

Limitaciones del sistema turístico que condicionan el desarrollo local de la parroquia Saracay, El Oro, Ecuador

CABRERA MUÑOZ, Ariana L.

CALERO AGUILAR, Henry D.

CALLE IÑIGUEZ, Melissa P.

Resumen

Se analizó el sistema turístico de la parroquia Saracay, provincia El Oro, Ecuador, la cual posee zonas biodiversas donde se podrían realizar actividades de turismo alternativo. Para el respectivo estudio de los atractivos turísticos se empleó la guía metodológica de jerarquización de atractivos y espacios turísticos del Ministerio de Turismo, evidenciándose limitaciones y barreras existentes en la zona de estudio, además se implementaron encuestas en línea para conocer el nivel de posicionamiento de la parroquia en la provincia de El Oro.

Palabras clave: sistema turístico, turismo, jerarquización, superestructura.

Abstract

This article analyzed the tourism system of the Saracay parish, El Oro province, Ecuador, which has biodiverse areas where alternative tourism activities could be carried out. For the respective study of tourist attractions, the methodological guide for ranking tourist attractions and spaces of the Ministry of Tourism was used, showing limitations and existing barriers in the study area, in addition, online surveys were implemented to know the level of positioning of the parish in the province of El Oro.

Key words: touristic system, tourism, ranking, superstructure.

1. Introducción

La parroquia Saracay se localiza en el centro-oeste del cantón Piñas, El Oro, Ecuador, a unos 27 km aproximadamente de la cabecera cantonal. En el territorio existe diversidad de flora y fauna, que llama la atención de los turistas, no obstante, se ha identificado que hay un desaprovechamiento del turismo, debido a que por ser una zona rural, su economía se enfoca mayoritariamente a la producción del sector primario: área agrícola, ganadera y avícola. Por ello, se planteó como objetivo analizar la interacción del sistema turístico de la parroquia Saracay, para identificar las debilidades y fortalezas que limitan el desarrollo turístico de la zona de estudio.

El análisis del sistema turístico de Saracay está orientado a describir la interacción de los elementos internos del sistema, como son: superestructura, oferta, demanda, infraestructura y comunidad receptora, de tal manera que se identifican fortalezas y debilidades de cada uno de estos elementos, que están presentes en un determinado territorio; y de esta forma identificar los aspectos que condicionan el fortalecimiento del turismo en la zona. Con ello, se ratifica la importancia del presente estudio, ya que a través del análisis se identifican las limitaciones, barreras o condicionantes que tiene la zona en pos del desarrollo turístico.

2. Metodología

El presente estudio posee perspectivas en lo cualitativo y cuantitativo, y se ha orientado a identificar la interrelación que hay entre los elementos internos del sistema turístico de Saracay. Para ello, se utilizó la guía metodológica de jerarquización de atractivos y espacios turísticos Ministerio de Turismo (2018). Esto ha permitido evaluar a los atractivos turísticos en base a nueve criterios de valoración, establecidos en la guía metodológica, para los cuales se establece un porcentaje máximo de ponderación para cada criterio. Lo que permitirá identificar los aspectos positivos y negativos en función al estado y potencial turístico de la zona en estudio.

Cabe mencionar que para el presente análisis se tomó como base los nueve criterios de evaluación establecidos en la guía metodológica con su porcentaje máximo de ponderación y se analizó la relación directa entre los componentes del sistema turístico y los criterios de evaluación, detallados en la Tabla 1.

Tabla 1 Elementos internos del sistema turístico

| Potencial turístico / atractivos turísticos | | |
|--|---|--------------------|
| Elementos del sistema turístico | Criterios de evaluación de metodología | Ponderación |
| SUPERESTRUCTURA | Estado de conservación e integración del sitio o el entorno | 14 |
| | Higiene y seguridad turística | 14 |
| | Políticas y regulaciones | 10 |
| | Difusión del atractivo | 7 |
| OFERTA | Planta turística y servicios | 18 |
| | Actividades que se practican en el atractivo | 9 |
| DEMANDA | Registro de visitantes y afluencia | 5 |
| COMUNIDAD RECEPTORA | Recursos humanos | 5 |
| INFRAESTRUCTURA | Accesibilidad y conectividad | 18 |

Fuente: elaborado por autores

Además para la interpretación de los resultados sobre el análisis de los elementos del sistema turístico en base a los nueve criterios de evaluación, se determinó que los criterios que alcancen un porcentaje mayor al 70% son aspectos positivos o fortalezas, mientras que los valores menores 69.99% son limitantes o barreras que posee el potencial turístico de la parroquia Saracay, condicionando el desarrollo turístico del territorio.

El estudio se centró en dos enfoques, la identificación y análisis de los atractivos turísticos naturales del territorio, los cuales se analizan de acuerdo a los criterios de la metodología señalada y el otro, la población económicamente activa de la provincia de El Oro.

El primer enfoque está conformado por los atractivos turísticos naturales de la zona de estudio, en donde se analizó a cada atractivo en base a los elementos del sistema turístico evaluando los nueve criterios establecidos en la guía metodológica de jerarquización de atractivos turísticos. Los atractivos turísticos evaluados se detallan en la (Tabla 2).

Tabla 2 Atractivos Turísticos Naturales de Saracay

| NOMBRE DEL ATRACTIVO | CATEGORÍA | TIPO | SUB TIPO |
|----------------------|-----------|------|----------|
| Río Saracay | Natural | Ríos | Río |
| Río Naranjos | Natural | Ríos | Río |
| Quebrada de Fátima | Natural | Ríos | Quebrada |

Fuente: resultados obtenidos en el instrumento de jerarquización de atractivos turísticos.

Elaborado por: autores

El segundo enfoque de estudio se tomó como referencia a la población económicamente activa de la provincia de El Oro, según el (INEC, 2010) un total de 242.406 personas. Razón por la cual fue necesario determinar la muestra de estudio.

Muestra: Con el propósito de identificar el grado de posicionamiento del potencial turístico de la parroquia se estableció una muestra en función de la población, aplicando la fórmula de muestra finita, descrita a continuación.

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

Siendo (*N*) un total de 242.406 personas; en el nivel de confianza (*Z*) se tomó en cuenta un 95%, la probabilidad a favor (*p*) y en contra (*q*) del 50% y a su vez un margen de error (*e*) del 5%. Siendo un total de 384 personas a encuestar.

3. Resultados y discusión

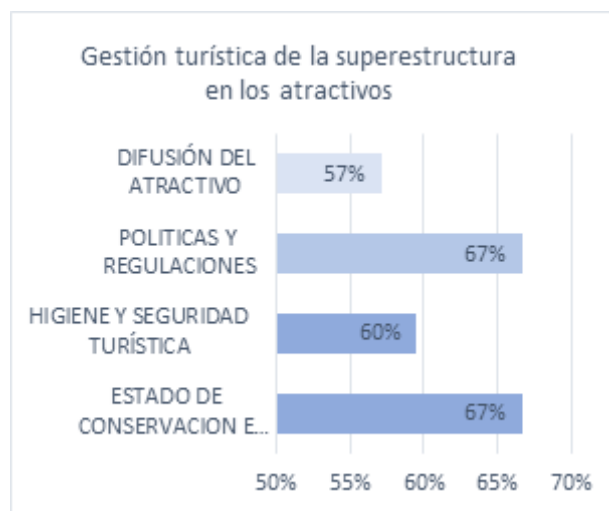
3.1. Superestructura

La superestructura según lo descrito por Pineda et al., (2019) hace referencia a las entidades públicas o privadas que realizan la intervención administrativa organizacional de un territorio. A través de la descentralización de competencias el Ministerio de Turismo como ente regulador para los atractivos ha podido transferir competencias a los Gobiernos Autónomos Descentralizados del país. En este contexto, a través del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Saracay (2018), se planifica actividades que el Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Saracay es el encargado de la función

administrativa del territorio, siendo este quien, propone y planifica acciones en busca del desarrollo de la localidad y por ende para los atractivos turísticos naturales.

Asimismo, se evaluó la superestructura en función de los atractivos turísticos, para lo cual se consideraron los criterios de: estado de conservación e integración del sitio / entorno; higiene y seguridad; políticas y regulaciones; y difusión del atractivo, dando los siguientes resultados de evaluación (ver Gráfico 1).

Gráfica 1 Resultados de la Superestructura en función a los criterios de evaluación



Fuente: autores

La difusión del atractivo turístico alcanzó un 57%, debido a que carece de un plan de marketing en el cual se establezcan estrategias para posicionar turísticamente a la parroquia. Únicamente se han realizado acciones de publicidad, mediante la página web del GAD Parroquial, denotando que este medio tecnológico no cuenta con un flujo constante de visitas, ni tampoco actualizaciones constantes del potencial turístico.

Como afirman Kotler & Lane Keller (2012), la promoción es la actividad mediante la cual la demanda es influenciada, asumiendo actitudes a favor del producto o servicio en específico. Es por ello que, la promoción turística de la parroquia debe estar orientada a publicitar los atractivos turísticos y de esta manera estimular el interés de los grupos sociales para incrementar la demanda hacia el sector.

El criterio de políticas y regulaciones alcanzó 67%, debido a que no se ejercen regulaciones, por lo que se ha identificado que existen vacíos en referencia a normativa legal implementada a través de ordenanzas en la parroquia. Es por ello que es fundamental, para el sector del turismo, la determinación de normas que busquen generar un desarrollo sostenible, enfatizando la necesidad de combinar diferentes funciones de los organismos que conforman la superestructura, las cuales deben orientarse a generar proyectos que permitan que los prestadores de servicios generen una mejor calidad y con ello lograr la satisfacción de los visitantes, en función a los servicios recibidos.

Unkuch Saant & Rodrigues de Caires (2017), describen 3 lógicas, las cuales son complemento para llevar a cabo políticas por parte de la gobernanza, a saber: jerárquica-gubernamental, mercantil y comunitaria. La incapacidad de lograr coherencia entre estas 3 lógicas se asume como un diseño inconsistente. Es por ello que este criterio se establece como una limitante para el sector turístico, debido a la falta de ordenanzas en la comunidad para un desarrollo económico sostenible.

En el criterio de Higiene y Seguridad alcanzó un 60% debido a que los prestadores de servicios y personal que labora en los mismo, no cuentan con formación y competencias profesionales que les permitan desenvolverse mejor para recibir a los turistas, además existen limitados servicios básicos en ciertas zonas rurales.

Con respecto a la seguridad, cabe destacar que según Martínez C. & Trejoluna P. (2017) “la seguridad se refiere a aspectos multidimensionales de prevención y atención al visitante”, por lo tanto, en el caso de la parroquia Saracay, la seguridad de los turista está a cargo de la policía nacional, ya que ellos poseen las competencia para ejercer control en la población. En este sentido, la parroquia cuenta con una Unidad de Policía Comunitario (UPC), de igual manera en la parte médica existe un subcentro de salud pública, para atención de casos menores. En cuanto a la higiene, existe contaminación en los atractivos turísticos seleccionados, como fuera de ellos, por lo tanto, se puede decir que no hay una higiene óptima en el territorio.

El estado de conservación e integración alcanzó el 57%, los atractivos turísticos naturales se encuentran en un estado de conservación con limitantes, debido a las diferentes actividades pocos sostenibles que se realizan en la zona, tales como: la agricultura, las granjas avícolas y ganaderas, que están contaminando las fuentes hídricas, tal como está descrito en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Saracay (2018).

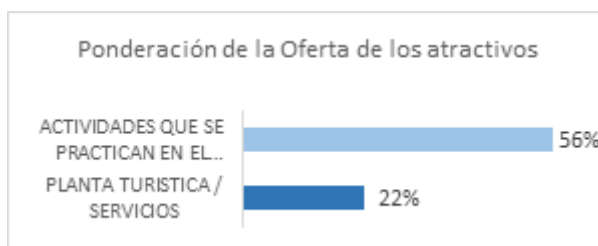
Del Corral et al., (2017) afirman que el estado de conservación de un territorio promueve la sostenibilidad y equidad de los recursos naturales, de esta manera se garantiza la preservación del ecosistema.

En el estudio de los atractivos naturales de la parroquia Saracay se comprobaron los problemas de contaminación, siendo barreras que inciden en las fuentes hidrográficas que sirven a los balnearios naturales. Esto y el escaso apoyo por parte de la gobernanza complican la situación para el desarrollo turístico.

3.2. Oferta

La parroquia Saracay tiene atractivos turísticos naturales como el Río Saracay, la Quebrada de Fátima y el Río Naranjo, lo cual es un factor importante porque permiten el desarrollo de actividades de turismo alternativo. La oferta turística está conformada por los bienes y servicios, planta turística y elementos complementarios, y para que un servicio turístico forme parte de la oferta, la demanda debe conocerlo. Morillo Moreno (2011)

Gráfica 2 Resultados de la Oferta Turística en función a los criterios de evaluación



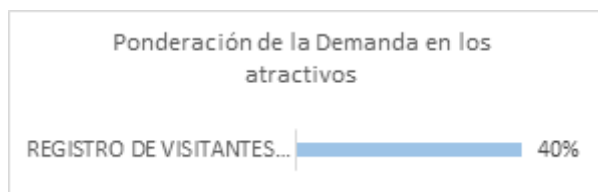
Fuente: autores

De acuerdo a la evaluación realizada en la oferta, las actividades que se practican en el sitio alcanzó un 56%, mientras que la planta turística/ servicios alcanzó un 22%.

La oferta de la parroquia Saracay está conformada por instalaciones de hospedaje, alimentos y bebidas y transporte, en donde se reconocen debilidades. Esto se debe a las limitaciones de las diferentes actividades y servicios en función a la oferta turística. De esta manera, no se brinda la satisfacción que el turista requiere para la actividad turística en la localidad.

3.3. Demanda

Gráfica 3 Resultados de la Demanda en función a los criterios de evaluación



Fuente: autores

De acuerdo a la gráfica número tres, el registro de visitantes y afluencia alcanzó un 40% en los atractivos turísticos, es decir, existe debilidad sobre el estudio de la demanda, es así que el levantamiento de registro de los turistas que visitan la parroquia es limitada y por ello no se pueden identificar ni estudiar las características de la demanda, lo que condiciona a la hora de tomar decisiones en pos desarrollo turístico.

Según manifiestan González et al., (2020), es importante aplicar esta herramienta puesto que permite llevar a cabo un registro estadístico de la afluencia turística, donde se lleven datos o factores que inciden en la industria, como las preferencias del visitante y su influencia en el destino turístico, lo cual permite mejorar los servicios o productos que ofrece la planta turística, optimizando esta actividad.

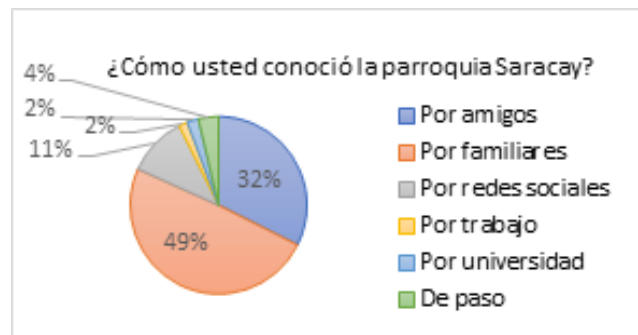
3.3.1 Resultados de las opiniones expuestas por la población oreense

De acuerdo con la población económicamente activa, manifestó que el 60% conoce la parroquia Saracay, mientras que un 40% no la conoce o no la han visitado. En este contexto

se identifica que mayoritariamente la parroquia tiene un posicionamiento provincial que contribuye al turismo interno. Desde el punto de vista de Parra Meroño & Beltran Bueno (2016) el posicionamiento turístico no es crear nuevos destinos, sino cambiar la percepción de la imagen que tiene el turista del lugar.

A partir de las siguientes preguntas se reportan los resultados obtenidos en función al 60% de la población económicamente activa que manifestó que si ha visitado la parroquia.

Gráfica 4

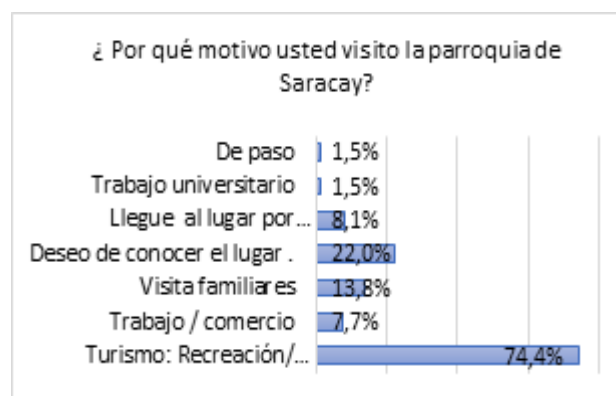


Fuente: autores

Se pudo determinar que el 49% ha conocido la parroquia a través de sus familiares, mientras que el 32% se enteró del lugar a través de sus amigos, el 11% mediante las redes sociales y el 2% restante por motivo de trabajo y universidad (Gráfica 4). Es así que se identifica que la difusión de la parroquia Saracay se da por medio de los familiares que han visitado la parroquia y cuentan sus experiencias a sus allegados, generando el interés de las demás personas en visitar el lugar.

En la opinión de Castillo Palacio & Castaño Molina (2015) la difusión del turismo es importante, permite al turista conocer los lugares de interés de cada localidad, región o país, así mismo saber sus tradiciones, costumbres y platos típicos; y sobre todo descubrir la historia que envuelve al lugar que están visitando.

Gráfica 5

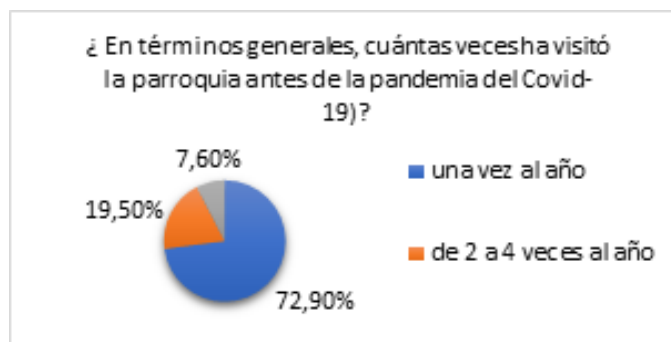


Fuente: autores

Se determinó que el 74,4% manifestó que su principal motivo para visitar la parroquia es por la recreación y descanso, seguido del 22,0% contestó que ha sido un deseo conocer el lugar, mientras que el 13,8% es por motivo de visitas familiares, el 8,1% llegó al lugar por casualidad, el 7,7% por trabajo y comercio, y el 1,5% de paso y por trabajos universitarios. Esto indica que la recreación y descanso, es el motivo principal que atrae a los turistas, la parroquia posee diversas zonas biodiversas en donde se puede apreciar los paisajes y la flora y fauna endémica del lugar.

Desde la posición de Araújo Pereira & de Sevilha Gosling (2017) manifiestan que la perspectiva de viajar ha ido cambiando constantemente, ya no está marcada por la idea de solo buscar descanso, sol y playa, sino que también busca otras actividades más amplias que incluyan el desarrollo personal como tal. Como se puede apreciar en la parroquia Saracay, los encuestados expusieron que viajan por descanso y por la tranquilidad que hay en el entorno natural del lugar.

Gráfica 6



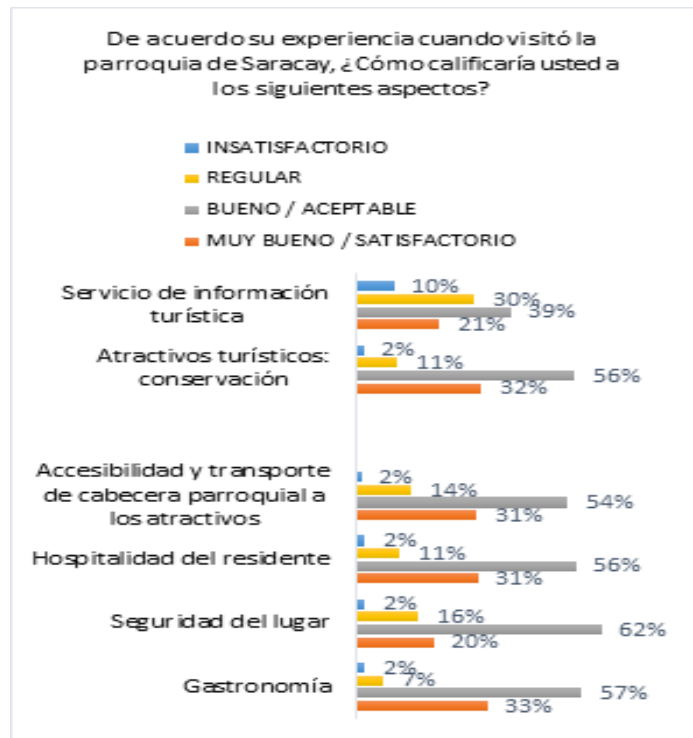
Fuente: autores

Se determinó que el 72,90% ha visitado a la parroquia una vez al año, seguido de un 19,50% para las personas que visitaron a la parroquia 2 a 4 veces en el año y en un bajo porcentaje de 7,60% se encuentran a la población que visitó la parroquia por más de 5 veces en el año (Gráfica 6). Esto demuestra que las personas no realizan viajes muy seguidos, debido a la oferta de atractivos turísticos que no es muy diversa y tampoco se han realizado acciones para el fortalecimiento del sector y generar acciones para el posicionamiento a nivel provincial.

Devesa F. et al., (2008) expresan que cada individuo es influenciado para captar su atención, con la finalidad que el cliente compre. Los resultados obtenidos demostraron que no hay un alto interés por visitar la parroquia más de una vez en el año, lo que podría ser por distintas razones vinculadas a las limitaciones que posee el territorio en lo que compete en la atención al cliente, difusión de los atractivos y la prestación de servicios turísticos, entre otras. No obstante el 93% de la población económicamente activa, si recomendaría visitar a la parroquia a sus familiares y amigos, debido a que muchos buscan un turismo alejado de la cotidianidad de la ciudad.

De acuerdo con De la Hoz Correa & Muñoz Leiva (2016) la satisfacción plena del visitante es parte fundamental para la acción de motivar a otros. Por ello, cabe mencionar que una mayor parte de los turistas que han visitado la parroquia la recomiendan debido a factores que atraen al turista, como su flora y fauna y por su localización geográfica.

Gráfica 7



Fuente: autores

Se determinaron los siguientes criterios a calificar por los visitantes: gastronomía, seguridad del lugar, hospitalidad del residente, accesibilidad y transporte de cabecera parroquial a los atractivos, atractivos turísticos: conservación y servicio de información turística; a su vez, fueron calificados de acuerdo a los siguientes estándares: muy bueno/satisfactorio, bueno/aceptable, regular e insatisfactorio. En donde predominó la calificación de bueno y aceptable, estableciendo que la parroquia posee un buen estado de aceptación por parte de la demanda, ya que posee los servicios básicos necesarios para la estadía del turista (Gráfica 7).

La demanda necesita sentirse cómoda en su visita al lugar, tal como lo señala Najul Godoy (2011) “es necesario que la atención al cliente sea de la más alta calidad, información veraz, concreta y precisa, con un nivel de atención adecuado”. Para que el visitante se sienta cómodo, no solo con el servicio que adquiere, sino también con la atención que recibe por parte del prestador del servicio. Por lo tanto, la parroquia debe mejorar sus estándares de calidad y por ende sus servicios para una mejor atención al cliente.

3.4. Comunidad Receptora

Gráfica 8 Resultados de la Comunidad Receptora en función a los criterios de evaluación



Fuente: los autores

Se pudo determinar que el criterio de evaluación sobre el recurso humano alcanzó un 40%, debido a que en ninguno de los atractivos cuenta con el talento humano que posea competencias profesionales en el área turística, representando esto una barrera o debilidad que condiciona el fortalecimiento del sector turístico. Considerando que en la actualidad el sector es exigente e innovador y considera el recurso humano como la base fundamental para el desarrollo del mismo.

Es fundamental que exista una formación y capacitación en el área turística para lograr una mejor prestación de servicio, ya que ello incide en la satisfacción del turista, de esta manera, el empleado turístico aprenderá correctamente la atención y servicio al cliente que debe brindar a sus clientes. Lapo et al., (2019)

3.5. Infraestructura

Gráfica 9 Resultados de la Infraestructura turística en función a los criterios de evaluación



Fuente: los autores

El acceso a la parroquia se encuentra en buen estado, no obstante debido a la topografía del territorio la vía Transversal Sur suele sufrir deslizamientos en temporadas de invierno siendo un punto de obstrucción para el ingreso a la parroquia, de acuerdo a los reportes realizados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de El Oro en conjunto al Ministerio de Transporte y Obras Públicas expresado mediante el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de El Oro (2019).

En referencia al promedio de evaluación del criterio de accesibilidad y conectividad que existe en los atractivos turísticos alcanzó un 52% cabe precisar que este factor es una barrera que condiciona el desarrollo turístico del sector (Gráfica 11). Debido a que únicamente los atractivos que están cerca de la cabecera parroquial poseen una mejor accesibilidad, tal es el caso del Río Saracay. Por ello, la realidad de los zona de estudio en este elemento interno del sistema turístico reflejan las limitaciones de accesibilidad y conectividad que hay en la zona, evidenciándose un deterioro en las vías de segundo y tercer orden que conectan a los atractivos. También existe la ausencia de accesibilidad para personas con discapacidad en todos los atractivos turísticos naturales.

De acuerdo a lo que describen Arteaga et al., (2016) la infraestructura corresponde a los servicios básicos y a la accesibilidad, que son responsabilidad de las entidades gubernamentales. La cobertura de los servicios básicos se da en su mayoría en la cabecera parroquial. El servicio de energía eléctrica se distribuye en la totalidad del territorio, a la vez que la recolección de desechos sólidos y agua potable, son de mediana cobertura y el alcantarillado está en estado crítico, por lo tanto definiríamos al "alcantarillado" como limitante.

4. Conclusiones

En función del sistema turístico, se determinaron las barreras que condicionan el desarrollo turístico de la parroquia Saracay.

La gobernanza posee limitaciones en el cumplimiento de establecer políticas y regulaciones en pos de la conservación y aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales de la parroquia Saracay, de esta manera se evidenció que no promueven el desarrollo turístico y la sostenibilidad del territorio, por lo tanto, la Superestructura de la parroquia es ineficiente.

La oferta de servicios asociados a la actividad turística presenta debilidades, puesto que las empresas de alojamiento, transporte y alimentos y bebidas poseen barreras que condicionan la satisfacción de los visitantes.

Referente a la demanda, se evidenciaron debilidades debido a que los lugares turísticos no tienen una data estadística, lo cual limita identificar o conocer las características y preferencias que tiene el turista.

El 60% de la población económicamente activa de la provincia de El Oro conoce o ha visitado la parroquia de Saracay, enfatizando que el nivel de posicionamiento que posee la parroquia, es alto, en relación a la provincia. Cabe mencionar que las actividades y servicios que oferta la parroquia se encuentran en un estado de bueno/aceptable, los cuales deberían mejorar y añadir nuevas actividades dentro de los atractivos, contando con las nuevas medidas de bioseguridad por la pandemia existente del Covid-19, para que el turista se sienta motivado y seguro en su visita a la parroquia de Saracay.

En la comunidad receptora es necesario que existan planes para el fortalecimiento de las competencias profesionales para el talento humano que labora en el sector turístico.

La infraestructura de la parroquia posee aspectos negativos que condicionan la estadía del visitante, tales como: la falta de servicios de internet y redes móviles, ausencia de señalización y accesibilidad para personas con discapacidad e inadecuada accesibilidad de los atractivos con vías de segundo y tercer orden que se encuentran en mal estado, todo ello condiciona el desplazamiento de las personas hacia la parroquia y limita la afluencia turística.

5. Referencias bibliográficas

Araújo Pereira, G., & de Sevilha Gosling, M. (Enero de 2017). Los viajeros y sus motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 1(26), 68-85. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180749182004.pdf>

Arteaga, G., Escobar, D., & Galindo, J. (2016). Análisis de Desarrollo Urbano con énfasis en infraestructura de vivienda. Caso de estudio: Manizales (Colombia). *Espacios*, 38(07), 2-12. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Gustavo_Arteaga2/publication/313874952_Analisis_de_Development_Urbano_con_énfasis_en_infraestructura_de_vivienda_Caso_de_estudio_Manizales_Colombia_Analysis_of_urban_development_with_emphasis_on_housing_infrastructure_C

Castillo Palacio, M., & Castaño Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 737-757. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>

- De la Hoz Correa, A., & Muñoz Leiva, F. (2016). Análisis de los determinantes de la predisposición a visitar un destino de turismo de bienestar: Tipologías del turista potencial. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 84-95. doi:<http://dx.doi.org/10.18089/tms.2016.12210>
- Del Corral, V. H., Sucoshañay, D., Álvarez, L., & Castro, P. (diciembre de 2017). La actividad ecoturística y su incidencia en la conservación ambiental del Jardín Botánico Las Orquídeas del sector Los Ángeles de Puyo, Pastaza, Ecuador. *RIAT*, 13(2), 129-137. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2017000200129>
- Devesa F., M., Laguna G., M., & Palacios P., A. (2008). Un modelo estructural sobre la influencia de las motivaciones de ocio en la satisfacción de la visita turística. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 24(2), 253-268. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/rpto/v24n2/v24n2a07.pdf>
- GAD Parroquial de Saracay. (2018). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Piñas: GAD Parroquial de Saracay. Obtenido de <https://multimedia.planificacion.gob.ec/PDOT/descargas.html>
- GAD Provincial de El Oro. (2019). *Actualización integral del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de El Oro*. Prefectura de El Oro. Machala: GAD Provincial de El Oro. Recuperado el 1 de febrero de 2021, de <https://multimedia.planificacion.gob.ec/PDOT/descargas.html>
- González, Z. Z., Párraga, I. M., & Calle, M. P. (05 de Marzo de 2020). Potencial turístico cantón Atahualpa provincia de El Oro, Ecuador. *Espacios*, 41(7), 18-23. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p18.pdf>
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Quito: INEC. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Kotler, P., & Lane Keller, K. (2012). Gestión de las comunicaciones masivas. En P. Kotler, & K. Lane Keller, *Dirección de Marketing* (14 ed., pág. 507). México D.F.: Pearson Educación. Obtenido de <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Lapo, J. E., Quituisaca, M. A., & Calle, M. P. (Diciembre de 2019). Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. *RIAT*, 15(2), 170-179. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200170>
- Martínez C., R., & Trejoluna P., O. (2017). La percepción de seguridad de los turistas en un sitio de turismo religioso. *International journal of scientific management and tourism*, 3(4), 255-274. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6182550>
- MINTUR. (2018). *Manual metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- MINTUR. (2018). *Manual metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo. Recuperado el Febrero de 2021, de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>

- MINTUR. (2018). *Manual metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo. Recuperado el Febrero de 2021, de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Morillo Moreno, M. C. (Enero-Junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión General*(1), 135-158. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-35. Recuperado el febrero de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219022148002>
- Parra Meroño, M., & Beltran Bueno, M. (Enero de 2016). *Estrategias de marketing para destinos turísticos*. Málaga: Universidad de Málaga. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314008046 ESTRATEGIAS_DE_MARKETING_PARA_DESTINOS_TURISTICOS_httpwwwweumednetlibroslibrophid1560
- Pineda, A. P., Sojos, G. L., & Calle, M. P. (Diciembre de 2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *RIAT*, 15(2), 162-169. doi://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200162
- Unkuch Saant, S. M., & Rodrigues de Caires, C. M. (noviembre de 2017). Gobernanza e instrumentos de política: un análisis de la política de turismo comunitario del Ecuador. *Mundosplurales*, 4(2), 59-83. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10469/14644>