

Turismo montuvio: análisis de sus factores de éxito en la provincia Los Ríos, Ecuador, mediante un mapa cognitivo difuso

Tourism Montuvio: Analysis of its Success Factors in the Province Los Ríos, Ecuador, Through a fuzzy Cognitive Map

Noel Batista Hernández 

Universidad Regional Autónoma de Los Andes
Ecuador

ub.coordinacionac@uniandes.edu.ec

Héctor Aníbal Loyaga Méndez 

Universidad Regional Autónoma de Los Andes
Ecuador

ub.hectorlm14@uniandes.edu.ec

Maikel Yelandi Leyva Vázquez 

Universidad Regional Autónoma de Los Andes
Ecuador

direccionbabahoyo@uniandes.edu.ec

Raisa León Muñoz 

Consejo Cantonal de Protección de Derechos
Cantón Vinces, Ecuador

raisaleon2009@gmail.com

Fecha de enviado: 15/06/2022

Fecha de aprobado: 23/09/2022

RESUMEN: En la actualidad el turismo montuvio precisa de contribuciones que aporten nuevas formas de hacer. Todo ello con el propósito de la mejora continua en su gestión de calidad basado en la experiencia del cliente, para potenciar su relación de ingresos/ganancias en la obtención del éxito empresarial. El objetivo de la presente investigación es analizar los factores de éxito del turismo montuvio en la provincia ecuatoriana de Los Ríos mediante un mapa cognitivo difuso. Esta técnica se complementa con el empleo de otros métodos. Para el análisis los factores de éxito se dividen en dos grupos, uno enfocado hacia la gestión empresarial y otro desde la percepción del cliente. Para el desarrollo del mapa se utiliza la herramienta web Mental Modeler explotando además su función de proyección futura de escenarios. Desde el enfoque de cliente, los factores de mayor importancia fueron la experiencia integral y la oferta variada y asequible. En el caso del enfoque empresarial se obtuvieron como principales factores: la capacidad de innovación y la política de minimización de costos. Por lo que se recomienda potenciar este último como forma generadora de valor agregado intangible a los negocios.

PALABRAS CLAVE: turismo montuvio; factores de éxito; mapas cognitivos difusos; enfoques.

ABSTRACT: Currently, Montuvio tourism needs contributions that provide new ways of doing things. All this with the purpose of continuous improvement of its quality management based on the customer's experience, to enhance its income/profit ratio in obtaining business success. Therefore, the authors of this research establish as its objective: to analyze the success factors of montuvio tourism in the Ecuadorian province of Los Ríos through a fuzzy cognitive map. This technique is complemented by the use of other methods. For the analysis, the success factors are divided into two groups, one focused on business management and the other based on customer perception. For the development of the map, the Mental Modeler web tool is used, also exploiting its function of future projection of scenarios. From the customer perspective, the most important factors were the comprehensive experience and the varied and affordable offer. In the case of the business approach, the main factors were obtained: the capacity for innovation and the cost minimization policy. Therefore, it is recommended to promote the latter as a way to generate intangible added value to businesses.

KEYWORDS: montuvio tourism; success factors; fuzzy cognitive maps; approaches.

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

Este grupo, según el censo del año 2010, representaba el 7,4 % de la población nacional, siendo su región más significativa la provincia de Los Ríos con 402 318 habitantes identificados como montubios (Peñafiel et al., 2021).

Entre sus características más importantes se encuentran:

- Ser un pueblo campesino sencillo, trabajador, amante del campo y de las actividades agrícolas, con un elevado sentido regionalista y una identidad cultural propia. Se siente orgulloso de su origen étnico.
- Su principal instrumento de trabajo es el machete, el cual siempre mantiene en el cinto y utiliza en labores agrícolas diarias. Lo utiliza para cortar, abrirse paso en el camino o para defenderse.
- Los montuvios tienen fama de ser excelentes jinetes, tanto así que el rodeo es su principal entretenimiento y festividad. El caballo y la camioneta son sus principales instrumentos de trabajo y transporte.
- Se caracterizan por su fuerte arraigo al campo. El monte siempre guarda un lugar especial para el montuvio, independientemente de su profesión o lugar de residencia. La vida en el campo, rodeado de animales y cultivos, es una de sus principales aspiraciones.
- El montuvio es afable, hospitalario, alegre y servicial, pero al mismo tiempo de carácter recio, con un gran sentido del orden y cualidades para el liderazgo.

Esta cultura posee singularidades que la diferencian de otras zonas costeras del Ecuador, lo que ha posibilitado convertirla en una forma de ingresos de la economía local y

situarla en un punto atractivo dentro de la industria turística del país (Peñafiel et al., 2021). De ahí su importancia, ya que se conoce que en el turismo radica una gran parte del desarrollo socioeconómico de los pueblos: entre más turismo mejores ingresos, que benefician a los países en crecimiento (Morla, 2021).

Según Bustamante (2012, citado en Morla, 2021), existen diferentes tipos de turismo:

- Turismo urbano: Siendo las ciudades lo primordial que atrae al turista en donde se reúne gran parte de infraestructura creada por el hombre.
- Turismo rural: Siendo las actividades que se desarrollan junto a la naturaleza en torno a pequeñas poblaciones de la localidad visitada permitiendo conocer las costumbres y estilo de vida de la comunidad.
- Turismo ecológico: Como principal actividad degustar la naturaleza y las actividades tienen que ver con la observación de los parajes, así como la flora y fauna que habitan en ella.
- Turismo de naturaleza: Actividades realizadas en lugares naturales cercanos, con el fin de admirar, estudiar y analizar el medio ambiente.
- Turismo cultural: Actividades relacionadas con la finalidad de generar conocimiento de la localidad, de su historia, artística, gastronomía, entre otros.

El turismo se ha convertido en una actividad global que comprende diferentes industrias que trabajan juntas para satisfacer las necesidades de los clientes. Junto con este crecimiento, los destinos también compiten entre sí, imponiendo a la administración de los negocios la necesidad de utilizar los recursos de una manera efectiva y sostenible. Esto conlleva un reto en la forma

de gestión para lograr una ventaja competitiva, que, entre otros beneficios, contribuiría al éxito del negocio (Marais et al., 2017; Morla, 2021).

Para desarrollar el potencial turístico de una comunidad local, región o destino turístico en general es importante identificar cada uno de los elementos que lo componen y cómo es que estos trabajan (Rosas et al., 2022).

En la actualidad el turismo montuvio precisa de contribuciones que aporten nuevas formas de hacer. Todo ello con el propósito de la mejora continua en su gestión de calidad basado en la experiencia del cliente, para potenciar su relación de ingresos/ganancias en la obtención del éxito empresarial. Por tanto, los autores de la presente investigación establecen como objetivo de la misma: analizar los factores de éxito del turismo montuvio en la provincia ecuatoriana de Los Ríos mediante un mapa cognitivo difuso.

Los autores escogen esta técnica por las ventajas que ofrece (Quiroz et al., 2021; Saavedra et al., 2021):

- La escalabilidad en entornos dinámicos para evaluar situaciones a partir de la experiencia y aportar conocimiento a los procesos de mejora.
- La facilidad para la interpretación de los resultados
- La posibilidad de agregación del conocimiento de múltiples expertos en la modelación del proceso de toma de decisión en gestión de proyectos en una sola estructura de conocimiento.
- La versatilidad de manejar información cualitativa en lenguaje natural y convertirla a lo cuantitativo.
- La capacidad para representar las relaciones retroalimentación durante el proceso de

toma de decisiones durante el desarrollo de proyectos.

Métodos

Para desarrollar la presente investigación se efectuó un diseño de investigación cuali-cuantitativo basado en los siguientes métodos teóricos:

- **Sistémico-estructural:** Se visualiza el proceso como un todo y sus partes. Posibilita la detección de factores de éxito a través de la descomposición en sus partes del proceso de gestión turística.
- **Análisis-síntesis:** Se analizan los elementos de forma general a partir de la bibliografía consultada y se arriban a conclusiones. Permite sentar las bases de la investigación para la toma de decisiones.
- **Descriptivo:** Se enuncian las pautas principales de la investigación. Proporciona una descripción de los aspectos y factores de interés.
- **Inductivo-deductivo:** A través de la forma de análisis que provee, se obtiene un conocimiento basado en la aplicación de las encuestas y revisión de la literatura especializada.
- **Histórico-lógico:** Ayuda a conocer cómo ha evolucionado la cultura montubia y su quehacer turístico. Sienta las bases de la investigación.

Para complementar la investigación se utilizaron los siguientes métodos empíricos:

- **Consulta a expertos mediante:**
 - ✓ Encuestas: cuestionario elaborado para obtener información del tema. Aplicado de conjunto con los mapas cognitivos difusos como técnica de procesamiento de la Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina RPNS 2346 ISSN 2308-0132 Vol. 10, No. Especial 3, 2022

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

información. Para su aplicación en un primer momento se establecen criterios de inclusión y en un segundo momento, se seleccionó una muestra a partir de la siguiente expresión de cálculo:

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

- ✓ Trabajo en grupo: para determinar consenso y en análisis a profundidad de los resultados obtenidos. Se aplicó la tormenta de ideas en su modalidad rueda libre y dinámica de grupo.
- Observación directa: se aplicó por parte de los investigadores en el trabajo de campo desarrollado.
- Revisión documental: se revisó la bibliografía especializada, así como otros documentos que proporcionan una base para la investigación, entre ellos, revistas de alto impacto.

Se empleó como técnica:

- Mapas Cognitivos Difusos (MCD): es una técnica donde los nodos exponen variables de decisión, entre las cuales se describe la fortaleza de la relación mediante el empleo de valores difusos en el intervalo [-1,1]. A cada arista se le asocia un peso en el conjunto donde 0 significa que no hay relación causal entre las variables, un valor negativo significa que la relación causal es inversa (si una variable aumenta la otra disminuye y viceversa), y positivo significa que existe una relación causal directa (Quiroz et al., 2021, Saavedra et al., 2021).

Cuando participa un conjunto de individuos (k), la matriz de adyacencia se formula a través de un operador de agregación, como por

ejemplo la media aritmética. El método más simple consiste en encontrar la media aritmética de cada una de las conexiones para cada experto. Para k expertos, la matriz de adyacencia del MCD final (E) es obtenida como:

$$E = \frac{E_1 + E_2 + E_3 + \dots + E_k}{k}$$

Esta facilidad de agregación permite la creación de modelos mentales colectivos con relativa facilidad. Para la aplicación de la técnica se utilizó la herramienta que proporciona la página web Mental Modeler, desarrollada por el Dr. Steven Gray de la Universidad de Hawái y se puede encontrar en la siguiente dirección: <https://www.mentalmodeler.com/>

Para el desarrollo de la investigación se ejecutaron los siguientes pasos a modo de hilo conductor:

1. Revisión de la bibliografía, prefiriendo documentos de los últimos cinco años sobre los temas de turismo y cultura montubia con el objetivo de establecer los antecedentes de la investigación.
2. Elaboración de un cuestionario para la consulta a expertos y su aplicación en dos momentos:
 - a) Para determinar los factores de éxito potenciales.
 - b) Para evaluar la relación entre ellos mediante mapa cognitivo difuso.
3. Análisis de los resultados mediante el trabajo en grupo.

Antecedentes de interés para la investigación

Este pueblo se caracteriza por tener maneras de comportamiento particular y sus tradiciones son ricas y por lo tanto variadas, las cuales han sido transmitidas por generaciones,

integrando una parte importante del patrimonio cultural del Ecuador. Como parte de este conjunto de costumbres identificativas de este pueblo se destacan su idioma, los amorfinos, su vestimenta, los bailes, la música, las comidas típicas, las leyendas, entre otras.

En esta región se aplica comúnmente lo que se conoce como turismo comunitario, que no es más que el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres y tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades (Alcívar, 2020).

A partir de lo anterior se puede decir que el principal objetivo para desarrollar la industria es conocer las costumbres de los hombres y mujeres del campo montuvio. Por tanto, sus tradiciones: actividades, vestimenta, comida, música y bailes se han convertido en las principales actividades con fines turísticos y por ende su atractivo (Alcívar, 2020; Aldía, 2021; Elyex, 2021; Gavilanes, 2015; Muñoz, 2022, Peñafiel et al., 2021; Valencia; ViajandoX, 2022).

- Rodeos: en el contexto nacional la provincia de Los Ríos se ha caracterizado por conservar y cultivar la costumbre ancestral de los rodeos montuvios. Esta práctica la ejecutan hábiles hombres del campo, quienes durante sus actividades y diario vivir, continuamente están en contacto con caballos y todo lo relacionado a su cuidado, montaje y utilidad del mismo. Está declarado como patrimonio cultural intangible de esta

provincia, porque es importante que se considere la cultura, la identidad de los pueblos, así como las cualidades y espacios que se ven en los rodeos montuvios.

- Peleas de gallos y concursos: diferentes actividades que consisten en juegos del azar y participación como el palo encebado.
- Música y bailes tradicionales: actividad que puede catalogarse como rudimentaria, puesto que la fuente de inspiración se inclina por el pasillo montuvio colombiano más que por el pasillo de la sierra ecuatoriana. El montuvio se destaca por ser un gran tocador de guitarra. Se destaca en esta parte el uso de los «chigualos», es decir versos (rondas y coplas), palabras típicas de la región.
- Artesanías: principalmente en la cestería, la alfarería y la talabartería. La elaboración de las artesanías es a base de toquilla y hojas de palma. Por otra parte, otras piezas como las monturas, zapatos, correas y demás piezas de montar.
- Comida típica: desde las ollas hasta la comida se convierte en un producto turístico. El pueblo posee platos típicos para cada ocasión, entre los más comunes se destaca el «greñoso», la chicha de maíz, «chame» que consiste en el pescado negro en estofado, además del seco y el aguado de gallina, ambos platos se acompañan de la tradicional caña manabita.
- Medicina: La actividad turística tiene una estrecha relación con la medicina ancestral, porque está presente en las distintas comunidades, creando así un turismo medicinal que permite intercambiar con culturas, conocimiento entre los turistas y los pobladores de una comunidad.
- Cabalgata: es un tipo de actividad turística, que va dirigido a potencializar el sentido de pertenencia identitaria en el montuvio, y su

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

importancia al brindar atractivos y elementos culturales que se encargan de la transmisión y difusión del conocimiento ancestral. El montuvio considera al caballo como parte de su identidad cultural, y como parte fundamental de sus actividades diarias.

Resultados

Elaboración y aplicación del cuestionario

El cuestionario se elaboró en función de determinar los principales factores de éxito del turismo montuvio de la región de Los Ríos. Dicho instrumento propuso varios factores de

éxito potenciales obtenidos a través de la consulta bibliográfica y ofreció opciones a los expertos para eliminar o ratificar estos acuerdos a su criterio; así como adicionar otros que considerara necesarios. Para su aplicación en esta primera etapa, se establecieron por parte de los autores de la investigación dos clasificaciones acorde a lo expuesto en la investigación de Marais et al. (2017). La referida autora detalla la necesidad de establecer factores de éxito en función de los objetivos que se deseen medir. Acorde a ello se estableció lo siguiente (Tabla 1):

Tabla 1. Criterios de inclusión de encuestados para establecer factores de éxito según enfoques.

Factores de éxito/ Criterios de inclusión de encuestados	Enfoque de gestión empresarial	Enfoque de percepción del cliente
Tiempo de trabajo en el sector de cinco años o más (experiencia) activo o no.	X	
Pertenecer a un emprendimiento de la región, con un nivel de actividad y eficiencia altas.	X	
Trabajadores de agencias turísticas, promotores, agentes de relaciones públicas.	X	X
Autor de estudios previos realizados en la comunidad (publicaciones, tesis, artículos de revista).	X	X
Turistas o clientes regulares (dos veces o más).		X

Durante el estudio, se obtuvieron un total de 67 personas que cumplían con al menos uno de los requisitos de selección como expertos, a los cuales se les aplicó la primera parte del procedimiento elaborado, obteniendo los

factores de éxito del turismo montuvio en la región de Los Ríos, acorde a los dos enfoques predefinidos lo que a continuación se expone en la tabla 2:

Tabla 2. Factores de éxito según enfoques.

Factores de éxito desde el enfoque de gestión empresarial	Factores de éxito desde el enfoque de percepción del cliente
1. Personal de la zona conocedor de las tradiciones, cortés, amable, humilde, con conocimientos básicos de hostelería (inglés y	1. Experiencia integral con inclusión del turista: se integra el turismo cultural, natural y ecológico con el turista donde este no solo

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

servicios) con disposición de realizar varias tareas si es preciso (mínima cantidad de personal).	es espectador sino que se involucra en el desarrollo de las mismas.
2. Productos de buena calidad y ecológicos (frescos, de temporada, no importados, cosechados en la zona sin químicos ni mecanización). Aunque muchas veces tienen un precio mayor por cultivarse con características determinadas, es necesario mantenerlos por ser preferencia del turista.	2. Familiaridad y respeto como valores esenciales en el trato con los turistas. Donde la jovialidad y la naturalidad de los campesinos gana el favor y agradecimiento de los clientes al ofrecerles un trato sin igual.
3. Buena capacidad de innovación en los servicios manteniendo la tradición: prácticas turísticas diversas en aras de mantener el posicionamiento en el mercado y el nivel de competencia respecto a otras regiones montubias.	3. Naturaleza con poco nivel de urbanización y alto nivel de conservación.
4. Precios de los servicios tanto individuales como por paquetes, con descuentos dependiendo de ciertas condiciones.	4. Comida "Kilómetro 0" y ecológica: experiencia gastronómica solo con alimentos producidos en la región sin químicos.
5. Conocimientos aportados por los investigadores sobre gestión turística a la comunidad.	5. Alta presencia en las redes sociales e internet para la promoción turística del área y agencias.
6. Política de minimización de los costos.	6. Oferta variada de paquetes con diferentes precios, que lo hacen asequible.
7. Amplia oferta gastronómica con atención a las individualidades.	

A partir de este momento se calculó una muestra de expertos para aplicar la técnica mapa cognitivo difuso (MCD). Para el cálculo de la muestra de ambos grupos, se aplicó la ecuación 1 con los siguientes parámetros:

N: total de la población (51 voluntarios del grupo 1 y 87 voluntarios del grupo 2).

Z: 1.96 al cuadrado (índice de seguridad de 0,95%).

P: proporción esperada (en este caso 50% = 0.5).

Q: $1 - p$ (en este caso $1 - 0.5 = 0.5$).

e: margen de error (en la investigación es un 10%).

Sustituyendo los valores en la ecuación se calculó que el número de encuestados para la aplicación del mapa cognitivo difuso debía ser 34 y 46 personas respectivamente. Para la aplicación del MCD se procedió a realizar las encuestas por separado teniendo en cuenta la naturaleza de los encuestados y el momento. Se compilaron las evaluaciones dadas a las relaciones entre nodos del mapa con la

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

ecuación 2. Los resultados fueron los siguientes (Figura 2, 3 y 4):

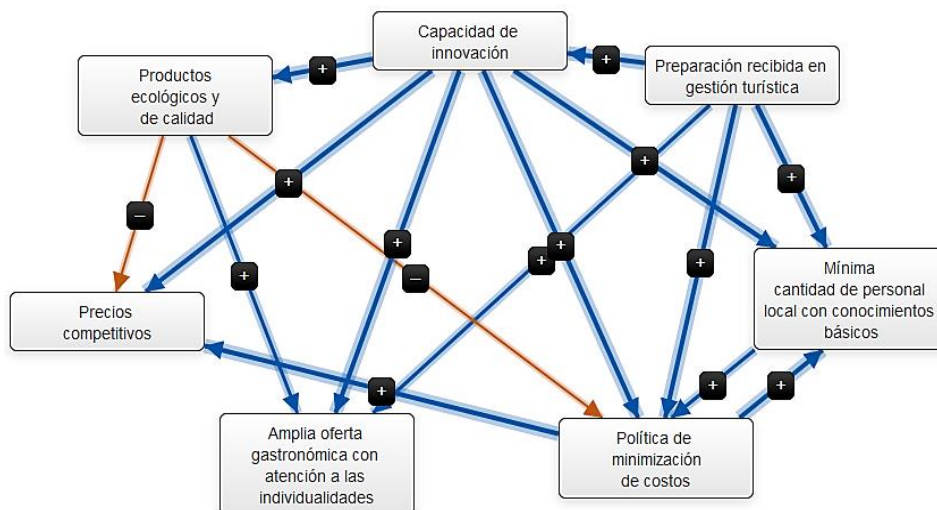


Figura 2. MCD para la modelación de los factores de éxito en enfocados en la gestión empresarial.

	Preparación recibida en gestión turística	Productos ecológicos y de calidad	Mínima cantidad de personal local con conocimientos básicos	Precios competitivos	Política de minimización de costos	Amplia oferta gastronómica con atención a las individualidades	Capacidad de innovación
Preparación recibida en gestión turística	1				0.88	0.7	1
Productos ecológicos y de calidad		-0.32			-0.35	0.62	
Mínima cantidad de personal local con conocimientos básicos					0.62		
Precios competitivos							
Política de minimización de costos			1	1			
Amplia oferta gastronómica con atención a las individualidades							
Capacidad de innovación		1	1	1	1	1	

Figura 3. Matriz de adyacencia.

Component	Indegree	Outdegree	Centrality	Preferred State	Type
Preparación recibida en gestión turística	0	3.58	3.58		driver
Productos ecológicos y de calidad	1	1.29	2.29		ordinary
Mínima cantidad de personal local con conocimientos básicos	3	0.62	3.62		ordinary
Precios competitivos	2.3200000000000003	0	2.3200000000000003		receiver
Política de minimización de costos	2.85	2	4.85		ordinary
Amplia oferta gastronómica con atención a las individualidades	2.32	0	2.32		receiver
Capacidad de innovación	1	5	6		ordinary

Figura 4. Análisis estático de la matriz de adyacencia.

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

Como se pudo apreciar en las Figuras 2, 3 y 4 el análisis muestra como una variable significativa la capacidad de innovación, seguida de la política de minimización de costos mediante una mínima cantidad de personal calificado con conocimientos básicos basado en una preparación en gestión turística a modo de capacitación por parte de los investigadores. Para ello, contribuye una amplia oferta gastronómica con atención a las individualidades, con precios competitivos y complementa la existencia de productos ecológicos y de calidad.

Acorde a los expertos entrevistados, la capacitación se expone como una variable trasmisora siendo la base de variables receptoras como los precios competitivos y la amplia oferta gastronómica. Lo anterior está dado principalmente porque son consecuencia de la alta capacidad de innovación que poseen los trabajadores que les posibilita ser

polifacéticos con una disposición total a la realización de tareas para cubrir diversas plazas manteniendo los bajos costos.

Según un intercambio posterior con los empleadores y los propios trabajadores esto le es beneficioso al contrario de lo que se piensa que es desgastante. El motivo radica en que no se mantiene una alta afluencia de turismo de forma constante por lo que el ejercicio de las múltiples tareas no es un esfuerzo mantenido a largo plazo, durante la semana de trabajo. En las Figuras 5 y 6 se puede comprobar mediante la simulación de escenarios, que la potenciación de la preparación en gestión turística (capacitación), la capacidad de innovación manteniendo la mínima cantidad de personal, potenciaría otras variables de interés, lo cual aportaría un valor agregado al emprendimiento.

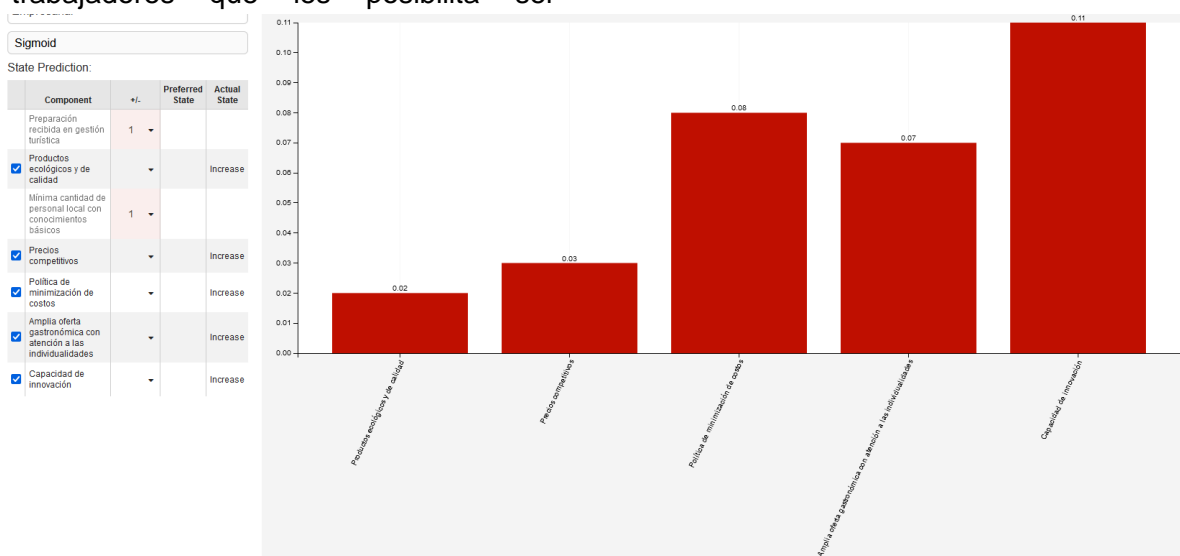


Figura 5. Análisis del escenario de predicciones 1, donde se potencia la preparación más la cantidad mínima de personal.

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

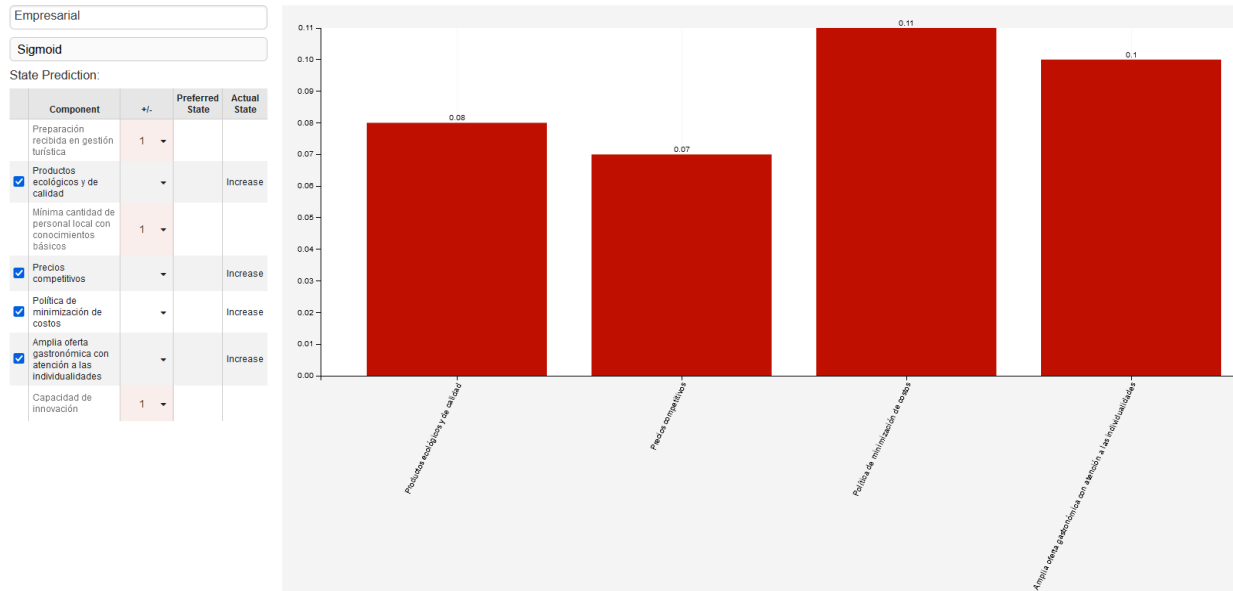


Figura 6. Análisis del escenario de predicciones 2, donde se potencia la preparación y la capacidad de innovación.

Esto conllevaría a un aumento de las utilidades y mantener los estándares de calidad y posicionamiento en el mercado, siempre sobre la base de mantener las tradiciones aprovechando lo natural del panorama.

Desde la óptica del cliente, la modelación de los factores de éxito se presenta en las Figuras 7, 8 y 9

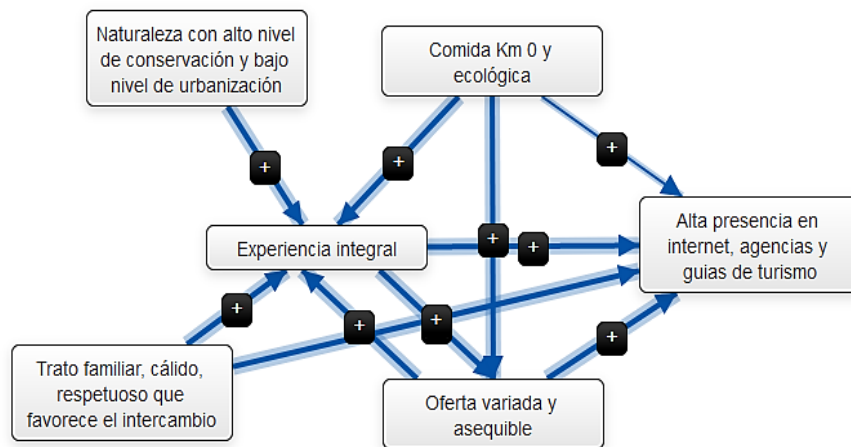


Figura 7. MCD para la modelación de los factores de éxito en desde el enfoque de percepción del cliente.

Turismo montuvio: análisis de sus factores de éxito en la provincia Los Ríos, Ecuador, mediante un mapa cognitivo difuso pp. 298-313

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

	Experiencia integral	Comida Km 0 y ecológica	Trato familiar, cálido, respetuoso que favorece el intercambio	Naturaleza con alto nivel de conservación y bajo nivel de urbanización	Alta presencia en internet, agencias y guías de turismo	Oferta variada y asequible
Experiencia integral		▼	▼	▼	1 ▼	1 ▼
Comida Km 0 y ecológica	1 ▼		▼	▼	0.45 ▼	1 ▼
Trato familiar, cálido, respetuoso que favorece el intercambio	1 ▼	▼		▼	1 ▼	▼
Naturaleza con alto nivel de conservación y bajo nivel de urbanización	1 ▼	▼	▼		▼	▼
Alta presencia en internet, agencias y guías de turismo	▼	▼	▼	▼		▼
Oferta variada y asequible	1 ▼	▼	▼	▼	1 ▼	

Figura 8. Matriz de adyacencia.

Total Components	Component	Indegree	Outdegree	Centrality	Preferred State	Type
6	Experiencia integral	4	2	6		ordinary
Total Connections	Comida Km 0 y ecológica	0	2.45	2.45		driver
10	Trato familiar, cálido, respetuoso que favorece el intercambio	0	2	2		driver
Density	Naturaleza con alto nivel de conservación y bajo nivel de urbanización	0	1	1		driver
0.333333333	Alta presencia en internet, agencias y guías de turismo	3.45	0	3.45		receiver
Connections per Component	Oferta variada y asequible	2	2	4		ordinary
1.666666667						
Number of Driver Components						
3						
Number of Receiver Components						
1						
Number of Ordinary Components						
2						
Complexity Score						
0.333333333						

Figura 9. Análisis estático de la matriz de adyacencia.

En este caso, los clientes le otorgan especial significación a la posibilidad de formar parte de una experiencia integral, ya que manifiestan que la posibilidad de interrelacionar en un mismo viaje excursiones, naturaleza en su esplendor, serranía, fiestas, experiencia gastronómica y tradición con un precio asequible a cualquier economía. Además, presenta el plus de la medicina montubia a la que se puede acceder de forma autorizada por el propio turista, es decir, mediante consentimiento. Todo ello potencia que el

turismo montuvio tenga una presencia de impacto en las agencias y sitios web, sobre todo al alcance de los difusores nacionales.

Todo ello se sustenta en las posibilidades que otorga la tierra en la región de naturaleza impecable, comida orgánica, natural y la calidez del trato con los lugareños. Esto se fundamenta en su estado de variables trasmisoras como se puede observar en el análisis estático de la Figura 9. Estas aportan a las variables experiencia integral y oferta variada como variables ordinarias, al ser causas y

consecuencias a su vez. Esto se traduce en la retroalimentación que comprende el sistema, por tanto, para su análisis, corroboran el hecho de que no pueden verse por separado sino sobre una base de sistema como un todo. Se expone como única variable receptora su estrategia de marketing con la presencialidad del servicio en las agencias, redes sociales, internet, entre otras.

En un análisis de predicciones, se muestra en las Figuras 10 y 11, la importancia de mantener un buen trato y una experiencia integral. En el caso de la primera variable, aunque se potencia la experiencia integral, si se decae en el trato familiar, existe una probabilidad de disminuir su presencia en las agencias y recibir malas críticas en internet, situación que se traduciría en una catástrofe empresarial.

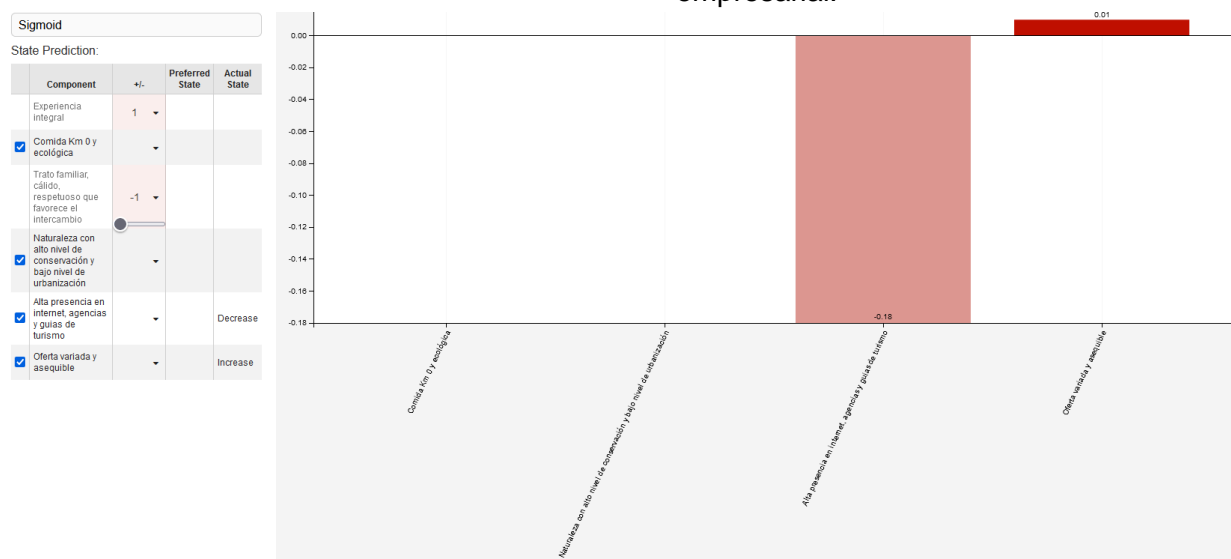


Figura 10. Análisis del escenario de predicciones 1, donde se potencia la experiencia pero disminuye la calidad del trato.

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

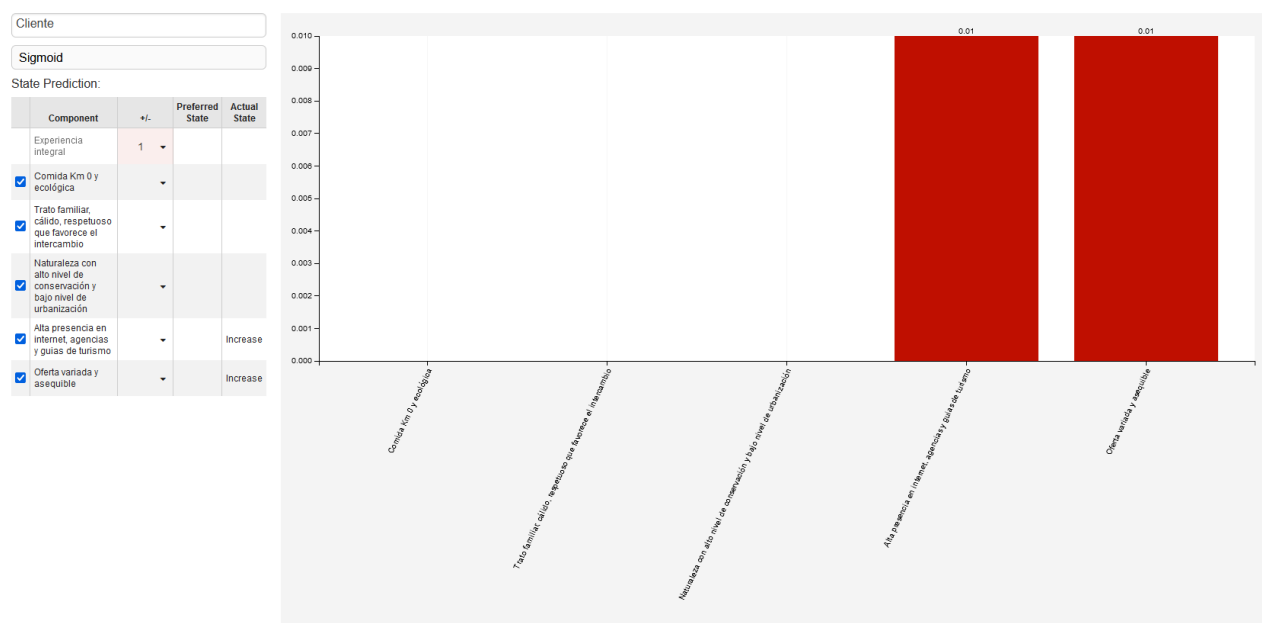


Figura 11. Análisis del escenario de predicciones 2, donde se potencia la experiencia integral.

Como se muestra en la Figura 11, si se potencia la experiencia integral se puede lograr mantener los estándares de calidad y satisfacción del cliente. Todo ello sin descuidar las variables: comida y naturaleza, que al ser variables independientes influyen directamente en la experiencia, y por tanto es imperativo mantener los índices de posicionamiento en el mercado mediante la satisfacción del cliente. Esto permitirá mantener un estatus de aceptación como producto estrella desde el marketing y competir con otros territorios que tienen acceso a otros recursos naturales de mayor atractivo como el mar.

Acorde a lo expuesto por Alcívar (2020), son precisamente los pueblos que tienen un acceso al mar los que comúnmente tienen mayor atractivo, ya que no solo explotan la experiencia de playa, sino que además tienen otras variables a su favor como la pesca, el paseo en bote, entre otros. También, al ser puertos pesqueros resultan de mejor nivel de acceso

porque las vías se utilizan para el intercambio comercial.

Estos pueblos también generan un plus integrando en sus comidas frutos del mar no solo pescado, para enriquecer y abaratar la oferta gastronómica. La cual se ofrece en paralelo con los productos de la agricultura local, algunos con cierto coste diferenciado por cuestiones del lugar.

Se puede decir además que se necesita mejorar la oferta de alojamiento ya que en muchos casos se torna insuficiente ante la demanda de los consumidores del turismo montuvio, sobre todos entre los que desean tener varias experiencias en diversos pueblos o con la medicina montubia. Existe una gran demanda del turismo montuvio no solo por parte de los turistas extranjeros sino además entre los locales, ávidos de la medicina ancestral.

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

Conclusiones

Se realizó un análisis de los factores de éxito del turismo montuvio en la región de Los Ríos en el Ecuador, utilizando los mapas cognitivos difusos enfocados desde el cliente y desde los negocios. Se pudo comprobar que existe gran demanda de este tipo de turismo tanto por el turismo extranjero como por el local, debido principalmente a sus potencialidades que ofrece una experiencia integradora de comida, naturaleza, cultura, medicina; pero precisa de mejorar ciertos aspectos como el alojamiento.

Desde el punto de vista de gestión se exponen como factores de éxito la capacidad innovadora de los emprendedores locales que hacen frente a las dificultades, así como al posicionamiento del mercado de otros negocios de la región con acceso al mar. Esta capacidad se ve influenciada además por la capacitación y la política de minimización de costos. Por lo que se recomienda potenciar este último como forma generadora de valor agregado intangible a los negocios.

Referencias bibliográficas

Alcívar Vera, I. (2020). Algunas consideraciones acerca de las potencialidades y limitantes para la práctica del turismo comunitario en las zonas rurales de Manta, análisis de casos. In *Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América Latina* (pp. 111-137). Ediciones Uleam.

<https://www.researchgate.net/publication/341913994> Algunas consideraciones acerca de las potencialidades y limitantes para la práctica del turismo comunitario en las zonas rurales de Manta análisis de casos

Aldía. (2021). *Rodeo montubio, sinónimo de cultura montubia*. Aldía, Diario Digital de Los Ríos. <https://www.aldia.com.ec/rodeo-montubio-sinonimo-de-cultura-montubia/>

Elyex. (2021). *Pueblos Montubios del Ecuador – costumbres y características*. Elyex Group. <https://elyex.com/pueblos-montubios-del-ecuador-costumbres-y-caracteristicas/>

Gavilanes, P. (2015). Rescate de la tradición oral del campesino montubio que habita el área rural del cantón Milagro para fortalecer la identidad de la juventud. *Ciencia Unemi*, 5(8), 57-72. <https://www.researchgate.net/publication/326027898> Rescate de la tradición oral de l campesino montubio que habita el are a rural del canton Milagro para fortalecer la identidad de la juventud

Marais, M., du Plessis, E. & Saayman, M. (2017). Una revisión sobre los factores críticos de éxito en el turismo. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 1-12. <http://www.journals.elsevier.com/journal-of-hospitalityand-tourism-management>

Morla López, L. K. (2021). *Diseño de material audiovisual como estrategia de promoción turística del Cantón Jipijapa*. Proyecto de investigación Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur De Manabí, Ecuador. <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2783/1/LISSETTE%20KATHERINE%20MORLA%20LOPEZ.pdf>

Muñoz Moyano, E. G. (2022). *La cabalgata montubia y turismo cultural en el cantón Baba, provincia de Los Ríos*. Documento probatorio del examen complejo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en hotelería y turismo, Carrera Hotelería y Turismo. Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación. Universidad Técnica de Babahoyo. Ecuador. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12118/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000369.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Peñafiel Nivelá, G. A., Briones Caicedo, W. R., Auriá Burgos, B. A. & Daza Suarez, S. K. (2021). Importancia de la cultura montubia como recurso y atractivo turístico en la Provincia

Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina
RPNS 2346 ISSN 2308-0132 Vol. 10, No. Especial 3, 2022
www.revflacso.uh.cu

Noel Batista Hernández, Héctor A. Loyaga Méndez, Maikel Y. Leyva Vázquez, Raisa León Muñoz

- de Los Ríos. *Journal of Science and Research*, 6(3), 161-184.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5659422>
- Quiroz Martínez, M. A., Mayorga Plua, S. E., Gómez Ríos, M. D., Leyva Vázquez, M. Y. & Plua Moran, D. H. (2021). *Chatbot for Technical Support, Analysis of Critical Success Factors Using Fuzzy Cognitive Maps* [Conference Paper]. Communications in Computer and Information Science. 2nd International Conference on Applied Technologies, https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85107364417&doi=10.1007%2f978-3-030-71503-8_28&partnerID=40&md5=48d63a372db16f606a89a8ab168f2dce
- Rosas Jaco, M. I., Almeraya Quintero, S. X., Guajardo Hernández, L. G. & Sangerman Jarquín, D. M. (2022). Análisis bibliométrico de la producción científica sobre cadena de valor turística. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 12(6), 1101-1113. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342021000601101&script=sci_arttext&tln_g=es
- Saavedra Robles, L., Leyva Vázquez, M. & Hechavarría Hernández, J. R. (2021). *Application of Fuzzy Cognitive Maps in Critical Success Factors. Case Study: Resettlement of the Population of the Tres Cerritos Enclosure, Ecuador* [Conference Paper]. Advances in Intelligent Systems and Computing. AHFE Virtual Conferences on Software and Systems Engineering, and Artificial Intelligence and Social Computing., San Diego, United States. https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85088519402&doi=10.1007%2f978-3-030-51328-3_55&partnerID=40&md5=52f6cfa0b2328a91685c4fb2a25b503d
- Valencia Franco, M. D. L. A. (2021). *Medicina ancestral montuvia como atractivo del turismo de salud en la provincia de Los Ríos* Documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Hotelería y Turismo. Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación. Universidad Técnica De Babahoyo. Ecuador.
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10655/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000304.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ViajandoX. (2022). *Montubio*. ViajandoX. <https://ec.viajandox.com/montubio-PV46>

Conflictos de intereses

Los autores declaran que no existe conflictos de intereses.

Contribución de los autores

Noel Batista Hernández: Conceptualización, metodología, redacción-revisión y edición, y aprobación de la versión final.

Héctor Anibal Loyaga Méndez: Conceptualización, redacción-revisión y edición, y aprobación de la versión final.

Maikel Yelandi Leyva Vázquez: Redacción-revisión y edición, y aprobación de la versión final.

Raisa León Muñoz: Redacción-revisión y edición, y aprobación de la versión final.