

## **Propuesta de promoción turística para el desarrollo del turismo comunitario en la Isla Costa Rica, Ecuador.**

### **Tourism promotion proposal for the development of community tourism on the Island of Costa Rica, Ecuador.**

#### **Resumen**

Debido a que la promoción turística de la Isla Costa Rica es mínima, muchas personas desconocen de este encanto natural que se esconde en el sur de la provincia de El Oro, en Ecuador. Este sitio cuenta con una gran diversidad de flora y fauna, su componente cultural incluye actividades recreativas encaminadas al turismo comunitario. Esta nueva modalidad de turismo se convierte en una alternativa viable que genera un beneficio social y económico equitativo entre los miembros de las comunidades. Es por ello, que la presente investigación tiene como objetivo crear estrategias de promoción turística de los principales recursos y atractivos turísticos de la Isla Costa Rica, que fomenten un turismo comunitario. Se ha utilizado una metodología no experimental de carácter transversal descriptivo con un enfoque cualitativo y cuantitativo. Los actores involucrados para el estudio fueron la comunidad, los prestadores de servicios, los turistas y la gobernanza. Los resultados muestran que la falta de gestión por parte de las instituciones gubernamentales en infraestructura, promoción y difusión, ha provocado que este recurso natural quede en el abandono. Además, la comunidad predispuesta en implementar la actividad turística insiste que hay ciertos aspectos que necesitan un estudio técnico de mayor rigurosidad para la conservación ambiental. El ecosistema de la zona es el principal foco de atracción de quienes visitan la isla y con él la comunidad puede brindar al visitante una experiencia única que involucre el enriquecimiento cultural y natural de la región.

**Palabras claves:** Promoción turística, Turismo comunitario, Potencialidad turística, Conservación ambiental, Actividades turísticas.

#### **Abstract**

Because the tourist promotion of the Costa Rica Island is minimal, many people are unaware of this natural charm that is hidden in the south of the province of El Oro, in Ecuador. This site has a great diversity of flora and fauna, its cultural component includes recreational activities aimed at community tourism. This new form of tourism becomes a viable alternative that generates equitable social and economic benefits among the members of the communities. That is why the present research aims to create tourism promotion strategies for the main resources and tourist attractions of the Costa Rica Island, which promote community tourism. A descriptive cross-sectional non-experimental methodology has been used with a qualitative and quantitative approach. The actors involved for the study were the community, service providers, tourists and governance. The results show that the lack of management by government institutions in infrastructure, promotion and dissemination, has caused this natural resource to be abandoned. In addition, the community pre-arranged to implement the tourist activity insists that there are certain aspects that need a more rigorous technical study for environmental conservation. The ecosystem of the area is the main focus of attraction for those who visit the island and with it the community can offer the visitor a unique experience that involves the cultural and natural enrichment of the region.

**Key words:** Tourism promotion, Community tourism, Tourism potential, Environmental conservation, Tourism activities.

## Introducción

La industria turística ha tenido un importante crecimiento socioeconómico en todo el mundo, de tal manera que muchos países están invirtiendo en este sector por su gran aporte en la creación de fuentes de trabajo y de nuevas empresas, además de la generación de ingresos de exportación, mejoramiento de infraestructura y ayudar a la reducción de la pobreza (OMT, 2016).

Este panorama hace que el turismo siga en constante evolución, millones de personas se desplazan de un lugar a otro con fines de ocio, el turismo de sol y playa sigue siendo el producto estrella en la industria, pero cada vez son más los turistas que tienen un mayor interés en actividades turísticas diferentes a las tradicionales, haciendo surgir nuevas modalidades de turismo especialmente en áreas rurales (Lopes, 2002).

Esto obliga al sector a diversificar y ampliar su oferta basándose en la búsqueda de nuevas experiencias que impliquen un acercamiento con la naturaleza y la diversidad cultural. Además que, las motivaciones, intereses y comportamientos de los turistas han cambiado ante la influencia de los impactos negativos generados por el turismo de masas (Rodríguez, Santana, & Díaz, 2010).

De acuerdo con esto, en ciertos aspectos, el turismo tradicional como el de sol y playa, al ser el más desarrollado conlleva una degradación ambiental en las que destaca la alteración de las costas, el ecosistema, el aumento de residuos y el crecimiento urbanístico no planificado (Garrido & López, 2010).

Por otro lado, las nuevas modalidades turísticas como es el turismo rural priorizan la conservación ambiental de los ecosistemas, valorizando los espacios y recursos turísticos mediante el adecuado uso de los mismos, con la

finalidad de generar beneficios en la localidad y reducir el impacto de la masividad del turismo de sol y playa (Varisco, 2016).

Cuando se habla del turismo rural se está haciendo referencia a aquellas actividades turísticas en el que la experiencia del visitante está relacionada con productos vinculados a las actividades de naturaleza y el enriquecimiento cultural de las comunidades locales (CTC, 2017).

Dentro del turismo rural se enmarcan varias tipologías que forman parte de este nuevo turismo alternativo, tales como: el ecoturismo, el agroturismo, y el turismo comunitario, éste último se ha convertido en una alternativa viable que genera un beneficio social y económico equitativo entre los miembros de las comunidades rurales, prevaleciendo el valor de la identidad cultural, el fomento de las actividades vivenciales y la autogestión (Bravo & Zambrano, 2018).

Ecuador es uno de los países más reconocidos en la región por su amplio desarrollo en el ejercicio del turismo comunitario, desde la Costa hasta la Amazonía ecuatoriana se sitúan varias comunidades que ofertan este tipo de actividad turística. Este desarrollo hace que el país se proyecte como un referente dentro de este ámbito con un enfoque sólido y sostenible, que mejora la calidad de vida de las comunidades que deciden seguir este modelo de gestión turística (Cabanilla & Garrido, 2018).

El auge por desarrollar el turismo comunitario en el país, se debe a que en gran parte del territorio se encuentra una diversidad étnica y cultural ligada a una gran variedad de destinos turísticos que gozan de una implacable belleza natural, lo que dio lugar a que muchas comunidades sean partícipes en esta nueva actividad (Ruiz & Solís, 2007).

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE) es el encargado de regular e impulsar el turismo comunitario en Ecuador, reúne a estas comunidades que ofrecen servicios turísticos como una iniciativa para salvar las disparidades socioeconómicas que han adolecido durante muchos años.

Es así, que la FEPTCE busca fomentar y fortalecer cada vez más las iniciativas turísticas comunitarias en todo el territorio nacional.

La misma que define a esta actividad como una relación intercultural que permite la participación activa entre los miembros de las comunidades rurales y los visitantes, con un manejo adecuado de los recursos propios basados en un sistema de distribución igualitario de todos los beneficios generados (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario, 2007).

De esta manera, el turismo comunitario se constituye como una actividad estratégica, innovadora y de desarrollo social, económica y cultural, que parece garantizar con éxito las grandes expectativas que se tienen en el mundo actual (Ruiz & Solis, 2007).

Sin embargo, dicha actividad no se ha consolidado a plenitud, actualmente en el país existen sitios de interés turístico que no han logrado posicionarse como destinos, como algunas áreas protegidas o poblaciones rurales que se sitúan en zonas con un gran componente cultural (República del Ecuador. Ministerio de Turismo, 2007), convirtiéndose en lugares aptos para desarrollar este tipo de turismo, como es el caso de la Isla Costa Rica en la Provincia de El Oro.

Ubicada a 45 minutos de navegación desde Puerto Hualtaco en el cantón Huaquillas, y una hora y media si se zarpa de Puerto Bolívar en el cantón Machala, la Isla Costa Rica forma parte del archipiélago de Jambelí, un

conglomerado de 5 grandes islas que cubren la mayor parte del perfil costanero de la provincia de El Oro.

El enfoque de estudio de esta investigación se centra en la valorización de los recursos turísticos que existen en la Isla Costa Rica, un lugar paradisíaco lleno de una inigualable biodiversidad natural y asentada por una pequeña comunidad de hombres y mujeres dedicados al trabajo acuícola, pesca artesanal y en mínimas ocasiones al turismo.

La isla se caracteriza por sus exuberantes manglares, los cuales son custodiados por los comuneros quienes han mantenido una lucha constante por su preservación, ya que de ahí se sustentan económicamente con la crianza, recolección y venta de moluscos como las conchas negras y cangrejos.

Sin embargo, muchas de las veces los manglares se han visto afectados por las grandes camarónicas que rápidamente se expanden en la búsqueda de nuevos asentamientos para aumentar su producción. Si bien es cierto, esta actividad económica genera fuentes de empleo a las personas a su vez va destruyendo los recursos naturales del ecosistema.

Es por esta razón, que como medida de protección para las zonas del manglar y todos los recursos aledaños que sirven de base para la subsistencia humana, el estado ecuatoriano garantizó mediante el decreto Ejecutivo 11022 y del acuerdo Ministerial No.1723, el derecho de las comunidades y usuarios ancestrales al uso sustentable de los manglares para el aprovechamiento de los recursos propios de la zona (Bravo M. , 2006)

La actividad turística en la isla también se ha visto afectada constantemente por la alta competitividad que existe en otros destinos aledaños. Pero ante esta situación sus pobladores siempre se han

empeñado en retomarla en base a las potencialidades turísticas que brinda el lugar.

El escenario actual de esta zona es un ecosistema dominado por extensas paredes de manglares con tallos voluptuosos y raíces exóticas. La presencia variada de aves marino-costeras hace de este un lugar único en todo el archipiélago de Jambelí.

Sumando a ello el componente cultural representado por su comunidad en cuanto a su forma de vida cotidiana como la recolección de moluscos, la pesca artesanal, creencias y costumbres. Para el disfrute de los visitantes se pueden realizar varias actividades turísticas, además de las vivenciales con la comunidad, están el avistamiento de aves, paseos en botes por los senderos acuáticos de los manglares, caminatas en el interior de la isla, entre otras.

La comunidad pone mucho énfasis en la conservación de su ecosistema como foco principal de atracción para los visitantes, ya que es un aspecto muy importante si se quiere fomentar la actividad turística a largo plazo, si ésta se ve seriamente afectada de manera irremediable el turismo no sería posible (Mora, Salinas, Durán, & Maldonado, 2018).

Como se mencionó anteriormente la actividad turística en la isla Costa Rica ha declinado significativamente por la alta competitividad de otros destinos turísticos y esto se debe principalmente a la falta de promoción y difusión que existe acerca de este lugar.

La poca información que se tiene de la isla es proporcionada por los mismos comuneros quienes anhelan algún día mejorar su estilo de vida con la actividad turística como una oportunidad de crecimiento y desarrollo socioeconómico (Gambarota & Lorda, 2017), pero al no

contar con el apoyo de los organismos gubernamentales se les dificulta hacerlo.

En este caso, tanto el departamento de turismo del GAD Municipal del cantón Santa Rosa, municipio el cual por jurisdicción le pertenece la isla Costa Rica, y la prefectura de la provincia de El Oro, no se esmeran en promocionar nuevos destinos turísticos en la localidad, insisten en promover lugares que ya cuentan con un posicionamiento en el mercado.

Los pocos turistas que visitan la isla reconocen que la falta de promoción hace que este lugar no sea valorado. La competitividad de un destino radica directamente en su capacidad de promocionarse en el mercado, es así que la promoción turística dentro de la industria se ha convertido en un factor clave en la gestión de un destino turístico (Castillo & Castaño, 2015).

Para desarrollar un producto turístico que mejore la gestión del proceso de diseño a través de la oferta turística, siempre se necesitará de la promoción y difusión de los atractivos por los diferentes medios de comunicación que impliquen un acercamiento directo con el turista para que tenga toda la información necesaria antes de visitar el sitio (González, Argelio, & Gómez, 2016).

La promoción del destino turístico debe incentivar a las localidades para que puedan ofertar sus productos y servicios creando un dinamismo en la economía y viabilizando el desarrollo local a través de las actividades turísticas (Mendes, Augusto, & Gándara, 2013).

Es importante destacar el alcance que brinda la promoción turística, puesto que mediante la misma las personas poseen a la mano información de los sitios que más les gustaría visitar según sus motivaciones de viaje, además del conocimiento de los distintos servicios

con los que posee un determinado atractivo.

Por tal razón, en el libro *Introducción al turismo* se define la promoción turística como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica (Gurría Di-Bella, 1991).

Debido que la promoción turística va de la mano con la estrategia es importante conocer su definición, en el libro *Pensamiento estratégico: construya los cimientos de su planeación* se define como una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleadas de manera interactiva y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la misma. (Morrisey & Arenas, 1996).

Enmarcado en este contexto, el presente artículo tiene como propósito crear estrategias de promoción turística de los principales recursos y atractivos turísticos de la Isla Costa Rica, con la finalidad de fomentar un turismo comunitario en el lugar. Dicha propuesta se divide en dos apartados diferentes: el primero consta de la integración con la comunidad local, y el segundo se basa en las estrategias de comunicación y difusión.

Ambos apartados figuran como parte esencial del desarrollo social y económico a corto y largo plazo de la comunidad, aportando también a la conservación de sus recursos naturales y culturales, los cuales se convierten en un patrimonio de alto valor y significado

para la localidad y el país en general. La actividad turística bajo los principios de la sostenibilidad convierte a las comunidades en protagonistas e impulsores de desarrollo en su territorio mediante el aprovechamiento de sus recursos de manera sostenible.

### **Método**

La metodología describe el tipo y diseño de investigación, su enfoque, ámbito de estudio y las técnicas empleadas para la recolección de datos. Los métodos seleccionados sirven como una guía central para estructurar el cuerpo de la investigación y otorgar la información necesaria para el análisis del problema (Suárez, Saénz, & Mero, 2016).

Para llevar a cabo el propósito del estudio, se realizó una investigación no experimental de carácter transversal descriptivo, ya que se busca analizar las características del territorio dentro de su contexto natural sin manipular la realidad. De esta forma se procedió al levantamiento de la información mediante la visita de campo realizado el día 21 de julio del año 2020.

La investigación tiene un enfoque mixto: se utilizaron instrumentos de carácter cualitativo como la guía metodológica para la jerarquización de atractivos turísticos, la cual determinó el grado de potencialidad de los recursos naturales y culturales existentes en la Isla Costa Rica, apoyándose en los diferentes lineamientos técnicos para el desarrollo de un producto turístico a través de la identificación, clasificación y valoración de los atractivos (MINTUR, 2017).

También se consideró como instrumento cualitativo a la entrevista estructurada, que consiste en abordar un tema en específico mediante la comunicación verbal del entrevistador y el entrevistado, haciendo uso de un formato de preguntas que no pueden ser cambiadas o alteradas (Guerrero, 2016). Se

procede a realizar un análisis referente a las acciones realizadas por la gobernanza de cara a la actividad turística en la zona de estudio y el testimonio del único prestador de servicios turísticos del lugar sobre la baja demanda de clientes en su negocio, de esta forma se estableció una guía de preguntas al departamento de turismo del municipio del cantón Santa Rosa y al propietario del restaurante de la isla Costa Rica.

Como instrumento de carácter cuantitativo se utilizó la encuesta, debido a su versatilidad en las investigaciones no experimentales, ésta permite recopilar información detallada de los acontecimientos reales de algún suceso o de un grupo de personas mediante un cuestionario de preguntas (Kuznik, Hurtado, & Espinal, 2010). De esta manera se procede a realizar las encuestas a la comunidad y los turistas para conocer las diferentes opiniones y percepciones sobre el turismo comunitario, conservación ambiental y la falta de promoción turística reflejada en la problemática de la investigación.

Como población se considera a los habitantes de la Isla Costa Rica, siendo 756 personas según datos del último censo emitidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010). Realizando la proyección para el año 2020 se tiene un incremento de 878 habitantes, con una muestra establecida de 113 personas que comprenden edades entre los 18 a 50 años, se estimó un nivel de confianza del 75% y un margen de error del 5%.

Para los análisis estadísticos de las encuestas se realizó el procesamiento de datos a través del software Microsoft Excel, el cual permite reflejar los resultados en forma de gráficos y tablas de frecuencias, además de que la información otorgada será analizada en base a los resultados numéricos.

Cabe destacar que para realizar esta investigación se contó con la participación voluntaria de los actores involucrados, respetando cada una de sus opiniones y percepciones, al igual del consentimiento previamente otorgado con la total confidencialidad del caso para no exponer a los participantes a riesgos físicos o psicológicos.

## Resultados

Para determinar el nivel de potencialidad turística de la Isla Costa Rica se realizó un estudio de campo para identificar, clasificar y valorizar los atractivos turísticos de la zona, para ello se procedió a utilizar la guía metodológica otorgada por el Ministerio de Turismo del Ecuador. A continuación se resume el total de atractivos naturales y culturales identificados según sus características generales. (Ver tabla 1)

Tabla 1. Resumen de jerarquización, categorización y tipología

Nº	Atractivos	Jerarquía	Categoría	Tipo	Subtipo
1	Bosque Manglar	II	Sitio natural	Bosques	Manglar
2	Esteros	II	Sitio natural	Costa o litoral	Esteros
3	Comunidad Costa Rica	II	Manifestación cultural	Folklore	Pueblo y/o nacionalidad
4	Iglesia de Costa Rica	I	Manifestación cultural	Arquitectura	Histórica religiosa
5	Comida típica	II	Manifestación cultural	Folklore	Gastronomía

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior se observa que existen cinco atractivos turísticos en la Isla Costa Rica categorizados en 2 sitios naturales y 3 manifestaciones culturales, obteniendo una jerarquización variable de I a II respectivamente.

La mayoría de los atractivos turísticos de la isla forman parte de su componente cultural dominado por una comunidad sencilla y auténtica que mantienen sus raíces ancestrales exenta de toda superficialidad, su hospitalidad acoge a visitantes dispuestos a convivir con ellos en actividades comunitarias propias del lugar como la pesca artesanal o la recolección de moluscos (Domínguez, Burgos, & Fadul, 2016).

Su trayectoria histórica que data de hace 200 años de antigüedad refleja una diversidad cultural única en temas religiosos, laborales y gastronómicos, que siendo un grupo étnico minoritario y estar rodeados por un entorno natural bastante privilegiado, buscan formar parte del aprendizaje de aquellas personas que son amantes de lo auténtico y portavoces de las expresiones culturales (Cubero, 2017).

Dentro de los sitios naturales se encuentran entornos paisajísticos muy llamativos que atraen a más de un turista, como por ejemplo los manglares que dominan gran parte del ecosistema acuático sobre todo del género *Rizophora mangle* (mangle rojo) que pueden albergar árboles de hasta 8 y 12 metros de altura, aunque también se pueden ver del género *Avicenia germinans* (mangle negro) ubicados en el centro y sur de la isla (Bravo M. , 2006).

Dentro de los manglares se refugian especies marinas de importancia económica y gastronómica para la comunidad, como la concha negra, pata de mula y varias especies de crustáceos como: Jaibas, y cangrejos de diversos tipos (Bravo M. , 2006).

Los esteros que separan a la Isla Costa Rica del continente que toman por nombre el estero Chalen y estero Chupadores, son aguas fluviales continentales en las que se pueden

observar una variedad de aves marinas, así como también el deseo de pescar y recolectar las conchas junto a la comunidad.

Gracias a la aplicación de la guía metodológica para la jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR, se demuestra que la Isla Costa Rica tiene el potencial turístico necesario basado en las características de un turismo rural, comunitario y de naturaleza, un factor atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. La isla se convierte en un sitio adecuado para ser desarrollado como un destino turístico emergente.

En este contexto la Isla Costa Rica posee un potencial turístico que puede ser fortalecido a través del trabajo mancomunado entre la estructura de la gobernanza y la comunidad receptora.

Con la aplicación de las encuestas dirigidas a la comunidad de la Isla Costa Rica sobre el desarrollo del turismo comunitario, conservación ambiental y la problemática expuesta en la investigación, se obtuvieron los siguientes resultados:

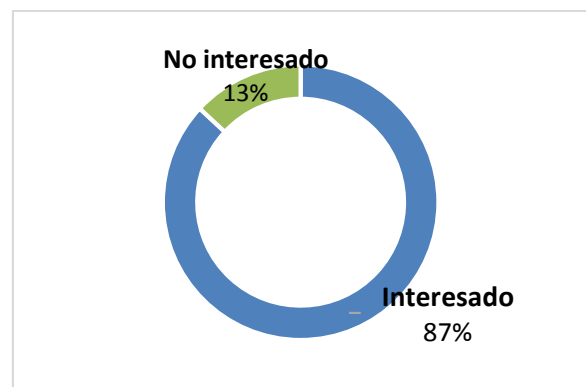


Figura 1. Interés de la comunidad en fomentar el turismo comunitario en la Isla Costa Rica

Gran parte de la población está dispuesta en desarrollar un turismo comunitario en su territorio, se refleja la predisposición de sus habitantes ya que tienen la aspiración de mejorar su estilo de vida gracias a la actividad turística.

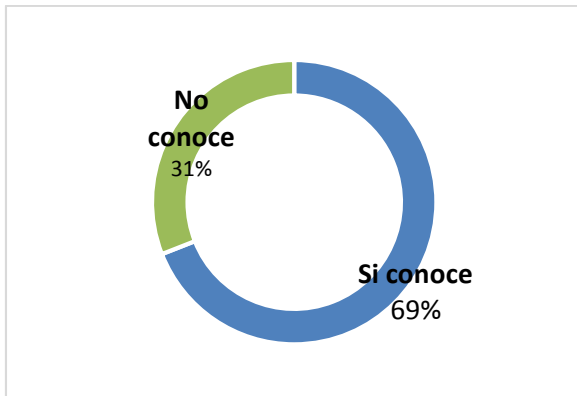


Figura 2. Nivel de conocimiento de la comunidad acerca de los atractivos turísticos de la Isla Costa Rica

Los atractivos turísticos que posee la Isla Costa Rica son de conocimiento de la mayoría de la comunidad, tales como los manglares, el criadero de moluscos, los esteros y demás actividades como la recolección de conchas y pesca artesanal; que según (Acerenza, 1994) citado por (Rodríguez & Fraiz, 2010), define a los sitios turísticos como el principal elemento dentro de un destino, ya que dependen de ellos para que los turistas se sientan atraídos a visitar dichos lugares.

Actualmente existe una asociación denominada comuna de Costa Rica que resguarda estos recursos naturales para el correcto aprovechamiento de los mismos y evitar posibles deterioros causados por los comuneros o visitantes, ellos se encargan de custodiar todas las zonas demográficas de la isla y el control de ingreso de las personas al lugar.

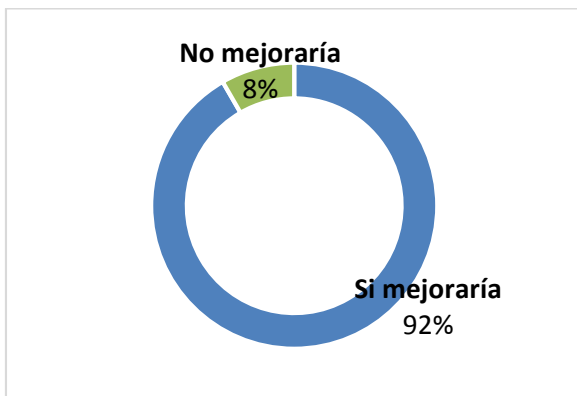


Figura 3. ¿El turismo comunitario mejoraría la calidad de vida de los habitantes?

Para la comunidad de la Isla Costa Rica es un privilegio estar rodeados de un ecosistema endémico único en la provincia de El Oro, que si bien se aprovechara de manera correcta para incentivar el turismo comunitario en la isla, mejoraría en gran medida el estilo de vida de sus habitantes, ya no verán la acuicultura como su único sustento económico, sino que ahora el turismo se convierte en otra vía que pueden usar a favor para la generación de nuevos ingresos y fuentes de trabajo.

El turismo comunitario ha logrado surgir con éxito a varias poblaciones que dependen totalmente de esta actividad y esto lo puede corroborar Gascón, mismo que destaca el turismo comunitario como una gran estrategia para aumentar los ingresos económicos, al igual de ayudar a erradicar la pobreza e incrementar el desarrollo de la población (Gascón, 2011).

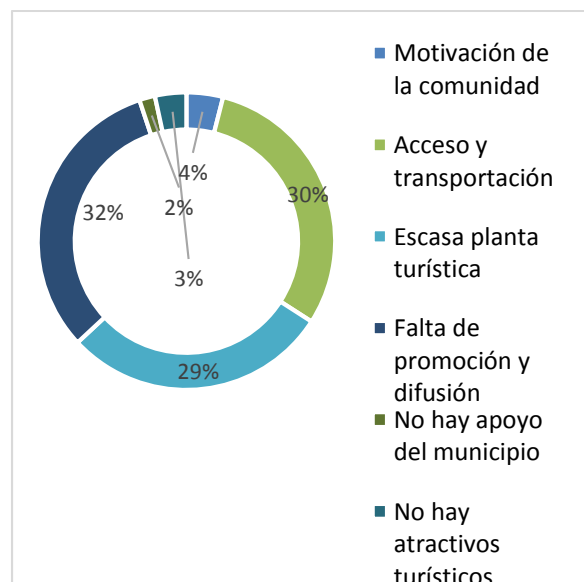


Figura 4. Factores que impiden a la comunidad desarrollar la actividad turística.

Se determina que el factor principal que limita la actividad turística en la Isla



Costa Rica es la promoción y difusión en el mercado sobre este atractivo, dado que es muy escasa, lo que no permite que los turistas conozcan sobre este sitio, a pesar de ello no hay que dejar de lado el acceso y transportación hacia el lugar, ya que depende de la marea del canal principal para ingresar, seguido también por la escasa planta turística de la isla, no hay la infraestructura necesaria para lograr una prolongada permanencia de los visitantes, en especial el servicio de alojamiento.

En estos casos la comunidad le toca improvisar adecuando sus hogares para brindar los servicios necesarios que demandan algunos turistas. Aunque existe solo un restaurante en el lugar, algunas familias colocan carpas en los exteriores de las viviendas para brindar el servicio de alimentos y bebidas.



Figura 5. Tipo de turistas que visitan la Isla Costa Rica.

En base a los datos proporcionados por los habitantes se entiende que el mayor número de visitantes que acuden a la Isla Costa Rica son de origen local, por tanto, es un motivo importante a tomar en cuenta de que es necesario mejorar e implementar la oferta turística para lograr atraer turistas de otras partes del país.

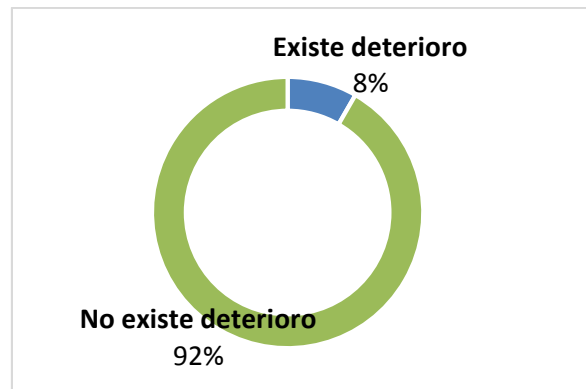


Figura 6. ¿Existe deterioro del entorno natural por la llegada de turistas a la Isla Costa Rica?

Por la poca afluencia de turistas a la Isla Costa Rica no existe un mayor daño en los ecosistemas endémicos que la rodean, pero hay un grado de contaminación que preocupa a los comuneros, manifestando que gran parte de la contaminación no se da por los pocos turistas que acuden a la isla sino por los mismos pescaderos que derraman combustible de las embarcaciones y restos de redes de pesca en los esteros lo cual es un problema grave que está afectando y que el GAD Municipal de Santa Rosa está tomando cartas en el asunto.

De acuerdo a (Huete, Mantecón, & Mazón, 2008) citado por (Rivas & Magadán, 2008), la contaminación ha provocado daños irreversibles en el medio ambiente, los mismos que al no ser detenidos a tiempo pueden provocar grandes pérdidas, principalmente en sitios naturales que aún son productivos, tales como los bosques, manglares y ríos.

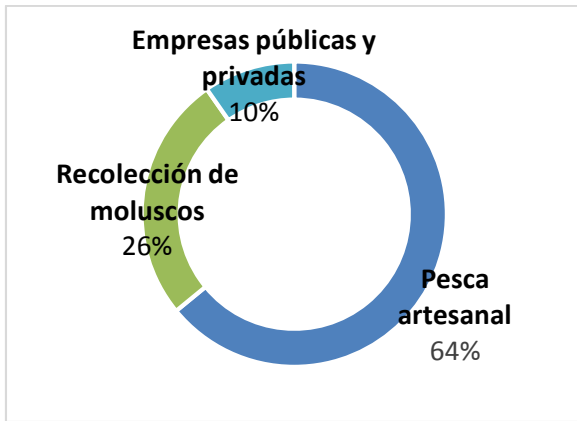


Figura 7. Principales actividades económicas de la comunidad

Se puede constatar que gran parte de la comunidad se dedica a la pesca artesanal y recolección de moluscos de diversos tipos para vender a los principales puertos marítimos del sur de la provincia como los cantones de Huaquillas, Arenillas y Santa Rosa, convirtiéndose actualmente en su principal sustento económico. Cabe destacar que estas actividades se han desarrollado por generaciones y han logrado mantener una economía relativamente estable en la comunidad.

Considerando que los turistas están dentro de los actores involucrados para el desarrollo de esta investigación, se elaboró un cuestionario dirigido hacia ellos con la finalidad de conocer su percepción al momento de visitar la Isla Costa Rica. A continuación se detallan los siguientes resultados:

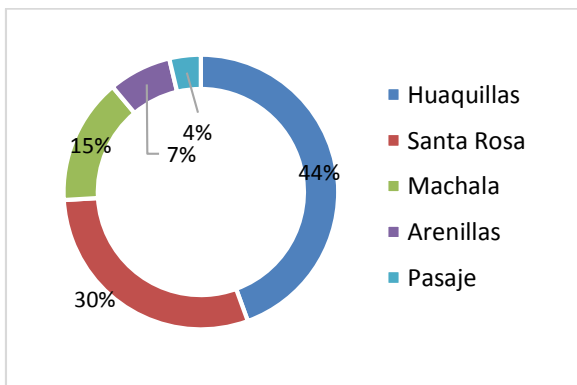


Figura 8. Procedencia de los visitantes

El mayor número de visitantes que acuden a la Isla Costa Rica son del cantón Huaquillas siendo éste el lugar preferido por su cercanía y atracción hacia lo natural y también por su estrecha conexión comercial. Seguido de las ciudades de Santa Rosa y Machala.

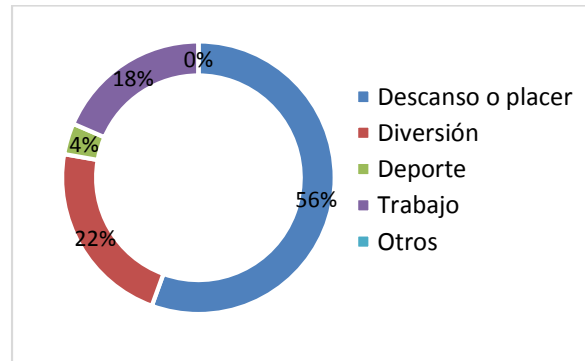


Figura 9. Motivo de visita

La mayoría de los turistas que acuden a la Isla Costa Rica van por motivo de descanso, placer y diversión lo cual es muy bueno, porque ven en este lugar un espacio de recreación para todo tipo de turista, pese a no contar con una amplia oferta turística, la comunidad se ha hecho valer por la amabilidad de su gente y el estar rodeado de un ecosistema único genera un interés en el turista de visitar nuevamente este lugar.

Desde una perspectiva complementaria, la motivación de los visitantes se enfoca principalmente en elementos como la oferta existente en el atractivo, recursos de tipo natural y factores demográficos, los mismos que permiten estar al tanto de las necesidades y preferencias de los distintos tipos de turistas existentes (Calderón & Pat, 2012).

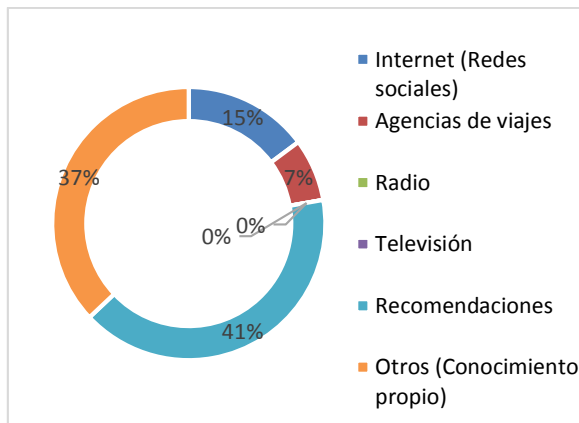


Figura 10. Medios que permitieron conocer sobre la Isla Costa Rica

Los turistas que visitaron la Isla Costa Rica fueron recomendados en su mayoría por otras personas que seguramente visitaron o han oído hablar sobre este lugar, mientras que hay visitantes que ya la conocían previamente y decidieron volver a visitarla por su experiencia positiva que tuvieron, aunque dentro de este grupo eran pescadores no residentes que únicamente iban por motivos de trabajo. Muy poco se ha logrado escuchar de la Isla Costa Rica a través de medios digitales como las redes sociales, radio o televisión, algunas agencias de viajes la suelen incluir en sus paquetes turísticos en conjunto con otras islas y han logrado llevar turistas a este lugar.

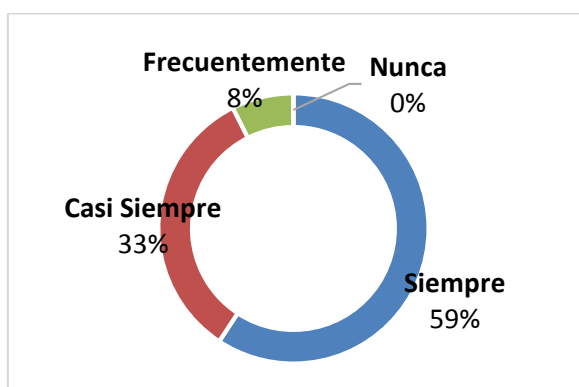


Figura 11. Frecuencia de uso de las redes sociales por parte de los turistas

El auge de las redes sociales se ha convertido en una tendencia muy popular en niños, jóvenes y adultos, la

mayoría las usan para informarse de manera rápida y directa de los acontecimientos que suceden en la actualidad, además de que son medios que permiten entrelazar nexos con usuarios de cualquier parte del mundo (Uribe, Rialp, & Llonch, 2013).

Claramente como lo demuestran los resultados obtenidos en esta pregunta, la mayoría de los encuestados afirmaron que siempre usan las redes sociales para informarse o saber de nuevas cosas, y es un factor a considerar para la promoción digital de la Isla Costa Rica.

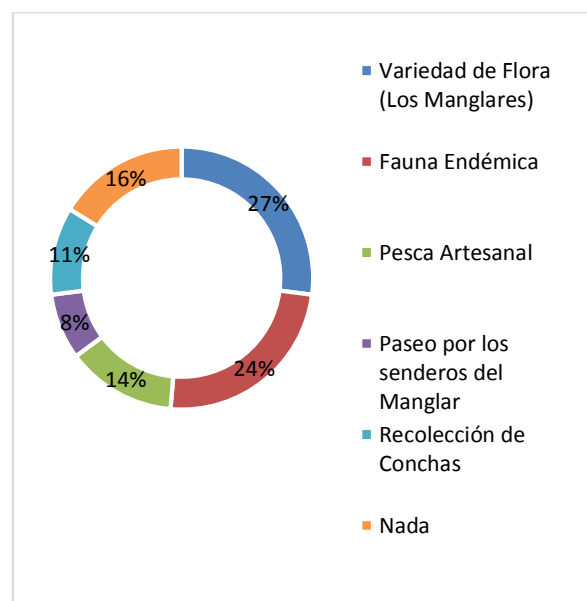


Figura 12. Atractivos que más llamaron la atención de los turistas

Siempre van a haber gustos diferentes por cada turista, hay quienes les gusta lo natural y cultural mientras que otros prefieren la diversión, el deporte o la recreación. Según estos resultados hay diferentes gustos según los atractivos que posee la Isla Costa Rica, como los manglares, los animales nativos, la pesca y la recolección de conchas son varios de los atractivos turísticos que más les llamo la atención a los visitantes y que para ellos serían el motivo principal para regresar de nuevo.

Con respecto a la motivación de los turistas hay que tener en cuenta 3 factores

que intervienen al momento de realizar una visita: el motivo para realizar el viaje, el sitio a visitar y la satisfacción al terminar el mismo. Además, es importante recalcar que los turistas se sienten principalmente cautivados por fuerzas externas (tipología turística) e internas (motivo del viaje) al instante de elegir el atractivo turístico a visitar (Devesa, García, & Andrés, 2010).

Conforme a los datos obtenidos de la entrevista dirigida al propietario del restaurante de la Isla Costa Rica, referente a la baja demanda de clientes en su negocio, se obtuvieron los siguientes resultados:

Frecuencia de clientes al restaurante. La baja afluencia de comensales en el establecimiento ha provocado que solo en temporada de calor o comúnmente conocida como la temporada playera presente un grado relativamente alto en cuanto a la visita de turistas que acuden al negocio, mas no como usualmente suele ocurrir que las únicas visitas son de los pescadores y recolectores después de las faenas diarias, esto claramente es ocasionado por la baja demanda turística en el lugar.

Mejoras en instalaciones. El propietario tiene la noción de brindar un servicio de calidad a sus clientes, siempre ofreciéndoles el mejor ambiente y la atención que se merecen ya que eso forma parte fundamental de una buena hospitalidad al turista, ha realizado diferentes modificaciones en su restaurante los cuales sirven como nueva imagen y atracción de nuevos turistas al establecimiento.

Capacitaciones. Se ha mencionado que han recibido capacitaciones referentes a la hospitalidad del turista, gestión de calidad y emprendimiento, las cuales han sido coordinadas con la Universidad Tecnológica Particular de Loja (UTPL) en conjunto con la Asociación de

comuneros de la Isla Costa Rica. Cabe indicar que es importante que la comunidad reciba este tipo de capacitaciones para que puedan brindar una buena atención al turista y manejar de manera adecuada la actividad turística, afortunadamente las universidades siempre han otorgado estas ayudas para incentivar el turismo en ciertas regiones.

Percepción de la problemática de estudio. La promoción turística se vuelve un tema relevante para la oferta de servicios complementarios como el de hospedaje y el servicio de alimentos y bebidas, la falta de promoción genera un nivel bajo de visitantes en los destinos como sucede en la Isla Costa Rica, así lo afirma el propietario del restaurante entrevistado, considerando que su negocio se ve afectado por la baja demanda turistas, trata en lo máximo de no realizar mayor producción de alimentos para evitar pérdidas económicas.

En cuanto a la entrevista dirigida al departamento de turismo del GAD Municipal del cantón Santa Rosa, referente a las acciones que han realizado como incentivo para la actividad turística de la Isla Costa Rica, la directora de este organismo puso en manifiesto que la municipalidad en conjunto con la prefectura de la provincia de El Oro tienen planeado ejecutar un modelo de gestión turística para el año 2021 el cual consta de crear un centro comunitario en donde las familias locales sean las principales beneficiadas y puedan ofertar un turismo sostenible en el lugar.

Para esto se necesitara de los estudios técnicos pertinentes como la identificación demográfica de la zona y el estudio de la capacidad de carga, esto con el fin de no afectar a largo plazo el ecosistema natural de la isla.

Considerando que la falta de promoción turística de la Isla Costa Rica es el principal problema por el cual muchas personas la desconocen, el departamento de turismo del cantón Santa Rosa tiene en sus planes crear una masiva campaña publicitaria a nivel nacional que abarque todos los atractivos turísticos del cantón, por tanto quieren centrarse en el ámbito natural que es lo que más predomina actualmente, como el archipiélago de Jambelí y todo su grupo de islas que lo conforman. Con esto se espera que sea el inicio de una nueva imagen publicitaria para el cantón y todos sus atractivos.

Sin embargo, tanto el proyecto del centro comunitario como la campaña publicitaria aún no se han ejecutado y no hay indicios de que se lo haga pronto.

La infraestructura de la isla Costa Rica también se presenta como un gran problema, ya que al no contar con los servicios adecuados para el disfrute de los turistas, es muy probable que no se pueda brindar una experiencia completa.

Actualmente no se ha realizado ninguna gestión para mejorar su infraestructura o implementar planta turística, a pesar de ello en el año 2015 se adecuó el sistema de alcantarillado, un servicio básico e indispensable para una población, la ventaja de la isla Costa Rica es que ya cuentan con energía eléctrica y sistema de agua potable, mas no con una oferta turística de establecimientos como de hospedaje, restaurantes o bares.

### **Discusión y conclusión**

Los beneficios que ha proporcionado actualmente la tecnología en los diferentes sectores económicos son innumerables. En lo que respecta al sector turístico se ha convertido en un gran mecanismo para la transmisión de información de los destinos, debido a la interacción que existe con las múltiples

herramientas que mejoran la experiencia del visitante (Larrea & Cevallos, 2017).

Por tal motivo un atractivo que cuenta con un potencial turístico considerable debe contar con medios de comunicación digital que faciliten su promoción y difusión de manera rápida e interactiva, incluyendo un seguimiento posterior al servicio, con la finalidad de conocer si realmente se cumplieron con las expectativas de los turistas, permitiendo de esta manera generar mayor demanda (Carvache, Torres, & Carvache, 2017).

Es así que la promoción turística se contempla como una base para la comunicación entre los potenciales turistas y los prestadores de servicios del atractivo, siendo que a través de la misma se desarrollan instrumentos con los cuales se llega a conocer la oferta, servicios y actividades a realizar en el sitio (García & Foronda, 2009).

De igual forma cabe recalcar que la actividad turística es uno de los campos que requiere de una gran cantidad de información, principalmente considerando a los turistas que se arriesgan en viajar por su propia cuenta y descubrir nuevos destinos. Para mayor seguridad de las personas amantes de los viajes, autores como José Manuel Gándara y Guilherme Mendes Thomaz, determinan que es imprescindible que los turistas cuenten con información previa antes de realizar su itinerario de viaje, tomando en cuenta los sitios a visitar, servicios y demás facilidades existentes en los mismos (Gánara, Mendes, & Biz, 2013).

Además, el conocimiento existente acerca de un atractivo se vincula directamente con la promoción realizada, así que al hacer uso de medios digitales se puede ofrecer información correspondiente de la oferta turística del mismo, el cual se contempla como uno de los principales factores por el que los turistas se

sienten atraídos para realizar una visita (Lasso & Herrera, 2014).

La mayoría de la población de la Isla Costa Rica demuestra el interés en desarrollar el turismo comunitario por ser considerada como una actividad de autogestión. Así, los habitantes locales son los principales en efectuar su impulso, gestión e intervención, teniendo el principal control en el reparto de sus beneficios, siendo este de manera equitativa (Cañada, 2011). Por tal motivo la comunidad de la Isla Costa Rica considera que este es un camino viable que sacará del olvido a esta zona que por muchos años no se le ha dado la debida importancia que debería haber tenido.

De existir un futuro incremento en la afluencia de turistas hacia la Isla Costa Rica, los pobladores se deben preparar para ofrecer servicios turísticos de calidad, enfocándose principalmente en el desarrollo del turismo comunitario, por lo que el sitio cuenta con las características necesarias para ejecutar esta actividad. Es por ésta razón que cada familia existente en este lugar se encuentran predispuestos a desempeñar distintas labores, destacándose principalmente el servicio de alimentos y guianza (Granda, 2018).

Además, que están dispuestos en fomentar el turismo comunitario siempre y cuando los organismos gubernamentales como el Municipio del cantón Santa Rosa y la Prefectura de El Oro, ayuden a incentivar esta actividad, recalando que éste lugar tiene todo el potencial necesario para ser desarrollado.

De acuerdo a todos los factores que se han detectado en esta investigación, los mismos que imposibilitan que la Isla Costa Rica se proyecte como un atractivo en el cual se pueda desarrollar un turismo comunitario, a continuación, se describe la propuesta de promoción turística, la cual se realizó tomando como

referencia los análisis de las encuestas y entrevistas aplicadas a los habitantes, los turistas, el prestador de servicio turístico y la gobernanza, además de que se realizó un estudio técnico y analítico mediante la ficha de jerarquización del MINTUR para establecer que atractivos naturales y culturales cuentan con el potencial necesario para la oferta turística y definir qué actividades recreativas son factibles para desarrollar, pues solo así se podrá tomar en cuenta que estrategias de promoción son las adecuadas.

La propuesta tiene como objetivo incentivar la actividad turística en la Isla Costa Rica a través de la promoción y difusión del atractivo, beneficiando dos grandes aspectos: el desarrollo de la comunidad y la conservación del medio ambiente. De esta manera, la propuesta se enmarca en dos apartados que involucran la integración con la comunidad y la promoción turística.

Propuestas para integrar a la comunidad de la Isla Costa Rica:

- A pesar de que cierta cantidad de la población si cuenta con noción general acerca del turismo, se ha planteado organizar programas de educación a través de talleres y capacitaciones, a fin de enseñar a los ciudadanos la importancia que desempeñan los turistas en esta actividad, fomentando de este modo el buen servicio hacia el visitante y generando una óptima experiencia a los mismos, convirtiéndose en una gran oportunidad para que la afluencia de turistas aumente.
- La venta de souvenirs se ha convertido en una práctica importante para la generación de ingresos económicos, una opción para impulsar la práctica de esta actividad es crear cursos auspiciados por organismos

gubernamentales, los cuales se enfocan principalmente en el desarrollo de artesanías con el uso de las conchas y crustáceos nativos del lugar, logrando de esta manera involucrar directamente a las mujeres y jóvenes de la comunidad.

- En vista de que la Isla Costa Rica posee atractivos naturales y culturales desconocidos por la mayoría de turistas, es ideal que el sitio cuente con guías locales, de tal manera que el GAD municipal de Santa Rosa y la Unidad de Turismo serían los encargados de efectuar las capacitaciones pertinentes a los habitantes de la comunidad que estén interesados en desempeñar estas funciones.

La finalidad de este apartado, claramente es integrar a todos los habitantes locales, fomentando de esta manera el turismo comunitario en la isla, logrando que cada uno de los mismos disfrute los beneficios que surgen al momento de ofertar servicios y actividades turísticas, mejorando significativamente su calidad de vida y su crecimiento personal. Además, es vital que los pobladores sean los principales miembros en intervenir en el desarrollo de este sector, porque es el principal componente para que el ámbito turístico sea viable y no pierda su enfoque de generar mayores ingresos económicos en la localidad en la que se ubica el atractivo.

Propuestas de comunicación y promoción del atractivo:

- En la actualidad la publicidad digital está ganando mucho terreno en el ámbito turístico, por eso la creación de una página web con información detallada y actualizada de la Isla Costa Rica es algo indispensable, además, se podrían crear promociones, ofertas y servicios particulares, contando con una gran cantidad de

fotografías con descripción en español e inglés y de esta manera promover y difundir la enorme riqueza natural que esta isla posee.

- De acuerdo a la encuesta aplicada a los turistas, la mayoría de ellos manifestaron usar la mayor parte del tiempo las redes sociales como medio de comunicación donde pueden visualizar información, videos, imágenes, publicidad, entre otros. Por tal motivo se propone implementar campañas publicitarias online, mediante la utilización de redes sociales. En este caso Facebook e Instagram serían herramientas clave para poder promocionar los atractivos naturales y culturales de la Isla Costa Rica.
- Se propone trabajar conjuntamente con el GAD Municipal del cantón Santa Rosa y con la Prefectura de El Oro, mediante sus Fan Page (Facebook), considerando que estas páginas cuentan con gran cantidad de seguidores a nivel local, así como también es un gran soporte de importancia, confiabilidad y realce a la información brindada.
- Las empresas privadas, en este caso las operadoras de viaje quienes constantemente venden paquetes turísticos dentro de la provincia, se propone trabajar con ellas para la creación de rutas turísticas que incluyan a la Isla Costa Rica como principal atractivo.
- La publicidad offline también es recomendable para promocionar un destino turístico. Se propone idear trípticos con información sobre sus principales atractivos, tanto visual y textual y repartirlos a agencias de viajes, operadoras y counter de información. Además de la implementación de vallas publicitarias específicamente de

la Isla Costa Rica en espacios estratégicos como en Puerto Hualtaco, Puerto Jelí, entrada al cantón Huaquillas, y en la vía principal que conduce a este mismo cantón por la gran movilidad de vehículos que circulan a diario.

- Incluir señalización adecuada y atractiva en la entrada de la Isla Costa Rica, especificando los principales servicios que pueden ofrecer a los turistas e información del lugar.
- Debe existir señalización en puntos estratégicos dentro de la Isla Costa Rica para una mejor orientación de los turistas, visto que actualmente no cuentan con este tipo de señaléticas.
- Realizar un calendario de propuestas turísticas para todo el año. Y ejecutarlo conjuntamente con la máxima autoridad de la comunidad.

Según (Ejarque, 2005) citado por (Castaño & Castillo, 2015) la promoción turística se basa en informar a los potenciales visitantes la oferta existente en un determinado atractivo, con el principal objetivo de cumplir las expectativas de los mismos, teniendo como meta incentivar a dichos turistas a visitar el destino a elegir. En consideración de ello se ha propuesto estrategias de comunicación y promoción en la Isla Costa Rica, con la finalidad de producir mayor información a los turistas, captando su atención con las actividades que se realiza en este atractivo y de esta manera llegar a generar mayor afluencia de turistas.

Para tal efecto se ha tomado en cuenta el uso de redes sociales en el planteamiento de estas estrategias, siendo que a través de las mismas existe la oportunidad de interactuar con publicaciones realizadas por un usuario determinado. Permitiendo de esta manera ser utilizada como un óptimo canal para brindar datos acerca de viajes, convirtiéndose en una

herramienta efectiva para los turistas al momento de realizar una visita (Gutiérrez, Sánchez, & Galiano, 2018).

Como lo menciona (Martínez, 2012) la promoción turística se encuentra constituida por la difusión de información, la misma que debe ser realizada por parte de las entidades correspondientes. Sin embargo, todas las localidades no realizan esta función, de modo que existe limitación de información para los turistas, perjudicando significativamente a los atractivos turísticos que no son frecuentemente conocidos, ejemplo de esto es la Isla Costa Rica, razón que al no contar con un sitio web oficial u otras estrategias de promoción no es de conocimiento habitual la existencia de este sitio y las bondades que brinda el mismo.

Por otra parte, recordemos que la comunicación turística es base fundamental de la promoción de un destino turístico, incluyendo a través del mismo a los diferentes atractivos como parte del proceso de marketing. De manera que se requiere del sector público, privado y de todos sus componentes para lograr satisfactoriamente las metas propuestas para ofertar de modo sostenible un destino turístico que beneficie directamente a la comunidad involucrada.

Así mismo, el marketing relacional permite administrar el sector turístico de manera que la conservación de los destinos no se vea perjudicada, brindando la seguridad oportuna para que dicho aspecto perdure para las futuras generaciones y exista una mejor reciprocidad entre los visitantes y los pobladores locales (Garrido M. , 2015). Lo cual permite que dichos habitantes cuenten con incrementos económicos gracias a la oferta de bienes y servicios turísticos, brindando beneficios como nuevas plazas de empleo y emprendimientos, que en el caso de la isla es transcendental, en vista de que al ser una zona que se dedica mayoritariamente a la pesca artesanal esta



oportunidad es de gran significado para los ciudadanos.

Tal como lo mencionan (Daries, Cristóbal, & Martín, 2014) tanto el internet como las redes sociales en la actualidad han transformado las condiciones de realizar un viaje, dado que es habitual hacer uso de las mismas para determinar el sitio de visita. De esta manera, se consideró en las estrategias propuestas las redes sociales, dado que la mayoría de la población cuenta con ellas, permitiendo tener un mayor alcance hacia los potenciales turistas.

Atendiendo estas consideraciones, a más de ayudar a la Isla Costa Rica a promover el turismo comunitario y aumentar la afluencia de turistas con las propuestas que se han planteado anteriormente, se espera que este tipo de investigación sirva como ejemplo para otros atractivos turísticos que presentan características similares a las expuestas en este documento, por lo que cuenta con factores importantes para que un destino se encuentre integrado para desarrollar esta tipología de turismo, destacando que la promoción y difusión es un aspecto importante a considerar para que un determinado sitio realice una óptima gestión turística.

## Referencias bibliográficas

- Acerenza, M. (1994). *Administración del Turismo: Conceptualización y Organización*. (Vol. 1). México D.F.: Trillas.
- Bravo, M. (Enero de 2006). *Actualización del plan de manejo del manglar concesionado a la asociación de pescadores artesanales, mariscadores y afines Costa Rica archipiélago de Jambelí*. Obtenido de Programa de manejo de Recursos Costeros: <https://silo.tips/download/actualizacion-del-plan-de-manejo-del-manglar-concesionado-a-la-asociacion-de-pes>
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Espacios*, 39(7), 28. Recuperado el 10 de Febrero de 2021
- Cabanilla, E., & Garrido, C. (2018). *El turismo comunitario en el Ecuador: Evolución, problemática y desafíos* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Calderón, G., & Pat, L. A. (2012). Caracterización del perfil turístico en un destino emergente, caso de estudio de ciudad del Carmen, Campeche. México. *Gestión turística*, 47-70. doi:10.4206/gest.tur.2012.n18-02
- Cañada, E. (2011). Turismo Comunitario, un espacio en disputa. *La Jornada del Campo*.
- Carvache, W., Torres, M., & Carvache, M. (2017). Análisis del perfil y satisfacción del turista que visita Montañita - Ecuador. *Cuadernos de Turismo*, 113-129. doi:https://doi.org/10.6018/turismo.39.29.0461
- Castaño, V., & Castillo, M. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 737-757.
- 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.
- CTC. (11-16 de Septiembre de 2017). *Definiciones de turismo*. Obtenido de Comité de Turismo y Competitividad: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Cubero, A. (2017). La diversidad cultural: ¿Es posible su aplicación al sector audiovisual? *Comunicación y Sociedad*(28), 111-130.
- Daries, N., Cristóbal, E., & Martín, E. (2014). Promoción turística de las comunidades autónomas españolas a través de las redes sociales oficiales. *Papers de Turisme*, 84-106.
- Devesa, M., García, M., & Andrés, P. (2010). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 169-182.

- Domínguez, O., Burgos, O., & Fadul, S. (2016). Alternativa de agricultura orgánica y potencialidades turísticas. Caso: Isla Costa Rica del archipiélago Jambelí, provincia El Oro, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 8(3), 93-98.
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: Diseño, creación, gestión y marketing*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario. (2007). *Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario en Ecuador*. Obtenido de Procasur: [http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20\(Documento%20Tem%23U00e1tico\)%202011%2011%2020.pdf](http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20(Documento%20Tem%23U00e1tico)%202011%2011%2020.pdf)
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- Gánara, J., Mendes, G., & Biz, A. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 102-119.
- García, A., & Foronda, C. (2009). La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: Planes renovadores. *Cuadernos de Turismo*(23), 89-110.
- Garrido, M., & López, E. (2010). Consecuencias del turismo de masas en el litoral de Andalucía (España). *Caderno Virtual de Turismo*, 10(1), 125-135. Recuperado el 05 de Febrero de 2021
- Garrido, M. (2015). Comportamiento estratégico de la promoción turística española. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 125-140. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/11682/file\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/11682/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gascón, J. (2011). La Metodología "Pro-Poor Tourism": un análisis crítico. *Opiniones en Desarrollo (Programa Turismo Responsable)*(9), 2-21. Obtenido de Opiniones en Desarrollo. Programa turístico responsable. Artículo num. 9.
- González, M., Argelio, R., & Gómez, O. (2016). Análisis de la calidad percibida por el cliente en la actividad hotelera. *Ingeniería Industrial*, 37(3), 253-265.
- Granda, K. (2018). *Grado de conocimiento de los orenses acerca de las Islas Jambelí, Santa Clara y Costa Rica del cantón Santa Rosa*. Machala: Universidad Técnica de Machala . Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12716/1/ECUACE-2018-HT-DE00119.pdf>
- Guerrero, M. (2016). La investigación cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1-9. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Gurría Di-Bella, M. (1991). *Corrientes Turísticas. Introducción al Turismo* (Primera ed.). México: Trillas.
- Gutiérrez, G., Sánchez, M., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 135-150. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09>
- Huete, R., Mantecón, A., & Mazón, T. (2008). La percepción de los impactos del turismo residencial por parte de la sociedad receptora. *Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas*.
- INEC. (2010). Población de la Parroquia Jambelí, Isla Costa Rica . *Selección de la población ecuatoriana, por años calendario, según cantones 2010-2020*. Instituto Nacional de Estadística y Censos, Quito.
- Kuznik, A., Hurtado, A., & Espinal, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas. *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación*(2), 315-344.
- Larrea, M., & Cevallos, A. (2017). Herramientas del Turismo 2.0 para la Promoción de la Ciudad de Guayaquil. *PODIUM*, 85-96. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2016.30.6>
- Lasso, S., & Herrera, S. (2014). Estudio de la Incidencia de la temporada de observación de ballenas jorobadas en los aspectos socio-cultural y ambientales en el cantón Puerto López. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 8-30.

- Lopes, E. (2002). El reto de la conservación ambiental y la diversificación del turismo masificado del balneario: el diseño de una estrategia para Caldas Novas, Brasil. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra. Recuperado el 29 de Enero de 2021, de <http://hdl.handle.net/10803/4946>
- Martínez, L. (2012). Estrategias de promoción turística a través de Facebook. *Palabra Clave*, 318-338.
- Mendes, T., Augusto, A., & Gándara, J. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(1), 103-119.
- MINTUR. (Junio de 2017). *Metodología para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Turismo: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)
- Mora, V., Salinas, D., Durán, A., & Maldonado, C. (2018). La vinculación desde las instituciones de educación superior como apoyo al desarrollo del turismo comunitario y la conservación del manglar de la Isla Costa Rica, El Oro, Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, 3(2), 20-230.
- Morrisey, G., & Arenas, C. (1996). *El pensamiento estratégico. Construya los cimientos de su planeación*. Madrid, España: Ed. Prentice Hall Hispanoamericana.
- OMT. (Septiembre de 2016). *Panorama Mundial del Turismo Internacional*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284418152>
- República del Ecuador. Ministerio de Turismo. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo sostenible*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- Rivas, J., & Magadán, M. (2008). *Planificación y Gestión Sostenible del Turismo*. Madrid: Septem Ediciones.
- Rodriguez, A. J., Santana, A., & Diaz, P. (2010). LAS NUEVAS FORMAS DE TURISMO: CAUSAS Y CARACTERÍSTICAS. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 4(3), 54-70. Recuperado el 04 de Febrero de 2021
- Rodríguez, M., & Fraiz, J. (2010). Consideraciones estratégicas para la promoción del turismo sostenible en Galicia. *Revista Galega de Economía*, 19(2), 55-60.
- Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito, Ecuador: Abya Yala.
- Suárez, N., Saéñz, J., & Mero, J. (2016). Elementos esenciales del diseño de la investigación. Sus características. *Dominio de las Ciencias*, 2(esp.), 72-85.
- Uribe, F., Rialp, J., & Llonch, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de administración*, 26(47), 205-231.
- Varisco, C. A. (2016). Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 153-167.