



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

TESIS DE GRADO

LA CULTURA TURÍSTICA DE TRANSPORTISTAS DE TAXIS Y MOTOTAXIS EN LA PARROQUIA ATACAMES, CANTÓN ATACAMES

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS

AUTOR

MARCELINO QUIÑÓNEZ AYOVÍ

ASESORA

MGT. ISABEL CRISTINA MALDONADO ROMÁN

Esmeraldas, agosto de 2024

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de Tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS.

Presidente Tribunal de Graduación

Mgt. Freddy Betancourt Aguilar

Lector 1

Mgt. Freddy Betancourt Aguilar

Lector 2

Mgt. Elías Salazar Donoso

Director de Escuela

Mgt. Cristina Mendoza Macías

Director de Tesis

Mgt. Isabel Cristina Maldonado román

Fecha: Esmeraldas, agosto de 2024

Autoría

Yo, MARCELINO QUIÑÓNEZ AYOVI, portador de la cedula de ciudadanía N° 0801701616, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi propia autoría, respetando las diferentes fuentes de información, realizando las debidas citas correspondientes.

Marcelino Quiñónez Ayoví

CI: 0801701616,

Dedicatoria

A mis padres por su apoyo desinteresado, a mi amada esposa e hijos quienes han sido la mayor fuente de inspiración para mis éxitos por quienes luché día a día para dejar el legado de un buen hombre que siempre luché para ser cada vez mejor. A mis profesores quienes con su conocimiento impartidos me supieron guiar para llegar a ser un hombre productivo para nuestra sociedad en beneficio de nuestra provincia y país.

Quiñónez Ayoví Marcelino

Agradecimiento

Gracias a Dios por permitirme estar con salud y vida para poder superar todos los obstáculos que se presentaron en este largo trajinar y finalmente alcanzar la meta más deseada lograr el título; a la Universidad Católica Sede en Esmeraldas, por entregar excelentes profesionales en beneficio propio y de la sociedad, a la comunidad de Atacames por las facilidades brindadas en el desarrollo de esta importante investigación.

Índice General

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	ii
Autoría	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice General.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
Resumen Científico.....	ix
Scientific Abstract.....	x
INTRODUCCIÓN	1
Presentación del tema de investigación.....	1
Planteamiento del problema	2
Justificación.....	4
Objetivos.....	5
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	7
1.1. Cultura turística.....	7
1.1.1. Definiciones de Cultura Turística.....	7
1.1.2. Componentes de la Cultura Turística	11
CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	21
2.1. Tipo de estudio	21
2.2. Definición conceptual y Operacionalización de la variable	21
2.3. Métodos	22
2.4. Técnicas e instrumentos	22
2.5. Población y muestra	23
CAPITULO III: RESULTADOS.....	25
CAPITULO IV: DISCUSIÓN.....	31
CAPITULO V: CONCLUSIONES	34
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición conceptual y Operacionalización de la variable	21
Tabla 2 Criterios para determinar el nivel de conocimientos	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Conocimientos históricos de la provincia Esmeraldas que poseen los encuestados	25
Figura 2 Conocimientos acerca de la geografía de la provincia Esmeraldas que poseen los encuestados.....	26
Figura 3 Conocimientos acerca de los recursos naturales y culturales de la provincia Esmeraldas que poseen los encuestados	27
Figura 4 Conocimientos que poseen los encuestados acerca de las repercusiones positivas que pueda ocasionar el turismo.....	28
Figura 5 Conocimientos que poseen los encuestados acerca de las repercusiones negativas que pueda ocasionar el turismo.....	29
Figura 6 Conocimientos que poseen los encuestados acerca de las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos	30
Figura 7 Valores y actitudes asociados a la cultura turística que expresan poseer los encuestados	¡Error! Marcador no definido.

Resumen

Demostrar cultura turística en los diferentes servicios que se brindan en un destino, favorece la sostenibilidad de la actividad turística, en este ámbito, el principal contacto que tiene un turista es el transportista. Desde esa perspectiva, esta investigación fue realizada en la parroquia Atacames del Cantón Atacames, con el objetivo general de analizar la cultura turística de transportistas de taxis y mototaxis de esta parroquia, los que fueron tomados como población del estudio. Se llevó a cabo un estudio cuantitativo con un alcance descriptivo y un diseño no experimental transaccional. Para la recogida de información se empleó la técnica de la encuesta aplicando un cuestionario. Sus resultados fueron: existe buen nivel de conocimientos históricos de la provincia Esmeraldas; pero existe nulo nivel de conocimiento acerca de los elementos de la geografía de esta provincia y de las repercusiones negativas que pueda ocasionar el turismo; así como, nivel regular de conocimiento de los recursos naturales y culturales de la provincia, de las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos y de las repercusiones positivas que ocasiona el turismo. Por otro lado, según los transportistas encuestados, en el momento de brindar sus servicios sí muestran valores y actitudes positivas; brindan sus servicios con constancia, disciplina, honestidad, orgullo, respeto y responsabilidad; actuando con vocación, amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición y profesionalismo. Teniendo en cuenta estos resultados se llega a la conclusión de que no existe una cultura turística sólida en el grupo estudiado de transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames. A pesar de esta cultura turística presentar fortalezas en los valores y actitudes, se ve afectada por presentar debilidades en su dimensión conocimientos.

Palabras clave: Cultura turística, conocimientos, valores, actitudes

Abstract

Demonstrating tourist culture in the different services provided in a destination favors the sustainability of tourist activity, in this area, the main contact that a tourist has is the carrier. From that perspective, this research was carried out in the Atacames parish of the Atacames Canton, with the general objective of analyzing the tourist culture of taxi and motorcycle taxi drivers of this parish, which were taken as the study population. A quantitative study was carried out with a descriptive scope and a transactional non-experimental design. To collect information, the survey technique was used by applying a questionnaire. Their results were: there is a good level of historical knowledge of the Esmeraldas province; but there is no level of knowledge about the elements of the geography of this province and the negative repercussions that tourism may cause; as well as a regular level of knowledge of the natural and cultural resources of the province, of the techniques and methods in the operation of tourist services and of the positive repercussions caused by tourism. On the other hand, according to the transporters surveyed, when providing their services they do show positive values and attitudes; They provide their services with consistency, discipline, honesty, pride, respect and responsibility; acting with vocation, kindness, courtesy, efficiency, disposition and professionalism. Taking these results into account, it is concluded that there is no solid tourist culture in the studied group of taxi and motorcycle taxi drivers of the Atacames parish. Although this tourist culture presents strengths in values and attitudes, it is affected by presenting weaknesses in its knowledge dimension.

Keywords: Tourist culture, knowledge, values, attitudes

INTRODUCCIÓN

- **Presentación del tema de investigación**

Como señalan Caballero (2011) y Esquivel et al. (2021) el término Cultura Turística se incluyó en el año 1992 en el ámbito del desarrollo turístico, “a partir de la necesidad de incluir nuevos elementos al termino de conciencia turística, adoptando el fundamento del turismo sustentable” (Esquivel et al., 2021, p. 55). En ese entonces, se llevaron a cabo los primeros análisis sobre la importancia de informar a los habitantes y proveedores turísticos sobre la necesidad de mejorar la actitud anfitriona (Caballero, 2011)

Para la Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2014) decir cultura turística es hacer referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar (párr.5)

Por tal razón, “En cualquier destino turístico es imprescindible que los anfitriones y visitantes practiquen la formación y la cultura turística para la optimización y fortalecimiento del turismo”. (González & Castro, 2013, p. 78). Igualmente, se hace preciso para el logro de la satisfacción del cliente. En este sentido, Caballero (2011) opina que el “ambiente turístico de una localidad, derivado de la formación y la participación individual y social de los individuos, estará sustentado en un clima especial de cordial hospitalidad, calidad y competitividad, y se orientará a tener turistas totalmente satisfechos” (párr. 17). Mientras que Hernández (2015) plantea que es necesario que los anfitriones o la comunidad receptora desarrollen una cultura turística en la que su comportamiento, sus actitudes y la forma de tratar y atender al turista se encaucen hacia el desarrollo del turismo con enfoque sustentable y que con esa forma de atención se obtenga la satisfacción de las expectativas de los visitantes.

Por consiguiente, “el objetivo de la Cultura Turística es garantizarle al visitante una buena experiencia de viaje y asegurar el bienestar de la comunidad local” (Terry, 2024, párr. 2). Para el logro de dicho objetivo “es indispensable que cada individuo haga conciencia de sus

actitudes ante el visitante, y posteriormente transforme paulatinamente los malos hábitos” (Caballero, 2011, párr. 18).

Se puede afirmar entonces, que “la cultura turística es de gran ayuda e importancia para que el sector turismo funcione con enfoque sustentable” (Hernández, 2015, p. 81). Por tanto, la cultura turística debe asumirse “como una herramienta esencial, por los gestores del destino, para garantizar el profesionalismo que se requiere para prestar servicios turísticos de calidad. (Terry, 2024, párr. 3). En este sentido Rodríguez y Ramírez (2021) como se cita en Ojeda et al. (2023) enfatizan que

Se debe fortalecer la cultura turística tanto en los anfitriones como en los visitantes para generar un ambiente apropiado y mejorar el desarrollo turístico, a través de la práctica o experiencia, las actitudes, las costumbres, debiendo existir el compromiso con la gestión del destino, para el sostenimiento de los recursos (p. 52)

- **Planteamiento del problema**

A nivel de Latinoamérica, en algunos destinos como México se han realizados estudios sobre cultura turística ante la necesidad de concienciar a la población y visitantes sobre el buen uso de los recursos turísticos y también que los residentes valoren que el turismo es importante para el progreso de su territorio y la sostenibilidad de este (Armendariz, 2018, p. 2) . Igualmente en Colombia se destaca la presencia de proyectos hacia el trabajo con fomento de la cultura turística en niños (Díaz y machado, 2016)

Siguiendo esta tendencia regional, En Ecuador, actualmente se ha mostrado interés por el estudio y fomento de la cultura turística. Benavides (2021) enfatiza que

El Ecuador al ser una potencia turística por poseer una diversidad de recursos, atractivos turísticos, cultura, historia (...), se convierte en deber de los ciudadanos conocer sobre la información turística y cultural más importante del lugar donde habitan para que forme parte de su educación general y así poder reflejar una Cultura Turística (p. 48)

En el país se ha enfatizado en la educación y capacitación para fortalecer la cultura turística, mediante programas, en niños; destacándose en la Región Amazónica del Ecuador el Puyo

(Fernández, 2018) y Misahualli (Benavides, 2021). Se demuestra la presencia de la relación entre la ausencia de cultura turística y la ausencia de educación y capacitación apropiada.

Pero, a pesar de existir evidencias de trabajo educativo con los niños, en las escuelas, según Benavides (2021) en el país, “desde las entidades gubernamentales no han existido directrices que fomenten la Cultura Turística en los estudiantes desde el nivel básico hasta el nivel de bachillerato (...) no está desarrollada una cultura turística desde temprana edad” (p. 49 y 51) Igualmente, en el país se desarrollan programas para los habitantes de las comunidades en general. Se destaca también el Puyo (Fernández, 2020).

En otro orden de ideas, refiriéndose a la falta de cultura turística en Ecuador por desconociendo y protección de los atractivos, García (2024) afirma que en el país “todavía no existe una cultura turística comprometida con proteger lo que realmente nos hace especiales: nuestra biodiversidad única, y la amalgama de culturas y patrimonios de nuestro territorio” (párr. 2).

Atacames, destino turístico de sol y playa en la provincia de Esmeraldas, se encuentra entre los más visitados del Ecuador. En este destino se prioriza el transporte de visitantes, en taxis y mototaxis. El uso de este medio se incrementa durante los fines de semanas y los feriados, hecho que dinamiza la economía de un amplio sector productivo de la localidad. A su vez se destaca que esta actividad se realiza como un medio de subsistencia, que le permite a transportistas de taxis y mototaxis de este destino turístico, generar ingresos económicos para el sustento familiar.

La relación que se establece entre el visitante y el habitante residente en el lugar durante el recorrido en taxis y mototaxis es motivo de preocupación en las instituciones estatales, privadas y otros sectores sociales que intervienen, por el impacto que genera y la influencia posterior para la afluencia al destino y su sostenibilidad. Al darse la relación entre el primer contacto que es el transportista y el visitante, se han podido presenciar en el sitio hechos que demuestran que no existe el compromiso de aportar en una relación respetuosa, ni de hospitalidad que favorezca la permanencia del visitante en el destino; incurriendo en incumplimiento de normativas y reglamentos. Esto ocasiona múltiples quejas y reclamos del visitante; así como, enfrentamientos con el transportista que brinda servicios.

Este comportamiento observado por parte de algunos conductores de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames tributa en contra de la cultura turística. Unido a estos hechos negativos, no se tiene evidencia de que este segmento haya sido formado o haya recibido la orientación adecuada sobre normas de comportamiento que reflejen conocimiento y aplicación de valores.

Lo descrito genera desconfianza e inseguridad en el visitante que en algunos casos afecta negativamente en su aprovechamiento de las bondades del recurso turístico de Atacames y su satisfacción total. A su vez, se frena la posibilidad de visitas futuras, lo que iría en detrimento de incrementar los viajes hacia el destino y con ello a la no dinamización de la economía y sostenibilidad de este.

Ante esta realidad anteriormente descrita se plantea la siguiente pregunta de investigación, para dar respuesta en el estudio: ¿En qué situación se encuentra la cultura turística de los transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames?

- **Justificación**

El transporte en diferentes épocas ha sido parte fundamental para “el desarrollo económico de un país, convirtiéndose en un componente clave del desarrollo turístico” (Vladimir & Valencia, 2016, párr. 4). Bajo esta premisa se hace necesario conocer la cultura turística que poseen los transportistas de taxis y mototaxis del destino Atacames, ello se convierte en una herramienta de gran importancia para el fomento de la atención de calidad que deben recibir los turistas por ser estos el primer eslabón de la cadena de servicios que recibe el visitante al arribar a un destino turístico.

Los resultados de la investigación beneficiarán a los transportistas de taxis y mototaxis del destino Atacames. Este estudio será la herramienta que oriente a este sector para que hagan conciencia que ellos son el primer contacto con los turistas y que deben estar capacitado para brindar una buena orientación al visitante y se conviertan en promotores para fomentar el turismo en la comunidad.

A su vez, se beneficiarán con la investigación los visitantes de destino turístico Atacames. Una vez capacitados los conductores de taxi y mototaxi serán capas de recibirlos con educación,

cordialidad y amabilidad, pero sobre todo podrán orientarlos en todos sus requerimientos para la tranquilidad y seguridad que necesita el turista.

Los beneficios estarán dirigidos también a los directivos del sector en el municipio. Esta investigación también le servirá al departamento de turismo del municipio a los empresarios y operadores turísticos, porque será una herramienta que le muestre cual es la deficiencia que existe en el primer eslabón de contacto que tiene el visitante cuando llega a un lugar; poniendo en su conocimiento que los taxistas y mototaxistas capacitados marcarán la diferencia al brindar una buena atención y que incitará al visitante a volver a este destino turístico. Les servirá de información importante para que este sector sea tomado en cuenta como una prioridad para que se lo pueda capacitar y dotarlos de todos los conocimientos básicos para que brinden un excelente servicio.

Igualmente, la comunidad del destino saldrá beneficiada con los resultados de la investigación. Con estos resultados la comunidad de Atacames hará conciencia de la importancia que tiene poseer cultura turística; porque esto le permitirá valorar y conservar sus recursos naturales y sobre todo brindar una atención de calidad al turista para que este sea multiplicador y la comunidad local puedan recibir beneficios sociales culturales y económicos que le permitan el progreso.

En resumen, se justifica la investigación realizada, el hecho de que con ella, se genera información de gran importancia con relación al recurso humano del servicio turístico de la transportación para la planificación y creación de proyectos y programas de concienciación que mejoren las competencias respecto a la acogida, comunicación y buen trato al turista; es decir, practicar cultura turística para minimizar los impactos desfavorables e incrementar el flujo de turista local, nacional y extranjero a este destino turístico.

- **Objetivos**

Objetivo General

Analizar la cultura turística de transportistas de Taxis y Mototaxis de la Parroquia Atacames, Cantón Atacames.

Objetivos Específicos

1. Determinar los conocimientos que poseen transportistas de Taxis y Mototaxis de la Parroquia Atacames, con respecto a la actividad turística, la historia, la geografía, los recursos naturales y culturales de la provincia de Esmeraldas.
2. Identificar los valores y actitudes que muestran, en la oferta de sus servicios, transportistas de Taxis y Mototaxis de la Parroquia Atacames.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teórico – científicas

1.1.1. Cultura Turística. Definición. Generalidades

Varias son las definiciones que se han dado al concepto cultura turística. En la literatura se aprecian varios autores que hacen referencia a ella relacionando los componentes que la forman; la satisfacción del visitante y los beneficios que comunidad receptora / anfitriona recibe con ella. A continuación, se citan estos autores.

De acuerdo con Sánchez (2008) como se cita en Díaz y Machado (2016) “La cultura turística es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico, que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas” (párr. 20).

Para González y Castro (2013) como se cita en Ojeda et al. (2023) la cultura turística es

El conjunto de actitudes, el conocimiento de la actividad y la percepción de la comunidad para entender y revelar los significados y emitir juicios valorativos, reflejando el nivel de conciencia turística que puede influir en la actitud positiva o negativa frente al turismo, evidenciando un comportamiento responsable o irresponsable (p. 52)

Por su parte, Rauda (2017) alega que la cultura turística son los conocimientos y valores que poseen anfitriones del destino y los turistas que, con su práctica y una variedad de actitudes y costumbres, promueven el desarrollo de la actividad turística. Ante todo, requiere el compromiso y el respeto por las necesidades de turistas y anfitriones.

A su vez, en la literatura se encuentran otros autores que definen a la cultura turística desde la óptica del trato hacia el cliente, a través de la manifestación de actitudes efectivas. Se destacan entre estos autores Esquivel et al. (2021) quienes expresan que “la cultura turística es la manera correcta de brindar servicio a los turistas, sin dejar de lado la importancia de la comunidad receptora” (p.55); Hernández (2015) que expone que “tener cultura turística define la manera

de cómo tratar al cliente ya sea en actividades turísticas de servicio de alojamiento, alimentación, aventura, reservas, agencias de viajes, etc.” (pp. 80-81) y finalmente Caballero (2011) que señala que “cultura turística consiste en tener una actitud positiva hacia el visitante y/o turista” (párr. 12)

Muy específicamente, desde una visión más integral, González y Castro (2013) opinan que “La cultura turística representa la dimensión de la cultura general integral del hombre bajo la cual reconoce el turismo como fenómeno socioeconómico históricamente condicionado e integrado al medio ambiente que ocupa y del cual forma parte”. (p.81)

Además de la definición de la cultura turística se hace necesario tener presente qué objetivo se persigue con ella. Al respecto SECTUR (2014) plantea que este objetivo radica en satisfacer a los turistas. Terry (2024) amplía el contenido del objetivo indicando que “es garantizarle al visitante una buena experiencia de viaje y asegurar el bienestar de la comunidad local” (párr. 2). Por consiguiente, para lograr dicho objetivo “es indispensable que cada individuo haga conciencia de sus actitudes ante el visitante, y posteriormente transforme paulatinamente los malos hábitos, para lograr el objetivo básico” (Caballero, 2011, párr. 18).

En relación con el objetivo de la cultura turística, Terry (2024) destaca que los gestores que trabajan en la planificación y desarrollo del destino deben utilizar la Cultura Turística como un instrumento de sensibilización y concienciación que garantice que:

- Se preste un servicio de calidad en toda la cadena de valor.
- Se fortalezca la identidad territorial.
- Se fomente el buen trato al visitante para asegurar su retorno, su recomendación del destino y su fidelización.
- Se tome conciencia sobre el valor del turismo y la importancia de su desarrollo para el territorio.
- Se comprometa a todos los actores implicados en la actividad turística a brindar servicios de calidad.
- Se cree una cultura de planificación que involucre a todas las administraciones con el objetivo de lograr el desarrollo de la Cultura Turística.

Otro aspecto importante para tener en cuenta acerca de la cultura turística, en su análisis es su fundamento. SECTUR (2014) enuncia su fundamento en el modelo de desarrollo sustentable. Esto implica correcta gestión y uso de los recursos (naturales / culturales, materiales, financieros y humanos); logro de la satisfacción del visitante y mayor beneficio para la comunidad receptora. González (2012) apoya estas ideas y argumenta que entre los principios básicos para la gestión local de destinos turísticos sostenibles se debe incorporar la educación de la cultura turística general y especializada.

Como se ha podido evidenciar, en el desarrollo de la cultura turística, un rol importante lo juega la comunidad receptora. Por un lado, esta debe tener conocimiento y preparación para poder participar activamente; en este sentido SECTUR (2014) enfatiza en que “las comunidades deben participar en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para Comprender, Identificarse y participar exitosamente en la actividad turística” (p. 2).

No solo la comunidad debe tener conocimiento y preparación, también debe valorar su cultura, demostrar identidad; con relación a ello Martínez y Bojórquez (2019) exponen que “si la comunidad no valora o conoce sobre la cultura de la región y no la comparte o pone en alto frente a otras personas corre el riesgo de que minimice su valor o se pierda” (p.78). Mientras que Esquivel et al., 2021, enfatiza en que

la comunidad receptora debe habituarse a vivir y convivir de forma cotidiana con los turistas y tratarlos de forma amable. Es necesario que como comunidad receptora conozcan los atractivos turísticos con que cuenta el destino para que se ofrezca información confiable a los turistas, sin necesidad de pedir algo a cambio (p. 57)

1.1.2. Principios de la Cultura Turística

La Dirección Nacional de Turismo MINCETUR (2011) como se cita en Rauda (2017) y Esquivel et al. (2021), declaró diez principios de la cultura turística. Ellos son:

1. Recibir al visitante con calidez y amabilidad
2. Tratar al turista como te gustaría que te traten
3. Ofrecer servicio o apoyo amigable y rápido
4. Interesarse por la capacitación continua
5. Conocer la ciudad o localidad y sus atractivos para ofrecer orientación oportuna y confiable

6. Promover orgullosamente los atractivos de la localidad
7. Cuidar parques, monumentos y zonas de interés de la localidad
8. Comentar con compañeros, amigos y familiares que la atención correcta al turista es tarea de todos
9. No abusar del turista cobrando más o prometiendo lo imposible
10. La mejor cara será siempre una sonrisa: ¡Brinda al Turista una cálida bienvenida!

Terry (2024) igualmente hace referencia a diez principios. Para este autor los principios de la Cultura Turística son:

1. Hospitalidad: cuidar al visitante, que se sienta como en su casa; favorecer ambiente de respeto, amabilidad y la empatía.
2. Servicio: de calidad total, centrado en el cliente en la memorable experiencia que espera de la visita.
3. Conocimiento: prestadores de servicios con profundo conocimiento del destino y de los productos que en él se comercializan para ofrecer al visitante información relevante y de valor.
4. Comunicación: comunicación clara y efectiva, para garantizar comprensión de la información necesaria sobre el destino.
5. Seguridad: destino seguro, aspecto muy valorado por los turistas potenciales al seleccionar el destino y cuando ya se encuentra en él.
6. Preservación: preservar la cultura local, el patrimonio cultural y natural, ante las exigencias de un turista actual con mayor nivel cultural, de conocimiento, formación y conciencia de sostenibilidad
7. Innovación: con el objetivo de ofrecer nuevas experiencias a los visitantes.
8. Sostenibilidad: para preservar el medio ambiente y garantizar que el turismo aporte beneficios al territorio y a la población local.
9. Cooperación: cooperación entre todos los actores comprometidos en el desarrollo de la actividad turística para garantizar un destino auténtico, competitivo y sostenible.
10. Diversidad: ofrecer opciones diversas para satisfacer las necesidades de los visitantes, por ser estos consumidores de múltiples productos

Hernández (2014) señala la importancia de cumplir con los principios de la cultura turística. Estos son importantes

Para que haya una armonía entre anfitriones y visitantes para así lograr una equidad de prestación de servicios y satisfacción tanto para el cliente como para el prestador de servicios. El recibir bien, con calidez, ser amable, sociable, dar servicios de apoyo rápido y con gran confiabilidad, hace un flujo de proceso de servicios que sea coherente, eficaz y eficiente desde el principio hasta el final (p. 80)

1.1.3. Componentes de la Cultura Turística

Para que exista cultura turística es primordial reconocer la participación de las personas que hacen posible la actividad turística y que aportan a su fortalecimiento, manifestándose durante el servicio que brindan a través de varios componentes. De acuerdo con SECTUR (2014) y Rauda (2017) estos componentes son: conocimientos, valores y actitudes.

➤ Conocimientos

El conocimiento es la acción y efecto de conocer. Desde el punto de vista del conocimiento turístico para Medina et al. (2017) y Pai et al. (2019), como se cita en Huaman (2020), “el conocimiento turístico es construir una base de información en cuanto al turismo de manera general, asimismo de los recursos turísticos” (p. 14).

Con relación a los conocimientos, SECTUR (2014) acota que serán los relacionados con las experiencias y preparación de la comunidad receptora o anfitriones para ofrecer servicios de calidad. Estos conocimientos son:

- Históricos
- Geográficos
- Sobre los recursos
- Factores y repercusiones del turismo
- Sobre las características de la nación, región o localidad en la cual se vive
- Técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos.

De esa manera se estará preparando para una relación adecuada con el turista, pudiendo brindar información real según el proceso histórico, actualizada y de calidad, en procura de la satisfacción del turista.

Desde el punto de vista de Martínez y Bojórquez (2019) “es importante tener una buena base de información sobre el lugar en donde se presta el servicio y de esta manera poder cubrir las necesidades del cliente. Pues muchos turistas acuden a los sitios por su historia” (p.80)

Para que la cultura turística funcione con calidad el que presta este servicio debe poseer preparación, conocimientos vigentes y actualizados que permitan interactuar con los turistas (Hernández, 2015, p. 80). O sea, los oferentes deben estar educados; porque, a decir de González et al. (2008) para poder formar la cultura turística, se ha de tomar como un desafío la intervención educativa. Con relación a ello, Martínez y Bojórquez (2019) expresan que

Todo turista llega buscando conocer nuevas culturas, busca indagar por las tradiciones y costumbres, conocer los atractivos principales de la región, la gastronomía; espera recibir calidez, profesionalismo, es por eso que los servidores turísticos, así como la población en general deben estar preparados (p.78)

Todo lo anterior se logra capacitando a los prestadores de servicio. Desde el punto de vista de Caballero (2011) un pilar para ejercer adecuadamente la Cultura Turística es la capacitación. Por su parte, Terry (2024) se refiere a la cualificación de los oferentes. Al respecto enfatiza que

Uno de los requisitos para lograr la calidad total en la prestación de servicios turísticos lo constituye contar con profesionales cualificados. (...) Los nuevos turistas son más exigentes, con mayor nivel cultural, de conocimiento, formación y concienciados con la sostenibilidad (párr. 18 y 20).

Asumir la formación de la cultura turística como una actividad educativa implica en primer lugar una base orientadora de la acción. Precisa, por tanto, que para el sujeto adquiera un significado y un sentido personal en forma consciente, de manera tal que pueda asumir compromiso con el turismo en su espacio de actuación. Supone que se produzca una transformación de las actuaciones negativas en actuaciones positivas que posibiliten una convivencia armónica entre el turismo y las comunidades implicadas. Por ello es necesario proyectar los procesos educativos mediante los cuales se pueda cubrir la formación general de anfitriones y visitantes (González & Castro, 2013)

➤ Valores

El concepto de valor es aplicado al ser humano, sus actitudes y parámetros para conducirse y tomar decisiones. Desde un punto de vista socioeducativo, los valores son considerados referencias, pautas o atracciones que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de otra persona, dan orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social (Santana, 2003).

De acuerdo con SECTUR (2014) y Rauda (2017), los valores que han de estar presentes en la cultura turística son:

- Compromiso:

La palabra compromiso es un sinónimo de obligación, deber o convenio y su significado profundiza más en esa manera de actuar pactada y asumida por cada una de las personas con relación a la meta que se han propuesto alcanzar. Existen muchos tipos de compromisos, pero todos poseen un fin común: cumplir un contrato. (Sartre, 2023)

- Constancia:

La constancia, entendida como valor o virtud, implica que una persona sea responsable y trabaje arduamente para llegar a sus metas. Es un valor que se debe inculcar desde temprana edad para incentivar a los individuos a ser comprometidos y de voluntad fuerte. (Enciclopedia Significados , s.f.)

Constancia significa, firmeza, continuidad y perseverancia en las decisiones y demuestra cuánto esfuerzo está dispuesto a realizar una persona en el logro de lo que aspira. Es decir, ella como valor hace que funcionen la firmeza y la perseverancia, porque es una actitud, un estado de ánimo que empuja a la voluntad a cumplir lo propuesto independientemente de los obstáculos que haya que superar. (Febres, Un Valor para valorarme , 2018)

- Disciplina

La disciplina es el establecimiento de normas y límites para realizar un trabajo eficiente, que debe ser abordado desde el enfoque multicausal. Es decir, la disciplina no es responsabilidad de un solo actor, aspecto o variable, por lo que, se debe analizar la diversidad de aspectos o factores que le afectan (Abarca, 1996).

La disciplina es un hábito que cada persona crea con base a su compromiso, autocontrol, comportamiento y personalidad, porque como individuos planifican, definen sus objetivos y metas y el paso a paso para poder lograrlos. (Broward International University, 2022)

En el escenario turístico es muy importante la disciplina, aplicando reglas y normas de comportamiento para el orden de las actividades y poder generar un buen impacto hacia el consumidor.

- Honradez

La rectitud es un ideal que debe inspirar, orientar y dominar la conducta del hombre; para Séneca era una virtud omniperfecta, absoluta y autónoma, rectitud propia del sabio Estóico - que "tal vez aparece cada quinientos años"- y describe así la semblanza del hombre recto, al propio tiempo sabio y gobernante. (Gutiérrez, 2023)

Honradez es rectitud de ánimo, integridad en el obrar. En esa definición se comprenden dos conceptos inseparables, pero distintos. Propiamente, la rectitud de ánimo es la idea medular de la honradez; en cambio, integridad en el obrar es el santo y seña de la honestidad. (Santín, 2015)

- Respeto

El respeto es un valor elemental para que las relaciones de convivencia y comunicación sean íntegras, útiles y se mantengan en el tiempo, esto es básico para el convivir social y la sostenibilidad de los territorios.

El respeto es el reconocimiento de que algo o alguien tiene valor, que debe ser admirado y querido; es el reconocimiento, a lo distinto, a la dignidad. Consiste en que una persona o colectivo reconozca, tenga consideración, cuidado y aprecio por las cualidades de algo propio o ajeno, que puede ser otra persona, la naturaleza, las leyes, una cultura o país distinto. (Escuela de Familia Moderna , s.f.)

El respeto se puede manifestar desde sí mismo en una escala de valoración hacia las habilidades que se poseen, desde la muestra de cariño hacia los demás, los movimientos corporales que se

muestran cuando se comunica, la actitud ante situaciones de conflictos o algarabía. (Cortázar, 2009)

- Responsabilidad

La responsabilidad es considerada un valor del ser humano, que se caracteriza por la capacidad del individuo de actuar de la manera correcta (o de acuerdo con lo esperado) y comprometerse con propósitos conjuntos. (Escudero et al., 2018)

Responsabilidad tiene que ver con asumir las consecuencias de las decisiones y acciones del individuo. Una persona responsable es la que, respondiendo al llamado de su conciencia, de Dios o de sus semejantes, cumple integralmente las obligaciones que se derivan de sus propios talentos y capacidades y del puesto que ocupa en el espacio social en que se desarrolla. (Febres, Dialnet, 2007)

- Vocación de servicio

De acuerdo con estrada (2018), vocación de servicio significa

Esfuerzo o disposición de mostrar capacidades para ayudar a otros al facilitar el cumplimiento de un proceso o solicitud, y satisfacer una expectativa donde ambos queden agradados por el esfuerzo y el resultado obtenido con probidad, equidad y la solidaridad (párr. 1).

En resumen, es de suma importancia la formación y fortalecimiento de los valores en los oferentes del servicio turístico. “Es determinante tomar muy en cuenta esos valores pues delante del turista se debe tener una disposición positiva de servidor hacia el cliente, hacia sus compañeros y en general, hacia su trabajo” (Hernández, 2015, p. 80). Se debe ofrecer al turista “un trato amable, la buena predisposición para escucharlo y entender sus problemas o inquietudes, en definitiva, el hacerlo sentir “en casa” (Pizzo, 2016; como se cita en Esquivel et al., 2021, p. 80).

➤ Actitudes

Existen muchas definiciones, pero la más acertada en el tema de estudio es la que señala que “Una actitud es la forma en la que un individuo se adapta de forma activa a su entorno y es la

consecuencia de un proceso cognitivo, afectivo y conductual”. (Cabrera, 2018). Es decir que, los oferentes de servicios turísticos deben adaptarse al área de trabajo, respondiendo con su experiencia y conocimiento para una interacción efectiva.

SECTUR (2014) y Rauda (2017) coinciden en expresar que, como resultado de la asimilación de los conocimientos y valores, se deben exteriorizar actitudes en la práctica de la Cultura Turística, tales como:

- Amabilidad:

Amable es quien ofrece cortesía, respeto, simpatía y sensibilidad. La amabilidad debe ser sincera, espontánea y natural de las personas que muestran educación y formación no van de la mano (Rovira, 2023)

Para Emerson (2023) la amabilidad es una fortaleza de carácter que se cimienta en la creencia de que los demás merecen cuidado, atención, afecto y compasión. Este autor hace referencia a que Aristóteles definió la amabilidad como la ayuda hacia el necesitado para beneficiarlo, sin que el ayudante espera a cambio nada, ningún beneficio.

- Cortesía:

Según Araque et al. (2023) ser cortés

Conlleva dar las gracias, decir *por favor*, presentar disculpas, saber esperar, pedir permiso, todo ello de la mejor manera y en los mejores términos de la cordialidad (...) es ser agradecido, condescendiente, altruista, benévolo, colaborador, respetuoso, valiente y hasta silente al momento de escuchar al otro (p. 125-127)

La cortesía es un sistema de normas para conservar el equilibrio, la armonía social. Ella se relaciona con el estilo, un estilo más formal manifiesta una mayor cortesía. (Fraser, 1990)

- Eficiencia:

Facultad para prestar servicios en tiempo y forma al contar con las habilidades y destrezas necesarias. Se entiende como la capacidad de disponer de alguien o de algo para lograr un efecto. (RAE, s/f)

La eficiencia es un criterio que se refiere a la capacidad de para obtener un producto con el uso mínimo de recursos. Esta se mide términos de costos/beneficios, costo/producto y costo/tiempo (Gibson et al., 1983)

- Disposición

Biodic (s.f), recoge dentro de sus definiciones de la palabra disposición el hecho de ser “el estado anímico o actitud que se muestra, especialmente para hacer una cosa o la aptitud para una actividad” (párr. 1)

De acuerdo con Pérez y Gardey (2022) estar a disposición “alude a encontrarse preparado para la realización de una acción o a estar listo para algo” (párr. 9). Para estos autores quedar a la disposición de alguien “demuestra la voluntad de satisfacer sus deseos” (párr. 11)

- Profesionalismo

En palabras de Indeed (2024) profesionalismo es

La manera de desarrollar las actividades en el trabajo con compromiso, responsabilidad y eficiencia, utilizando las herramientas de una formación específica, y respetando las pautas preestablecidas socialmente y en el lugar de trabajo. Es un conjunto de características que demuestran que te sabes conducir según las circunstancias y relacionarte con los demás de manera adecuada. El profesionalismo abarca aspectos que van desde tu manera de vestir hasta tu forma de reaccionar ante los problemas (párr. 3).

Vitez (s.f) como se cita en Martínez y Bojórquez (2019) definen el profesionalismo como “el estricto apego a la cortesía, la honestidad y la responsabilidad cuando se trata de individuos u otras empresas en el entorno empresarial.” (p.81)

1.2. Antecedentes

Mediante indagación previa se seleccionaron estudios que sirvieron de antecedentes a la presente investigación. Ellos son los realizados por: Salas (2012), Antitupa & Vargas (2017), Coral (2019), Huaman (2020), Atoche (2021) y Uriol y Vargas (2022).

Salas (2012) desarrolló un estudio que llevó por título *Cultura Turística de los Prestadores de Servicio de las Posadas de Turismo de Puerto Ordaz, Venezuela*. Formuló como objetivo conocer rasgos de la cultura turística de estos prestadores de servicio. La muestra de estudio quedó constituida por 26 de ellos y 58 huéspedes. A los prestadores de servicio se les aplicaron dos (2) instrumentos: un cuestionario para identificar su nivel de conocimiento sobre geografía, cultura, repercusiones del turismo y administración y operación de servicios turísticos y, una escala para identificar los valores y actitudes relacionados con la actividad turística que éstos poseen. A los huéspedes se les aplicó una escala para conocer si percibían esos mismos valores y actitudes relacionados con la actividad turística en los prestadores de servicios. En general, los resultados permitieron concluir que: el nivel de conocimiento de los prestadores de servicios es regular, ya que si bien en geografía y cultura resultó de sólido a excelente, en repercusión al turismo y administración y operación de servicios turísticos, resultó nulo o escaso; los prestadores de servicio tienen rasgos que evidencian la presencia de valores y actitudes asociadas a la actividad turística y el 100% de los prestadores de servicio y el 94,2% de los huéspedes valoran positiva o muy positivamente la presencia en los prestadores de servicios de rasgos asociados a valores personales y sociales y a actitudes personales asociadas a la cultura turística

Así mismo, Antitupa & Vargas (2017) en su investigación titulada *Cultura turística y su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado 2015*, se trazaron como objetivo determinar el nivel de cultura turística de la población de la ciudad en estudio y su incremento de visita de turistas. El tipo de investigación fue descriptiva, con una población conformada por 3215 personas con una muestra de 344, a quienes se les aplicó un cuestionario. Se concluye que las poblaciones anfitrionas conocen, conservan sus tradiciones ancestrales de la cultura cocama, conocen del desarrollo de las actividades turísticas y los beneficios que genera. El nivel de participación de la comunidad en las actividades turísticas es poca, considerado como un elemento clave y esencial para ellos es necesario que los operadores turísticos incluyan a la población local.

En tanto, Coral (2019) ejecutó una investigación titulada *Evaluación de la cultura turística para desarrollar el turismo en el centro poblado de Sipán del distrito de Zaña – 2018*. Tuvo un enfoque cuantitativo. Como resultado se obtiene que los pobladores del centro poblado Sipán no fomentan o practican el buen trato hacia el turista, carecen de cultura turística, pues sus

conocimientos, valores y actitudes no son los adecuados y tampoco se ha evidenciado preocupación por conservar y/o proteger su patrimonio.

Por otro lado, Huamán (2020) en su investigación con título Cultura turística de los prestadores de servicios turísticos en el balneario de Ancón-2020 se proyectó como objetivo general, determinar el nivel de cultura turística de estos prestadores de servicios turísticos. Para ello se realizó una investigación de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental. La muestra la conformaron 56 prestadores de servicios turísticos. Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos y el cuestionario como instrumento. Se determinó que el nivel de cultura turística de los prestadores de servicios del balneario es medio, ya que los prestadores de servicios conservan los recursos de manera parcial, priorizando el cuidado del malecón, más no de las playas ni del ecosistema; de igual manera sucede con el conocimiento turístico, ya que indican no reconocer todos los recursos que poseen, asimismo se evidencia una sensibilización turística media, debido a la falta de participación en capacitaciones y actividades voluntarias, sea por desmotivación o capacitaciones no continuas por parte de las asociaciones correspondientes.

Por su lado; Atoche (2021) realizó un estudio con el título Cultura turística de los emprendedores del santuario histórico Bosque de Pómac para su desarrollo turístico. Presentó como objetivo general, analizar la cultura turística de los emprendedores del SHBP para su desarrollo turístico. El tipo de metodología empleada ha sido de enfoque cualitativo, con un diseño fenomenológico, tomando una población total de 21 emprendedores y considerando una muestra no probabilística, con un tipo de muestreo no probabilístico intencional, en el que se ha entrevistado a tres representantes de los emprendedores y un experto. Los resultados indican que gran parte de los emprendedores del SHBP, tienen una cultura turística positiva, gran parte de los emprendedores tiene identidad cultural y participación activa en la actividad turística, los programas de capacitación por parte SERNANP son de forma esporádica, lo que dificulta el desarrollo de la cultura turística de los emprendedores.

Mientras que, Uriol y Vargas (2022) en su investigación titulada Cultura turística en los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan, Trujillo, 2022, tuvieron como objetivo describir la cultura turística en estos artesanos. Para ello, realizaron un estudio con enfoque cualitativo, tipo básico y de diseño fenomenológico. Los participantes estuvieron integrados por 5 artesanos y el personal de seguridad del Complejo Arqueológico de Chan Chan, a los que

se aplicó una guía de entrevista. Se obtuvo que la cultura turística de los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan está representada por una buena actitud hacia los turistas, tienen y comparten conocimientos culturales con su familia, turistas y lugareños. Del mismo modo, están involucrados en proyectos destinados a combatir y cuidar los efectos negativos sobre el medio ambiente.

1.3. Marco legal

La investigación tuvo como base legal la siguiente normativa:

- Constitución de la Republica de Ecuador (2008): al analizar la cultura turística de los transportistas de taxis y mototaxis en la parroquia Atacames del cantón Atacames se da cumplimiento a los Art.53, Art.54, Art. 226, Art. 238 y Art.264. En estos artículos básicamente se refieren a las personas, empresas e instituciones que presten servicios en este caso de transporte; lo deberán hacer de calidad y serán responsables de la insatisfacción o daños causado a los usuarios, el estado tomara acciones en beneficio de este y que las entidades públicas serán responsables por el desarrollo del tránsito de sus territorios como le confiere la constitución.

- Ley de Turismo (2002): Art.3; literal (e) que se enfoca en las empresas, instituciones y organizaciones que ofrezcan servicios públicos, y así conocer el nivel de calidad en sus servicios

- Reglamento del transporte terrestre turístico (2014): Art.4 que hace mención sobre las consideraciones de un transporte terrestre turístico en la movilización de personas.

- Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD, (2010): Art.130 incisos segundo y cuarto concordante con el Art 55 literal (f).

Estos artículos se refieren a que los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales tienen toda la potestad para planificar y dirigir el tránsito en sus localidades

CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio

El presente trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo. Para el desarrollo de esta se utilizó el cuestionario como una herramienta, instrumento que se encuentra dentro del paradigma cuantitativo. A la información que se recogió para el análisis de la variable cultura turística se le asignó valores numéricos, los que fueron procesados estadísticamente. A su vez, la investigación tuvo alcance descriptivo, solo se realizó en ella una descripción de la variable en estudio; mostrando sus propiedades, sus características.

El estudio se desarrolló asumiendo un diseño no experimental transversal. No se manipuló deliberadamente la variable cultura turística para su estudio, se analizó tal y cual se estaba manifestando en los transportistas de taxis y mototaxis en la parroquia Atacames; para ello se recabó información en un solo momento.

2.2. Definición conceptual y Operacionalización de la variable

Se midió la variable cultura turística. Para ello se realizó un proceso de Operacionalización de dicha variable, hasta llegar al diseño del instrumento con el que se recogió información. En la Tabla 1 se muestra la Operacionalización.

Tabla 1

Definición conceptual y Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Cultura Turística	Hace referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz	Para la recogida de información se emplea un cuestionario de preguntas cerradas de respuestas múltiples y escala de Likert	Conocimientos	<ul style="list-style-type: none">• Conocimientos históricos que se poseen• Conocimientos Geográficos que se poseen• Conocimientos que se poseen acerca de recursos del turismo• Conocimientos que se poseen acerca de las repercusiones del turismo.• Conocimientos que se poseen acerca de las técnicas y métodos en la

de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser. (Secretaría de Turismo de México, 2012).	Valores	operación de los servicios turísticos <ul style="list-style-type: none"> • Práctica de respeto • Práctica de disciplina • Práctica de honradez • Práctica de constancia • Práctica de orgullo • Práctica de responsabilidad • Práctica de vocación de servicio
	Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Práctica de amabilidad • Práctica de cortesía • Práctica de eficiencia • Práctica de disposición • Práctica de profesionalidad

2.3. Métodos

Se aplicó el método analítico – sintético. Se descompuso la variable cultura turística en sus tres dimensiones: conocimientos, valores y actitudes para analizar cada una de ellas por separado de manera particular. Luego se realiza un análisis en conjunto con el resultado de ambas para llegar características generales de la variable.

2.4. Técnicas e instrumentos

Para la obtención de la información se empleó como técnica la encuesta y dentro de esta se utilizó el cuestionario como instrumento (Anexo A). Este cuestionario estuvo formado por seis preguntas cerradas; las cinco primeras de respuesta múltiple, tributando al cumplimiento del primer objetivo específico y la última, contribuyendo al cumplimiento del segundo objetivo específico, formada por doce ítems de escala de Likert. En dicha escala 5 equivale a totalmente de acuerdo, 4 Moderadamente de acuerdo, 3 ni en acuerdo ni en desacuerdo, 2 moderadamente de acuerdo y 1 totalmente en desacuerdo.

La tabla 4 muestra los criterios que se asumieron para determinar el nivel de conocimientos que posee la población estudiada:

Tabla 2*Criterios para determinar el nivel de conocimientos*

Nivel de conocimiento	Criterio
Nulo	Se conoce menos del 25 % de las opciones presentadas o no se conoce ninguna de ellas
Escaso	Se conoce hasta el 25% de las opciones presentadas
Regular	Se conoce entre el 25 y el 50% de las opciones presentadas
Bueno	Se conoce entre el 60 y el 80% de las opciones presentadas
Excelente	Se conoce más del 90% de las opciones presentadas

2.5. Población y muestra

Se sumió como población para el estudio a los transportistas de taxis y mototaxis que brindan servicio en la parroquia de Atacames, los que suman un total de 427. El cálculo estadístico de una muestra dentro de esta población arrojó un total de 203 individuos. Asumiendo los siguientes valores: $N=427$; $z=1,96$; $e=0,05$; $q=0,5$ y $p=0,5$ dicho cálculo se realizó de la siguiente manera:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{427 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{(427 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{410,0908}{1,065 + 0,9604}$$

$$n = 202,473$$

$$n = 203$$

Debido a la escasez de recursos materiales y financieros, al escaso tiempo con el que se contaba para realizar la investigación; así como, a la casi nula disposición de los transportistas para colaborar en la investigación, que hacía imposible encuestar a los 203 individuos resultantes como muestra, se decide asumir un muestreo no probabilístico por conveniencia dirigiendo la recogida de información hacia los 21 transportistas más accesibles y dispuestos a colaborar.

2.6. Análisis de datos

La información obtenida a través del instrumento aplicado fue procesada y analizada a través de la hoja de cálculo Excel. En esta acción se realizaron cálculos estadísticos de frecuencia y porcentajes. Los datos obtenidos se presentaron en gráficos, incorporados en el presente informe a través de figuras.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

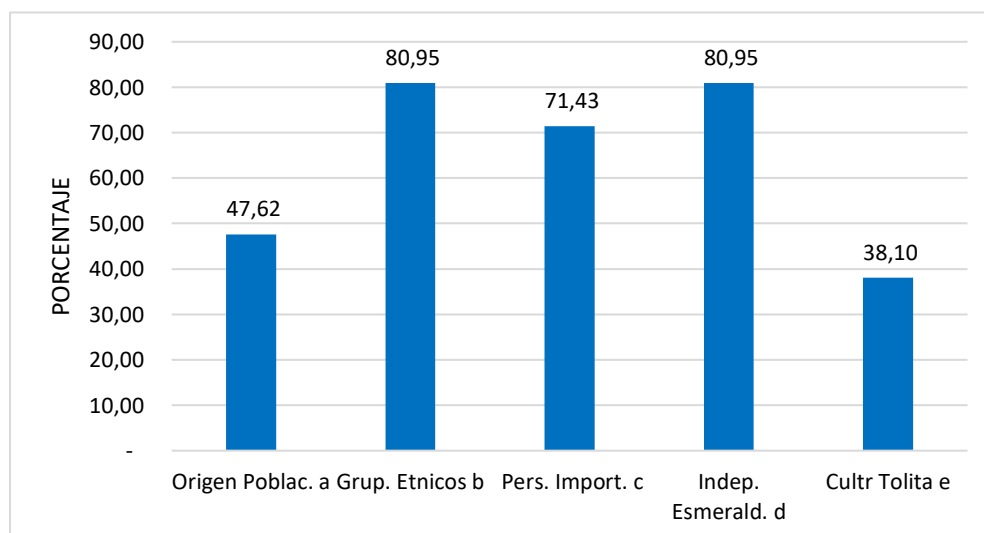
Con relación a los datos sociodemográficos del grupo de transportistas encuestados se obtuvo que el 100 % de ellos pertenece al sexo masculino. Prevalece entre ellos dos rangos de edad: 18-29 y de 30-50 años. Su nivel de estudio se encuentra entre la educación básica con un 66,67 % y el bachiller en un 33,3 %. Solo el 19,05 % de ellos posee formación en el campo del turismo frente a un 80,95 que no la posee; sin embargo, el 61,90 % sí ha recibido capacitación en este campo, ante un 38,10 % que no la ha recibido. En resumen, se puede caracterizar a la población encuestada de la siguiente manera: Son individuos jóvenes pertenecientes al género masculino, con nivel educativo básico con muy poca formación en el campo del turismo, pero sí con capacitaciones en dicho campo.

En el análisis de los conocimientos que posee el grupo de transportistas de taxis y mototaxis que participó en el estudio, se obtuvo lo siguiente:

Acerca de los conocimientos históricos de la provincia Esmeraldas que posee el grupo estudiado, se pudo apreciar que existe buen nivel de estos conocimientos, se conoce el 60 % de las opciones presentadas; destacándose, en la mayoría de los encuestados, tres conocimientos de los 5 analizados. Estos son: grupos étnicos de la provincia, independencia de Esmeraldas como la primera en el país (5 de agosto de 1820 en el cantón Rioverde) y personajes importantes de la historia de Esmeraldas. En la Figura 1 se puede corroborar este resultado.

Figura 1

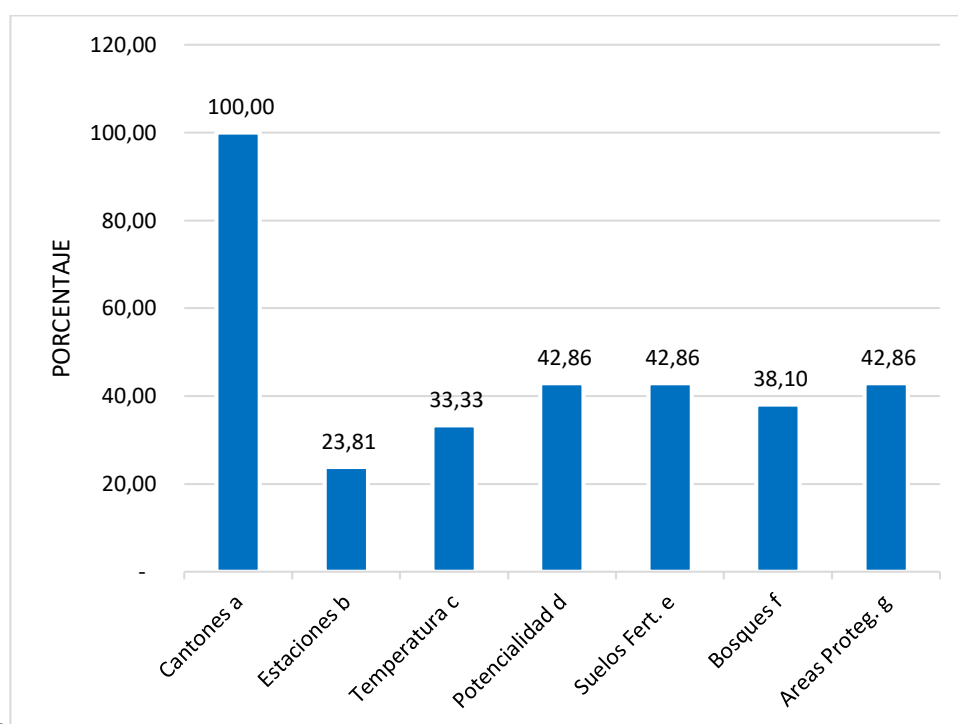
Conocimientos históricos de la provincia Esmeraldas que poseen los encuestados



La Figura 2 muestra el resultado en cuanto a los conocimientos acerca de los elementos de la geografía de la provincia Esmeraldas, que posee el grupo estudiado. Se puede observar que este grupo cuenta con nulo nivel en ellos; se conoce el 7 % de las opciones presentadas, la totalidad de ellos solo poseen uno: la existencia de los cantones de la provincia: Esmeraldas, Rioverde, Eloy Alfaro, San Lorenzo, Quinindé, Atacames y Muisne. Los restantes conocimientos (6) solo están presente en menos de la mitad de los encuestados.

Figura 2

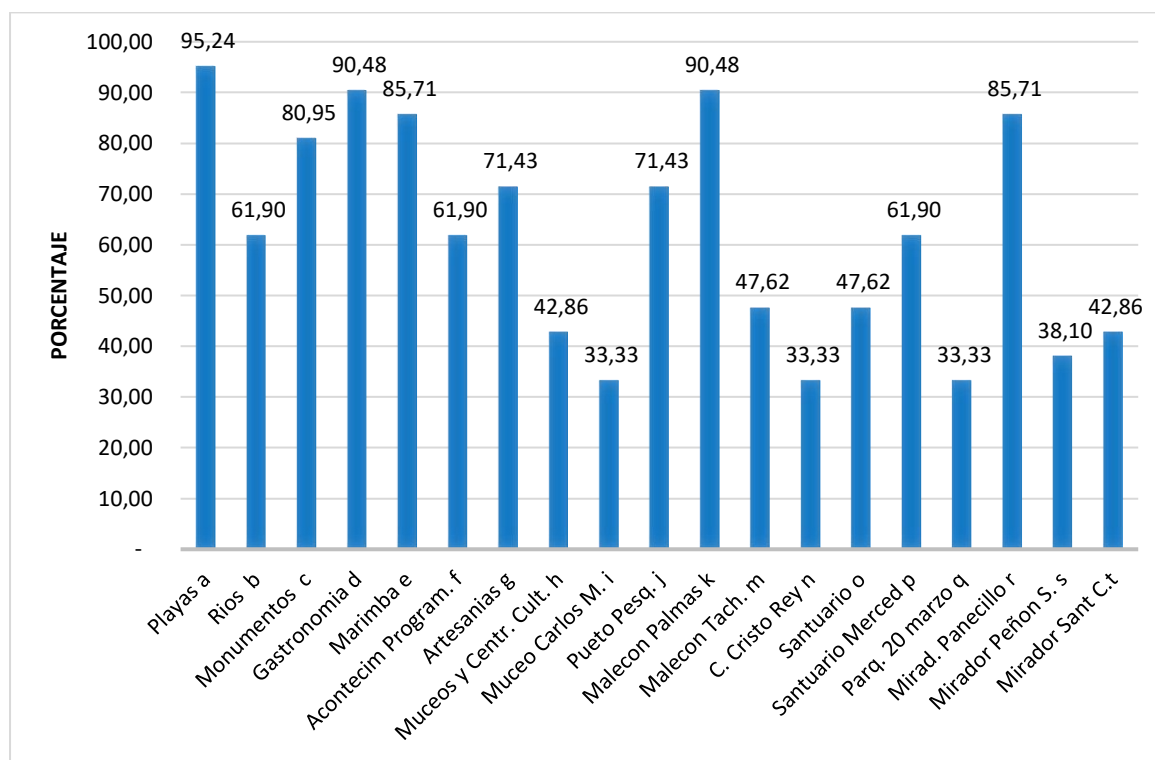
Conocimientos acerca de la geografía de la provincia Esmeraldas que poseen los encuestados



En cuanto al conocimiento de los recursos naturales y culturales de la provincia Esmeraldas, según lo reflejado en la Figura 3, se pudo comprobar que hay un nivel regular de estos conocimientos, se conoce el 58 % de las 19 opciones presentadas, destacándose, en casi la totalidad de los encuestados, los conocimientos de las playas, la gastronomía y el Malecón Las palmas. Los restantes conocimientos (8) solo están presente en menos de la mitad de los encuestados.

Figura 3

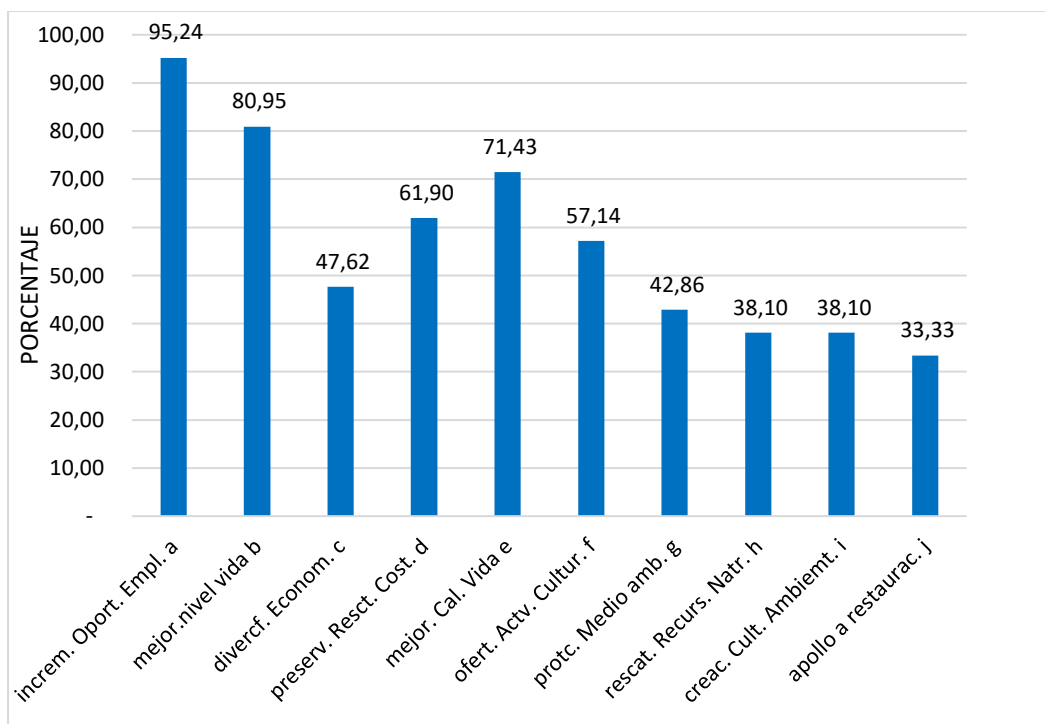
Conocimientos acerca de los recursos naturales y culturales de la provincia Esmeraldas que poseen los encuestados



La Figura 4 presenta los resultados relacionados a los conocimientos que poseen los encuestados acerca de las repercusiones positivas que pueda ocasionar el turismo. Al respecto se puede constatar que hay un nivel regular de estos conocimientos, se conoce el 40 % de las 10 opciones presentadas, destacándose, en casi la totalidad de los encuestados, los conocimientos en cuanto a que el turismo proporciona incremento de las oportunidades de empleo, que contribuye a la mejora de los ingresos y nivel de vida y mejora la calidad de vida. La otra parte de los conocimientos (6) solo están presente en menos de la mitad de los encuestados

Figura 4

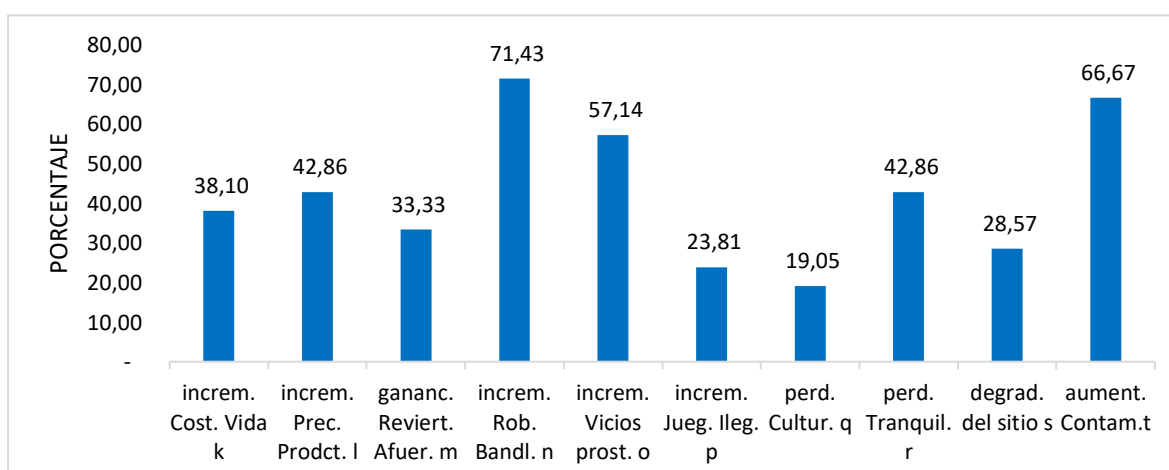
Conocimientos que poseen los encuestados acerca de las repercusiones positivas que pueda ocasionar el turismo



Acerca de los conocimientos que poseen los encuestados referente a las repercusiones negativas que pueda ocasionar el turismo, a través de la Figura 5 se puede conocer la existencia de un nivel nulo de estos conocimientos, solo se conoce el 20 % de las 10 opciones presentadas, destacándose, en casi la totalidad de los encuestados, los conocimientos de que el turismo proporciona incremento de los robos / vandalismo y que proporciona aumento de la contaminación ambiental. Los restantes conocimientos (8) solo están presentes en menos de la mitad de los encuestados.

Figura 5

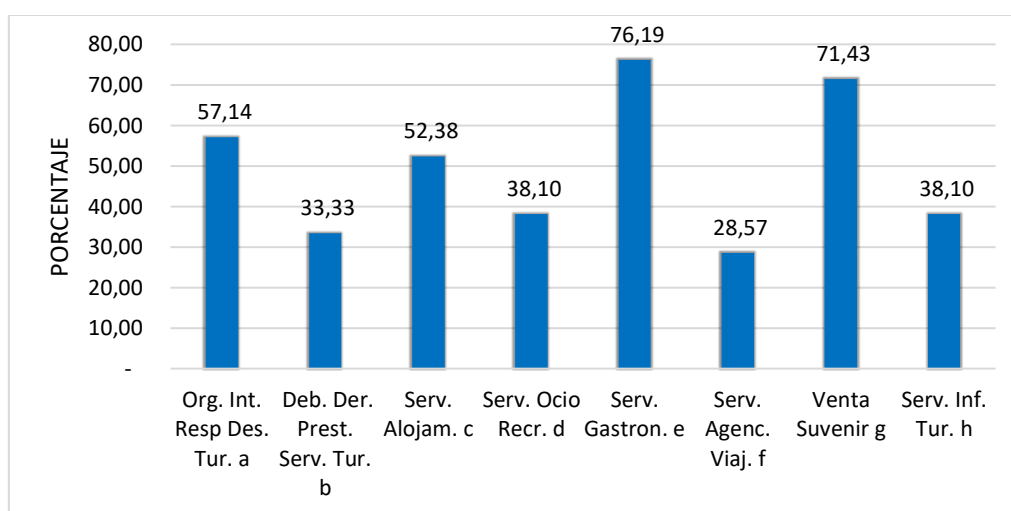
Conocimientos que poseen los encuestados acerca de las repercusiones negativas que pueda ocasionar el turismo



Sobre los conocimientos que poseen los encuestados acerca de las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos, se pudo conocer que existe un regular nivel de estos conocimientos, solo se conoce el 50 % de las opciones presentadas; destacándose, en la mayoría de los encuestados, dos conocimientos. Estos son: Servicios gastronómicos y venta de souvenirs (artesanía, productos típicos). En la Figura 6 se puede comprobar este resultado.

Figura 6

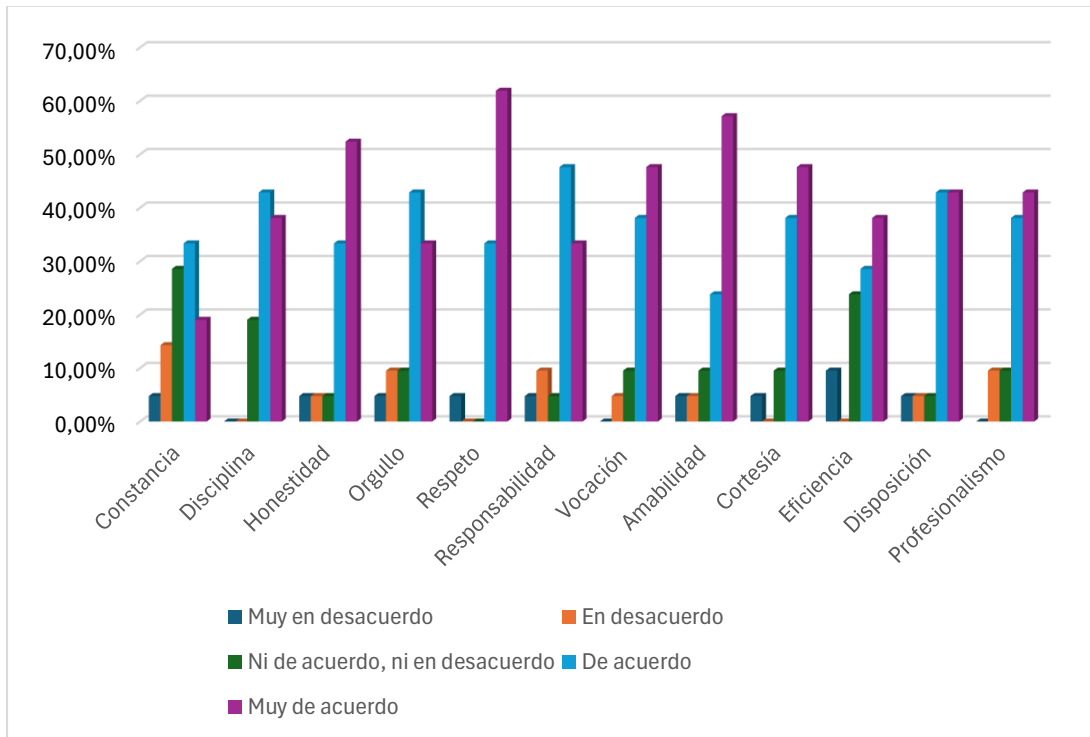
Conocimientos que poseen los encuestados acerca de las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos



Según los transportistas encuestados, en el momento de brindar sus servicios muestran valores y actitudes positivas, brindan sus servicios con constancia, disciplina, honestidad, orgullo, respeto y responsabilidad; actuando con vocación, amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición y profesionalismo. Como se puede observar en la Figura 7, en todas las opciones de valores y actitudes presentadas, la mayoría manifestó estar de acuerdo en poseerlos. Los valores que más prevalecen en ellos son: la honestidad y el respeto y las actitudes más destacadas: la amabilidad, la vocación y la cortesía

Figura 7

Valores y actitudes asociados a la cultura turística que expresan poseer los encuestados



CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

El objetivo principal de esta investigación ha sido analizar la Cultura Turística que poseen los transportistas de taxis y moto taxis de la parroquia Atacames. Partiendo de esto se consideró imprescindible tomar en consideración tres dimensiones: conocimiento que poseen los transportistas, los valores y las actitudes que manifiestan en el momento de ofrecer sus servicios.

Haciendo uso de los procedimientos e instrumento que proporciona la investigación científica con enfoque cuantitativo, se pudo llegar a responder lo que se planteó en los objetivos y a su vez se pudo dar respuesta a la pregunta de investigación formulada. En este sentido, se puede afirmar que la cultura turística del grupo de transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames estudiado, no se encuentra en situación favorable. De las tres dimensiones que conforman a la variable cultura turística, solo en dos se manifiestan resultados positivos y para poder afirmar que exista una cultura turística consolidada, favorable deben manifestarse a la vez, en óptimos niveles, tanto los conocimientos como los valores y las actitudes; atendiendo a lo planteado por Fernández (2018) cuando expresa que, la cultura turística es el conjunto de conocimientos y valores que deben expresarse en la práctica mediante actitudes positivas.

En relación con los conocimientos que, según SECTUR (2014) y Rauda (2017), deben poseer los oferentes de servicios turísticos para demostrar que poseen cultura turística, los resultados no fueron del todo satisfactorios. Solo existe un buen nivel de conocimientos históricos de la provincia de Esmeraldas, lo que facilita poder orientar y dar información precisa y veraz a los turistas respecto de estos aspectos indispensables de la historia esmeraldeña, cuando se le requiera. Pero, contrariamente, como resultados negativos se reveló nivel regular de conocimiento de los recursos naturales y culturales de la provincia Esmeraldas, de las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos y de las repercusiones positivas que pueda ocasionar el turismo; así como, nulo nivel de conocimiento acerca de los elementos de la geografía de la provincia Esmeraldas y de las repercusiones negativas que pueda ocasionar el turismo.

Los encuestados no tienen claro cuáles son las repercusiones positivas que genera el turismo, pero es más preocupante que la mayoría no tenga conciencia de las repercusiones negativas

que trae la actividad turística lo que determina que muchos realizan esta actividad como una solución rápida para solventar necesidades puntuales y no como una actividad sostenible para el futuro. Por otra parte, el desconocimiento de técnicas y métodos en las operaciones de las actividades turísticas, no les permite llegar de mejor forma con una atención más técnica y eficaz a los turistas. En consecuencia, si los transportistas de taxis y mototaxis no están consiente que la dimensión conocimiento en el desarrollo de las actividades turísticas es de suma importancia no podrán realizar un trabajo consiente de calidad y sustentable que les permita trascender en el futuro.

A su vez, cabe recalcar que estos resultados referentes a los conocimientos que deben poseer los transportistas implican que estas personas no están en capacidad de brindar un buen servicio a los visitantes y trae como consecuencia que el turista no sea bien atendido y sobre todo orientado en lo referente al destino turístico lo que implicaría que este turista quedaría insatisfecho por la incapacidad del transportista de no cumplir con sus expectativas.

Estos aspectos negativos resultantes en la presente investigación, dentro de la dimensión conocimientos, pudieran estar dados porque el mayor porcentaje de los encuestados solo tiene un nivel de educación básica, en su mayoría no tiene formación turística y apenas un poco más de la mitad ha recibido capacitación en turismo. Todo ello confirma la escasa preparación que poseen, preparación necesaria para poder responder de mejor manera las exigencias de los visitantes. En este sentido ese requiere de futuras investigaciones para demostrar si en realidad esta falta de preparación es la causante del bajo nivel de conocimientos y sobre esta base trazar estrategias de capacitación o formación a los transportistas

En consecuencia, el resultado con relación a los conocimientos que deben poseer es preocupante, tomando en consideración que estos transportistas son el primer eslabón en la cadena de atención que recibe el turista al llegar al destino y que podría ser decisivo en la permanencia y el retorno a dicho lugar. Por lo que urge la necesidad de concienciarlos para capacitarlos o formarlos y mejorar así su nivel de conocimientos para hacer de su trabajo un espacio que se convierta en la primera y mejor impresión que se lleve el turista en el destino turístico de Atacames. Todo ello, acogiendo las ideas de González y Castro (2013) quienes se refieren a la necesidad de proyectar procesos educativos mediante el cual sea posible cubrir una formación general entre anfitriones y visitantes y lograr una convivencia armónica entre el turismo y la comunidad.

Estos resultados coinciden con los obtenidos en el estudio de Salas (2022) donde el nivel de conocimientos de los prestadores de servicios estudiados resultó ser regular; con los resultados del estudio de Coral (2019) y Huamán (2020) en los que se demuestra que la población estudiada no posee los conocimientos adecuados. A su vez, se contraponen con los resultados de Antitupa & Vargas (2017), Atoche (2021) y Uriol y Vargas (2022) donde la población anfitriona estudiada sí demostró poseer conocimientos acerca de la cultura de los sitios estudiados y la actividad turística en general

En cuanto a los valores y actitudes que, según SECTUR (2014) y Rauda (2017), deben poseer los oferentes de servicios turísticos para demostrar que poseen cultura turística, los resultados fueron totalmente satisfactorios. Según los transportistas encuestados, en el momento de brindar sus servicios sí muestran valores y actitudes positivas, señalando que los brindan con constancia, disciplina, honestidad, orgullo, respeto y responsabilidad; actuando con vocación, amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición y profesionalismo. Este resultado es el fiel reflejo que un transportista con valores formados y demostrados en su accionar tiene todas las herramientas básicas para actuar correctamente de manera ética, lo que hará que el visitante se sienta como en casa y pueda disfrutar de una experiencia agradable y satisfactoria.

Tener transportistas de taxis y mototaxis con fuertes valores y actitudes positivas en Atacames es de gran relevancia para el desarrollo de la actividad turística en este destino, así como para fomentar el progreso de la localidad. Estos conscientes y conocedores de la dinámica que genera el turismo, podrán brindar un servicio de calidad y calidez al visitante; generando una buena impresión del destino Atacames y contribuyendo a que sea más elegido para una visita.

La presente investigación ha sido novedosa y muy beneficiosa. Se destaca el hecho de que con ella se estudia por vez primera en el destino turístico de Atacames el tema de la cultura turística, en específico en el área del transporte, visto a partir de la información brindada por los mismos transportistas. Por tanto, es la primera en aportar información útil sobre dicho tema, sentando las bases, por un lado, para la toma de decisiones encaminadas a soluciones prácticas con relación a la preparación de los transportistas de taxis y mototaxis para el fortalecimiento de la cultura turística en ellos. Por otro lado, se sientan las bases para la realización de posteriores investigaciones dentro de este tema.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

Partiendo de los resultados del estudio y con el fin de demostrar el alcance de los objetivos formulados en él, se llega a las siguientes conclusiones:

1. No existe una cultura turística sólida en el grupo estudiado de transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames. A pesar de esta cultura turística presentar fortalezas en los valores y actitudes, se ve afectada por presentar debilidades en su dimensión conocimientos.
2. El grupo estudiado de transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames no posee consolidados todos los conocimientos necesarios para poder afirmar la presencia de cultura turística en ellos. De los cinco grupos de conocimientos que deben poseer, según la literatura sobre el tema, solo poseen uno en buen nivel: conocimientos históricos.
3. Los integrantes del grupo estudiado de transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames cumplen con todos los valores y actitudes positivos requeridos, según la literatura sobre el tema, para demostrar la existencia de cultura turística en el ejercicio de sus funciones.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

Igualmente, sobre la base de los resultados del estudio se realizan las siguientes recomendaciones:

- A las instituciones públicas como son: GAD Atacames, Ministerio de Turismo, Juntas Parroquiales, con asesoría de la academia, diseñar un plan de capacitación para los transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames con temas sobre los recursos naturales y culturales y los elementos de la geografía de la provincia Esmeraldas, las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos y las repercusiones que ocasiona el turismo
- Coordinar con la academia el desarrollo de las capacitaciones definidas en el plan de capacitación diseñado para los transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames
- Realizar conversatorios con los transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames para explicar plan de capacitación diseñado y realizar labor de promoción a este; así como, labor de persuasión, resaltando la necesidad e importancia de que se integren al cumplimiento de dicho plan participando conscientemente en las capacitaciones

REFERENCIAS

- Antitupa, A., & Vargas, L. (2017). Cultura turística y su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado 2015. Tesis de grado. Escuela Académica Profesional de Ecoturismo. Madre de Dios, Perú.
<https://repositorio.unamad.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14070/226/004-3-12-024.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Armendariz,
- Atoche, E. C (2021) Cultura turística de los emprendedores del santuario histórico Bosque de Pómac para su desarrollo turístico. Tesis de grado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5174/1/TL_AtocheBurgosEstefani.pdf
- Benavides, D. I. (2021). Incentivo a la cultura turística aplicado a estudiantes del tercer año de Bachillerato de la Unidad Educativa Misahualli. *Revista Cognosis*. Vol. VI. Edición Especial .. 47 - 75.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/4815/4705>
- Caballero, I. S. (15 de noviembre de 2011). Concepto de cultura turística.
<https://culturistica2.blogspot.com/2011/11/concepto-de-cultura-turistica.html>
- Castaño, V., & Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico. *Revista Geográfica Venezolana*, 57(2)
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347750606007>
- Coral, D. (2019). Evaluación de la cultura turística para desarrollar el turismo en el centro poblado de Sipán del distrito de Zaña - 2018. Tesis de grado. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6116/Coral%20D%c3%adaz%20Diego%20Mart%c3%adn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, A. y Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. *Turismo y Sociedad*, XIX, pp.49-71. DOI:
<http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04>
<https://www.redalyc.org/journal/5762/576265105004/html/#B34>
- Entorno Turístico. (2018). *Hablemos de Turismo*. <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>

- Esquivel, R., Villaseñor, M. M. & Martínez, A. (2021). Análisis de la cultura turística y sus beneficios para el turismo en el pueblo mágico de Comonfort, Guanajuato. México. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 4 (1), pp. 49-68.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7907927>
- Estrada, J. M. (2018). ¿Qué es vocación de servicio?
<https://www.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-vocaci%C3%B3n-de-servicio-jose-lenin-estrada-meza/>
- Fernández, S. I (2018). Programa de cultura turística infantil dirigido a los niños entre 9 y 11 años de las instituciones educativas, nivel básica media, de la ciudad de Puyo. Tesis de maestría. Universidad Estatal Amazónica. Puyo. Ecuador.
<https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/923/1/TESIS%20SHEYLA%20FERNANDEZ.pdf>
- Fernández, L. R. (2020). Programa de cultura turística ciudadana para los habitantes de la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza. Tesis de grado. UTPL, Puyo.
<https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/26296>
- García, J. C. (2014). ¿Y el boom del turismo en Ecuador?
<https://www.planv.com.ec/ideas/ideas/y-el-boom-del-turismo-ecuador>
- Gonzalez, M. (2012). Cultura turistica de la poblacion anfitriona residente en destinos urbanos.
https://www.researchgate.net/publication/268514494_Cultura_turistica_de_la_poblacion_anfitriona_residente_en_destinos_urbanos
- Gonzalez, M., y Castro, G. (2013). Formación de la cultura turística en la comunidad anfitriona: Barrio centro, Santa Clara. *Academia Española*, 7(03), 81.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5317255>
- González , M., Georgina , C., Rosa, P., & Alejandro , P. (2008). Estrategia para la Formación de la Cultura Turística de la población local residentes en las ciudades de Remedios y Caibarién, Villa Clara, Cuba. Universidad Central de las Villas
- Hernández Díaz, W. (2015). Cultura Turística, motor de la calidad en el turismo sostenible. *Torreón Universitario*, 4(11), 78-81.
<https://revistas.unan.edu.ni/index.php/Torreon/article/view/3319/5392>
- Huaman, L.Y. (2020). *Cultura turística de los prestadores de servicios turísticos en el balneario de Ancón-2020*. Tesis de grado. Universidad César Vallejo. Perú.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70467>

- Martínez, D.L y Bojórquez, A.R. (2019). Desarrollo turístico a través de la cultura turística. IV Congreso Virtual Internacional Desarrollo Económico, Social y Empresarial en Iberoamérica (Junio 2019).
<https://www.eumed.net/actas/19/desarrollo-empresarial/8-desarrollo-turistico-a-traves-de-la-cultura-turistica.pdf>
- Melo, D., & Flores, J. (2016). *La cultura turística de los conductores de taxi como aspecto gestor del turismo en el cantón Ambato provincia Tungurahua*. Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/20108>
- MINTUR. (2017). *Proyecto de ruta del libertador* . <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Ojeda, J.J; Díaz, J.F; Zúñiga, K.Y; Morán, F. y Alarcón, C. (2023). Cultura turística en los visitantes de la ciudad de Arequipa. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 27 (120), 51-57. <https://ve.scielo.org/pdf/uct/v27n120/2542-3401-uct-27-120-51.pdf>
- Rauda, W.A. (enero 7, 2017). Qué es la Cultura Turística y diez principios básicos. *Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>
- Salas, M.G. (2012). Cultura Turística de los Prestadores de Servicio de las Posadas de Turismo de Puerto Ordaz, Venezuela. *Strategos*. Año 5 N°9. 39-58.
<https://biblat.unam.mx/hevila/Strategos/2012/no9/4.pdf>
- Secretaría de Turismo México (SECTUR , 2014). Breviario de cultura turística.
<https://studylib.es/doc/6551640/sectur---breviario-de-cultura-tur%C3%ADstica>
- Terry, J.R. (enero 13, 2024). Características destacadas de la cultura turística que debes conocer. *Terry Consultores*. <https://www.terryconsultores.com/cultura-turistica-en-destino-sostenibles/>
- Uriol, M. K. y Vargas, L. M. (2022). Cultura turística en los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan, Trujillo, 2022. Tesis de grado. Universidad César Vallejo. Lima, Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/105951/Uriol_RMK-Vargas_CLM%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- User, S. (21 de 09 de 2013). *Cultura Turistica* . <http://www.turistichidalgo.com/2013-05-01-15-50-53/cultura-turistica-clientes-satisfechos.html>

Vladimir, M., & Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística. *Revista Geográfica Venezolana*, 57(2). 280-295.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347750606007/html/index.html>

ANEXOS

Anexo A

Cuestionario aplicado a transportistas de taxis y mototaxis de la parroquia Atacames

Soy estudiante de la carrera de Hotelería y Turismo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, como trabajo final para la graduación me encuentro realizando una investigación sobre la “**Cultura Turística de transportistas de taxis y mototaxis en la parroquia Atacames, cantón Atacames**”; por lo cual, necesito la valiosa colaboración de usted brindando la información en este cuestionario. Todos los datos de sus respuestas serán manejados con discreción y serán utilizadas solamente para el fin que se indica.

Datos sociodemográficos

- Género: a) ___ Masculino b) ___ Femenino 2.
- Edad promedio: a) ___ 18 - 29 años b) ___ 30 - 50 años c) ___ 51 - 60 años d) ___ Más de 60 años.
- Nivel educacional: a) ___ Básica b) ___ Bachillerato c) ___ Tercer nivel d) ___ Cuarto nivel
- Posee formación en el campo del turismo: Sí _____ No _____
- Ha recibido capacitación en temas de turismo: Sí _____ No _____

Cuestionario

1. ¿Acerca de cuáles de estos elementos de la historia de la provincia Esmeraldas posee usted conocimiento?
 - a) _____ Origen de los pobladores
 - b) _____ Grupos étnicos en la provincia
 - c) _____ Personajes importantes de la historia de Esmeraldas: el coronel Luis Vargas Torres, héroe relevante de la Revolución Liberal; Alonso de Illescas (Esmeraldas), Carlos Concha Torres, Pedro Vicente Maldonado, Jimmy Agustín Anchico Murillo (Quinindé), José Alberto Perdomo Franco (Muisne) y Vinicio Alfredo Angulo Ramírez (de la parroquia Chinca).
 - d) _____ Independencia de Esmeraldas fue la primera en el país: 5 de agosto de 1820 en el cantón Rioverde

e) ____ Cultura La Tolita se desarrolló en una isla con el mismo nombre, ubicada en el cantón Eloy Alfaro de Esmeraldas.

2. ¿De cuáles de estos elementos de la geografía de la provincia Esmeraldas usted posee conocimiento?

- a) ____ Cantones de la provincia: Esmeraldas, Rioverde, Eloy Alfaro, San Lorenzo, Quinindé, Atacames y Muisne
- b) ____ Estación seca entre los meses de Julio y noviembre
- c) ____ Temperatura máxima media anual de 31.4°C, mínima media anual de 20.5 °C,
- d) ____ Potencialidad agrícola, ganadera, forestal y turística
- e) ____ Suelos fértiles para agricultura, ganadería
- f) ____ El 52.2% de la provincia presenta una superficie de bosque (biodiversidad y ecosistemas variados)
- g) ____ 8 áreas protegidas: Reserva ecológica Manglares Cayapas - Mataje, Reserva ecológica Maché – Chindúl, reserva ecológica Cotacachi – Cayapas, refugio de vida silvestre La Chiquita, refugio de vida silvestre estuario del río Muisne – Cojimíes, refugio de vida silvestre Manglares estuario río Esmeraldas, refugio de vida silvestre El Pambilar y reserva marina Galera – San Francisco

3. ¿De cuáles de los siguientes recursos naturales y culturales de la provincia Esmeraldas usted posee conocimiento?

- a) __ Playas: Las Palmas, Tonsupa, Atacames, Súa, Mompiche, Muisne, Same, Las Peñas, Achilube, Camarones, Rio verde, África, Playa Escondida, Estero de Plátano, Cumilínche, Sanfrancisco del Cabo e Isla Portete.
- b) __ Ríos: Esmeraldas, Tabiazo, Teaone, Esmeraldas, Rioverde, Santiago, Cayapas, Matage, Atacames, San Francisco, Bunche, y Muisne.
- c) __ Monumentos: Monumentos a los Marimberos, Monumento al Bananero, Monumento al Pescador, Monumento a Luis Vargas Torres, Monumento a Jaime Hurtado, Monumento a Nelson Estupiñan B (Esmeraldas); Monumento a Santa Rosa, al Pescador, a los indios Atacames (Atacanes); Monumento al Cristo, al Palmicultor (Quininde); Monumento a Juan Bautista de Molina, del Parque central (Rio Verde); Monumento a la Mujer Afroecuatoriana, a los Concheros (San Lorenzo); Monumento a Papa' Roncón (Eloy Alfaro)

- d) La gastronomía: platos típicos (encocao, Ensumacao, Tapao de pescado, Arroz marinero, Encocao de pescado, Bolón de Verde con queso y chicharrón, Bollo de pescado, Ceviche de camarón, Ceviche de Concha, Pescado frito, encocao de carnes ahumada, tapao Arrecho, Panda de Pescado, Bala Barbona, Encocao de Pescado salado.
- e) La marimba (música, danza)
- f) Acontecimientos programados: Fiesta religiosa de San Martín de Porres, Fiesta religiosa de La Virgen del Carmen, Fiesta religiosa de San Pedro y San Pablo, programación por el 5 de agosto, por la Fundación de la Ciudad de Esmeraldas, Festival de Carnaval, Feriado por los Difuntos, feriado por Semana Santa.
- g) Artesanías (en las playas de la provincia)
- h) Museo y Centro Cultural Esmeraldas (en la ciudad de Esmeraldas)
- i) Museo Carlos Mercado (en la ciudad de Esmeraldas)
- j) Puerto Pesquero artesanal de Esmeraldas
- k) Malecón Las Palmas
- l) Malecón Tachina
- m) Catedral Cristo Rey (en la ciudad Esmeraldas)
- n) Santuario Virgen de Loreto (en la ciudad Esmeraldas)
- o) Parroquia Santuario Nuestra Señora de la Merced (en la ciudad Esmeraldas)
- p) Parque 20 de marzo (en la ciudad Esmeraldas)
- q) Mirador el Panecillo (en la ciudad Esmeraldas)
- r) Mirador del Peñón del Suicida (en Súa)
- s) Mirador de Santa Cruz (en Esmeraldas)
- t) Mirador el Faro en las Palmas (en Esmeraldas)

4. ¿De cuáles de las siguientes repercusiones que pueda ocasionar el turismo usted posee conocimiento?

Repercusiones positivas

- a) El turismo proporciona incremento de las oportunidades de empleo
- b) El turismo contribuye a la mejora de los ingresos y nivel de vida
- c) El turismo contribuye a la diversificación económica
- d) El turismo contribuye a la preservación y rescate de costumbres, tradiciones y lugares culturales e histórico
- e) El turismo mejora la calidad de vida
- f) El turismo potencia la oferta de actividades culturales y de recreo

- g) El turismo proporciona mayor protección del medioambiente
- h) El turismo proporciona que los recursos naturales sean rescatados
- i) El turismo contribuye a la creación de una cultura ambiental
- j) El turismo proporciona más apoyo a la restauración y mantenimiento de edificios históricos

Repercusiones negativas del turismo

- k) El turismo proporciona incremento del coste de vida
- l) El turismo proporciona incremento del precio de los productos y servicios
- m) Los beneficios generados por la actividad turística revierten en empresas y personas de fuera de la localidad
- n) El turismo proporciona incremento de los robos / vandalismo
- o) El turismo proporciona incremento del vicio, la prostitución, de enfermedades
- p) El turismo proporciona incremento de los juegos ilegales
- q) El turismo proporciona cambio / pérdida de la cultura tradicional
- r) El turismo proporciona pérdida de tranquilidad
- s) El turismo proporciona degradación del sitio por las construcciones realizadas
- t) El turismo proporciona aumento de la contaminación ambiental (basuras, agua, aire y ruidos)

5. Relacionado con las técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos, usted tiene conocimiento acerca de:

- a) Organismos e instituciones responsables del desarrollo turístico en la provincia de Esmeraldas
- b) Deberes y derechos del prestador de servicios
- c) Servicios de alojamiento en la provincia de Esmeraldas
- d) Servicios de ocio y recreación en la provincia de Esmeraldas
- e) Servicios gastronómicos en la provincia de Esmeraldas
- f) Servicios de Agencias de viajes en la provincia de Esmeraldas
- g) Venta de souvenirs (artesanía, productos típicos) en la provincia de Esmeraldas
- h) Servicios de información turística en la provincia de Esmeraldas

6. Señale qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones, relacionadas con los valores y actitudes asociados a la cultura turística. 1, sería muy en desacuerdo; 2, en desacuerdo; 3, ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4, de acuerdo y 5, muy de acuerdo.

	Afirmaciones	1	2	3	4	5
a	Usted es perseverante ante los propósitos y decisiones, o sea, practica la constancia, al brindar sus servicios de transportación					
b	Usted es ordenado en cuanto a sus deberes, o sea, es disciplinado al brindar servicios de transportación					
c	Usted se comporta de manera justa, recta, íntegra, con verdad y honestidad, o sea, es honrado, al brindar los servicios de transportación					
d	Usted muestra orgullo por el rol que ejerce como transportista					
e	Usted siempre valora y comprende los intereses y necesidades del cliente, o sea, lo trata con respeto al cliente al brindar los servicios de transportación					
f	Usted cumple con las obligaciones en su trabajo y tiene cuidado al tomar decisiones y realizar sus actividades, o sea, es responsable al brindar los servicios de transportación					
g	Usted siente y demuestra vocación de servicio					
h	Usted se muestra complaciente y afectuoso con el cliente , o sea, es amable con él					
i	Usted muestra una correcta atención y buena educación hacia el cliente, o sea, es cortés con él					
j	Usted utiliza correctamente los recursos disponibles para la obtención de resultados o lograr los objetivos cuando brinda el servicio de transportación, o sea, es eficiente					
k	Usted posee buen estado anímico para actuar a corto plazo al brindar servicio de transportación, o sea, posee disposición					
l	Usted brinda el servicio de transportación con compromiso, mesura y responsabilidad, o sea, muestra profesionalismo					