



## TURISMO COMUNITARIO Y DESARROLLO RURAL. UN ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA ISLA SANTAY (ECUADOR)

<sup>1</sup> Guzmán Antonio Muñoz-Fernández

<sup>2</sup> Mariella Ortega Correa

<sup>3</sup> Suleen Diaz-Christiansen

<sup>4</sup> Tomás López-Guzmán

### RESUMEN

La relación entre naturaleza y turismo está permitiendo un incremento del desarrollo económico de algunas zonas rurales y la potenciación de las experiencias que obtienen los turistas. La literatura señala que ambos sectores se pueden complementar y desarrollar conjuntamente, generando riqueza y creando puestos de trabajo. Este artículo hace un estudio de la demanda turística en la isla Santay (Ecuador), presentando los resultados de un trabajo de campo consistente en el análisis del perfil sociodemográfico y de la motivación de sus visitantes. Los principales resultados muestran el potencial que el turismo comunitario puede tener para la isla y las diferentes motivaciones para visitarla.

**Palabras Clave:** Turismo comunitario; Desarrollo Socioeconómico; Desarrollo Rural; Sitio Ramsar; Isla; Ecuador; Latinoamérica.

---

<sup>1</sup> Doutor pela Universidad D Córdoba - Uco, Córdoba, (España). Profesor pela Universidad de Córdoba. E-mail: [guzman.munoz@uco.es](mailto:guzman.munoz@uco.es)

<sup>2</sup> Mestre pela Universidad Casa Grande, Guayaquil-Ecuador. Profesora pela Universidad Casa Grande, Guayaquil-Ecuador. E-mail: [mortega@casagrande.edu.ec](mailto:mortega@casagrande.edu.ec)

<sup>3</sup> Doutoranda pela Universidad D Córdoba - Uco, Córdoba, (España). Profesora pela Universidad Casa Grande, Guayaquil-Ecuador. E-mail: [sdiaz@casagrande.edu.ec](mailto:sdiaz@casagrande.edu.ec)

<sup>4</sup> Doutor pela Universidad Nacional de Educación a Distancia -UNED, Madri, (España). Profesor pela Universidad de Córdoba - Uco, Córdoba, España. E-mail: [tomas.lopez@uco.es](mailto:tomas.lopez@uco.es)

## **TURISMO COMUNITÁRIO E DESENVOLVIMENTO RURAL. UMA ANÁLISE DA PROCURA TURÍSTICA NA ILHA SANTAY (ECUADOR)**

### **RESUMO**

A relação entre natureza e turismo está permitindo um aumento no desenvolvimento econômico de algumas áreas rurais e melhorar as experiências turísticas obtidas. A literatura indica que ambos os sectores podem complementar e desenvolver em conjunto, gerando riqueza e criar empregos. Este artigo faz um estudo de demanda turística na Santay Ilha (Ecuador), apresentando os resultados de um trabalho de campo que consiste na análise do perfil sócio-demográfico e motivação dos seus visitantes. Os principais resultados mostram o potencial do turismo de base comunitária da ilha e as diferentes motivações para visitar.

**Palavras Chave:** Turismo Comunitário; Desenvolvimento Socioeconômico; Desenvolvimento Rural; Sítio Ramsar, Ilha; Ecuador; América Latina.

## **COMMUNITY TOURISM AND RURAL DEVELOPMENT. AN ANALYSIS OF TOURISM DEMAND IN THE SANTAY ISLAND (ECUADOR)**

### **ABSTRACT**

The relationship between nature and tourism is allowing an increase in economic development in some rural zones and the strengthening of tourist experiences. Available literature points out how both sectors can jointly develop and complement each other, generating wealth and creating job positions. This paper exhibits an analysis of the tourism demand of Santay Island (Ecuador), the results of a field study performed consisting of a socio-demographic profile and of the visitor's motivation are presented. The main results show the potential of community tourism for the island and different motivations for visiting it.

**Keywords:** Community-Based Tourism; Socioeconomic Development; Rural Development; Ramsar Site; Island; Ecuador; Latin America.

## INTRODUCCIÓN

La búsqueda de nuevas experiencias por parte de los viajeros les lleva a conocer lugares diferentes, en muchas ocasiones fuera de las tradicionales rutas turísticas y de los destinos más renombrados. Además, estos turistas buscan una actitud activa en sus viajes, buscando, por ello, una mayor interacción con la comunidad local y con el entorno natural. En este sentido, se trata de descubrir nuevos destinos con una oferta cultural diferente a la tradicional y donde la comunidad local juegue un importante rol en la experiencia del viajero. En definitiva, se busca el desarrollo de las experiencias de los viajeros y, por tanto, se experimenta la diversidad cultural como forma de enriquecer a los viajeros y de adquirir nuevas experiencias (Yang y Wall, 2009).

Asimismo, desde la perspectiva de la oferta, se considera que las comunidades locales arraigadas en entornos rurales, encuentran en el sector turístico una posibilidad de actividad económica complementaria (nunca sustitutiva) de las tradicionales de la comunidad, posibilitando que sean los habitantes del lugar los que promuevan y desarrollen dichos procesos económicos (Giampiccoli y Mtapuri, 2015). El reforzamiento de estas actividades económicas puede generar un desarrollo económico, pero al mismo tiempo hay que considerar, en la planificación de este destino, los aspectos negativos que implica este desarrollo sobre el medioambiente y los recursos naturales, y sobre la propia cultura de la comunidad (Gascón, 2013).

La satisfacción del cliente, la necesidad de romper con lo rutinario, así como salir de la monotonía relativa del turismo tradicional, han impulsado iniciativas locales para incorporar los atractivos naturales y las actividades de esparcimiento a través del desarrollo productivo local. Este fenómeno turístico está provocando una reordenación de los mercados receptores acorde con estas nuevas corrientes turísticas demandadas, y ha posibilitado que determinados destinos emergentes encuentren

su nicho de mercado, para unos clientes cada vez más especializados en determinados productos. Así, se observa que en los niveles locales se generan oportunidades empresariales para el desarrollo de nuevos proyectos y actuaciones, como podría ser el aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales inherentes a la propia comunidad.

La articulación de esta tipología de actividad turística, basada en la propia comunidad local, en zonas rurales ubicadas sobre todo de los países en vías de desarrollo, ofrece grandes posibilidades para el desarrollo turístico a través de la creación de empresas gestionadas por estas comunidades locales. En este sentido, la literatura científica (Novelli y Gebhardt, 2007) señala que el turismo es uno de los sectores económicos con un mayor incremento en el Mundo y que la promoción del desarrollo turístico en zonas rurales (y urbanas) de áreas desfavorecidas de países en vías de desarrollo no es, a priori, ni buena ni mala, sino que depende de diferentes factores de carácter económico, social, ambiental y político.

América Latina ha experimentado un crecimiento exponencial en el número de turistas que recibe cada año, pero ello no ha posibilitado necesariamente que las comunidades locales hayan obtenido mayores beneficios no sólo de tipo económico, sino también de carácter social, cultural y medioambiental (Novelli y Gebhardt, 2007). Para determinar estos beneficios de carácter socioeconómico y ambiental es necesario considerar dos aspectos: primero, la determinación de quién realiza la gestión y la planificación de la actividad turística en la zona y el grado de implicación que tienen los miembros de la comunidad local; segundo, el perfil, las motivaciones y el número de visitantes que llegan a esa área geográfica (Nyaupane *et al.*, 2006). Y, en este sentido, el turismo puede tener efectos muy positivos para preservar la cultura local (Giampiccoli y Kalis,

2012) y para recuperar hechos culturales en parte ya perdidos (Al-Oun y Al-Homoud, 2008). En el caso de Ecuador, ya son varias las investigaciones académicas que abordan el estudio de este sector económico destacando, entre otras, las de Ruíz-Ballesteros (2011), Erskine y Meyer (2012), Everingham (2015) y Gascón (2015).

El objetivo de este artículo es presentar un análisis de la situación del turismo, gestionado desde la propia comunidad local, en una área natural protegida, la isla Santay, localizada en el cantón Durán (Ecuador), a través de la discusión de los resultados procedentes de un trabajo de campo, basado en la realización de encuestas a lo largo del año 2015, que pretende determinar las características sociodemográficas de los turistas, sus motivaciones y el impacto económico de dichas visitas, y de esta manera, contribuir con este análisis cuantitativo al debate sobre la vertebración actual de la estructura turística de esta zona geográfica natural. Para cumplir este objetivo, este trabajo se estructura, tras esta introducción, en un segundo apartado donde se realiza una revisión de la literatura; un tercero donde se describe el área geográfica; un cuarto apartado donde se presenta la metodología de la investigación; un quinto con los resultados de la investigación. El artículo termina con las conclusiones y las referencias bibliográficas utilizadas en el mismo.

## REVISIÓN DE LA LITERATURA

El turismo se puede concebir como una de las principales herramientas para mejorar las condiciones socioeconómicas de determinadas comunidades locales en entornos rurales (Organización Mundial del Turismo – OMT-, 2002). En este sentido, la OMT tiene un Programa denominado ST-EP (*Sustainable Tourism-Eliminating Poverty*) que busca, a través del turismo, el desarrollo socioeconómico local de áreas geográficas deprimidas, con el objetivo de reducir la

pobreza de estas áreas rurales (y urbanas) mediante el establecimiento de pequeñas empresas gestionadas por la comunidad local, que pueda suministrar bienes y servicios a los viajeros y que permita la puesta en valor de sus recursos culturales y medioambientales. Ello implicaría la posibilidad de generar puestos de trabajo, sobre todo destinados a las mujeres y a los jóvenes, y como actividad complementaria, y nunca sustitutiva, de los tradicionales sectores económicos de esa zona (OMT, 2002).

Fruto de estas iniciativas surge el concepto de turismo comunitario (en inglés, *Community Based-Tourism –CBT-*) que se caracteriza porque es la propia comunidad local la que tiene el control y el desarrollo de la gestión turística y, por ello, percibe una significativa proporción de los beneficios económicos generados por dicha actividad (Al-Oun y Al-Homoud, 2008; Trejos y Chiang, 2009; Giampiccoli y Mtapuri, 2014), ayudando de esta manera a combatir la pobreza y a desarrollar sosteniblemente a las comunidades (Giampiccoli y Mtapuri, 2015). Así, este tipo de turismo ha emergido como una posible alternativa al tradicional turismo de masas, centrado sobre todo en los resorts todo incluido (Issa y Jayawardena, 2003), permitiendo al mismo tiempo configurarse como una estrategia para la propia organización social de la comunidad (Giampiccoli y Mtapuri, 2015).

En este sentido, el CBT tiene como eje principal la creación de pequeñas empresas que suministran diferentes tipos de servicios, como alojamiento, restauración y oferta complementaria a los viajeros, así como auto gestionar su imagen turística, pero, a su vez, también está interconectado con otros subsistemas dentro de la propia zona geográfica (como la educación, la salud, las infraestructuras o el medio ambiente), al presentar un proyecto de desarrollo sostenible nacido en el seno de la comunidad y servir de interrelación entre la comunidad local y los visitantes (Cioce *et al.*, 2007). Siguiendo a Hiwasaki (2006), el CBT se basa en cuatro objetivos: primero, el turismo comunitario

debe tener un impacto positivo en la conservación de los recursos naturales y culturales del área geográfica; segundo, esta tipología de turismo debe producir un correcto desarrollo tanto socioeconómico como ambiental de la propia comunidad local; tercero, la propiedad, y la gestión, de la oferta turística debe estar en manos de la propia comunidad local; y cuarto, la oferta turística debe suministrar unos niveles de calidad adecuados en el producto que se ofertan a los visitantes.

El concepto de CBT se articula sobre la necesidad de plantear una tipología de turismo que se centraliza en el conocimiento de la comunidad y de su cultura (Giampiccoli y Mtapuri, 2015). Este concepto ha sido debatido por diferentes autores (entre otros, Harris, 2009; Lapeyre, 2010) que refuerza la necesidad de interrelacionar tres términos básicos: turismo, comunidad local y medio ambiente. Así, el concepto de CBT se relaciona con diferentes aspectos tales como la redistribución de la riqueza generada por esta actividad, el desarrollo sostenible del área geográfica, la creación de puestos de trabajo o la necesaria participación de la comunidad local. Por tanto, y en este sentido, esta tipología de turismo se desarrolla a través de tres alternativas (Giampiccoli y Mtapuri, 2015): primera, el análisis de la propiedad y de la gestión de los recursos turísticos; segunda, la relación, si existiese, entre la comunidad local y los gestores turísticos externos; tercera, los acuerdos con otros actores relacionados con el turismo.

El concepto de CBT se une a otras líneas de investigación centradas en este campo. Entre estas líneas de investigación se pueden destacar las siguientes: primera, *Community-based Enterprises* (CBEs) donde la propiedad, la gestión y la gobernanza corresponde a la propia comunidad (Peredo y Chrisman, 2006); segunda, *Pro-Poor Tourism* (PPT), que lucha utilizando como instrumento contra la pobreza en determinadas áreas, el desarrollo turístico y está, también, potenciado por la OMT (2002); tercera, *donor-assisted*,

*community-based tourism* (DACBT) (Harrison y Schipani, 2007; Giampiccoli y Mtapuri, 2014) que promueve la ayuda a través de la Cooperación Internacional permitiendo a muchas comunidades locales, caracterizadas por economías de subsistencia, obtener unos primeros recursos en efectivo, para comenzar a generar sus propias microempresas; y cuarta, *Sustainable Community Tourism* (SCI) que persigue la optimización entre el crecimiento económico y las limitaciones del destino desde el punto de vista medioambiental (Choi y Sirakaya, 2006). Así, todas estas líneas de investigación tienen como nexo común la necesidad de reforzar la presencia de la comunidad local en la planificación y gestión de la actividad turística, debido a que la propia comunidad local se va adaptando a la evolución, tanto de la propia comunidad en su conjunto como de la mentalidad de sus habitantes, y a reforzar la idea de que la comunidad local forma parte del producto turístico que busca el viajero como parte de su experiencia.

Entre la literatura científica basada en el CBT se pueden citar investigaciones realizadas en África (Sebele, 2010; Mtapuri y Giampiccoli, 2014; Lenao, 2015; Mgonja *et al.*, 2015), Asia (Yang y Wall, 2009; Pookaiyaudom, 2013; Kontogeorgopoulos *et al.*, 2014; Sin y Minca, 2014), Latinoamérica (Zorn y Farthing, 2007; Trejos y Chiang, 2009; López-Guzmán y Sánchez-Cañizares, 2009; Navas-Camargo y Zwerg-Villegas, 2014) u Oceanía (Dyer *et al.*, 2003). Siguiendo a Nyaupane *et al.* (2006), las principales limitaciones con las que se encuentra la comunidad local para desarrollar sus proyectos turísticos serían las siguientes: primera, generalmente la comunidad local no dispone de los recursos financieros necesarios para vertebrar este tipo de iniciativas, tal y como señala el concepto de DACBT, anteriormente expuesto; segunda, la comunidad local puede tener limitaciones de carácter profesional para configurar un completo desarrollo turístico; tercero, pueden existir conflictos entre las competencias de las diferentes

administraciones públicas involucradas. La estructuración de la actividad turística a través del CBT es positiva ya que permite una mejor coordinación de las diferentes políticas y al mismo tiempo, sirve como lugar de encuentro y de solución de los posibles conflictos que puedan surgir (Kibicho, 2008).

Por otro lado, el CBT está basado en una alternativa al desarrollo del turismo de masas (Giampiccoli, 2015). Además, entre los principales beneficios del turismo comunitario se encuentra, entre otros, el impacto económico, tanto directo como indirecto, que se genera en las familias que componen la comunidad (Iorio y Corsale, 2014), el mayor desarrollo socioeconómico y ambiental de la zona geográfica y la diversificación sostenible del estilo de vida (Manyara y Jones, 2007). En este sentido, el turismo comunitario se refiere al involucramiento de un colectivo en la planeación, administración y desarrollo del turismo. La conexión entre el turismo comunitario y el desarrollo económico y la conservación ambiental de una comunidad es ampliamente debatida por Okazaki (2008), Stronza (2010) y Ruiz-Ballesteros (2011). Si bien esta relación no es clara, sí contribuye a reconciliar el desarrollo turístico con los objetivos de preservación ambiental y social de determinadas áreas, en especial las áreas protegidas (Ruiz y Brondizio, 2013).

De hecho, la determinación del impacto económico del turismo en la isla Santay fue uno de los objetivos de la investigación que se presenta en este artículo. Para llevar a cabo un correcto desarrollo turístico que sea, en general, positivo para la propia comunidad local, uno de los elementos clave sería el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que utilizando estas nuevas tecnologías se disminuyen los costes de transacción económica de las empresas, y al mismo tiempo, se facilita la emisión de información desde las propias iniciativas locales hacia los potenciales clientes que visitan estas zonas (Harris, 2009).

## DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

Isla Santay se ubica en el delta del río Guayas, a 800 metros de distancia de la ciudad de Guayaquil, pertenece al cantón Durán, constituyendo el límite natural entre los cantones del mismo nombre. Este espacio continental que tiene un área de 4.705 hectáreas de bosques inundables y bosque seco tropical, proporciona hábitat a varias especies de animales y diversidad biológica amenazada de extinción y bajo régimen de protección por la legislación nacional, es un terreno que alberga un gran número de especies acuáticas que migran desde aguas estearinas hacia los ríos y hacia el mar. Estas características únicas han permitido que este humedal tipo marino-costero "I" (Humedales arbolados intermareales) obtenga la denominación de Sitio Ramsar de Importancia Internacional #1041 del mundo desde el año 2000.

La isla alberga cinco de las siete especies de manglar existentes en Ecuador, que cubre cerca de la mitad de su territorio. La fauna tiene una importante diversidad, abundando aves como, las loras, los guacamayos, las garzas, los gallinazos, gavilanes, colibríes o el buche madera, un tipo de pájaro carpintero. Los reptiles identificados son las iguanas, ranas, sapos y tortugas. Entre los mamíferos destacan el murciélago pescador, el murciélago jamaicensis, los ratones y el tejón. Este humedal alberga diferentes especies vegetales, de reptiles, de anfibios y de mamíferos (Hidalgo León *et al.*, 2015). Asimismo, existen diferentes especies de aves, dentro de las cuales hay 12 especies vulnerables y amenazadas registradas en las listas de Comercio Internacional de Especies en peligro y de la Unión Mundial para la Naturaleza (Rodríguez *et al.*, 1995).

La nominación de esta isla como Sitio Ramsar obliga a dirigir un plan de manejo en función de la conservación y el desarrollo sostenible de este espacio. Así, para su ejecución se establecieron objetivos y políticas que controlan las intervenciones sobre el humedal y la comunidad de San Jacinto de

Santay. En el marco de las políticas nacionales e internacionales de protección ambiental y bajo la administración de la Fundación Malecón 2000, se aplicó el Plan de Manejo Isla Santay declarando a la ínsula dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Jaramillo *et al.*, 2002). Por otro lado, en 2010 se declara a la isla Santay como Área Nacional de Recreación y se la incorpora al Patrimonio Nacional de Áreas Protegidas. Esta declaratoria de la Isla Santay como una zona ambiental protegida y de importancia internacional, hace que se bloquee la posibilidad de convertirla en un territorio con fines urbanísticos (Navas, 2013).

El Ministerio de Ambiente de Ecuador regula y establece el uso sostenible de la isla, donde residen 56 familias y 245 habitantes, que se encargan de la conservación del Humedal Ramsar (Ministerio de Ambiente del Ecuador, 2015). Según el Plan de Manejo del Ministerio de Ambiente del Ecuador (2013), Santay fue dividida en zonas de restauración (697,94 ha.), de conservación (1.069 ha.), de usos múltiples (59 ha.) y 252 hectáreas en sub-zona de conservación estricta. Los ciudadanos de la isla se han agrupado en la Asociación de

Pobladores San Jacinto de Santay, disponen de 96,69 hectáreas de su extensión destinada a la oferta de turismo comunitario.

El proyecto ecoturístico de la isla Santay genera externalidades positivas en las áreas de intervención como un lugar verde y recreativo a pocos minutos de la ciudad de Guayaquil. En el propósito de preservar y cuidar su hábitat, todas las obras de Santay tienen un impacto ambiental medio y son planificadas para no interrumpir las fases naturales de sus ecosistemas. El Ministerio de Ambiente del Ecuador (2013) desarrolló un Plan de Sustentabilidad Financiera y Funcionalidad del Área Nacional de Recreación (ANR) Isla Santay dentro del proyecto “Guayaquil Ecológico” que incluye el usufructo de sus áreas para asegurar su sostenibilidad económica-financiera. Si bien el acceso a esta Área Nacional Protegida es gratuito, los servicios turísticos de orden comunitario que se prestan en ella generan ingresos al poblado. En junio de 2014 se inauguró un puente que une la isla Santay con la ciudad de Guayaquil, incrementándose de forma exponencial las visitas a esta área protegida.

**Tabla 1.** Visitantes isla Santay (Periodo 2012-2015)

Año	Número de visitantes
2012	900
2013	22.309
2014	717.818
2015	491.715

Fuente: Ministerio de Ambiente de Ecuador (2015)

## METODOLOGÍA

### Instrumento de Medida

El análisis del turismo en la isla Santay ha sido realizado a través de una encuesta a una muestra representativa de sus visitantes. La encuesta utilizada se basa en diferentes trabajos previos (Yang y Wall, 2009; Dodds *et al.*, 2010; López-Guzmán *et al.*, 2011) y

responde a tres grupos de variables analizadas con respecto a los turistas que visitan la isla Santay: primero, el perfil sociodemográfico; segundo, el nivel de renta y el gasto planeado en la visita; y tercero, la determinación de las principales motivaciones para visitar la isla. En la encuesta se utilizaron preguntas tanto con respuestas del tipo sí/no como respuestas abiertas. Asimismo, también se utilizó

preguntas de valoración según una escala Likert de 5 puntos (1 = muy poco importante; 5 = muy importante).

En cuanto a las preguntas referidas al perfil sociodemográfico del visitante, se analizó el sexo, la edad, el nivel educativo, la categoría profesional, la provincia, el país de origen y su nivel de renta. Por su parte, y para analizar la motivación del turista para visitar Santay se mostraron en la encuesta 13 ítems diferentes.

### **Recolección de los Datos**

Los investigadores, en base a las cuestiones anteriormente indicadas, recopilaron la información sobre la opinión de los turistas dentro de la propia isla Santay. Las encuestas se realizaron de junio a septiembre de 2015 y se pasó en dos idiomas (español e inglés). Los participantes rellenaron la encuesta con total independencia, aunque los encuestadores estaban presentes por si tenían algún tipo de dificultad. La encuesta era totalmente anónima. Previamente se efectuó un pre-test de 25 encuestas para detectar posibles desviaciones y errores. El número total de encuestas obtenidas fue de 1.046 cuestionarios, de las cuáles fueron válidas 1.002. Se utilizó un muestreo de conveniencia, comúnmente utilizado en este tipo de investigaciones, donde los encuestados están disponibles para ser encuestados en un espacio y tiempo determinado (Finn *et al.*, 2000). Los encuestadores eligieron aleatoriamente como lugares donde realizar las encuestas diferentes puntos dentro de Santay, incluyendo la salida a través del puente peatonal que la une con la ciudad de Guayaquil. La primera pregunta realizada por los encuestadores a las personas seleccionadas, era si su residencia habitual se encontraba en la ciudad de Guayaquil, no pasándose a aquellos que respondían afirmativamente. No se estratificó la muestra por ninguna variable (sexo, país de origen, etc.) ya que no existen investigaciones previas que permitieran estratificación. La tasa de

rechazos fue baja y no significativa en función de ninguna variable. El número total de visitantes en el año 2014, la cifra de 717.818 visitantes, considerándose como el universo objeto de estudio. Por tanto, el error que muestra esta investigación, para un nivel de significación del 95%, es del 3,1%.

### **Análisis de Datos**

En cuanto al análisis de los datos, se presenta el perfil sociodemográfico del turista que visita la isla Santay. Asimismo, dentro de este perfil sociodemográfico, se refuerzan las preguntas relacionadas con el nivel de renta del encuestado y el gasto planeado en su visita a la isla. También se evalúa la motivación para la visita a través de diferentes técnicas estadísticas utilizadas habitualmente por la literatura científica (Antón *et al.*, 2017; Ramires *et al.*, 2017). A saber: primera, técnicas estadísticas de fiabilidad (Alpha de Cronbach), para valorar las propiedades métricas de los instrumentos de medida empleados; segunda, técnicas estadísticas de contingencia para medir el grado de asociación entre las variables analizadas; y tercera, técnicas estadísticas de análisis de varianza (ANOVA) con el objetivo de comparar grupos en variables cuantitativas. Los datos recogidos fueron organizados, tabulados y analizados usando el programa IBM SPSS Statistics 22.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **Perfil Sociodemográfico del Turista**

En la tabla 2 se presenta el perfil sociodemográfico de los turistas encuestados, haciendo referencia al sexo, la edad, el nivel de formación, el país de procedencia, su actividad profesional y su renta económica. De acuerdo con los datos de la tabla 2, destaca la juventud de las personas que visitan Santay. Así, aproximadamente dos tercios del total de los encuestados tienen menos de 40 años. Este dato está muy relacionado con la edad media de la población

de Ecuador, donde el 44,1% de la población tienen menos de 30 años y el 25,2% de la población tiene entre 30 y 39 años. Según el origen de procedencia del visitante, el 70,8% de los turistas encuestados son nacionales y un destacable 29,2% de los visitantes son extranjeros, además es interesante destacar que proceden de prácticamente todas las provincias del país, destacando, además de la provincia de Guayas (donde se encuentra radicada Guayaquil) con un 10,4% del total de turistas nacionales, las provincias de Pichincha (25,0%), Azuay (15,8%) y Chimborazo (8,3%). Este dato nos lleva a afirmar que este entorno natural puede

convertirse en una atracción turística alternativa a la de masas, según Issa y Jayawardena (2003), si se gestiona adecuadamente, En cuanto a la categoría profesional, son los estudiantes, los profesionales liberales y los trabajadores asalariados los más repetidos, categorías bastante relacionados con el alto nivel educativo de los encuestados, donde el 54,5% reconocen tener un título universitario. Se ha detectado relación positiva entre las variables edad e ingresos (medida simétrica gamma = 0,403; p = 0,000); formación e ingresos (medida simétrica gamma = 0,640; p = 0,0000)

**Tabla 2.** Perfil Sociodemográfico de los turistas que visitan la isla Santay

Variables		Porcentaje	Variables		Porcentaje
Sexo (N = 1.002)	Hombre	48,0%	Nivel de formación (N = 1.002)	Enseñanza Primaria	3,5%
	Mujer	52,0%		Enseñanza Secundaria	42,0%
Edad (N = 1.002)	Menos de 30 años	43,0%		Título universitario	45,1%
	30-39 años	23,1%		Postgrado/Máster universitario	9,4%
	40-49 años	18,7%	País de origen (N = 1.002)	Ecuador	70,8%
	50-59 años	10,0%		Estados Unidos	7,0%
	60-69 años	4,3%		Alemania	2,7%
	70 o más años	0,9%		España	2,6%
Renta (N = 859)	Menos de 500 \$	29,9%		Colombia	2,5%
	De 500 a 749\$	14,7%		Italia	2,1%
	De 750 a 999\$	14,7%	Chile	1,5%	
	De 1.000 a 1.249\$	14,4%	Perú	1,2%	
	De 1.250 a 1.499\$	9,3%	Otros	9,6%	
	De 1.500\$ 1.749\$	3,7%	Categoría Profesional (N = 1.002)	Estudiante	23,2%
	De 1.750 a 2.000\$	3,1%		Profesional independiente	22,3%
	Más de 2.000\$	10,2%		Asalariado	22,2%
		Funcionario/a público		13,7%	
			Ama de casa	8,3%	
			Empresario/a o Directivo/a	6,1%	
			Jubilado/a	3,8%	
			Desempleado	0,4%	

Fuente: Elaboración propia.

## Motivaciones de la Visita

El segundo objetivo de esta investigación es conocer las motivaciones de los turistas para visitar Santay. Dichas motivaciones se reflejaban en la quinta pregunta del cuestionario, donde se presentaba una serie de ítems que trataban de recoger la importancia relativa de una serie de factores, en su decisión de visitar la isla y que las

investigaciones científicas (Lee *et al.*, 2004; Yuan y Jang, 2008; Devesa *et al.*, 2010; Pérez-Gálvez *et al.*, 2015) señalan como más frecuentes para visitar un lugar (adaptadas a este destino turístico), que fueron valoradas según escala Likert de 5 puntos. En esta relación se incluyeron factores internos y externos, tal y como establece la teoría de Crompton (1979) entre motivos de arrastre y motivos de empuje. El coeficiente de

fiabilidad, alpha de Cronbach, tiene un valor de 0,843, lo que indica una consistencia interna meritoria entre los elementos de la escala. El nivel crítico (p) asociado al estadístico F

(323,347) del análisis de varianza, para contrastar la hipótesis nula de igualdad de medias (ANOVA), es menor que 0,001. Los principales resultados se encuentran en la tabla 3.

**Tabla 3.** Valoración de los motivos para visitar isla Santay

Motivaciones de la visita	Nacionales		Extranjeros		Total	
	Media	Ranking	Media	Ranking	Media	Ranking
El deseo de conocer sitios nuevos	4,8	2	4,7	1	4,8	1
Pasar tiempo con familiares y/o amigos	4,9	1	4,7	2	4,8	2
Contactar con la naturaleza	4,8	4	4,6	3	4,7	3
Desconectar de lo cotidiano	4,8	3	4,5	4	4,7	4
Ser un destino turístico accesible para mi bolsillo	4,7	5	4,4	6	4,6	5
Conocer su riqueza natural: flora, fauna y paisajes	4,7	6	4,5	5	4,6	6
Búsqueda de tranquilidad	4,7	7	4,4	7	4,6	7
Una visita más de mi itinerario turístico	4,6	9	4,3	8	4,5	8
La fama y reputación turística del lugar	4,6	8	4,1	9	4,5	9
Practicar deportes de naturaleza: senderismo, etc.	4,2	11	4,0	10	4,2	10
Acudir al centro de interpretación de cocodrilos	4,2	10	3,8	11	4,1	11
Degustar su gastronomía	3,8	12	3,2	12	3,6	12
Realizar compras de interés: artesanía	3,1	13	2,8	13	3,0	13

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 3, un 88,6% de los turistas consultados optaron por la variable el deseo de conocer sitios nuevos como el principal motivo para visitar Santay, entendemos como forma de adquirir nuevas experiencias, de acuerdo con las conclusiones de Yang y Wall (2009). Otra de las motivaciones fundamentales sería pasar el tiempo con familiares y/o amigos (88,0%), contactar con la naturaleza (motivo principal para el 79,7% de los encuestados), el deseo de desconectar de lo cotidiano y el ser un destino asequible al bolsillo. Por el contrario, entre las motivaciones menos poderosas resaltan la de acudir al centro de interpretación de cocodrilos (55,3%), la degustación de la gastronomía típica de la isla (41,9%) y la realización de compras de interés como la artesanía (26,5%). Entendemos que estas dos últimas variables motivacionales son las principales debilidades en la gestión de este entorno natural, desde el punto de vista del concepto CBT, ya que, aunque están presentes entre las motivaciones de los turistas el conocimiento y el contacto con la naturaleza, no se ha conseguido, todavía, que aparezcan variables que estén

relacionadas con la comunidad local (Harris, 2009; Lapeyre, 2010).

Los turistas tienen poca valoración de las motivaciones relacionadas con la gastronomía y la artesanía, ofertas que están presentes en la isla y que mayores ingresos podrían generar y, en consecuencia, incentivaría a involucrarse en la gestión y protección del entorno natural a la comunidad, produciéndose una verdadera interrelación entre la comunidad y los visitantes (Cioce *et al.*, 2006). En este sentido, es necesario reforzar la inclusión del desarrollo turístico en la propia comunidad (Butler y Rogerson, 2016) para conseguir que los recursos que pueda aportar a la población local la artesanía y la gastronomía, y al igual que en las investigaciones previas de Giampiccoli y Kalis (2012), faciliten un desarrollo económico.

Por otro lado, los datos obtenidos revelan que existen diferencias significativas en función de la procedencia de los visitantes. Así, el análisis estadístico permite contrastar que las medias comparadas no son iguales para los factores motivaciones tal y como se recoge en la tabla 4. Al objeto de efectuar las

comparaciones no puede asumirse que las varianzas poblacionales sean iguales ya que el nivel crítico asociado al estadístico de Levene es menor que 0,05 por lo que se rechaza la igualdad de varianzas. El estadístico F del ANOVA se basa en el cumplimiento de dos supuestos: normalidad y homocedasticidad. Así, y dado que no es posible asumir que las varianzas poblacionales sean iguales, se

recurre al estadístico de Brown-Forsythe como alternativa al estadístico F del ANOVA. El nivel crítico asociado al estadístico Brown-Forsythe es menor que 0,05, lo que permite rechazar la hipótesis de igualdad de medias y concluir que los promedios de las variables motivacionales recogida en la tabla 4 entre los visitantes ecuatorianos y los extranjeros no son iguales.

**Tabla 4.** Análisis ANOVA motivaciones de la visita en función procedencia del visitante

Motivaciones de la visita	ANOVA		Estadístico igualdad varianzas		Prueba robustez Igualdad de medias	
	F	Sig.	Levene	Sig.	Brown-Forsythe	Sig.
Pasar tiempo con familiares y/o amigos	23,091	< ,001	72,400	< ,001	16,633	< ,001
Contactar con la naturaleza	11,156	< ,001	29,143	< ,001	9,041	< ,003
Desconectar de lo cotidiano	28,237	< ,001	68,039	< ,001	21,505	< ,001
Ser un destino turístico accesible para mi bolsillo	23,478	< ,001	61,301	< ,001	17,064	< ,001
Conocer su riqueza natural: flora, fauna y paisajes	13,139	< ,001	20,625	< ,001	11,635	< ,001
Búsqueda de tranquilidad	21,109	< ,001	38,724	< ,001	17,325	< ,001
Una visita más de mi itinerario turístico	20,275	< ,001	40,383	< ,001	15,855	< ,001
La fama y reputación turística del lugar	43,454	< ,001	43,454	< ,001	32,774	< ,001
Acudir al centro de interpretación de cocodrilos	22,169	< ,001	22,169	< ,008	20,864	< ,001
Degustar su gastronomía	35,019	< ,001	35,019	< ,019	32,774	< ,001
Realizar compras de interés: artesanía	9,250	< ,002	0,141	< ,019	9,384	< ,003

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla 3, el deseo de conocer sitios nuevos es la motivación más importante para visitar Santay en los visitantes tanto ecuatorianos como extranjeros, algo que tampoco cambia cuando analizamos la edad de los visitantes. Con todo, existen otras diferencias significativas como el deseo de conocer sitios nuevos (medida simetría gamma = 0,229; p = 0,002), el de pasar tiempo con familiares y/o amigos (medida simetría gamma = 0,202; p = 0,002), el de contactar con la naturaleza (medida simetría gamma = 0,253; p = 0,000) y el de desconectar de lo cotidiano (medida simetría gamma = 0,233; p = 0,006)

que ganan peso en la decisión de realizar la visita a la isla Santay conforme aumenta la edad.

### Impacto Económico

La pregunta efectuada para determinar el nivel de renta familiar ha sido la que más reticencia ha suscitado entre los turistas encuestados, ya que un total de 143 de los encuestados no han contestado, a pesar de la amplitud de los intervalos planteados en el cuestionario. De los turistas que contestaron, el 30,0% declaró tener un ingreso inferior a los 500 dólares mensuales frente al 10,2% que declararon ganar más de 2.000 dólares

(tabla 5). Pero en general, los visitantes que visitan Santay se caracterizan por contar con una capacidad adquisitiva baja-media, casi el 75% de los encuestados declaran unos ingresos inferiores a los 1.250 dólares al mes. Existen diferencias de renta, entre los visitantes, atendiendo al género, se ha detectado una asociación significativa

(coeficiente de contingencia = 0,184;  $p = 0,000$ ) que implica que el nivel de renta media declarada por las mujeres es un 16% inferior al del hombre. En Ecuador, el sueldo básico mensual en 2015 es de 354 dólares y la renta media mensual es de 892 euros.

**Tabla 5.** Renta mensual familiar disponible según género

Niveles de renta	Género		Total
	Masculino	Femenino	
Menos de 500 \$	23,2%	36,6%	30,0%
De 500 a 749 \$	15,2%	14,0%	14,6%
De 750 a 999 \$	14,5%	14,9%	14,7%
De 1.000 a 1.249 \$	14,7%	14,3%	14,5%
De 1.250 a 1.499 \$	9,7%	9,0%	9,3%
De 1.500 a 1.749 \$	5,2%	2,3%	3,7%
De 1.750 a 2.000 \$	3,8%	2,3%	3,0%
Más de 2.000 \$	13,7%	6,7%	10,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, también existen diferencias en el nivel de renta atendiendo a la procedencia de los visitantes. Los visitantes extranjeros declaran un mayor nivel de renta que los turistas ecuatorianos (tabla 6), detectándose una asociación significativa (coeficiente de contingencia = 0,321;  $p = 0,000$ ). El

poder adquisitivo de los visitantes ecuatorianos es un 29% inferior al declarado por los extranjeros. En este sentido, algo más de 2/3 partes de los visitantes ecuatorianos cuentan con una capacidad adquisitiva baja (menos de 1.000 dólares al mes).

**Tabla 6:** Renta mensual familiar disponible según origen

Niveles de renta	Origen Visitantes		Total
	Nacionales	Extranjeros	
Menos de 500 \$	34,2%	19,6%	30,0%
De 500 a 749 \$	17,6%	6,9%	14,6%
De 750 a 999 \$	16,5%	10,2%	14,7%
De 1.000 a 1.249 \$	13,6%	16,7%	14,5%
De 1.250 a 1.499 \$	7,4%	14,3%	9,3%
De 1.500 a 1.749 \$	3,4%	4,5%	3,7%
De 1.750 a 2.000 \$	2,1%	5,3%	3,0%
Más de 2.000 \$	5,2%	22,5%	10,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

El gasto medio realizado en la visita a Santay es de 6,6 dólares. Así, el gasto de los hombres es similar al correspondiente a las mujeres, aunque declaran un mayor poder adquisitivo. En cualquier caso, existe una asociación positiva entre el nivel de renta familiar y el gasto en la isla (estadístico  $\gamma = 0,217$ ;  $p = 0,000$ ), de

manera que los turistas con mayores niveles de renta gastan algo más, y, al contrario, los que dicen tener rentas más bajas muestran una menor capacidad de gasto (tabla 7).

**Tabla 7.** Gasto planeado visita isla Santay en función del nivel de renta

Gasto planeado	Renta mensual familiar disponible					
	Menos de 500 \$	De 500 a 749 \$	De 750 a 999 \$	De 1.000 a 1.249 \$	De 1.250 a 1.499 \$	Más de 1.500 \$
Menos de 5 \$	63,0%	59,2%	55,6%	54,8%	46,3%	40,7%
De 5 a 10 \$	33,9%	36,0%	39,7%	39,5%	46,3%	46,2%
De 11 a 15 \$	1,6%	1,6%	3,2%	3,2%	3,8%	5,5%
De 16 a 20 \$	1,5%	2,4%	1,5%	2,5%	2,5%	4,8%
De 21 a 25 \$	-----	0,8%	-----	-----	-----	0,7%
De 26 a 30 \$	-----	-----	-----	-----	1,1%	0,7%
Más de 30 \$	-----	-----	-----	-----	-----	1,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8.** Gasto planeado en la vista isla Santay según origen

Gasto planeado	Origen Visitantes		Total
	Nacionales	Extranjeros	
Menos de 5 \$	57,0%	55,3%	56,5%
De 5 a 10 \$	38,4%	35,7%	37,6%
De 11 a 15 \$	2,4%	3,8%	2,8%
De 16 a 20 \$	2,0%	3,1%	2,3%
De 21 a 25 \$	0,2%	0,7%	0,4%
De 26 a 30 \$	-----	0,4%	0,1%
Más de 30 \$	-----	1,0%	0,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo al país de procedencia, los visitantes extranjeros gastan una cantidad mayor (tabla 8). Así, la media de gasto de los turistas ecuatorianos alcanza los 6,5 dólares frente a los 7,1 dólares de los extranjeros. Se ha detectado una asociación significativa entre el gasto y la nacionalidad (coeficiente de contingencia = 0,116;  $p = 0,034$ ). Teniendo en consideración tanto el número de turistas que visitaron Santay en 2014 como la variable de gasto durante la visita, se ha realizado una estimación de los ingresos anuales derivados

de la actividad turística en esta área natural protegida. En este sentido, la demanda anual generada por el turismo en Santay se estima en 4,8 millones de dólares, de los cuales 3,3 millones corresponden a los visitantes nacionales y los 1,5 millones restantes a los turistas extranjeros.

Por tanto, esta cantidad estimada de 4,8 millones de dólares revierte en la comunidad local asentada en la isla y que le permite complementar los ingresos generados tradicionalmente en el sector primario.

## CONCLUSIONES

El desarrollo del turismo planificado y gestionado por la propia comunidad se está potenciando y desarrollando en diferentes áreas geográficas debido a que los turistas buscan nuevos tipos de experiencias donde el contacto con la naturaleza y con la cultural local ocupa un lugar predominante. En este sentido, descubrir nuevos destinos que aporten algo diferente a los destinos clásicos, está posibilitando la creación de nuevos productos que permiten a las comunidades locales, generar riqueza y crear puestos de trabajo basándose en esta actividad económica complementaria, que no sustitutiva de la actividad tradicional basada en el sector primario. Estas claves pueden servir de base para establecer recomendaciones que permitan un mayor aprovechamiento turístico de esta área protegida.

En este artículo se ha estudiado el segundo aspecto que, según Nyaupane *et al*, (2006), es necesario investigar, para conocer los beneficios del turismo en áreas rurales y protegidas con comunidades locales, presentando un estudio sobre una determinada zona geográfica, la isla Santay en Ecuador, donde la actividad turística se está eligiendo en una actividad complementaria de las familias que viven en la isla. Con el fomento de iniciativas de turismo comunitario, se persigue que la riqueza que se genere con este tipo de actividad económica repercuta de forma directa en los propios habitantes. Para desarrollar la investigación hemos procedido a la realización de un trabajo de campo para conocer el perfil sociodemográfico y las motivaciones de los turistas que visitan la isla y el impacto económico de las visitas.

Los principales resultados de esta investigación muestran un perfil de turista caracterizado por una formación académica universitaria y procedente principalmente de

Ecuador. La demanda anual generada por el turismo en Santay se estima en 4,8 millones de dólares. Asimismo, la mayoría de los turistas visitan la isla por motivos de conocer sitios nuevos, pasar el tiempo con su familia y amigos y estar en contacto con la naturaleza, aunque hemos encontrado una escasa motivación en actividades que repercuten más directamente en la comunidad, como la gastronomía y la artesanía. En este punto es donde las administraciones y la comunidad local deben trazar estrategias de acción y promoción para que la visita a la isla no se convierta en una mera excusión a un paisaje protegido próximo a una gran urbe, y pase a convertirse en un disfrute de la naturaleza y de otras experiencias que puedan proporcionar a dicha comunidad recursos, no sólo económicos sino también sociales.

Consideramos que los resultados obtenidos tienen importantes implicaciones para la planificación y gestión del turismo comunitario en la isla Santay, gracias a la construcción del puente peatonal que une con la ciudad de Guayaquil, incrementando de forma notable las visitas.

Entre las principales limitaciones que presenta esta investigación hay que destacar la falta de datos previos de las características de los visitantes a la isla, por lo que no se ha podido realizar la investigación segmentando la población, el periodo temporal en el cual se realizó esta investigación (de junio a septiembre) implica un perfil diferente al que podría venir en otras épocas del año.

Como futuras líneas de investigación, se propone realizar estudios sobre la implicación de la comunidad local en el desarrollo sostenible de Santay y en la satisfacción final de la visita a través de indicadores de oferta turística relacionada con las motivaciones y con otros aspectos no relacionados con el objetivo de la visita.

## REFERENCIAS

- Al-Oun, S. y Al-Homoud, M. (2008). The potential for developing community-based tourism among the Bedouins in the Badia of Jordan. *Journal of Heritage Tourism*, 3 (1): 36-54.
- Antón, C., Camarero, C. y Laguna-García, M. (2017). Towards a new approach of destination loyalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivation. *Current Issues in Tourism*, 20 (3), 238-260.
- Butler, G. y Rogerson, C. M. (2016). Inclusive local tourism development in South Africa: Evidence from Dullstroom. *Local Economy*, 31 (1-2), 264-281.
- Choi, H. C. y Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27: 1274-1289.
- Cioce, C. A.; Bona, M. y Ribeiro, F. (2007). Community tourism: montanha beija-flor dourado pilot project (microbasin of the sagrado river, Morretes, Paraná). *Turismo-Visao e Ação*, 9 (2): 249-266.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6 (4), 408-424.
- Devesa, M., Laguna, M. y Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31, 547-552.
- Dodds, R., Gracia, S. R. y Homes, M. (2010). Does the tourist care?. A comparison of tourists in Koh Phi Phi, Thailand and Gili Trawangan, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (2), 207-222.
- Dyer, P.; Aberdeen, L. y Schuler, S. (2003). Tourism impacts on an Australian indigenous community: a Djabugay case study. *Tourism Management*, 24 (1), 83-95.
- Erskine, L. M. y Meyer, D. (2012). Influenced and influential: the role of tour operators and development organisations in tourism and poverty reduction in Ecuador. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (3), 339-357.
- Everingham, P. (2015). Intercultural exchange and mutuality in volunteer tourism: The case of intercambio in Ecuador. *Tourist Studies*, 15 (2), 175-190.
- Finn, M., Elliott-White, M. y Walton, M. (2000). *Tourism and leisure research methods: data collection, analysis and interpretation*. Harlow: Pearson Education.
- Gascón, J. (2013). The limitations of community-based tourism as an instrument of development cooperation: The value of the social vocation of the territory concept. *Journal of Sustainable Tourism*, 21 (5), 716-731.
- Gascón, J. (2015). Residential tourism and depeasantisation in the Ecuadorian Andes. *The Journal of Peasant Studies*, 1-19
- Giampiccoli, A. y Kalis, J. H. (2012). Tourism, food, and cultura: Community-based tourism, local food, and community development in Mpondoland, *Journal of Culture & Agriculture*, 34 (2), 101-123.
- Giampiccoli, A. y Mtapuri, O. (2014). The role of international cooperation in community-based tourism. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5 (4), 638-644.

- Giampiccoli, A. (2015). Community-based tourism: Origins and present trends. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 21 (2), 675-687.
- Giampiccoli, A. y Mtapuri, O. (2015). Between theory and practice: A conceptualization of Community based tourism and community participation. *Loyola Journal of Social Sciences*, XXIX (1), 27-52
- Harris, R. W. (2009). Tourism in Bario, Sarawak, Malaysia: A case study of pro-poor community-based tourism integrated into community development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14 (2): 125-135.
- Harrison, D. y Schipani, S. (2007). Lao tourism and poverty alleviation: Community-based tourism and the private sector. *Current Issues in Tourism*, 10 (2/3): 194-230.
- Hidalgo León, J. A., Villafuerte Muñoz, F. F. y Ortiz Novillo, C. (2015). Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el área nacional de recreación isla Santay en Ecuador. *Observatorio Economía Latinoamericana*, 209, 1-18.
- Hiwasaki, L. (2006). Community-based tourism: A pathway to sustainable from Japan's protected areas. *Society and Natural Resources*, 19 (8): 675-692.
- Iorio, M. y Corsale, A. (2014). Community-based tourism and networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (2), 234-255.
- Issa, J. J. y Jayawardana, C. (2003). The all-inclusive concept in the Caribbean. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (3), 167-171.
- Jaramillo, A., Porozo, N., Molina, R., Naranjo, J. y Pacalla, A. (2002). *Plan de manejo del Humedal Isla Santay*. Guayaquil: Servicio de Publicaciones del Ministerio del Ambiente.
- Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (2), 211-231.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A. y Duangsaeng, V. (2014). Success factors in community-based tourism in Thailand: The role of luck, external support, and local leadership. *Tourism Planning & Development*, 11 (1), 106-124.
- Lapeyre, R. (2010). Community-based tourism as a sustainable solution to maximise impacts locally? The Tsiseb Conservancy case, Namibia. *Development Southern Africa*, 27 (5), 757-772.
- Lenao, M. (2015). Challenges facing community-based cultural tourism development at Lekhubu Island, Botswana: a comparative analysis. *Current Issues in Tourism*, 18 (6), 579-594.
- Lee, C. K., Lee, Y. K. y Wicks, B. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25, 61-70.
- López-Guzmán, T. y Sánchez-Cañizares, S. (2009). Desarrollo socioeconómico de las zonas rurales con base en el turismo comunitario. Un estudio de caso en Nicaragua. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 6 (62), 81-97
- López-Guzmán, T.; Sánchez-Cañizares, S. y Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6 (1), 69-84.

- Manyara, G. y Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction". *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (6): 628-644.
- Mgonja, J. T., Sirima, A., Backman, K. F. y Backmand, S. J. (2015). Cultural community-based tourism in Tanzania: Lessons learned and way forward. *Development Southern Africa*, 32 (3), 377-391.
- Mtapuri, O. y Giampiccoli, A. (2014). Towards a comprehensive model of community-based tourism development. *South African Geographical Journal*, en prensa.
- Ministerio de Ambiente del Ecuador (2013). *Generación y restauración de áreas verdes para la ciudad de Guayaquil "Guayaquil ecológico"*. Quito: Servicio de Publicaciones del Ministerio de Ambiente.
- Ministerio de Ambiente del Ecuador (2015). *Estadísticas de ingresos de visitantes a la isla Santay*. Quito: Servicio de Publicaciones del Ministerio de Ambiente.
- Navas, G. (2013). La isla Santay: entre la informalidad y la regeneración urbana de Guayaquil. *Los lugares de hábitat y la inclusión*. Quito: FLACSO.
- Navas-Camargo, F. y Zwerg-Villegas, A. M. (2014). Community-based tourism: Is this progress?. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22 (32), 249-259.
- Novelli, M. y Gebhardt, K. (2007). Community-Based tourism in Namibia: reality show or window dressing? *Current Issues in Tourism*, 10 (5): 443-479.
- Nyaupane, G. P.; Morais, D. B. y Dowler, L. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 27 (6): 1373-1385.
- Okazaki, E. (2008). A community Based Tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511-529
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2002). *Tourism and Poverty Alleviation*. Madrid: Servicio de Publicaciones de la OMT.
- Peredo, A. M. y Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31 (2), 309-328.
- Pérez-Gálvez, J. C., Muñoz-Fernández, G. A. y López-Guzmán, T. (2015). Motivation and tourist satisfaction in wine festivals: XXXI ed. Wine tasting Montilla-Moriles, Spain. *Tourism & Management Studies*, 11, 7-13.
- Pookaiyaudom, G. (2013). The integrated learning of community-based tourism in Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 2930-2898.
- Ramires, A., Brandao, F. y Sousa, A. C. (2017). Motivation-based cluster analysis of international tourists visiting a World Heritage City: The case of Porto, Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, online publishing.
- Rodríguez, F., Larrea, M., Ruíz, A., Benítez, V., Nogales, F., Suárez, P., Jaramillo, I. y Guerrero, P. (eds.) (1995). *Caracterización Ecológica y Socio-Económica de la Isla Santay, Guayas, Ecuador*. Quito: Ecociencia.

Ruíz-Ballesteros, E. (2011). Social-ecological resilience and community-based tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador. *Tourism Management*, 32 (3), 655-666.

Ruiz, E., y Brondizio, E. (2013). Building negotiated agreement: The emergence of community-based tourism in Floreana (Galapagos Islands). *Human Organization*, 72 (4), 323-335.

Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Kham Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. *Tourism Management*, 31, 136-146.

Stronza, A. (2010). Common management and ecotourism: Ethnographic evidence from the Amazon. *International Journal of Commons*, 4 (1), 56-77.

Sin, H. L. y Minca, C. (2014). Touring responsibility: The trouble with “going local” in community-based tourism in Thailand. *Geoforum*, 51, 96-106.

Trejos, B. y Chiang, L. H. N. (2009). Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 30: 373-387.

Yang, L. y Wall, G. (2009). Authenticity in ethnic tourism: domestic tourists’ perspectives. *Current Issues in Tourism*, 12 (3): 235-254.

Yuan J. y Jang, S. (2008). The effects of quality and satisfaction on awareness and behavioral intentions: exploring the role of a Wine festival. *Journal of Travel Research*, 46 (1), 279-288.

Zorn, E. y Farthing, L. C. (2007). Communitarian tourism. Hosts and mediators in Peru. *Annals of Tourism Research*, 34 (3): 673-689.