



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA PARA LA POTENCIACION
DE LA ISLA SANTA CLARA EN DESTINO ECOTURISTICO

CARAGUAY CARAGUAY PRISCILLA DEL CARMEN
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA PARA LA
POTENCIACION DE LA ISLA SANTA CLARA EN DESTINO
ECOTURISTICO

CARAGUAY CARAGUAY PRISCILLA DEL CARMEN
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y
TURISMO

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA PARA LA POTENCIACION DE LA
ISLA SANTA CLARA EN DESTINO ECOTURISTICO

CARAGUAY CARAGUAY PRISCILLA DEL CARMEN
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

CASTILLO FLORES RAQUEL

MACHALA, 29 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA
29 de agosto de 2019

Nota de aceptación:

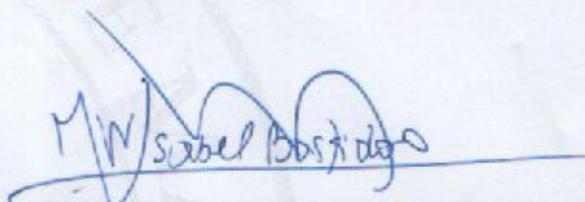
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA PARA LA POTENCIACION DE LA ISLA SANTA CLARA EN DESTINO ECOTURISTICO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



CASTILLO FLORES RAQUEL
0703747881
TUTOR - ESPECIALISTA 1



NOBLECILLA GRUNAUER MAURICIO SAMUEL
0703877233
ESPECIALISTA 2



BASTIDAS ANDRADE MARÍA ISABEL
0703935106
ESPECIALISTA 3

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CARAGUAY CARAGUAY PRISCILLA DEL CARMEN_PT-010419.pdf
(D54787577)
Submitted: 8/12/2019 5:51:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

d111d3af-e09f-49b3-8105-c4be26ee71bc

Instances where selected sources appear:

1

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, CARAGUAY CARAGUAY PRISCILLA DEL CARMEN, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICA PARA LA POTENCIACION DE LA ISLA SANTA CLARA EN DESTINO ECOTURISTICO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

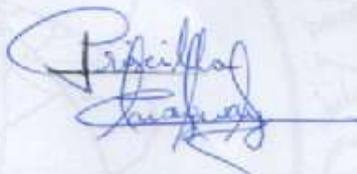
La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 29 de agosto de 2019



CARAGUAY CARAGUAY PRISCILLA DEL CARMEN
0706744265

RESUMEN

La Reserva Marina Isla Santa Clara se encuentra al Noreste del archipiélago de Jambelí y este pertenece al cantón Santa Rosa pero no posee ninguna promoción turística. El objetivo de esta investigación es identificar las estrategias de promoción turística para la potenciación de la isla Santa Clara en destino ecoturístico además se determinará y analizará las apropiadas. El método de investigación que se aplicó en este estudio es el método inductivo y documental. El instrumento de investigación que se utilizó es la entrevista a las operadoras de turismo habilitadas para ofrecer paquetes turísticos hacia la isla para establecer las estrategias y técnicas de promoción que se utilizaran para la promoción de la isla. Se conceptualizó los términos más importantes para el desarrollo de esta investigación tales como ecoturismo, promoción turística y destino ecoturístico que son las variables dependiente y independiente respectivamente para comprender mejor el contenido de la investigación.

Palabras claves:

Recursos, destino, reserva marina, promoción, estrategias, ecoturismo.

ABSTRACT

The Santa Clara Island Marine Reserve is located in the Northeast of the Jambelí archipelago and it belongs to the Santa Rosa city but does not have any tourist promotion. The objective of this research is to identify tourism promotion strategies for the empowerment of Santa Clara Island in an ecotourism destination and the appropriate ones will be determined and analyzed. The research method that was applied in this study is the inductive and documentary method. The research instrument that was used is the interview with the tour operators authorized to offer tourist packages to the island to establish the promotion strategies and techniques that will be used for the promotion of the island. The most important terms for the development of this research were conceptualized such as ecotourism, tourism promotion and ecotourism destination, which are the dependent and independent variables respectively to better understand the content of the research.

Keywords:

resources, destination, marine reserve, promotion, strategies, ecotourism.

Contenido

1.INTRODUCCIÓN.....	3
2. DESARROLLO.....	5
2.1 SNAP.	5
2.2 Refugio de Vida Silvestre.....	5
2.3 Isla Santa Clara.....	6
2.4 Convención de Ramsar.....	6
2.5 Turismo en humedales ramsar.....	7
2.6 Estrategias de promoción turística.....	8
2.7 Técnicas de promoción turística.....	9
2.8 RESULTADOS.....	11
3. CONCLUSIÓN.....	12
4.ANEXOS.....	13

TEMA:

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA POTENCIACIÓN DE LA RESERVA MARINA ISLA SANTA CLARA EN DESTINO ECOTURÍSTICO.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad no existe promoción turística para la reserva marina isla Santa Clara a pesar que esta pertenece al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP). Se requiere que la promoción turística fomente un turismo responsable y sostenible en la isla para la conservación de sus ecosistemas, fauna y flora.

La reserva se encuentra al Noreste del archipiélago de Jambelí y este pertenece al cantón Santa Rosa, pero el gobierno autónomo descentralizado de dicho cantón no promociona a la isla como tampoco lo hace el gobierno autónomo provincial que también tiene esa función sobre los atractivos turísticos de la provincia El Oro.

La promoción turística que se realice a la isla no solo beneficiara las jurisdicciones de los GAD's antes mencionados sino también a las agencias de viaje que ofertan paquetes turísticos hacia allá, así como a los guías que son contratados por las agencias para la interpretación de la isla. La promoción debe hacerse por los medios tradicionales, así como por los digitales para fomentar el turismo interno e internacional, pero bajo pautas de conservación y protección que exponen la riqueza de la isla.

En la entrada al Golfo de Guayaquil y frente a la isla Puná se encuentra la isla Santa Clara, donde sus principales habitantes son miles de aves marinas, razón principal de su declaratoria como refugio de vida silvestre. Tiene una extensión de 7 hectáreas terrestres con 2 millas náuticas alrededor incluyendo a la isla e islotes. Rango altitudinal 0 – 70 metros de altitud. Se calcula que existen 14.000 fragatas, 5.000 piqueros patas azules y 4.000 pelícanos por eso toda el área fue declarado como sitio Ramsar en 2002 y está incluida en la lista de humedales de importancia internacional. (Ministerio del Ambiente, 2015)

Actualmente no se puede realizar actividades turísticas en la isla debido a que los leones marinos descansan en sus orillas entonces no se puede desembarcar para recorrer la isla. Para ingresar a esta área el recorrido inicia por la vía a Machala (186 km) con dirección al muelle de Puerto Bolívar (7 km), tomando una embarcación que lleva dos horas hasta llegar a la isla. No posee facilidades para practicar turismo en ninguna de sus modalidades; aún así, existen dos operadoras turísticas que ofertan la observación de aves, el avistamiento de ballenas, leones marinos al destino en mención, sobre todo en los meses de junio hasta agosto. (Ministerio del Ambiente, 2015)

Las operadoras turísticas trasladan a los turistas en un yate a la isla en el transcurso del viaje se puede observar las ballenas. Para el avistamiento de leones marinos se lo realiza cerca a la isla, una vez ahí se detienen para el almuerzo y después practicar snorkel, pesca deportiva y natación.

OBJETIVOS:

Objetivo general:

Identificar las estrategias de promoción turística para la potenciación de la Reserva Marina Isla Santa Clara.

Objetivos específicos:

Determinar las estrategias de promoción turística para la potenciación de la Reserva Marina Isla Santa Clara.

Analizar las estrategias de promoción turística para la potenciación de la Reserva Marina Isla Santa Clara.

Metodología:

El método de investigación que se aplicó en este estudio es el método inductivo y documental. El instrumento de investigación que se utilizó es la entrevista a las dos operadoras de turismo habilitadas para ofrecer paquetes turísticos hacia la isla para establecer las estrategias y técnicas de promoción que se utilizaran para la promoción de la isla. Se conceptualizó los términos más importantes para el desarrollo de esta

investigación como son promoción turística y destino ecoturístico que son las variables dependiente y independiente respectivamente para comprender mejor el contenido de la investigación.

2. DESARROLLO

A inicios del turismo no había mucha accesibilidad ni adecuaciones para que el turista se sienta a gusto del servicio e instalaciones que poseía el destino. A pesar de eso según Luque & Pallejero (2018) muchas personas abandonaron temporalmente sus lugares de residencia y se movilizaron dentro y fuera de los territorios de sus países para visitar diferentes destinos turísticos. Es así que surgió el ecoturismo también llamado turismo ecológico, sostenible, de naturaleza, etc. Este es una modalidad reciente practicada por turistas con consciencia ecológica que buscan proteger y conservar el medio ambiente además de disfrutar y aprender de ella. Así Rivera, Perez, Alcántara, Servín, & Garcia (2018) citando The International Ecotourism Society (2015)“El viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente, sustentan el bienestar local e involucran la interpretación y la educación. (pág. 130).

Esta investigación trata sobre las estrategias de promoción turística que se aplicaran a la reserva marina isla Santa Clara, pero antes es importante conocer el concepto de promoción turística. Según Castillo-Palacio & Castaño Molina (2015) la promoción turística es una herramienta global que utilizan los gestores de atractivos turísticos para comunicar al turista que el destino ofertado puede satisfacer sus necesidades de relajación, recreación y diversión en familia o en solitario. Esta promoción transmite información sobre un destino turístico. “Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado” (Instituto Costarricense de Turismo, 2017). El destino es un espacio geográfico que cuenta con atractivos naturales, culturales, servicios y accesibilidad hacia este.

Es importante conocer el concepto de los términos que vienen a continuación:

2.1 SNAP

El sistema nacional de Áreas protegidas (SNAP) es el conjunto de áreas naturales protegidas que garantizan la cobertura y conectividad de ecosistemas importantes en los niveles terrestre, marino y costero marino, de sus recursos culturales y de las principales fuentes hídricas. El SNAP abarca cuatro regiones del país y alberga 56 reservas naturales que se extienden en aproximadamente el 20% de la superficie del Ecuador. (Ministerio del Ambiente, 2015)

2.2 Refugio de Vida Silvestre

Área de conservación de tamaño pequeño (menos de 5000 ha) cuyos objetivos principales de conservación serán especies amenazadas y sus ecosistemas relacionados. El estado de conservación general del área ha de ser poco alterado, con un mínimo de presencia humana. Las acciones prioritarias están relacionadas con el manejo de hábitat y especies, la investigación y el monitoreo ambiental, la restauración de ecosistemas y la educación ambiental. El nivel de restricción de uso será alto. (Ministerio del Ambiente, 2015).

2.3 Reserva Marina

Áreas de tamaño variable, cuyos elementos prioritarios de conservación serán los ecosistemas y especies marinas y relacionadas a este ambiente. Deberán estar poco, o medianamente alterados, y la presencia humana estará relacionada con la intensidad de pesca que en ella se realice, la misma que deberá ajustarse a las necesidades de conservación y a la zonificación definidas en los planes de manejo. (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2009, pág. 4).

2.4 Convención de Ramsar

La Convención sobre los Humedales es un tratado intergubernamental aprobado el 2 de febrero de 1971 en la ciudad iraní de Ramsar, situada en la costa meridional del Mar Caspio. Ramsar es el primero de los modernos tratados intergubernamentales mundiales sobre conservación y uso racional de los recursos naturales. La misión de la Convención es la conservación y el uso racional de los humedales, a través de la acción en cada ámbito nacional y mediante la cooperación internacional, y dirigido a contribuir al logro de un desarrollo sostenible en todo el Mundo. (Ministerio del Ambiente, 2015)

¿Qué es un humedal para RAMSAR?

Extensiones de marismas, pantanos y turberas, o superficies cubiertas de aguas, sean éstas de régimen natural o artificial, permanentes o temporales, estancadas o corrientes, dulces, salobres o saladas, incluidas las extensiones de agua marina cuya profundidad en marea baja no exceda de los seis metros. (Ministerio del Ambiente, 2015).

Viñals B. & Alonso-Monasterio (2016) citando a Bernués et al (2001) indica que los humedales son ecosistemas de gran biodiversidad en fauna y flora además de ofrecer servicios ecosistémicos a la sociedad.

2.5 Turismo en humedales Ramsar

En la actualidad existe un boom mundial para la visita de destinos eco turísticos que ofrecen experiencias inolvidables y entre estos se encuentran los humedales.

Considerando que la mitad de los turistas internacionales visitan todo tipo de humedales, aunque especialmente los de zonas costeras, la inversión del turismo vinculado a los humedales se puede estimar en alrededor de 925.000 millones de dólares de los EE.UU. anuales. Si a esa cifra se unen los ingresos del turismo doméstico y los desplazamientos diarios con fines recreativos, el valor económico generado por el turismo en los humedales es verdaderamente enorme. (Convención de Ramsar y Organización Mundial de Turismo, 2011, pág. 3)

A los turistas internacionales les gusta visitar todo tipos de humedales, pero sobre todo los de sol y playa. Los ingresos económicos generados por el turismo en humedales son altos.

El turismo en los sitios Ramsar ha aumentado a nivel mundial, regional y local. Según la Convención de Ramsar y Organización Mundial de Turismo (2011) el turismo en los humedales bien gestionado aporta beneficios económicos, sociales y ambientales a las comunidades locales, gobiernos y al mismo humedal. Asimismo, señala Martínez Quintana (2017) que “el turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad” (pág. 2).

Para lograr un turismo sostenible en los humedales según la Convención de Ramsar y Organización Mundial de Turismo (2011) los gobiernos u ONGs deben trabajar conjuntamente con los gestores del uso de la tierra, operadores turísticos y las comunidades locales. “Para que la actividad eco turística se desarrolle de forma adecuada, es necesario que en el proceso de planificación participen todos los stakeholders implicados en el ecoturismo” (Orgaz Agüera, 2014). Es así que para que se desarrolle un turismo sostenible en los humedales se trabajen con todos los actores implicados, es decir, comunidad local, empresas turísticas y gobiernos.

En algunos países ricos en destinos eco turísticos, han desarrollado estrategias de promoción turística, como Costa Rica y Perú, países donde se encuentran lugares que guardan un particular parecido a Ecuador ; ambos países han elaborado planes nacionales de turismo, estableciendo lineamientos y estrategias a seguir para el desarrollo de la actividad turística, asimismo crearon una marca país que promovió diferentes sectores económicos especialmente el turismo. Individualmente Perú creó un Fondo y un Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional y Costa Rica ha trabajado para consolidar una estrategia de diferenciación acorde con los atractivos y servicios que oferta.

El Ecuador no ha sido la excepción en cuanto a la creación de planes de promoción turística tales como el PIMTE y el PLANDETUR 2020. La demanda turística internacional y nacional ha aumentado debido a la creciente competitividad turística que ha adquirido el país así como la oferta turística nacional ha aumentado en proporción directa a la demanda. Los productos turísticos más comercializados internacionalmente son los circuitos turísticos generales y el ecoturismo pero el ecoturismo también es demandado a nivel nacional. Esto evidencia la rentabilidad económica que posee el ecoturismo si es desarrollado sosteniblemente en todos los destinos naturales.

Ecuador ofrece y tiene el potencial de proporcionar una mayor diversidad de productos turísticos basados en sus atractivos naturales y culturales que satisfagan las exigencias y requerimientos del mercado es por esto la importancia de “la promoción del turismo sostenible en áreas protegidas constituye una gran oportunidad no

solamente por la posibilidad de conservar los recursos naturales del país, sino también porque la afluencia de turistas quienes cubren el pago por entradas aporta al financiamiento necesario para su gestión” (Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis, 2007).

2.6 Estrategias de promoción turística

Estrategia de diversificación de la oferta turística

Según Vega D. (2015)“se configura como esencial para mejorar la competitividad de un destino turístico, ya que provoca un incremento de valor de los servicios prestados al ofrecer una gama más amplia de actividades, algo que puede posibilitar el atraer a nuevos segmentos del mercado” (pág. 8)

En la actualidad el problema más notorio existente en la reserva es la imposibilidad de visitar la isla Santa Clara debido a que los leones marinos descansan en las orillas de la isla, pero esto se puede solucionar con la construcción de un muelle para el desembarco de los turistas, esto no afectaría a la isla debido a que la construcción se realizará en el mar además de un sendero definido que no permita la accesibilidad hacia la fauna existente en la isla.

Estrategia de especialización

Cuyo propósito fundamental sería insertarse en el mercado como un producto altamente competitivo. Este es el objetivo de la aplicación de esta estrategia en la reserva ser un producto eco turístico competitivo ya que posee una alta diversidad de fauna y las actividades que los turistas realizan no son invasivas para las especies que habitan la isla. Para la consecución de esta estrategia debe ser considerado las categorías que posee la isla tal es así como la categoría de reserva marina a nivel nacional así como la de humedal Ramsar internacional.

La Reserva Marina Isla Santa Clara es especializada en ecoturismo y turismo de naturaleza tal es así que se encuentra en esta línea en el inventario de productos

específicos del Ecuador pero es considerado un “producto de un valor potencial bajo, que únicamente tienen sentido como oferta complementaria o para turismo interno” (Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis, 2007). La reserva puede surgir como producto turístico estrella si se aplica la estrategia de diversificación en la cual se solucionan los problemas de accesibilidad a la isla entonces esta estará apta para la recepción de los turistas.

2.7 Técnicas de promoción turística

Se identifican dos grupos de técnicas de promoción turística que comprenden las tradicionales y las no tradicionales. Las técnicas tradicionales están conformadas por ferias, publicidad, folletos, multimedia, etc y las técnicas no tradicionales conformadas por las redes sociales y la web. Estas técnicas son las de mayor propagación hacia personas de distintas edades y status social. Es importante diferenciar los conceptos de promoción y publicidad ya que se dan malas interpretaciones de estos dos temas. Flores (2019) menciona la diferencia entre promoción y publicidad radica en que la promoción utiliza diferentes mecanismos de divulgación para informar a los clientes sobre un determinado bien o servicio que satisface sus requerimientos en cambio la publicidad es un mensaje que busca sensibilizar al cliente respecto al tema del mensaje.

La publicidad, la multimedia y los folletos constituyen las técnicas de promoción más tradicionales, pero también las más costosas pero necesarias para posicionar el destino turístico en la mente del turista. Para Castillo-Palacio & Castaño Molina (2015) “la multimedia es una herramienta muy importante para comunicar valor en una promoción turística, ya sea por comodidad o rapidez, un número mayor de personas prefieren captar y comprender los mensajes transmitidos a través de videos y sonidos de los sitios turísticos” (pág. 744). También está la técnica de asistencia a ferias turísticas que es menos costosa y de asistencia masiva.

Las dos agencias de viajes que están habilitadas por el MAE a comercializar paquetes turísticos hacia la isla posee su propia publicidad como videos, fotos, pero carecen de folletos. Podrían también aplicar la estrategia de asistencia a ferias turísticas o temas

relacionados como gastronomía, artesanías para la promoción de la isla en estos eventos de asistencia masiva y en estas entregar volantes sobre el paquete turístico a la isla.

Las técnicas no tradicionales de promoción turística en la web son las más efectivas debido a la globalización y acceso a Internet que existe ahora. El fácil uso de los medios que poseen internet brindan a sus usuarios la posibilidad de estar conectados a la web todo el tiempo que deseen. Esta continua conectividad de las personas es una gran estrategia que puede ser aprovechada por los gestores de atractivos turísticos para la trasmisión de los atributos que poseen sus destinos a los potenciales turistas.

Según Tuñez, Altamirano, & Valarezo, (2016) los sitios web deben promover una comunicación colaborativa entre turistas a través de la emisión de contenidos verídicos y de calidad y que estos sean hábiles para compartir además de espacios de asesoría y comunicación en línea con los gestores del sitio web y demás usuarios del mismo para el intercambio libre y espontáneo de información, interrogaciones y experiencias.

Las redes sociales son herramientas globalmente usadas por millones de usuarios como medios de intercambio de información entre empresas, organizaciones y particularmente grupos de personas afines a un tema. “Las redes sociales se convierten en el soporte de géneros textuales/discursivos que vehiculan contenidos generados por los usuarios (consumer-generated content), quienes comprenden los efectos que una experiencia relevante ha tenido para ellos y la archivan y comparten online para que otros usuarios” (Mariottini & Hernández, 2017).

2.8 RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Las dos operadoras turísticas entrevistadas afirman que la isla Santa Clara posee bastante potencial turístico para desarrollar ecoturismo debido a la diversa avifauna y mamíferos que viven y se reproducen en la isla. Además, los entrevistados creen que para aumentar la promoción turística de la isla el GAD provincial junto a el GAD cantonal de Santa Rosa deben trabajar conjuntamente con sus técnicos turísticos para presentar un producto ecoturístico de la isla y difundirlo a nivel nacional e internacional.

No existen facilidades para el turismo en la isla ya que carece de un muelle, senderos y un estudio de carga que mejoren la calidad del turismo que ofrece la isla. Asimismo, afirman que no son accesibles todos los atractivos de la isla para los turistas debido a que actualmente no se puede desembarcar y visitarla debido a que las autoridades del Ministerio del Ambiente lo prohibieron, pero tampoco construyen infraestructura para que los turistas puedan visitar y valorar la riqueza natural de la isla.

3. CONCLUSIÓN:

La reserva marina isla Santa Clara posee bastante potencial turístico para desarrollar ecoturismo especializado en fauna. La abundante y diversa fauna existente en su corto territorio la hacen única en la costa ecuatoriana logrando ser considerada un “Galápagos chiquito”, característica imprescindible para desarrollar la tipología de turismo antes mencionada. En la reserva se puede desarrollar un turismo especializado en ecoturismo ya que además de estar categorizada como reserva marina por el SNAP también es un humedal Ramsar internacional dichas categorías son consideradas en las estrategias propuestas en esta investigación para la promoción de la isla.

Se ha utilizado el método de investigación documental que ha permitido obtener todos los datos e información referentes a las categorías naturales antes mencionadas obtenidas por la isla. Además, se realizó una investigación bibliográfica sobre pautas para desarrollar turismo sostenible en humedales Ramsar. También se revisaron estrategias de promoción turística que realizaron otros países que priorizaron el ecoturismo en sus territorios, así como se analizó datos turísticos obtenidos en planes de marketing y de desarrollo sostenible del Ecuador.

Las estrategias de promoción turística que se han determinado están basadas en la investigación documental que se ha realizado en el desarrollo del tema. Se han considerado las estrategias más eficaces y eficientes para la exitosa potenciación de la isla Santa Clara en destino ecoturístico en la provincia El Oro y el Ecuador. Además de las estrategias propuestas también se ha determinado las técnicas de promoción eficaces para la consecución de la potenciación de la isla en destino ecoturístico.

4. ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN EN HOTELERÍA Y TURISMO



ENTREVISTA

TEMA: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA TRANSFORMACIÓN DE LA ISLA SANTA CLARA EN DESTINO ECOTURÍSTICO.

¿Cree Ud. que la isla Santa Clara tiene potencial turístico?

Si. Esta tiene mucho potencial por la fauna e historia que posee y puede ser aprovechado para el desarrollo sostenible del turismo en esta.

Qué cree Ud. ¿Qué hace falta para que las personas tengan conocimiento sobre la isla?

Información del Mintur y del Mae en sus sitios web además los GADs responsables de la isla deben presentar un producto conjuntamente.

¿Existen facilidades para el turismo en la isla?

No, hace falta un muelle, señalética y estudio de cargo.

¿Son accesibles todos los atractivos de la isla para los turistas?

No solo el 10% es accesible debido a que ya no se puede desembarcar en la isla.

¿Ud. Promocionaría tours para la isla?

Si. Actualmente lo realizó.

Bibliografía

- Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis. (26 de Septiembre de 2007).
Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Castillo , M., & Castaño, V. (2015). LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 737-757. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Colina, J. (2009). *Marketing turístico*. Córdoba: El Cid Editor | apuntes. Obtenido de <https://basesdedatos.utmachala.edu.ec:2136>
- Convención de Ramsar y Organización Mundial de Turismo. (14 de 09 de 2011). *TURISMO DE HUMEDALES: UNA GRAN EXPERIENCIA*. Obtenido de Ramsar: <https://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/library/ramsar-wwd-2012-leaflet-es.pdf>
- Flores , H. (2019). Neuromarketing: La Neuropublicidad (las nuevas herramientas del mercadeo). *Teoría y Praxis*(34), 63-81. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=b1df85d4-fac4-4385-80a1-07367fff4fcb%40sessionmgr102>
- Instituto Costarricense de Turismo. (Abril de 2017). *PLAN NACIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO DE COSTA RICA*. Obtenido de <https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planos-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html>
- Luque , M., & Pallejero, C. (2018). La promoción turística privada en la España del primer tercio del siglo XX: los Sindicatos de Iniciativa y Turismo. *Investigaciones de Historia Económica*, 15(1), 38-46. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ihe.2017.10.001>
- Mariottini, L., & Hernandez, M. (2017). La narración de experiencias en TripAdvisor. *RILCE. Revista de Filosofía Hispánica*, 33(1), 302-330. doi:<https://doi.org/10.15581/008.33.1.302-30>

- Martínez, L. (2012). Estrategias de promoción turística a través de Facebook. *Palabra Clave*, 15(2), 318-338. doi:10.5294/pacla.2012.15.2.5
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), 1-14. doi:http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *PENTUR Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf
- Ministerio del Ambiente. (2015). *SISTEMA NACIONAL DE ÁREAS PROTEGIDAS*. Obtenido de Ministerio del Ambiente: <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/info-snap>
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2009). *Plan de Manejo del Refugio de Vida Isla Santa Clara 2009-2019*. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/242256/22+PLAN+DE+MANEJO+ISLA+SANTA+CLARA.pdf/15c8eb9a-6001-4bfb-b660-d8d518040c95>
- Orgaz, F. (2014). El Ecoturismo en los Humedales: Análisis de las Potencialidades de República Dominicana. *Rosa dos Ventos*, 6(1), 4-18. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473547039002>
- Rivera, J., Perez, J., Alcántara, G., Servín, R., & García, C. (2018). El Ecoturismo Y El Turismo Rural en La Región De Las Altas Montañas De Veracruz, México: Potencial, Retos Y Realidades. *Agroproductividad*, 11(8), 129–135. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=14&sid=d1177d73-b96a-44a4-a461-1b67192c36ff%40sessionmgr101>
- Secretaría de la Convención de Ramsar sobre los Humedales y Organización Mundial del Turismo. (2012). *Destino humedales: promoviendo el turismo sostenible*. Obtenido de Secretaría de la Convención de Ramsar sobre los Humedales, Gland, Suiza, y Organización Mundial del Turismo,: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/ramsar_unwto_tourism_es.pdf
- Tuñez, M., Altamirano, V., & Valarezo, K. (2016). Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 249-271. doi: 10.4185/RLCS-2016-1094

- Vega , D. (2015). Estrategias de marketing para la mejora del producto turístico Hotel Meliá Las Antillas en Varadero. *Retos Turísticos*, 14(1), 1-12. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=0f5a7a2a-c060-4f68-b4c1-77137ab4cf3c%40pdc-v-sessmgr01>
- Viñals , M., & Alonso, P. (2016). Técnicas y estrategias para desarrollar el turismo experiencial en humedales. *Investigaciones Turísticas*(12), 1-19. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=c3a1e8eb-eb1b-48d0-bed3-63e3cda38a17%40pdc-v-sessmgr02>
- Zielinski , S., & Díaz Cano, M. (2014). Los Esquemas De Certificación De Playas Turísticas en América Latina. *Estudios y Perspectivas En Turismo.*, 23(1), 156–175. Obtenido de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=c5af06b3-e3b6-4ac9-bc64-9d1fe3acebd4%40sessionmgr103>