se vuelve fundamental para incrementar los beneficios del turismo y minimizar los impactos negativos.

2. Procesos metodológicos

La investigación cuyos resultados alimentan este artículo relacionada con el programa de desarrollo turístico para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Bajo Alto, El Guabo, 2020, es de tipo aplicada, descriptiva y de campo, puesto que estudia una situación específica y se ejecuta desde un paradigma socio crítico. Su objetivo general es describir la situación actual de la gestión turística en relación con la calidad de vida de los habitantes del contexto estudiado con la perspectiva de valorar las oportunidades que representa el turismo para esta localidad.

En cuanto a la obtención de la información para la ejecución de la investigación se apoya en el análisis crítico de las fuentes que permiten la efectiva construcción del marco teórico derivada de autores que han estudiado a profundidad los temas relacionados con el objeto de estudio. De esta manera se revisan artículos científicos de las bases de datos de Scopus, Scielo, ISI Web, Latindex, entre otras. Igualmente libros de texto sobre el tema central y el campo de acción de la investigación de la base de datos E-libros y de los repositorios de varias universidades latinoamericanas y, en especial de Ecuador.

En el contexto práctico de la investigación, se realiza un trabajo de campo que incluye la aplicación de dos cuestionarios con opciones de respuestas múltiples, que permiten obtener la opinión de dos grupos poblacionales relacionados con el tema. Por un lado, se recoge la perspectiva de 11 dirigentes principales de la comuna de Bajo Alto, en relación con la actividad turística de la localidad, sus potencialidades y su realidad actual. Luego se obtiene la valoración de 384 de los visitantes, respecto a los servicios turísticos que ofrecen en la comuna y la forma en que están siendo gestionados. La determinación de la muestra, en este caso se realizó de forma intencional, pues se encuestó a los turistas que visitaron la comuna durante el proceso que duró la etapa práctica del estudio.

En lo que respecta a la organización, presentación y análisis de los resultados, se opta por la construcción de cuadros de frecuencia simple que muestran las tendencias de respuestas de los grupos encuestados. La intención es que la descripción muestre los paralelismos positivos que se pueden establecer entre las actividades turísticas, su gestión y el impacto en la mejora de la calidad de vida de los residentes de Bajo Alto, esto, en congruencia con lo que significa la satisfacción de los visitantes de la localidad.

3.Resultados y discusión

Presentar y describir los resultados de la investigación en cuanto a la aplicación de los cuestionarios es una tarea que implica los procesos de los métodos teóricos conocidos como: analítico-sintético y, inductivo-deductivo. En otras palabras, no se trata únicamente de la presentación de cuadros con porcentajes de respuestas que, a simple vista, pueden no representar la realidad a la que se refieren. De fondo, se busca la caracterización de situación a la que se enfrentan los directivos y dirigentes de organizaciones sociales de la zona, así como, la percepción de los visitantes respecto a la forma en que se gestiona esa situación.

En definitiva, por un lado se separa, es decir, se analizan las opiniones de residentes y visitantes, para hacer una síntesis constructiva de ambas visiones. Por otra parte, se deducen ciertas valoraciones de estos resultados, partiendo de los fundamentos teóricos del estudio, para perfilar, o inducir, los lineamientos que deberían regir, una mejor gestión de los recursos turísticos en Bajo Alto, a la luz de sus beneficios en la calidad de vida de los habitantes que hay allí. Considerando esta reflexión, en lo que sigue se presentan algunas

tablas de frecuencia, que muestran las respuestas de los dirigentes encuestados al tema de las motivaciones de los turistas y los servicios que se ofrecen para los visitantes, algo medular para una gestión turística exitosa.

Tabla 1. *Motivaciones preferentes para el turista*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
La playa	5	45,45%
Ocio y relajación	2	18,18%
Gastronomía	4	36,36%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

Sobre las motivaciones preferentes para el turista, el 45,45% de los encuestados consideran que la gastronomía del lugar es uno de los mayores atractivos para que el turista visite el balneario Bajo Alto, el 36,36% indican que la playa es la característica para promover el turismo y el 18,18% piensan que el ocio y la relajación es otra alternativa que toman en consideración los turistas para visitar el lugar. Por lo que es conveniente, promover la gastronomía así como la playa como elementos para posicionar los atractivos naturales de Bajo Alto.

Tabla 2. *Calificación sobre el manejo del recurso playa*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Malo (1)	5	45,46%
Regular (2)	2	18,18%
Bueno (3)	4	36,36%
Muy bueno (4)	0	0,00%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

La calificación dada al manejo del recurso playa es de malo por el 45,46% de los entrevistados, el 36.36% la considera como bueno, el 18.18% como regular. Lo que evidencia un manejo deficiente del recurso playa por las autoridades y organismos responsables.

Tabla 3. *Tipo de servicios turísticos en Bajo Alto*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Alimentación	5	45,45%
Alojamiento	4	36,36%
Guías turísticos	0	0,00%
Transporte	1	9,09%
Información	1	9,09%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

Sobre los tipos de servicios turísticos en Bajo Alto, el 45,45% dijeron que lo que sobresale en Bajo Alto es la alimentación, el 36.36% indicaron el alojamiento, el 9,09% comentaron la información sobre las actividades turísticas y, otro 9,09%, destacó el transporte existente que facilita la llegada de visitantes y turistas. Habiendo una variedad de servicios a disposición de las personas que acuden al balneario.

Tabla 4. *Tipo de establecimientos de esparcimiento para visitantes*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Discotecas	3	21,43%
Instalaciones deportivas	1	7,14%
Bares	7	63,63%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al 63,63% de los encuestados, los bares son los establecimientos con mayor presencia para el esparcimiento de los visitantes, el 21.43% señalaron a las discotecas y el 7.14% comentaron que las instalaciones deportivas. Según estos resultados, hay una alta preferencia de los visitantes por los bares y discotecas lo que sugiere la necesidad de fortalecer esta área de negocios para atraer cada vez, un mayor número de turistas al balneario Bajo Alto.

Tabla 5. *Servicio de internet público*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	6	54,55%
No	5	45,45%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

El 54.55% señalaron que en Bajo Alto sí existe el servicio de internet público, el 45.45% dijeron que no. Estos últimos argumentaron su respuesta, alegando, sobre todo, que la cobertura es limitada y de baja calidad, impidiendo generar un mejor servicio al turista, así como generar mayor contenido publicitario en redes sociales por parte de dirigentes y emprendedores para atraer a los turistas a visitar este balneario.

Tabla 6. Servicio higiénicos público

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	3	21,43 %
No	8	78,57%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

El 78.57% señalaron que el acceso al servicio higiénicos públicos es limitado para el número de turistas que visitan el balneario, en cambio un 21.43% dijeron que si existe este servicio, pero que debería ser mejorado para dar una mejor imagen turística a los visitantes. Este resultado muestra que deben articularse las acciones de la comunidad organizada y de los entes gubernamentales para ofrecer mejores opciones sanitarias, algo primordial para quienes visitan en calidad de turistas la zona.

Ahora bien, además de los servicios turísticos que se prestan por parte de las organizaciones socioeconómicas e instituciones públicas, se indagó entre los dirigentes, la opinión que les merece la situación actual de las actividades turísticas en general, para poder diagnosticar las potencialidades o carencias del sector. Las tablas 5 y 6 y, sus respectivos análisis se refieren a este tema.

Tabla 7. Situación actual turística en Bajo Alto en cuanto a su planeación

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Planificada	4	36,36%
Caótica	7	63,64%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

El caso de la situación actual turística en Bajo Alto es caótica de acuerdo al 63.64% de los entrevistados, en cambio para el 36.36% ha sido planificada. Situación que debe ser

analizada y socializada, para que el turismo se convierta en un elemento importante para el desarrollo social y económico de la comunidad de una manera planificada y controlada.

Tabla 8. Calificación de la oferta turística

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Malo (1)	2	18,18%
Regular (2)	5	45,46%
Bueno (3)	4	36,36%
Muy bueno (4)	0	0,00%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

La oferta turística en la comunidad Bajo Alto es considerada como regular por el 45,45% de los entrevistados, el 36,36% piensa que es buena, el 18,18% como malo. Aunque la mayoría percibe positivamente la oferta turística, se observa un buen número de dirigentes y directivos que no están conformes con la situación actual y consideran, en consecuencia, que se deben realizar acciones para mejorar para los servicios.

Por otra parte, en la aplicación del cuestionario a los visitantes de Bajo Alto, se obtuvo una panorámica general de la manera en que estos actores, valoran la oferta, los servicios y la gestión del turismo en la comuna. Parte de los resultados de este cuestionario, se muestra en las tablas 9, 10, 11 y 12.

Tabla 9. Medio de comunicación utilizado para enterarse de Bajo Alto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Periódico	2	2,00%
Radio	7	7,00%
Televisión	14	14,00%
Redes sociales	60	60,00%
Amistades	17	17,00%
Total	100	100.00%

Fuente: elaboración propia

Los medios de comunicación utilizados por los visitantes para enterarse del balneario Bajo Alto son: 60,00%% por medio de redes sociales, el 17,00% a través de recomendaciones de amistades o conocidos, el 14,00% por televisión, el 7,00% la radio y el 2,00% el periódico. Debiéndose invertir en publicidad y promoción a través de los medios tradicionales, sin descuidar los digitales, para posicionar al balneario como destino turístico.

Tabla 10. Razones para visitar balneario Bajo Alto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Facilidad de acceso	30	30%
Variedad de servicios	10	10%
Publicidad	10	10%
Sugerencia de amigos	50	50%
Total	100	100.00%

Fuente: elaboración propia

Entre las razones que tuvieron los visitantes para acudir a Bajo Alto, el 50% dijo que sus amistades sugirieron el lugar, el 30% dijeron que la facilidad de acceso, el 10% por publicidad y otro 10% por la variedad de servicios. Se observa que las sugerencias de amistades es el mayor motivo para visitar el balneario, por lo que los organismos competentes deberían de invertir más en publicidad por medio de medios tradicionales y digitales para posicionar a Bajo Alto como destino turístico.

Tabla 11. Servicios a mejorar en el balneario Bajo Alto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Alimentación	2	2,00%
Baños públicos	3	3,00%
Actividades recreacionales	2	2,00%
Establecimientos de alojamiento	2	2,00%
Señaléticas en el balneario	3	2,00%
Señalética de acceso en la vía	2	3,00%
Vías de acceso	9	9,00%
Seguridad	76	76,00%
Total	100	100.00%

Fuente: elaboración propia

Entre los servicios a mejorar en Bajo Alto, el 76,00% de los visitantes señalaron a la seguridad del lugar, el 9,00% dijeron que las vías de acceso podrían estar en mejores condiciones, el 3,00% consideran que los baños públicos deben ser mejorados en su higiene y presentación, otro 3,00% indicaron que el balneario debería contar con mayor señalética, 2,00% debe haber mayor presencia de señalética en las vías de acceso, el 2,00% mencionaron un mayor número de establecimientos de alojamiento, el 2,00 y, un 2,00% dijeron que se debería optimizar la alimentación y recreación de manera respectiva. Observándose que la seguridad es la variable con mayor evaluación negativa por parte de los visitantes y, hacia allí, deberían orientarse los esfuerzos en la gestión turística.

Tabla 12. Calificación del balneario con relación a calidad de oferta turística según visitantes

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Excelente	20	20,00%
Muy buena	45	45,00%
Buena	27	27,00%
Mala	5	5,00%
Muy mala	3	3,00%
Total	100	100.00%

Fuente: elaboración propia

El 45,00% de los encuestados calificaron como muy buena la relación entre calidad y oferta turística, el 27,00% como buena, el 20,00% piensa que es excelente, el 5,00% la calificó como mala y el 3,00% como muy mala. Se observa un alto nivel de satisfacción por parte de los visitantes, quienes en su gran mayoría la califican entre excelente y muy buena a la calidad y oferta turística del balneario Bajo Alto, sin embargo, existen bajos niveles de inconformidad que podrían ser mejorados para dar una mejor atención en los servicios turísticos a los usuarios que acuden al lugar en búsqueda de descanso y esparcimiento.

Por último, entre los resultados, se presentan las 13, 14 y 15, con sus análisis, referidas a los aspectos inherentes a la relación que establecen los habitantes de la comuna, entre la gestión de los recursos turísticos y su calidad de vida, esto, en boca de los dirigentes y directivos de las organizaciones que fueron encuestados.

Tabla 13. Mejora económica de comunidad por crecimiento turístico de Bajo Alto

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Si	10	90,91 %
No	1	9,09%
Total	11	100

Fuente: elaboración propia

El 90.91% de los entrevistados señalaron que el crecimiento de las actividades turísticas ha traído mejora económica de la comunidad quienes han sacado adelante emprendimientos y servicios para cubrir las necesidades de los turistas. El 9.09% señala que el turismo no ha traído crecimiento turístico. Se observa que la mayoría de entrevistados están de acuerdo que el turismo ha repercutido de manera positiva en lo económico para la comunidad.

Tabla 14. *Beneficios de la actividad turística para la calidad de vida comunitaria*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
De acuerdo	8	72,72%
Desacuerdo	0	0,00%
Poco de acuerdo	3	27,28%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

El 72,72% de los entrevistados indicaron que la actividad turística se convierte en un elemento importante para mejorar la calidad de vida de los habitantes de Bajo Alto, el 27,28% en cambio demostraron estar poco de acuerdo. Por lo que se entiende que la actividad turística genera ingresos económicos para sus habitantes, quienes deben de desplegar emprendimientos que fomenten el turismo, convirtiéndose en un mecanismo para generar ingresos económicos para mejorar la calidad de vida de sus familias.

Tabla 15. *Sugerencias para los responsables del turismo*

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Responsabilidad de la comunidad	3	27,27%
Capacitar a la comunidad	2	18,18%
Socializar proyectos	1	9,09%
Mejorar servicios básicos	1	9,09%
Ninguna	4	36,37%
Total	11	100.00%

Fuente: elaboración propia

El 36,37% de los entrevistados no sugirieron ningún tipo de actividad a las autoridades turísticas, el 27.27% consideran que el turismo es una responsabilidad de la comunidad de Bajo Alto, el 18.18% señalaron que se debería capacitar a la comunidad, el 9.09% solicitan socializar proyectos turísticos para estar preparados a apoyar estas iniciativas, otro 9.09% consideran que se debe de mejorar los servicios básicos para una mejor atención a los turistas. Sugerencias a ser tomadas en cuenta por parte de las autoridades y representantes de los organismos turísticos.

En general, vistos en una perspectiva amplia, los resultados que se arrojaron los diferentes cuestionarios, muestran una sintonía entre ellos, a pesar de tener encuestados de diferentes perfiles. Tanto los directivos y dirigentes como los visitantes han coincidido en la evaluación positiva del turismo como una herramienta para el desarrollo local. Se trata de

un sector que por su complejidad, requiere la participación y las acciones de todos los actores, incluyendo a las instituciones publicas que tienen a su cargo, buena parte de la infraestructura que puede apoyar un desarrollo sostenible y sustentable del turismo en esta comuna.

Conclusiones

Como se ha podido constatar en el análisis documental que sirve para construir la fundamentación teórica de este artículo, el turismo se ha convertido en una de las alternativas fundamentales que tienen los países como Ecuador de diversificar sus ingresos económicos y apuntalar las políticas públicas que están orientadas a la superación de la pobreza en muchas regiones con un perfil más rural que urbano. Es vital, eso, si, que las comunidades organizadas, el sector público y, por supuesto, las poblaciones receptoras del turismo, se comprometan de manera protagónica en las acciones que requiere el negocio turístico como empresa.

En el análisis situacional realizado en la comuna de Bajo Alto Bajo Alto ha mostrado que, además de ser una de las playas más visitadas de la provincia de El Oro por ser el único balneario continental de la zona, con una extensión de 600 metros de largo. Cuenta con una oferta turística importante que ha venido evolucionando en la medida en que los prestadores de servicios, la comunidad organizada y la población en general, ha encontrado en los visitantes, un fuente de ingresos atractiva, en función de la dinámica económica local y la ampliación de las oportunidades de empleo para los locales.

No obstante, a pesar de haber consolidado una oferta turística relativamente variada, en la localidad persisten algunos problemas como el de la seguridad que se ofrece a los visitantes, que representa una amenaza para la consolidación del sector. Los visitantes, normalmente son personas que se trasladan a este tipo de destinos, manejando cierta cantidad de dinero y es fundamental que no sientan ningún riesgo porque eso puede disminuir la cantidad de visitantes, al tiempo que se reproduce en mala publicidad. Igualmente, es necesario que se gestione de mejor manera el tema de los servicios sanitarios, dado que el diagnostico muestra algunas carencias al respecto.

Ahora bien, dado que la gestión turística es cada vez más especializada, es importante que los organismos del Estado Ecuatoriano, se enfoquen en la formación de

personas con habilidades y conocimiento en cuanto al trato con los turistas y la apertura de negocios en el área. Gestionar va de la mano con planificar y, algunos de los informantes manifestaron que la actividad turística tiende a manejarse de manera azarosa, lo que le resta posibilidades de convertirse en una herramienta para el desarrollo comunitario a mediano y largo plazo. Se trata de consolidar un conjunto de personas con una visión completa del turismo como actividad económica, sin que eso implique la explotación indiscriminada de los recursos naturales con que cuenta la zona.

Referencias

Aucancela, B., & Velasco, V. (2021). Gestión turística como herramienta de desarrollo sostenible de la microcuenca del río Chimborazo, cantón Riobamba. *Chakiñan*, 1(13), 102-116.

Benseny, G. (2009). El turismo como estrategia de desarrollo en territorio litoral. Cuestiones socio-institucionales. *Aportes y Transferencias*, 13(1), 27-66.

Cañada, E., & Murray, I. (2019). *Turistificación global: Perspectivas críticas en turismo*. Barcelona: Icaria Editorial.

Cruz, E. (2019). *Gestión de destinos turísticos*. Madrid: Editorial Elearning.

De Juan, C. R., De Prada, M., Gray, A., Marcé, P., & Nieto, E. (2006). *Temas de turismo. Manual para la preparación del Certificado Superior de Español del Turismo de la Cámara de Comercio de Madrid*. Madrid: Editorial Edinumen.

Gómez, L. (2020). Nuevos retos y competencias en la sociología del turismo. *Athenea Digital*, 20(3), 1-20. Obtenido de <https://raco.cat/index.php/Athenea/article/download/10.5565-rev-athenea.2634/468759/>

González, J., García, L., Lucero, C., & Romero, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento y Gestión*, 1(36), 109-135.

Gordziejczuk, M. A. (2016). *Turismo, calidad de vida y espacio de ocio: primeras reflexiones y aportes geográficos para su estudio en Argentina*. La Plata, Argentina: IV Jornadas del Doctorado en Geografía - Universidad Nacional de La Plata.

Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. J. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.

León, R., & Reyes, M. V. (2020). Percepción de actores locales respecto al turismo rural como estrategia de desarrollo. Caso parroquia Malacatos, Ecuador. *Revista Científica Ecociencia*, 7(3), 1-33.

Middleton, V., & Hawkins, R. (1998). *Turismo sostenible: una perspectiva de marketing*. Londres: Butterworth-Heinemann Editores.

OMT. (2008). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Glosario de términos de turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OMT. (2020). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de El turismo internacional sigue adelantando a la economía global: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolidasu-crecimiento-en-2019>

Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*(31), 1-19.

Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*(30), 6-37.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Tendales. (2015). *Fase: Diagnóstico*. El Guabo: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Tendales.

Ramírez, O. (2020). Hacia un replanteamiento del modelo de irritabilidad de Doxey con base en las actitudes del residente local hacia el visitante. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 8(22), 1-23.

Sánchez, L., Martínez, D., & Parra, D. (2020). Determinación del producto turístico basado en ecoturismo por medio de la potencialidad: Caso parroquias rurales de Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *Revista de Investigación de la Ciencia Turística*, 1(14), 7-23.

Shiguango, L. D., Espín, C. G., Olivo, J. J., & Pinta, M. I. (2021). Modelo de gestión para los centros de turismo comunitario del cantón Archidona. *Explorador Digital*, 5 (2), 74-100.

Conflicto de interés

Los autores de este manuscrito declaran no tener ningún conflicto de interés.

Copyright

La *Revista Latinoamericana de Difusión Científica* declara que reconoce los derechos de los autores de los trabajos originales que en ella se publican; dichos trabajos son propiedad intelectual de sus autores. Los autores preservan sus derechos de autoría y comparten sin propósitos comerciales, según la licencia adoptada por la revista.

Licencia Creative Commons

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

