


Producto turístico cultural para el cantón General Villamil Playas, Ecuador

Cultural tourism product for the canton General Villamil Playas, Ecuador

Alba Verónica Caicedo Barreth ¹, Emily Daniela Bourne Alvarado ¹, Daniela Alejandra Torres Chalen ¹

¹ University of Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

Corresponding author: Alba Barreth | alba.caicedob@ug.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7192-7546>

DOI: <https://doi.org/10.29073/e3.v12i3.1081>

Received: 10/03/2026 | **Accepted:** 17/03/2026 | **Published:** 01/05/2026

RESUMEN

La presente investigación se centró en el análisis de las costumbres y tradiciones del cantón General Villamil Playas en Ecuador, con el objetivo principal de diseñar un producto turístico cultural. Se empleó un enfoque de investigación no experimental, que adopta una metodología mixta, integrando elementos cuantitativos y cualitativos. Para llevar a cabo el análisis, se consideró la población de turistas que visitan el cantón anualmente, arrojando una muestra de 384 individuos, en base a lo cual se realizó el perfil del visitante, examinando sus intereses, comportamientos y preferencias, para así proporcionar una visión más clara de cómo pueden desarrollarse y promoverse productos turísticos culturales que sean atractivos y pertinentes para ellos. El principal hallazgo de la investigación fue la identificación de actividades que pueden ser aprovechadas como atractivos culturales en General Villamil Playas y su vinculación con otros recursos turísticos disponibles, lo cual representa una oportunidad sustancial para el desarrollo y promoción de productos turísticos culturales auténticos y atractivos. En conclusión, se propone un producto turístico que puede ser operado autónomamente o por servidores locales, con el establecimiento de un recorrido y desafíos que promueven la visita de la ruta y visita a los proveedores de servicios locales asociados al ámbito cultural de la región.

Palabras clave: costumbres, tradiciones, producto turístico, perfil del turista, General Villamil Playas.

ABSTRACT

The present investigation focused on analysing the customs and traditions of the General Villamil Playas canton in Ecuador, with the primary objective of designing a cultural tourism product. A non-experimental research approach was used, which adopts a mixed methodology, integrating quantitative and qualitative elements. To carry out the analysis, the population of tourists who visit the canton annually was considered, yielding a sample of 384 individuals, based on which the visitor's profile was made, examining their interests, behaviours and preferences, to provide a clearer vision of how cultural tourism products that are attractive and relevant to them can be developed and promoted. The main finding of the research was the identification of activities that can be used as cultural attractions in General Villamil Playas and their link to other available tourism resources, representing a substantial opportunity for the development and promotion of authentic and attractive cultural tourism products. In conclusion, a tourist product is proposed that can be operated autonomously or by local servers, with a route and challenges designed to promote visits to the route and to local service providers associated with the region's cultural environment.

Keywords: customs, traditions, tourist product, tourist profile, General Villamil Playas.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo cultural se ha convertido en una forma enriquecedora de explorar y conocer nuevas culturas, promoviendo la preservación del patrimonio histórico y cultural de diversas comunidades. En este contexto, el cantón General Villamil Playas,

ubicado en la costa de Ecuador, se presenta como un destino con un potencial cultural y turístico significativo.

Este trabajo investigativo realizó un estudio de las costumbres y tradiciones del cantón General Villamil Playas con el propósito de desarrollar un producto turístico cultural que refleje la autenticidad y la riqueza cultural de esta región. Mediante un enfoque etnográfico, se investigaron las prácticas culturales arraigadas en la comunidad local, incluyendo festividades, gastronomía, expresiones artísticas y artesanías tradicionales.

La elección de General Villamil Playas como objeto de estudio se fundamenta en su ubicación geográfica estratégica, su rica historia y su diversidad cultural. El cantón se ha convertido en un destino turístico popular debido a sus hermosas playas de arena dorada y su clima cálido, pero más allá de sus atractivos naturales, es fundamental reconocer y valorar las expresiones culturales únicas que enriquecen esta región.

El cantón General Villamil Playas, el cual se encuentra ubicado a 93 km del tan conocido cantón Guayaquil, siendo este el único balneario dentro de la provincia del Guayas; cuenta con una superficie de un total de 27.014,27 ha. y su área protegida mide un total de 2.478,12 ha. El mayor grado de turismo es de sol y playa que se enfoca en las comunas Puerto Engabao, El Arenal, Bellavista, El Pelado; seguido en menor grado por actividades de caminata, cabalgatas, ciclismo, buceo deportivo y surf pertenecientes al turismo de deporte y aventura (PDOT, 2019).

El desarrollo de un producto turístico cultural basado en las costumbres y tradiciones de General Villamil Playas no solo permite promover la identidad cultural local, sino que también contribuye al desarrollo económico de la región, generando oportunidades de empleo y fomentando el turismo sostenible.

Para llevar a cabo este estudio, se utilizó una metodología que incluye la recopilación de datos primarios y secundarios. Se realizaron entrevistas, observaciones no participantes y registros audiovisuales para obtener una comprensión profunda de las prácticas culturales y su significado para la comunidad local.

Posteriormente, se llevará a cabo un análisis detallado de las costumbres y tradiciones presentes en el cantón, examinando festividades, gastronomía, expresiones artísticas y artesanías típicas. Este análisis se complementará con la participación de la comunidad local, líderes y expertos en la materia, para asegurar la precisión y validez de los datos recopilados.

Finalmente, se establece la estructura de un producto turístico cultural auténtico, basado en los resultados obtenidos en el estudio, el cual posee dos itinerarios turísticos que permiten a los visitantes sumergirse en la cultura de General Villamil Playas, interactuar con la comunidad local y apreciar la diversidad cultural de la región.

En conclusión, este estudio busca contribuir al conocimiento y valoración de las costumbres y tradiciones del cantón General Villamil Playas, al tiempo que se desarrolla un producto turístico cultural enriquecedor y sostenible, esperando fortalecer la identidad cultural local, promover el desarrollo económico de la región y preservar el patrimonio histórico y cultural para las generaciones futuras.

CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

Según la definición de la ONU Turismo, el turismo cultural es “Un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, disfrutar y consumir los atractivos/productos materiales e inmateriales de un destino turístico” (Organización Mundial del Turismo, 2017). Autores contemporáneos lo sitúan como promotor del desarrollo sostenible y preservador de cultura (Kranjoti et al., 2022), aunque otros puntualizan la delgada línea de llegar a ocasionar consecuencias negativas cuando se descuida la gestión y se llega a la masificación (Tahiri et al., 2024).

Como parte clave en este tipo de turismo destacan las costumbres, que son todos aquellos hábitos que se han ido manteniendo al pasar del tiempo a las nuevas generaciones y que se espera que sigan de esa manera ya que forman parte de la identidad de la cultura de un pueblo, país, ciudad o destino. Se pueden reconocer dos divisiones en las costumbres: a) material, como el arte que fueron dejando los ancestros junto con sus vajillas creadas a mano, su vestimenta, entre otras pertenencias; y b) inmaterial cuando se refiere a las manifestaciones culturales, la música, la jerga de un pueblo, sus ritos, entre otros (Cuenca, 2021).

También el término tradición es necesario puntualizar en este contexto, que según Madrazo (2005) es la voz de la permanencia a través del tiempo en una comunidad, lo cual la hace una generadora de identidad y de memoria colectiva; es decir, también que es todo aquello de lo que se hereda de los antepasados. Entonces se dice de tradiciones festivas, religiosas, culinarias, recreativas y así otras clasificaciones derivadas que mantienen un lugar primordial en la vida de la sociedad y que muchas veces se consideran como una parte esencial de la vida.

Por otra parte, un producto turístico es una oferta turística que contiene una serie de servicios y experiencias diseñadas para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. Puede incluir alojamiento, transporte, actividades turísticas, guías turísticos, entre otros servicios. El objetivo de un producto turístico es atraer a los turistas a un destino específico y ofrece una experiencia única y memorable. Para desarrollar un producto turístico exitoso, es importante entender las necesidades y deseos de los turistas y adaptar la oferta a sus intereses. En la actualidad el concepto de producto turístico se define como todo lo que es material y comercial, por ejemplo, recursos, servicios, atractivos y experiencias en un destino (González, 2022). Aunque para ciertos autores como Ramírez (2019) el producto es considerado “como un flujo de efectivo presente en la venta de intermediadores que facilitan para viajar” desde la perspectiva económica.

Hay que considerar que los productos turísticos consideran la incorporación de atractivos con facilidades y accesibles, vinculados tanto con los recursos de las personas como de los empresarios, con el fin de desarrollar un negocio de carácter participativo de manera que se logre la acogida de diferentes visitantes para el sector turístico (Bravo, 2018).

Tabla 1 – Características del producto turístico

Características	Definiciones
Subjetivo	Es dependiente del entorno
Intangible	Satisfacen una necesidad, pero no se puede ver ni tocar.
Caducidad	No se puede almacenarlo para disfrutarlo luego.
Inseparables	La producción y el servicio que se brinda
No es reemplazable	El turista debe estar presente para vivir la experiencia.
Complementario	Pueden estar involucrados varios servicio o subproductos.
Individualidad	Las experiencias no son iguales

Nota: Basado en Gonzales Pilar (2022) Elaborado por Bourne Emily & Torres Daniela

La labor de creación de productos turísticos no solo incluye la modificación, mejora y creación de nuevos productos, sino también algunos objetivos destacados para su desarrollo: como nuevas oportunidades de trabajo, la creación de empresas locales e ideas innovadoras para el desarrollo económico (González, 2022). Del mismo modo, dicho diseño se caracteriza por llevar consigo un gran número de relaciones con los intermediarios, es decir, con los sistemas o empresas de transportes, equipamientos ya sea de ocio o deportivo, infraestructura y otros, puesto que todos cumplen un papel muy importante dentro del diseño, para de esta manera poder alcanzar los objetivos planteados y optimizar de una mejor manera los recursos (Ruano, 2023).

El desarrollo de un producto cultural exitoso conlleva una serie de factores que integran el patrimonio cultural con estrategias turísticas. Estos factores incluyen la integración del patrimonio cultural intangible (Wasela, 2023), estrategias de marketing (Arumugam et al., 2023), involucramiento de la comunidad y prácticas sostenibles en turismo (Dias et al., 2023). Adicionalmente, el posicionamiento y reputación del destino, así como la experiencia del visitante son cruciales.

METODOLOGÍA

Se utilizó un diseño de investigación no experimental y transversal, debido a que se realizó recolección de datos en un determinado tiempo, en búsqueda de obtener respuesta a algunas preguntas de investigación, en base al objeto de estudio.

El método de la investigación de campo que se aplicó tuvo un enfoque mixto, combinación entre el cuantitativo y cualitativo, puesto que la mayor parte de la investigación se la obtuvo a través de documentos, artículos, revistas, tesis, entre otros relacionados con el tema y objeto de estudio, sirviendo de base para los instrumentos de recolección de datos.

Para las encuestas a visitantes se presentaron 17 preguntas, algunas de tipo cerrada y la mayor parte utilizó la escala de Likert, para conocer si tienen algún tipo de conocimiento sobre las costumbres y tradiciones del cantón y demás; ciertos ítems de las encuestas fueron sobre las preferencias, gastos estimados, turismo cultural dentro del cantón, costumbres, tradiciones y festividades, así como también el gasto estimado en visitar el lugar, entre otros.

Para la entrevista a la población local se utilizaron 13 preguntas de tipo abierta, para brindar la posibilidad de obtener mucha más información sobre los temas: conocimiento de las costumbres y tradiciones, las fiestas que se realizan en el cantón, gastronomía, técnicas artesanales y otros. También se aplicó una ficha de observación para determinar atractivos culturales, vías de acceso, la señalización, infraestructura y demás aspectos de importancia para el diseño del producto.

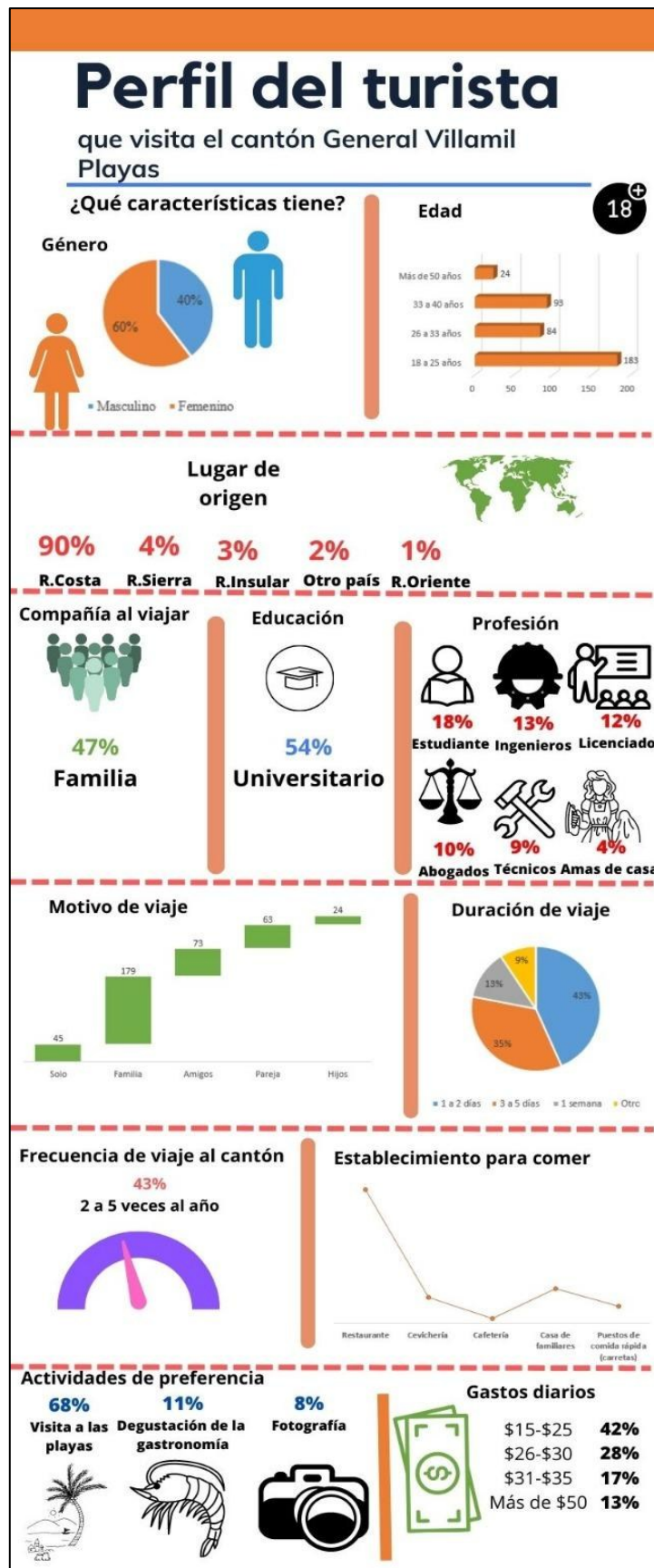
Como tipo de muestra se utilizó la probabilística aplicando la fórmula de población finita, en el cual todos los elementos que ya se habían definido en la población tenían la oportunidad de ser elegidos, por medio de la selección aleatoria simple, la cifra final fue de 384 encuestas. Se usó la plataforma *Google Forms*, para facilitar la recolección de las encuestas de una manera más eficiente y rápida para este proyecto de investigación.

Los formularios se establecieron en base a estudios anteriores, referentes al tema de investigación, y fueron validados por 2 expertos en el tema turístico, quienes indicaron que el contenido de los instrumentos estaba apto para la recolección de los datos.

RESULTADOS

En la observación se revisaron monumentos, espacios y manifestaciones relevantes para el cantón como: a) la Balsa Ancestral, ubicado en el redondel de entrada al cantón, b) el Mirador de la Virgen de la Merced, c) el centro intercultural comunitario cacique Tumbalá, donde se brindan talleres culturales de todo tipo para la población local, d) la asociación de comerciantes de mariscos, e) Plaza Artesanal de General Villamil, f) el Monumento al pescador y g) las festividades de San Pedro y San Pablo; análisis que permitió determinar cuáles podían ser parte del producto turístico.

Figura 1 – Perfil del turista que visita el cantón General Villamil Playas



Fuente: Encuestas aplicadas por Bourne Emily & Torres Daniela

En cuanto a las encuestas, la primera parte del cuestionario ayudó a determinar el perfil del turista del cantón General Villamil Playas, el cual se resume en la Figura 1. La segunda parte del formulario cuestionó a los encuestados la predisposición para tomar un producto turístico cultural en dicho cantón, obteniendo 56% de aceptación. Se consultó también las causas de la falta de constancia en la periodicidad de las visitas, obteniendo resultados importantes en motivos como poca promoción, inseguridad, mala infraestructura y pocos atractivos. En la consulta de aceptación de gastronomía se obtuvo un 85% favorable, y en menor grado la aceptación de música y danza tradicional, al igual que leyendas y artesanías. Las entrevistas revelaron los platos típicos que más se preparan en el cantón: arroz mariner, concha asada, corvina frita acompañada de ensalada, patacones, ceviches de camarón o pescado y por último camarones en diferentes presentaciones. También indicaron que las técnicas artesanales asociadas a la pesca, que se realizan en el cantón son el tejido de atarraya, la elaboración de la balsa en manualidades, y la elaboración de asientos con muyuyo. Los espectáculos más característicos son las fiestas patronales, Virgen de la Merced, las fiestas de San Pedro, San Juan y la cantonización.

Como propuesta para considerar un producto turístico cultural en el cantón General Villamil Playas, se ha reconocido la integración de los atractivos y los servicios asociados al turismo cultural en el lugar, proponiendo de esta manera una ruta turística cultural cuyo recorrido se podrá realizar de manera independiente o mediante una agencia de viajes, apoyados de una pasaporte físico o digital que servirá para orientar y a la vez motivar el siguiente espacio de visita.

Por ello, como primer punto se detallaron los servicios y monumentos que posee el sector, de manera que los visitantes reconozcan lo que deben considerar para cumplir con los desafíos que se les irán presentando para conocer el producto "Playas cultural". De esta manera fue necesario establecer un isologo que sirva de imagen publicitaria del producto y pueda ser utilizado como sello para el pasaporte de los turistas y serán colocados por cada atractivo turístico cultural que consten en el itinerario y que logren visitar.

El itinerario "Conociendo un Playas cultural" se basó en la visita a los principales atractivos culturales, así como también efectuar prácticas artesanales y ancestrales como la creación de artesanías, por ejemplo: collares, aretes y pulseras a base de la concha spondylus, pudiendo los visitantes ser partícipes de la actividad de elaboración y a su vez llevarlos consigo como recompensa; también se consideran exposiciones, así como presentaciones de música y danza del cantón; además de un espacio para contar leyendas locales. De la misma manera se considera un recorrido en botes, en los cuales los mismos pescadores comparten su conocimiento sobre los métodos de pesca ancestrales que ellos practican. En añadidura está la degustación de la gastronomía típica del cantón.

En fechas específicas, como finales de Junio, se integra el itinerario "Rescatando tradiciones", orientado a la valoración de festividades como la de San Pedro y San Pablo, muy reconocida en el cantón General Villamil Playas, con procesiones acuáticas, competencia de botes, bailes y el componente religioso con la celebración de cultos eucarísticos y ofrendas.

Por lo tanto, se ha establecido una ruta que incluye diversos elementos culturales tales como gastronomía, artesanías, talleres culturales, música, danza y leyendas propias del cantón General Villamil Playas, para lo cual se plantea que el visitante realice el recorrido de dichos elementos sometidos a tres tipos de desafíos, cuyo cumplimiento se irá validando a través de la acumulación de un sello (ver Figura 2) en un pasaporte viajero que será entregado en la terminal de Transporte de la Cooperativa Villamil, punto céntrico del cantón, a las personas que decidan comenzar la ruta cultural del Cantón General Villamil Playas; aunque

se prevee pueda convertirse en digital posterior a su puesta en marcha como proyecto piloto.

Figura 2 – Sello “Playas Cultural”



El pasaporte obtendrá un sello en cada lugar que se visita o actividad que se realice. Se ha considerado como guía para el visitante la Figura 3, que muestra de forma icónica el detalle de los elementos que son parte de la ruta cultural del Cantón General Villamil Playas, mucho más útil en caso de que el visitante realice el recorrido de forma autónoma.

El recorrido sugerido, como se mencionó previamente, comienza en la Cooperativa de Transporte de Pasajeros Villamil, operando solo los fines de semana. El siguiente paso será presenciar una charla previa a la práctica de pesca, la cual será ejecutada por los pescadores, solo en horas de la mañana, en donde se toparán temas como los implementos utilizados, las debidas precauciones que se deben tomar estando en el mar, los pasos para realizar una buena pesca ancestral, pudiendo los visitantes realizar preguntas, al igual que la práctica de pesca en botes.

Otros puntos para considerar en el recorrido son el Mirador de la Virgen de la Merced, donde los visitantes podrán tomarse fotografías, la Plaza Artesanal en donde podrán realizar compras de artesanías elaborados por los pobladores del cantón como collares, pulseras, aretes, joyeros, al mismo tiempo que podrán consultar sobre las diferentes técnicas al momento de realizar sus productos.

Figura 3 – Recorrido por atractivos culturales del cantón. Recorrido propuesto “Playas Cultural”



También se ha contemplado la visita al Monumento del Pescador y la Balsa Ancestral, como espacios que provean al visitante momentos instagramables; al igual que la Plaza Gastronómica San Alejo, con varias opciones de locales que ofrecen distintos platos típicos del cantón como: camarones, ceviches, pescado, conchas entre otros, con un precio accesible para el visitante.

Al momento de la visita al Centro Intercultural Comunitario Cacique Tumbalá, los turistas tendrán experiencias vivenciales en donde podrán observar instrumentos típicos, escuchar las músicas propias del cantón y apreciar la danza folclórica puesta en escena por bailarines locales. En este lugar también tendrán la oportunidad de escuchar distintas leyendas y por último de participar de la experiencia de armar su propia artesanía a base de concha spondylus.

Para motivar la ejecución de dichos recorridos, se han planteado tres opciones de desafíos para los visitantes: nivel principiante, nivel intermedio y nivel avanzado.

- Para cumplir con el nivel principiante los desafíos planteados son:
- Consumir un plato típico en un restaurante de la plaza gastronómica
- Compra de una artesanía en la Plaza de artesanías en el Cantón General

Villamil Playas.

- Visita de uno de los monumentos del Cantón General Villamil Playas.
- Subir una fotografía en uno de los monumentos con los hashtags promocionales.

El nivel intermedio involucra los siguientes desafíos:

- Consumir dos platos típicos en la Plaza gastronómica
- Compra dos artesanías
- Visitar el monumento del Pescador y subir una foto con los hashtags.
- Visita al Centro Intercultural Comunitario Cacique Tumbalá y participar en al menos una
- las actividades de música, danza, leyendas y creación de artesanías.
- Recibir una charla sobre la pesca ancestral

Para alcanzar el nivel avanzado, los desafíos comprenden subir una foto con hashtag al realizar cada actividad:

- Consumir dos platos típicos en la Plaza San Alejo del cantón General Villamil Playas.
- Compra de cuatro artesanías en la Plaza de artesanías
- Visita al Centro Intercultural Comunitario Cacique Tumbalá y participar en al menos una las actividades de música, danza, leyendas y creación de artesanías
- Visita al monumento del Pescador
- Recibir una charla sobre la pesca ancestral
- Realizar un recorrido en lanchas para observar la pesca ancestral
- Pescar alguna especie acuática.

Al término de la ruta turística cultural en el cantón General Villamil Playas, el visitante recibirá un reconocimiento, pudiendo ser un diploma de cumplimiento, acorde a los desafíos realizados y el nivel alcanzado: principiante, intermedio o avanzado.

Se consideraron 3 estrategias de promoción, las cuales en término general integran el uso de hashtags: #turismocultural, #Playascultural, #GeneralVillamilPlayas. La primera estrategia consiste en la promoción de la ruta turística cultural del cantón General Villamil Playas por medio de redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok). La segunda estrategia tiene que ver con la promoción por parte de influencers para lo cual se sugiere un presstrip. La tercera estrategia consiste en el convenio con la Cooperativa de transporte para colocar banners de publicidad de la imagen del producto turístico cultural del cantón.

CONCLUSIÓN

Se pudo apreciar que el principal problema respecto a las costumbres y tradiciones del cantón General Villamil Playas es el poco conocimiento que tienen los visitantes sobre su existencia y reducción de la práctica por parte de los mismos pobladores, derivando así a la no presencia de productos turísticos culturales en el cantón.

La ruta turística propuesta es de relevancia para fortalecer las costumbres y tradiciones del cantón General Villamil Playas, y a su vez busca lograr la valoración turística al convertirla en una experiencia de la cual el visitante forma parte, con la integración de desafíos para aumentar su autenticidad, todo esto basado en un recorrido que también puede ser

considerado por agencias de viaje para venderlo como paquetes turísticos incluso desde otros destinos como Guayaquil y Cuenca.

Una de las limitaciones encontradas en el presente estudio, fue el poco acceso a la información que se tiene sobre este cantón, no solo en el ámbito administrativo sino también de difusión de servicios turísticos, con escasas o desactualizadas páginas web y carente declaración de atractivos culturales del Cantón General Villamil.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, S. (2018). *Análisis de los recursos turísticos del cantón Naves, provincia de Bolívar para el diseño de un producto turístico* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil].
- Andrade, F., Alejo, O., & Armendáriz, C. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Conrado*, 14(63). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000300117
- Arumugam, A., Nakkeeran, S., & Subramaniam, R. (2023). Exploring the factors influencing heritage tourism development: A model development. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su151511986>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008/2021). *Constitución de la República del Ecuador*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Barraza, M. (2014). *Investigación bibliográfica*. https://www.utemvirtual.cl/plataforma/aulavirtual/assets/asigid_1090/contenidos_arc/57730_inv_bibliografica.pdf
- Barrera, V. (2018). *Manifestaciones folclóricas del distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín para generar un producto de turismo cultural* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/1431158>
- Becerra, H. (2018). Identificar el perfil del turista para generar productos. Universidad de Guadalajara. <https://www.cunorte.udg.mx/noticias/2018/marzo/05/identificar-el-perfil-del-turista-para-generar-productos>
- Bravo, K. (2018). *Diagnóstico turístico del recinto La Rinconada, provincia de Santa Elena para la creación de un producto turístico* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/34940/1/Tesis%20Kevin%20Bravo%20Sabando.pdf>
- Cardet, E., Palao, R., & González, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la Dirección*, 12(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552018000100001
- Chávez, L. (2022). *Conservación de las tradiciones orales a través de experiencias relatadas en la enseñanza de la lengua originaria Shipibo-Konibo en la Universidad Católica Sedes Sapientiae, filial Atalaya* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. https://repositorio.uccs.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/1571/Chavez_Liz_trabajo_suficiencia_2022.pdf
- Cisneros-Caicedo, A., Guevara-García, A., Urdánigo-Cedeño, J., & Garcés-Bravo, J. (2022). Técnicas e instrumentos para la recolección de datos que apoyan a la investigación científica en tiempo de pandemia. *Dominio de las Ciencias*, 8(1). <https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2546>
- Cuenca, G. (2021). *Costumbres y tradiciones del pueblo Otavalo e identidad cultural* [Tesis de licenciatura, Universidad Central del Ecuador]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/26320/1/UCE-FIL-CUENCA%20GABRIELA.pdf>
- Dias, S., Ranasinghe, J., Harshani, G., & Jayawardena, H. (2023). Exploring cultural and heritage tourism development in Mannar: Critical success factors and challenges. *Journal of Business Studies*, 10(2), 74–95. <https://doi.org/10.4038/jbs.v10i2.99>
- García, A. (2019, May 13). Balsa ancestral, con monumento en General Villamil Playas. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/intercultural/balsa-ancestral-monumento-general-villamil.html>
- Goodman, D. (2018). *Aplicación lo rico de Playas* [Tesis de maestría, Universidad Casa Grande]. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1455>
- González Molina, P. (2022). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Editorial Tutor Formación.

- González, J. (2019, September 27). Monumentos y gastronomía evocan la cultura de Playas. *El Comercio*.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/monumentos-gastronomia-cultura-playas-intercultural.html>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill/Interamericana.
- Hernández, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y la Economía*, 9(17), 127-143.
<https://www.redalyc.org/journal/5045/504558496008/html/>
- Hurtado, P. (2017). *Análisis del perfil del turista que visita el cantón Rioverde, provincia de Esmeraldas, en el periodo julio-diciembre 2017* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Esmeraldas].
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1746/1/HURTADO%20MEZA%20PAUL%20WLADIMIR.pdf>
- Inga-Aguagallo, C., & Cruz-Pucha, M. (2019). Patrimonio cultural inmaterial como factor del desarrollo turístico del cantón Colta, provincia de Chimborazo. *Kairos*.
- Isabel, C. (2019). *Diseño de un producto turístico cultural para Paute-Azuay*.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17634/1/UPS-CT008384.pdf>
- Kranioti, A., Tsiotas, D., & Polyzos, S. (2022). The topology of cultural destinations' accessibility: The case of Attica, Greece. *Sustainability*, 14, 1860. <https://doi.org/10.3390/su14031860>
- Lastra-Bravo, X., & Cabanilla, E. (2020). Impacto del turismo en el desarrollo del Ecuador: Reflexiones desde la academia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(4), 1272-1289.
<https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099014/html/>
- León, A., & Macías, K. (2019). *Análisis de la oferta gastronómica de los cantones Salitre y Samborondón para el diseño de una ruta turística* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil].
- León, F., Fajardo, S., & Dick, N. (2021). Análisis y manejo del contenido de información turística en medios digitales del cantón General Villamil Playas en tiempos de COVID-19. *Historia y Comunicación Social*, 26(1), 95-106. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7800765>
- Ley No. 97. (2014). *Ley de turismo*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley No. 1. (2016). *Ley orgánica de cultura*. https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf
- Leyva, H., Pérez, M., & Pérez, S. (2018). Google Forms en la evaluación diagnóstica como apoyo en las actividades docentes: Caso estudiantes en la licenciatura en turismo. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 9(17). <https://doi.org/10.23913/ride.v9i17.374>
- Litardo, L. (2019). *Tradiciones y costumbres ecuatorianas y su influencia en los niños de 5 a 10 años en el sector Pájaro Azul* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/41594>
- Lluisupá, A. (2015). *Análisis del perfil del turista en el cantón La Troncal, provincia del Cañar* [Tesis de licenciatura, Universidad de Cuenca].
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23578/1/Tesis.pdf>
- López, M. (2021). *Costumbres y tradiciones autóctonas y el turismo cultural del cantón Baba* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo].
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10639/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000290.pdf>
- López, N., & Betancourt, D. (2018). *Análisis de las costumbres y tradiciones del cantón Patate para la generación de elementos conceptuales en el diseño de indumentaria* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec>
- Malavé, N., & Guillén, K. (2019). *Análisis del perfil y las motivaciones del turista chino para el diseño de un producto turístico en la provincia de Santa Elena* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil].
- Márquez, L. (2018). El profesorado de educación física y las competencias básicas en TIC en el desarrollo de su actividad profesional.
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8917/Capitulo_III_Marco_Metodol_gico.pdf
- Mercado, E. (2022). *Muerte impune: Perspectivas y desafíos en México*.
<https://repositoriouiim.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/134/200-16-1084-2-10-20220218-37-58%20%281%29.pdf>
- Mendoza, N. (2011, January 29). Playas muestra comida y artesanías. *El Universo*.
<https://www.eluniverso.com/2011/01/29/1/1447/playas-muestra-comida-artesantias.html/>

- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (s.f.). Programación C.I.C Cacique Tumbalá. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/programacion-c-i-c-cacique-tumbala/>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2019, June 28). Fiesta de San Pedro en Playas. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/fiesta-de-san-pedro-en-playas/>
- Morales, M., & Ronquillo, S. (2021). *Análisis de la situación turística del cantón General Villamil Playas de la provincia del Guayas para el diseño de un plan de reactivación* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/items/1168fdf1-9e18-4f6f-ad61-7385ee287ef1>
- Naciones Unidas Ecuador. (2023). Objetivos de desarrollo sostenible en Ecuador. <https://ecuador.un.org/es/sdgs>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). Desarrollo de productos turísticos. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). Turismo y cultura. <https://www.unwto.org/es/etica-cultural-y-responsabilidad-social>
- Peña, R., Delgado, A., & Tamayo, M. (2022). Práctica cultural y tradición familiar pesquera para el desarrollo local en el municipio Caimanera. *Edusol*, 1–2.
- Pérez-Gálvez, J., Torres, L., Muñoz-Fernández, G., & López-Guzmán, T. (2018). El turista cultural en ciudades patrimonio de la humanidad de Latinoamérica: El caso de Cuenca (Ecuador). *Turismo y Sociedad*, 23, 105–124. <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.06>
- PDOT. (2021). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia del Guayas*. <https://guayas.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/2021-09-13-PDOT-Guayas-v2-2021-Opt.pdf>
- PDOT. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón General Villamil Playas*. <https://drive.google.com/file/d/16xmakPqqtNLyl2wy2UBEkBfxbVCbA90s/view>
- Poveda, G., Rendón, J., & Castro, D. (2018). Incentivo del turismo en el Ecuador como una fuente de empleo, inclusión y desarrollo sostenible. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 3. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/turismo-ecuador.html>
- PROMPERÚ. (2018). *Perfil del turista extranjero 2018*. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1184119/1_Perfil del Turista Extranjero 2018.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1184119/1_Perfil_del_Turista_Extranjero_2018.pdf)
- Ruano, C. (2023). *Diseño de productos y servicios locales* (HOTI0108). IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uguayaquil/228203>
- Salinas, H. (2021). *Producto turístico para la comunidad Aguas Frías ubicada en la Reserva Natural Macizo de Kilambé del municipio de Wiwilí, Jinotega (2020–2021)* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Agraria]. <https://repositorio.una.edu.ni/4399/1/tne20s165.pdf>
- Sandoya, V. (2017). *Patrimonio inmaterial de la parroquia San Juan de Ilumán, cantón Otavalo, para el diseño de una sala etnográfica* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica del Norte]. <https://core.ac.uk/download/pdf/200330774.pdf>
- Santamaría-Freire, E., & López-Pérez, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417–428. <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/29059356007.pdf>
- Tahiri, A. (2024). Cultural heritage: Its components, role and importance in cultural tourism development—The specific case of Kosovo. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190610>
- Toledo, N. D. (s.f.). *Técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas*. Universidad Autónoma del Estado de México. <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>
- Tomalá, L. (2021). *Plan de reactivación del turismo cultural en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica Estatal de Quevedo]. <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/6201/1/T-UTEQ-111.pdf>
- Torres-Miranda, T. (2020). En defensa del método histórico-lógico desde la lógica como ciencia. *Revista Cubana de Educación Superior*, 39(2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0257-43142020000200016
- Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(2), 175–182. <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- Valero, J. (2019). *Turismo cultural y la información arqueológica de la cultura Milagro-Quevedo en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6949/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000107.pdf>

- Vásquez, J. (2010). *Turismo y tradición de la comunidad Chilca Totoras* [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6534/1/07776.pdf>
- Villalva, M., & Inga, C. F. (2020). Saberes ancestrales gastronómicos y turismo cultural de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. *Revista Chakiñán de Ciencias Sociales y Humanidades*, 13, 129–142. <https://doi.org/10.37135/chk.002.13.08>
- Wasela, K. (2023). The role of intangible cultural heritage in the development of cultural tourism. *International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development*, 6(2), 15–28. <https://doi.org/10.21608/ijecth.2024.297283.1004>

AUTHORS' CONTRIBUTIONS (CREDIT)

Conceptualization, EDBA, DATC, AVCB; methodology, AVCB; formal analysis, AVCB; investigation, EDBA, DATC; writing—original draft, EDBA, DATC; writing—review and editing, AVCB; supervision, AVCB.

All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

FUNDING

This research received no external funding.

CONFLICT OF INTEREST

The authors declare no conflict of interest.

DATA AVAILABILITY STATEMENT

Data supporting the findings of this study are available upon reasonable request.

ETHICS STATEMENT

This study did not involve human participants or animals and therefore did not require ethical approval.

ACKNOWLEDGEMENTS

To the University of Guayaquil, motivator of the research work to obtain the third level degree in Tourism.

To the service providers of the General Villamil Playas canton, who participated in this investigation.