



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO EN LA ISLA SAN  
GREGORIO PERTENECIENTE AL CANTON SANTA ROSA**

**CEVERINO BUENO ALISON DOMENICA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**RUEDA PARDO MELANIE SUANNI  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA  
2021**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO EN LA ISLA SAN  
GREGORIO PERTENECIENTE AL CANTON SANTA ROSA**

**CEVERINO BUENO ALISON DOMENICA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**RUEDA PARDO MELANIE SUANNI  
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA  
2021**



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA DE TURISMO**

**PROYECTOS INTEGRADORES**

**DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO EN LA ISLA SAN  
GREGORIO PERTENECIENTE AL CANTON SANTA ROSA**

**CEVERINO BUENO ALISON DOMENICA  
LICENCIADA EN TURISMO**

**RUEDA PARDO MELANIE SUANNI  
LICENCIADA EN TURISMO**

**CALLE IÑIGUEZ MELISSA PAULINA**

**MACHALA  
2021**

# DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO EN LA ISLA SAN GREGORIO PERTENECIENTE AL CANTÓN SANTA ROSA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Técnica de Machala

Trabajo del estudiante

1%

2

[dspace.ucuenca.edu.ec](https://dspace.ucuenca.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

3

[docplayer.es](https://docplayer.es)

Fuente de Internet

<1%

4

[dspace.uazuay.edu.ec](https://dspace.uazuay.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

5

Submitted to Universidad Dr. José Matías Delgado

Trabajo del estudiante

<1%

6

Submitted to Universidad Santo Tomas

Trabajo del estudiante

<1%

7

[dspace.esPOCH.edu.ec](https://dspace.esPOCH.edu.ec)

Fuente de Internet

<1%

8

[riull.ull.es](https://riull.ull.es)

Fuente de Internet

<1%

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

Las que suscriben, RUEDA PARDO MELANIE SUANNI y CEVERINO BUENO ALISON DOMENICA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO EN LA ISLA SAN GREGORIO PERTENECIENTE AL CANTON SANTA ROSA, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

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

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

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

  
RUEDA PARDO MELANIE SUANNI

0750606881

  
CEVERINO BUENO ALISON DOMENICA

0706063534

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL TURÍSTICO EN LA ISLA SAN GREGORIO PERTENECIENTE AL CANTÓN SANTA ROSA.**

### **Resumen:**

La isla San Gregorio se encuentra situada en la Provincia del Oro, específicamente en el cantón Santa Rosa, es un sitio lleno de mucho potencial turístico, sin embargo, han tenido que transcurrir varios años para que esta comience a desarrollarse turísticamente y pueda abrir las puertas de su entorno a toda clase de turistas. Esta isla ofrece un paisaje lleno de paz, con un encantador mar y una vegetación que atrapa a los turistas a primera vista, el correcto manejo y uso de los recursos permitirá que San Gregorio llegue a ser un punto clave en el turismo Orense y Ecuatoriano. Razón por la cual el objetivo principal de este proyecto es elaborar un diagnóstico situacional e identificar las barreras del potencial turístico que condicionan el desarrollo de esta isla. Es así, que para el presente estudio la metodología empleada es el método descriptivo, permitiendo realizar el levantamiento de información, a través de la aplicación de diferentes instrumentos de recopilación de datos como lo son la ficha de jerarquización, encuestas y entrevistas; con un enfoque de observación directa, los cuales permitieron conocer la situación actual del sitio. Los resultados mostraron que existen aspectos positivos y negativos de los elementos del sistema turístico que condicionan el desarrollo turístico de la Isla San Gregorio.

### **Abstract:**

San Gregorio Island is located in the Province of El Oro, specifically in the Santa Rosa canton, it is a place full of tourist potential, however, it has taken several years for it to begin to develop turistically and to open the doors of its environment to all kinds of tourists. This island offers a landscape full of peace, with a charming sea and vegetation that attracts tourists at first sight, the correct management and use of resources will allow San Gregorio to become a key point in the Orense and Ecuadorian tourism. For this reason, the main objective of this project is to elaborate a situational diagnosis and identify the barriers to tourism potential that condition the development of this island. Thus, for the present study the methodology used is the descriptive method, allowing for the collection of information through the application of different data collection instruments such as the hierarchy card, surveys and interviews; with a direct observation approach, which allowed to know the current situation of the site. The results showed that there are positive and negative aspects of the elements of the tourism system that condition the tourism development of San Gregorio Island.

**Palabras Claves:** San Gregorio, Sistema turístico, potencialidad, FODA, ficha de jerarquización

## **1. CAPITULIO I**

### **1.1 Introducción y Justificación práctica**

La importancia del turismo radica desde los inicios del hombre, su manera nómada de vivir conllevó a conocer varios territorios, desde ese entonces el ser humano ha tenido la necesidad de conocer todo su entorno. Con el pasar del tiempo y el avance del conocimiento se fue planteando una serie de normas que ayudaron a preservar todo aquel entorno que poseía historia e importancia.

La actividad turística no solo trae consigo beneficios para las personas quienes intervienen, sino que es a través de este que se ha ido planteando, creando y reforzando una serie de normas, leyes y demás que han ayudado a la preservación total del medio ambiente, puesto que es considerado un escenario de gran relevancia para el correcto desenvolvimiento que tiene la misma.

El gusto por realizar diversas actividades conlleva a que del turismo se derive una serie de clases de este, tales como: aquel que permite el contacto directo entre el turista y la naturaleza, el turismo donde la persona realiza actividades súper extremas, pero con todas las medidas de seguridad correspondiente, también se da aquel donde la persona viaja hacia otro lugar únicamente con la finalidad de comprar accesorios personales, etc. “El ecoturismo es aquel que se dedica específicamente a realizarse en espacios donde la mano del hombre no ha tenido ningún tipo de intervención, donde se muestran paisajes y sitios impactantes que le brindarán al turista aquella armonía que necesita”. (Rebollo, 2017)

El ecoturismo se relaciona de manera directa con el turismo sostenible, “es decir con aquellas repercusiones negativas que se pueden tener en el entorno ya sean presentes o futuras, tanto sociales, ambientales y económicas”. (Gazteiz, 2015)

Dentro de este tipo de turismo se puede hacer la apreciación de la vida salvaje, la flora endémica, paisajes creados propios de la naturaleza. Este tipo de actividad ha permitido que en nuestro país se descubran cada vez más sitios de esta magnitud, lo que ha permitido que sean aprovechados de una manera correcta sin causar algún tipo de deterioro al entorno.

La continuidad del turismo era considerada excelente hasta que en el año 2019 en el mes de diciembre se comienza a comunicar la existencia de una nueva pandemia en Wuhan (China) la misma que se esparció de manera agresiva a nivel mundial trayendo

consigo consecuencias muy graves para todos los países tanto económicos, sociales, políticos, de salud, educación, turísticos y demás.

La existencia de esta pandemia provocó un freno muy grave de la actividad turística lo que ocasionó un sin número de pérdidas económicas para quienes viven de este, fueron varios meses de paralización total, en donde aquellos sitios que eran visitados por cientos de miles de personas se tornaban vacíos.

Todas las pandemias dadas en tiempos pasados y la actual “tienen una fuerte incidencia con la manera de comportarse del turista, es por ello que las autoridades optaron por el cierre total de fronteras, aeropuertos y todo tipo de transporte para evitar contagios y así lograr una disminución de contagios.” (UNWTO, 2020)

La situación por la que tuvo que enfrentarse todas las compañías asociadas a la actividad turística fue notoria, en muchos de los casos se dio el cierre total de negocios, puesto que el futuro de esta actividad era totalmente incierto.

Sin embargo, fue después de varios meses que las autoridades dieron parte de que esta actividad iba a volver a la normalidad en todo el mundo, “lo que conllevó a la elaboración urgente de estrategias que estuvieran encaminadas a la prevención de contagios y a la activación turística parcial.” (Felix & Garcia, 2020)

Varias medidas de bioseguridad fueron planteadas por las autoridades tanto a nivel mundial como en cada país, después de varios meses de confinamiento el momento de volver a retornar las actividades. El turismo fue uno de ellas, en donde la reactivación de las zonas urgía, es por ello que los sitios naturales fueron las mejores opciones debido a que eran espacios abiertos y evitaban las aglomeraciones.

La Isla San Gregorio se encuentra situada en la Provincia del Oro específicamente en Santa, es una playa amplia que cuenta con un mar celeste y un ecosistema de manglar, esta es un diamante un en bruto, en donde una correcta planificación y uso de los recursos permitirá el fomento a un gran nivel.

Es por ello que analizar los elementos internos del sistema turístico post pandemia en esta isla permitirá conocer cuáles son aquellas barreras que están impidiendo su desarrollo natural, social, económico y sobre todo turístico, dando así un camino más claro a las autoridades para tomar decisiones a favor de la comunidad local.



### **1.2.1 Formulación del problema**

Desconocimiento de la interacción de los elementos del Sistema Turístico post pandemia, que condicionan el desarrollo turístico de Isla San Gregorio, del cantón Santa Rosa.

### **1.2.2 Objetivos: generales y específicos**

#### **Objetivos: generales**

- Elaborar un Diagnóstico situacional e identificar las barreras del potencial turístico que condicionan el desarrollo turístico de la Isla San Gregorio perteneciente al cantón Santa Rosa

#### **Objetivo específico**

- Analizar los elementos internos del Sistema Turístico post pandemia en la Isla San Gregorio, del cantón Santa Rosa.
- Identificar las barreras que condicionan el potencial turístico en función a los elementos del sistema turístico.
- Elaborar un análisis FODA / DAFO en función a los ejes de la sustentabilidad.

## **2. CAPITULO II**

### **2.1. BASES TEÓRICAS**

#### **2.1.1. Turismo**

El turismo, es una actividad que puede ser concebida o interpretada, desde diversas percepciones. Es así que puede definirse como una actividad que consiste en la movilización de personas a un lugar diferente del de su residencia, por un periodo tiempo largo o corto; en donde pueden realizar diferentes actividades, ya sean por motivos de ocio, recreación, o negocios.

Por otro lado, Nelson (2021), manifiesta que: *“El turismo es un fenómeno asombrosamente complejo que se está convirtiendo en una parte cada vez mayor de la vida en el mundo global de hoy”*. Estos nos indica que, en la actualidad, resulta muy complejo poder entender al turismo, puesto a que es una actividad que se va renovando con el pasar del tiempo y cada vez va pasando a tomar más interés y relevancia en el mundo que nos rodea.

#### **2.1.2. Importancia**

El turismo representa, en el contexto de la civilización contemporánea, por su contenido y su papel, un área de actividad distinta y un segmento de importancia esencial en la vida económica y social de la mayoría de los países del mundo (Bunghez , 2016).

Es por esta razón que, tras varios años de estudio, se ha catalogado al turismo como una actividad económica con una importancia radical a nivel mundial, debido a que proporciona cerca del 10% del PIB (Producto Interno Bruto) en el mundo (Díaz G. , 2017).

Es decir, hablando desde el aspecto económico, el turista es considerado un consumidor de bienes y beneficiarios de los servicios, del lugar en el que se encuentra. Es así, que de los gastos que realiza, una parte es destinada a las unidades económicas de la industria turística (alojamiento, alimentación, transporte, etc.), mientras que la otra parte va a los presupuestos locales o al presupuesto del Estado (impuestos, tasas, etc.).

Es así que, de esta manera, se puede verificar como el turismo apoya al desarrollo económico, tanto de la comunidad, como el de un país, mediante el gasto turístico, que proviene de los visitantes (nacionales o extranjeros).

### **2.1.3. Turismo post pandemia**

A medida que avanzaba la pandemia de COVID-19, las cifras de turismo internacional variaron drásticamente, debido a las tendencias previstas, cambiando radicalmente del crecimiento anual pronosticado del 3-4% a una disminución del 20-30% para 2020 (UNWTO, 2020).

Según varias fuentes, se estima que cerca de 75 millones de empleos estuvieron en riesgo al largo de este año a nivel mundial, con un declive potencial del Producto interno bruto de turismo y viajes, de cerca de 2,1 billones de dólares este año, durante el proceder de este año.

Por lo tanto, desde los inicios de la crisis actual, la Organización Mundial del Turismo (OMT) ha estado trabajando conjuntamente con el sistema de las Naciones Unidas en general, e incluso directamente junto con la OMS, cuyo objetivo es de encaminar al sector, emitiendo cierto tipo de recomendaciones indispensables, tanto para líderes de alto nivel (es decir dueños de medianas y grandes empresas), como para turistas individuales. Y con la finalidad de lograr consolidar y fortalecer mejor la respuesta de quienes se dedican al turismo, la Organización ha establecido el Comité de Crisis Turística Mundial.

### **2.1.4. Sistema turístico**

El sistema turístico, expresa Varisco (2013), desde sus orígenes se ha desarrollado con la finalidad de describir la actividad turística que existe en un determinado sector, debido a que este permite entender y analizar la situación actual y dificultades del mismo; para así de esta manera lograr obtener una perspectiva, tanto económica, como social del turismo.

Por otro lado, el sistema turístico, se encuentra dividido en 5 subsistemas: la superestructura, la infraestructura, la oferta, la demanda y la comunidad receptora. Esta agrupación de elementos, que se encuentra estrechamente relacionados entre sí, pueden ser estudiados desde cinco dimensiones, como lo son: la social, cultural, económica, ambiental y política.

La importancia de identificar correctamente a los componentes del sistema turístico, es lograr entender el nivel de desarrollo turístico y las fortalezas, que posee la zona o lugar a estudiar, y a su vez poder determinar cuáles con las debilidades con las que cuenta,

para así de esta manera, tener un mejor entendimiento de cuáles son las barreras que limitan el desarrollo turístico del mismo (Calle, Nugra, Noblecilla, & Ávila, 2019). Y así lograr idear e implementar una serie de estrategias encaminadas a la mejora y funcionamiento óptimo del desarrollo local del lugar.

#### **2.1.4.1. Superestructura**

Se considera, como el conjunto de organismos, ya sea de carácter público o privado, que tienen la facultad de representar a quienes forman parte de la actividad turística; y cuyas competencias se centran en planificar estrategias y optimizar recursos, en base a las necesidades de los turistas y establecimientos turísticos, para fomentar un correcto manejo de los elementos que conforman el sistema turístico (Pineda, Sojos, & Calle, 2019).

#### **2.1.4.2. Oferta**

La Oferta son todos aquellos servicios presentes dentro de un atractivo, que tienen como finalidad satisfacer las necesidades de los turistas, ya sean estos de alimentación, transporte, alojamiento o recreación, que mediante el uso y aplicación de estrategias innovadoras y recursos humanos, permiten que estos servicios logren formar parte dentro del mercado turístico (Abarca, 2017). A su vez, estos productos turísticos se encuentran conformados por diferentes atractivos, que pueden ser: culturales, naturales o incluso artificiales, y también forman parte de este grupo los demás elementos internos y externos del sistema turístico.

Un atractivo tiene que contar con las condiciones necesarias para desarrollarse apropiadamente, es así que, Calle (2015) expresa que: Los servicios turísticos ofertados en un atractivo generan un progreso a la localidad, es por ello que con la presencia se puede elaborar diversos planes estratégicos, para lograr cumplir con los objetivos previamente establecidos. Lo que nos demuestra que, si queremos fomentar el desarrollo turístico de un sitio determinado, es necesario ofertar un servicio de calidad, con finalidad de potenciar la economía del lugar.

#### **2.1.4.2.1. Atractivos turísticos**

Se refiere a la atracción principal de los turistas, los atractivos de carácter natural son aquellos que poseen una belleza llena de biodiversidad extravagante, en muchos de los casos estos forman paisajes inolvidables con flora endémica. Mientras que los atractivos culturales son aquellos que poseen diversidad étnica, y por último se encuentran los atractivos artificiales, los mismo que fueron creados por el ser humano en un entorno específico (Abarca, 2017).

#### **2.1.4.2.2. Servicios turísticos**

Son los diferentes tipos de servicios o establecimientos con los que cuesta un destino o atractivo turístico, ya sean estos de alimentación, hospedaje, recreación, servicio de transporte marítimo y terrestre. Es así que estos variarán dependiendo de la normativa del país en el que se encuentre y serán categorizados, según la normativa anteriormente mencionada. Pero es importante mencionar, que la categoría a la que pertenezcan, dependerá principalmente de las condiciones en las que se encuentren dichos servicios e instalaciones (Calle, 2015).

#### **2.1.4.3. Demanda**

La demanda se encuentra representada por el número de turistas que, ya sea de forma individual o grupal, acuden a un determinado sitio para hacer uso de los servicios y atractivos turísticos que posee, con la finalidad de lograr satisfacer sus necesidades, ya sea de ocio, negocio o negocios. Dentro de este tema, se pueden distinguir dos grandes grupos, tales como: Demanda interna (realizada por los turistas que se desplazan en su propio país) y la demanda internacional (realizada por turistas que se desplazan de otro país) (Flores et al., 2012, como se citó en Lapo et al., 2019).

#### **2.1.4.4. Comunidad receptora**

Es un elemento de carácter fundamental para el desarrollo turístico, el mismo que está integrado por sus representantes, los que fueron previamente elegidos de manera democrática por todos los que conforman su comunidad, por lo que ellos tienen la obligación y responsabilidad de transmitir la información de la demanda. (Pineda, Sojos, & Calle, 2019).

#### **2.1.4.5. Infraestructura**

Son todas aquellas instituciones de carácter público que se encargan de la construcción de vías de comunicación, transporte y servicios fundamentales para el día a día, tales como; agua, alcantarillado, electricidad , entre otros, en muchos de los casos no es necesario que estos sean de primera línea para el turista tales como: educación, salud, tecnología, pero sí deben de estar presente porque de gran importancia para la creación de productos y un correcto funcionamiento de los elementos interno y externos de la actividad turística (Abarca, 2017).

#### **2.1.4.6. Potencialidad turística**

Se puede definir al potencial turístico de un lugar o territorio, como la capacidad que posee el mismo, para lograr captar la atención de los turistas y a su vez, entre sus competencias se encuentra el poder satisfacer sus necesidades. Por otro lado, es importante mencionar que para que un lugar sea considerado como tal, es indispensable que posea, ciertas características esenciales, para que se desarrolle el turismo en él, tales como: vías de acceso, infraestructura, servicios, entre otros (Lazo, Bastidas, Aguilar, & Calle, 2017).

#### **2.1.5. Metodología de jerarquización de atractivos**

Es aquel que establece todos los lineamientos de carácter técnico, que permiten reconocer, coordinar y evaluar a los atractivos, con la finalidad de identificar los aspectos positivos y negativos que condicionan el desarrollo turísticos de los mismos (MINTUR, 2017), con la finalidad de preservar el entorno y evitar un deterioro a futuro para este sitio, logrando así un equilibrio natural, económico y social.

**Tabla 1. Criterios de valoración**

<b>“Criterios relacionados con el índice de competitividad turística:”</b>
“a) Accesibilidad y Conectividad”
“b) Planta Turística /Servicios”
“c) Actividades que se practican (Opciones recreacionales)”
“d) Estado de conservación e integración atractivo / entorno”
“e) Políticas y regulaciones”
“f) Salud e higiene”
“g) Seguridad turística”
<b>“Criterios relacionados con la demanda:”</b>
“ h) Tipo de visitante y afluencia”
“ i) Difusión”

**Fuente:** (Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador, 2017)

#### **2.1.6. FODA**

El FODA es una herramienta de análisis muy útil para cualquier tipo de organización, empresas o inclusive para personas, ya que es a través de este, donde se puede identificar de manera interna y externa todas aquellas actitudes y aptitudes que son de carácter benéfico y perjudicial para el comienzo de una nueva actividad, permitiendo potenciar más nuestras fortalezas y oportunidades para que todo lo negativo no tenga mucho impacto, así como también la implementación de estrategias para mitigar las debilidades y amenazas. (Funes Tapia, 2018)

### **3. CAPITULO III**

#### **3.1. Metodología**

Para la realización del proyecto en curso, se usó una metodología, fundamentada en el método descriptivo, mediante el uso de fuentes primarias y secundarias, mismas que permitirán el levantamiento de información acerca de las características propias del atractivo, el uso y aplicación de instrumentos (ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo), permitirá determinar la realidad del atractivo, en base a los elementos turísticos de la Isla San Gregorio, con la finalidad de detectar todos los miembros del FODA en base al sistema turístico del atractivo, y así de esta manera poder cumplir con los objetivos del proyecto. De la misma forma, se empleó varios enfoques, tales como el enfoque de observación directa (visita in-situ), el cual nos permitirá obtener una visión clara, del estado actual de la zona del estudio; y un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), debido a que se analizará y recolectará datos cualitativos y cuantitativos presentes en la investigación, a través del uso e implementación de encuestas y entrevistas a prestadores de servicios turísticos y actores locales.

#### **3.2. Población o muestra**

La zona de estudio está enfocada en la Isla San Gregorio y nuestros objetos de estudio está comprendida por:

1.- Los componentes del sistema Turístico: Para el estudio, recopilación e investigación de información sobre este objeto de estudio se empleó el uso de entrevista a la población económicamente activa, oferta turística, superestructura e infraestructura y para la demanda presente en el sitio se empleó el uso de encuestas.

Es por ello que para el análisis que conforman los elementos internos del sistema turístico, se empleó el instrumento correspondiente a la muestra establecida, la misma que se determinó con base al (INEC, 2010), estableciendo como área de estudio para el presente trabajo a la población que genera ingresos de manera independiente pertenecientes a la provincia de El Oro.

Para determinar la cantidad de personas que se encuestaron, se empleó el uso de la fórmula de la muestra, la misma que se refiere a la cantidad de individuos que se incluirán en nuestra investigación (Rendon & Villasis, 2017) .



**Imagen #1 Formula de la muestra**

$$TM = \frac{N}{1+(EA)^2 \times N}$$

**Fuente:** (Astudillo, Camacho, Figueroa, & Villavicencio, 2017)

**Tabla 2. Operacionalización**

Total de la población ( <b>N</b> )	254615
Valor constante	1
Error de estimación máximo admisible ( <b>e</b> )	0.05
Tamaño de la muestra ( <b>n</b> )	399.37
<b>Total</b>	399

**Fuente:** Los autores

2.- Potencial Turístico: Para analizar este objeto de estudio se empleó el uso de la metodología de jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador, en el cual se plantean nueve criterios de valoración, cada una con una ponderación máxima. Para el inicio de este procedimiento se desarrollaron dos etapas.

- ⌘ **Etapas I:** En esta etapa se realizó el inventario de Atractivos Turístico es decir se realiza lo necesario como visita in-situ, registro del atractivo en la ficha para proceder a la categorización y especialización del mismo. (MINTUR, 2018)
- ⌘ **Etapas II:** Comprende todo lo referente a la creación de los espacios turísticos, en donde se procede a la identificación del atractivo que presente las condiciones suficientes, para la creación de beneficios turísticos, un análisis del territorio donde se encuentra situado y finalmente la descripción de áreas turísticas. (MINTUR, 2018)

En la siguiente imagen se detalla cada criterio de valoración con su respectiva ponderación, la misma que es usada para atractivos Naturales y Culturales.

**Imagen #2 Ponderación de Criterios atractivos Naturales y Culturales**

TABLA 1. PONDERACIÓN DE CRITERIOS ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES			
Criterios de Valoración	Descripción	Ponderación	
1	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2	PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
3	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
6	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
7	DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
8	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Hace referencia al registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
9	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	

**Fuente:** (Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos, 2018)

### 3.3. Diseño y aplicación de instrumentos de recolección de datos

#### Ficha jerarquización:

El desarrollo de la presente investigación, se apoyó en el Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos, con el propósito de evaluar los atractivos (Isla San Gregorio), en la cual se usará como herramienta de apoyo todos los criterios planteados en la ficha de levantamiento de atractivos turísticos, misma que permitirá establecer y determinar las condiciones actuales, en las que se encuentra la Isla San Gregorio. Se considera de vital importancia, el uso de la ficha de jerarquización puesto que, mediante los datos obtenidos a través de esta, se podrá identificar cuáles son las fortalezas y debilidades que presenta el atractivo, y así de esta manera poder desarrollar estrategias que ayuden al desarrollo turístico del mismo.

### Imagen #3 Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

B. Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	0	0	1
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo									
<b>1. DATOS GENERALES</b>																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
1.2 Categoría						1.3 Tipo						1.4 Subtipo					
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																	
2.1 Provincia						2.2 Cantón						2.3 Parroquia					
2.4 Barrio, Sector o Comuna						2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal					

Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos			96
			ATRACTIVOS TURÍSTICOS
2.8 Latitud (grados decimales)	2.9 Longitud (grados decimales)	<a href="#">Código</a>	2.10 Altura (msnm)
<b>2.11 Información del administrador</b>			
a. Tipo de Administrador:	<input type="text"/>	b. Nombre de la Institución:	<input type="text"/>
c. Nombre del Administrador:	<input type="text"/>	d. Cargo que ocupa:	<input type="text"/>
e. Teléfono / Celular:	<input type="text"/> (+593)	f. Correo Electrónico:	<input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>			
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>			

**Fuente:** (Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos, 2018)

#### Entrevista:

Según mencionan (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013), definen a la entrevista como: Un tipo de charla entre dos personas, cuya finalidad se centra en desarrollar una investigación específica sobre un tema determinado. Es así que, mediante el uso y aplicación de estas a los diferentes trabajadores de los servicios turísticos de la Isla San Gregorio, se podrá conocer el apoyo que tienen los mismos, por parte de las entidades gubernamentales hacia el desarrollo turístico de la zona, y a la vez poder identificar las diferentes ofertas, que brindan a los turistas que visitan la Isla.

**Encuesta:**

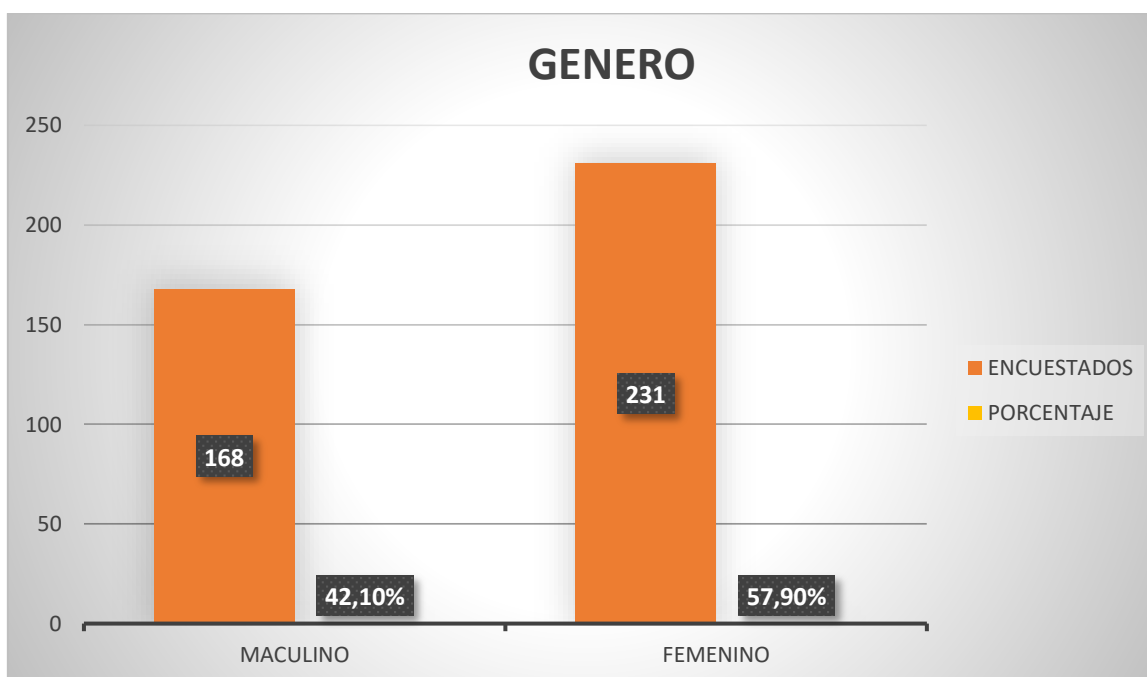
Otro de los instrumentos metodológicos usados dentro del proyecto es la aplicación de encuestas, las mismas que pueden definirse, según López Roldán & Fachelli (2016) como: Un método de recolección y obtención de datos, sobre información actual de algún tipo de problemática presente en un determinado lugar. Lo que permitirá tener una visión más clara sobre la percepción que tiene la demanda, con respecto a los servicios ofertados en la Isla San Gregorio y de la Isla como tal. Y así de esta manera poder levantar información confiable y verificable, sobre cada uno de los elementos que componen al sistema turístico.

### 3.4. Análisis y discusión de resultados

#### 3.4.1. Análisis de las encuestas

##### 1.- Género al que pertenece

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Masculino	168	42,10%
Femenino	231	57,90%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



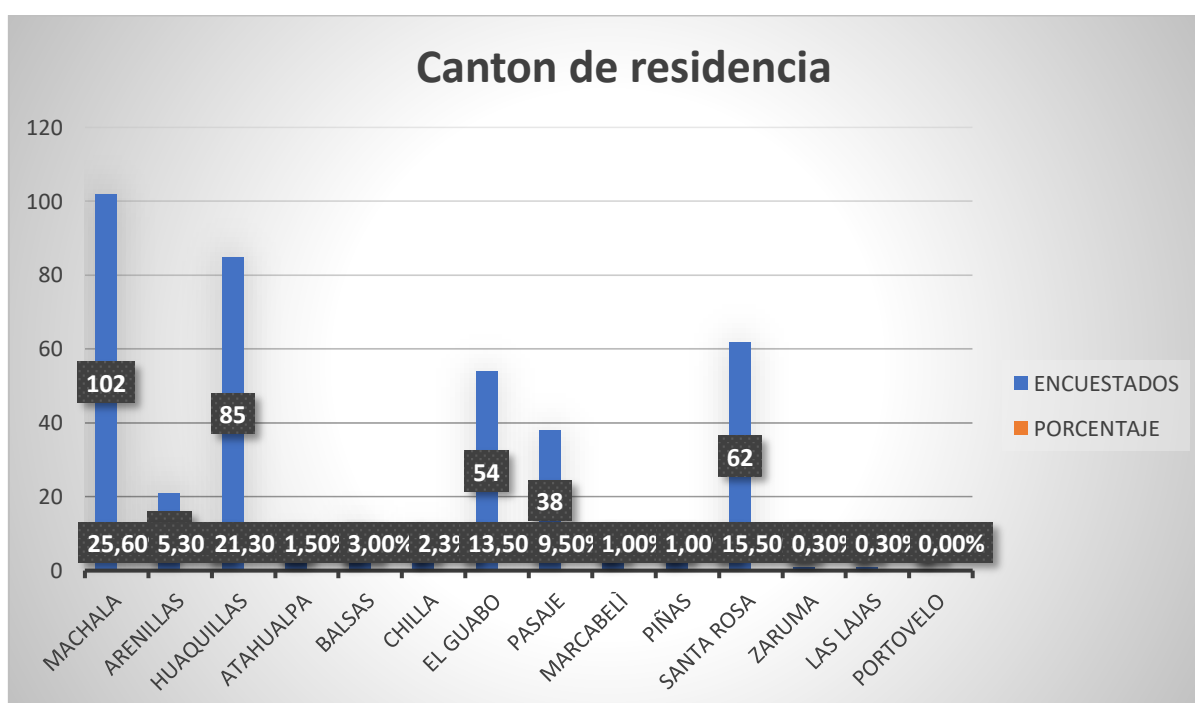
**Fuente:** Los autores

#### Análisis

A través de las encuestas realizadas, se constató que la mayor cantidad de personas que han visitado la isla San Gregorio son de género femenino siendo este de un total de 58%, sin embargo, también se pudo conocer que el 48% restante son género masculino. Este tipo de pregunta permite conocer que género prefiere visitar dicho atractivo, y así emplear más ofertas que satisfagan todas las necesidades que este tenga, desde servicio sanitario, venta de ropa playera, accesorios, etc. Es así que (Serrano, Serrano, Zarza, & G., 2018) nos dice que “el género hace referencia a todo el conjunto de representaciones, ideas y prescripciones que impone la sociedad en base a la diferencia anatómica entre ambos sexos.”

## 2.- Cantón de residencia

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Machala	102	25,60%
Arenillas	21	5,30%
Huaquillas	85	21,30%
Atahualpa	6	1,50%
Balsas	12	3,00%
Chilla	9	2,3%
El Guabo	54	13,50%
Pasaje	38	9,50%
Marcabellì	4	1,00%
Piñas	4	1,00%
Santa Rosa	62	15,50%
Zaruma	1	0,30%
Las Lajas	1	0,30%
Portovelo	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Los autores

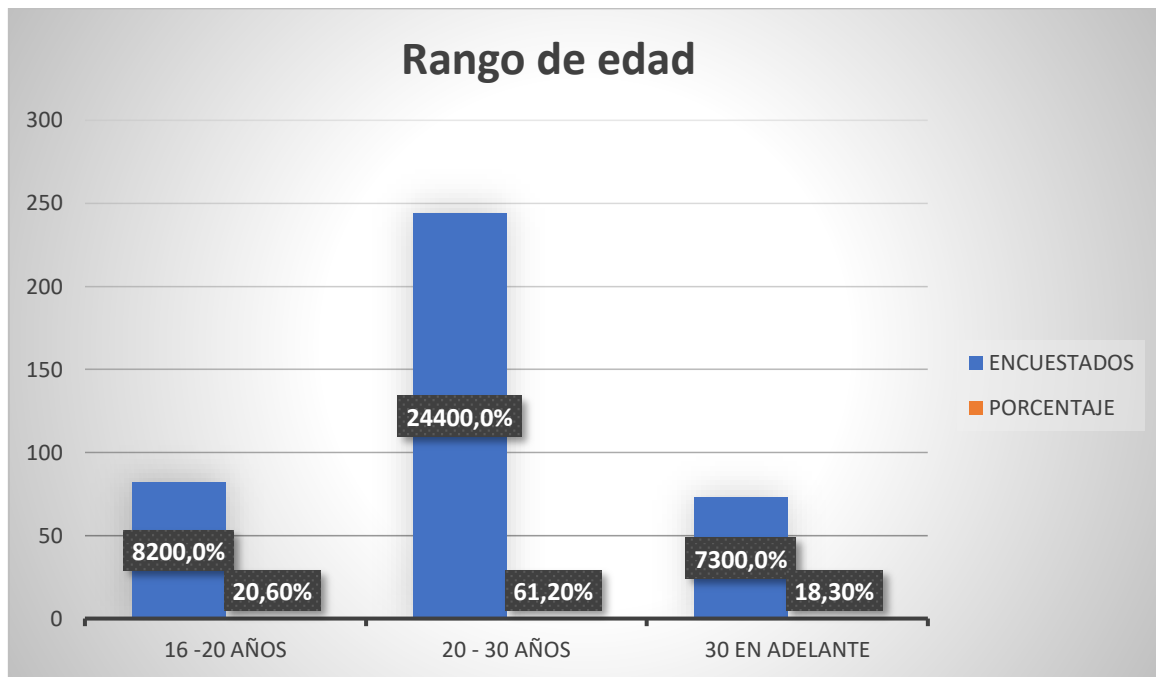
### Análisis

Como resultado de las encuestas realizadas se obtuvo que la mayor cantidad de personas son de la ciudad de Machala teniendo este el 25,60%, por consiguiente, se tiene el 21,30% correspondiente a turistas del cantón Huaquillas, con un 15,50% de encuestados le sigue el cantón Santa Rosa y el cantón El Guabo se ubica en cuarto lugar con el 13,50% de personas residentes en este sitio, es así que estos cuatros

cantones son de donde los turistas más se desplazan hasta la isla. Es importante identificar cuáles son los cantones de procedencia de los turistas para así poder establecer estrategias que ayuden a la mejora de la oferta turística que se brinda en el atractivo y a la vez poder lograr posicionarla en uno de los mejores destinos turísticos del país. Según (Meneses, 2019) “El lugar de residencia hace referencia a todos aquellos vínculos afectivos y cognitivos que tiene el ser humano con el lugar donde habita en la actualidad, estos pueden ser socio-demográficos, sociales, laborales y afectivos.”

### 3.- Rango de edad

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
16-20 años	82	20,6%
20-30 años	244	61,2%
30 años en adelante	73	18,3%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Los autores

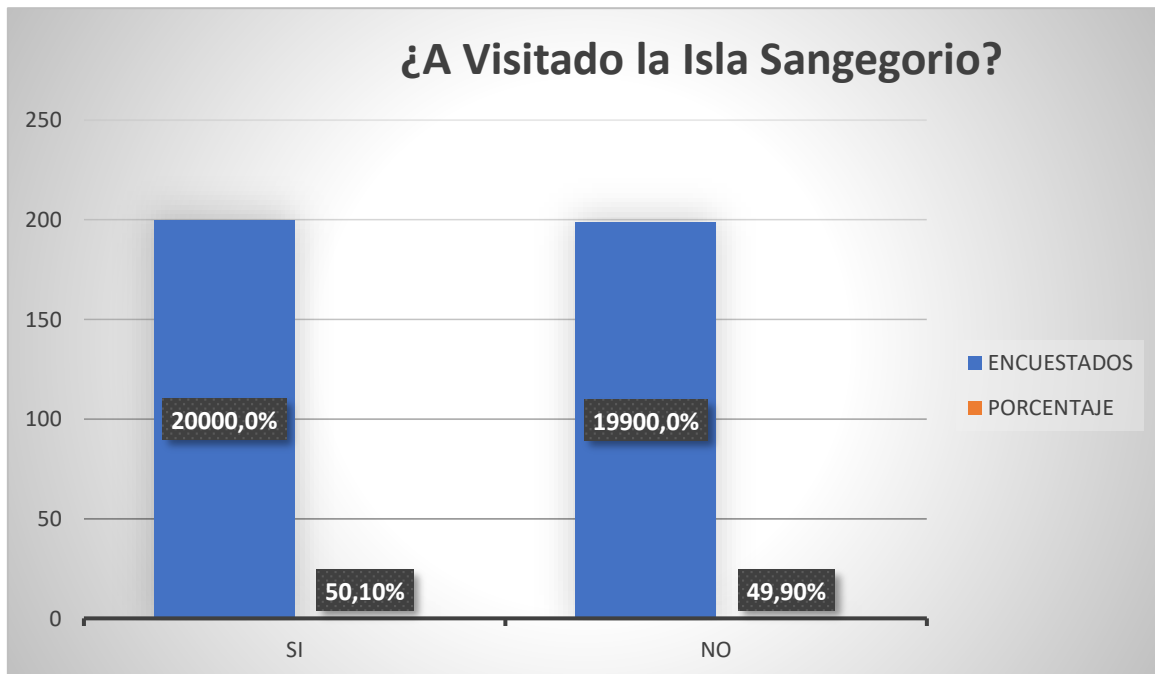
#### Análisis

Un 61% de los encuestados, cuentan un rango de edad entre 20 a 30 años, siguiendo a estos con un 20,6% se encuentran aquellas personas que están entre los 16 a 20 años y finalmente el 18,3% están entre la edad de 30 años en adelante. Este tipo de información es de gran importancia, ya que, es aquí donde se ve que tipo de ofertas de pueden brindar en el atractivo, permitiendo generar plazas de trabajo y otorgar una gran variedad para todas las edades. Es así que (Lama, 2020) nos dice que en la actualidad las edades se dividen en cuatro grupos, los cuales radican desde el primer año hasta 90, sin embargo, en muchos de los casos el ultimo grupo aún no se asocia mucho con la sociedad debido a las maneras de vivir que se han ido modificando día a día,



#### 4- A visitado La Isla San Gregorio

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	200	50,10%
No	199	49,90%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



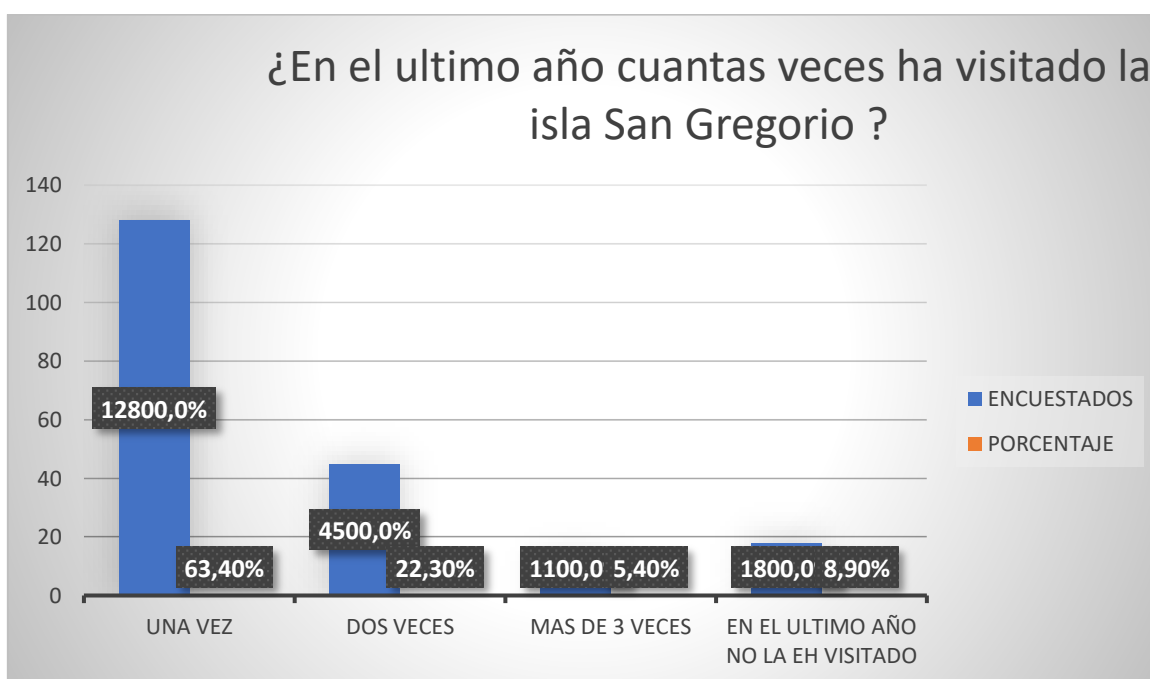
Fuente: Los autores

#### Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuestas elaboradas se tiene que, con una diferencia del 0,10% de personas, un 59,10% son las que conocen la isla San Gregorio, puesto que el resto manifestó que no ha visitado hasta el momento nunca este atractivo turístico, recalcando que es pequeña la diferencia la misma da la esperanza que este atractivo se está dando a conocer de a poco. Permitiendo así identificar que una de las debilidades que se dan es la difusión del atractivo, esto conlleva a que las autoridades e interesados elaboren estrategias que ayuden a una mejor publicidad de la isla. En el año (Lew, A, 1987) , manifiesta que: el atractivo turístico son todos aquellos elementos de un lugar que atraen de manera directa e indirecta a los viajeros fuera de su hogar habitual, en donde se incluyen paisajes, actividades que pueden realizar en el sitio y todo tipo de experiencias que van a recordar.

## 5- Visitas a la Isla San Gregorio en el último año.

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Una vez	128	63,4%
Dos veces	45	22,30%
Mas de 3 veces	11	5,4%
En el ultimo año no la eh visitado	18	8,90%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Los autores

### Análisis

La isla San Gregorio es un diamante en bruto que aún necesita de mucha ayuda para posesionarse en un buen lugar del turismo, es así que el 63,4% de las personas a las que dirigimos la entrevista han respondido que han visitado dicha isla una sola vez, un 22,3% lo ha hecho más de dos veces en el año en curso, sin embargo, existe un 8,9% que no la ha visitado durante este tiempo. Considerando este porcentaje de visitas que realizan las personas, se puede concluir que a la Isla le falta aún implementar un sin número de ofertas que ayuden a que las personas quieran visitarla una y otra vez, la implementación de un plan de desarrollo turístico ayuda a que todo se pueda encaminar de manera correcta.

## 6.- Recomendaría visitar la Isla San Gregorio

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	189	95%
No	4	2%
Tal vez	6	3%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Los autores

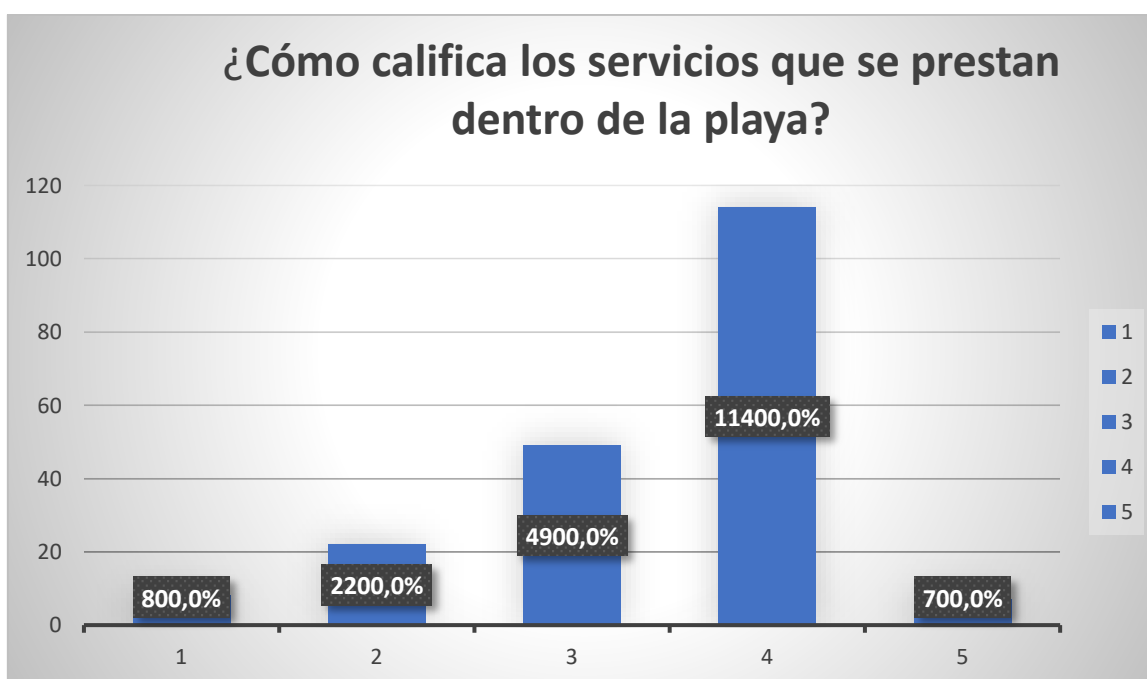
### Análisis

A través de las encuestas elaboradas para la población económicamente activa del Oro se pudo constatar que, un 95% del total de nuestros encuestados si recomendarían a la Isla San Gregorio a sus familiares u amistades, siendo esta un gran aporte para que el atractivo se vaya dando a conocer, permitiendo tener más oportunidades de desarrollarse y posesionarse en uno de los mejores sitios turísticos del país. Según (Gonzalez, Delgado, Capote, Cruz, & R, 2017) Los destinos deben tener desde un inicio una visión amplia, dinámica y proporcionar al cliente todas aquellas herramientas necesarias que satisfagan sus necesidades básicas, por lo que un atractivo con todas las condiciones necesarias puede ser visitado más de una vez por el mismo grupo de personas.

## 7.- En escala 1 al 5 ¿cómo califica los servicios que se prestan dentro de la playa?

### - Restauración

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1	8	4%
2	22	11%
3	49	25%
4	114	57,10%
5	7	4%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



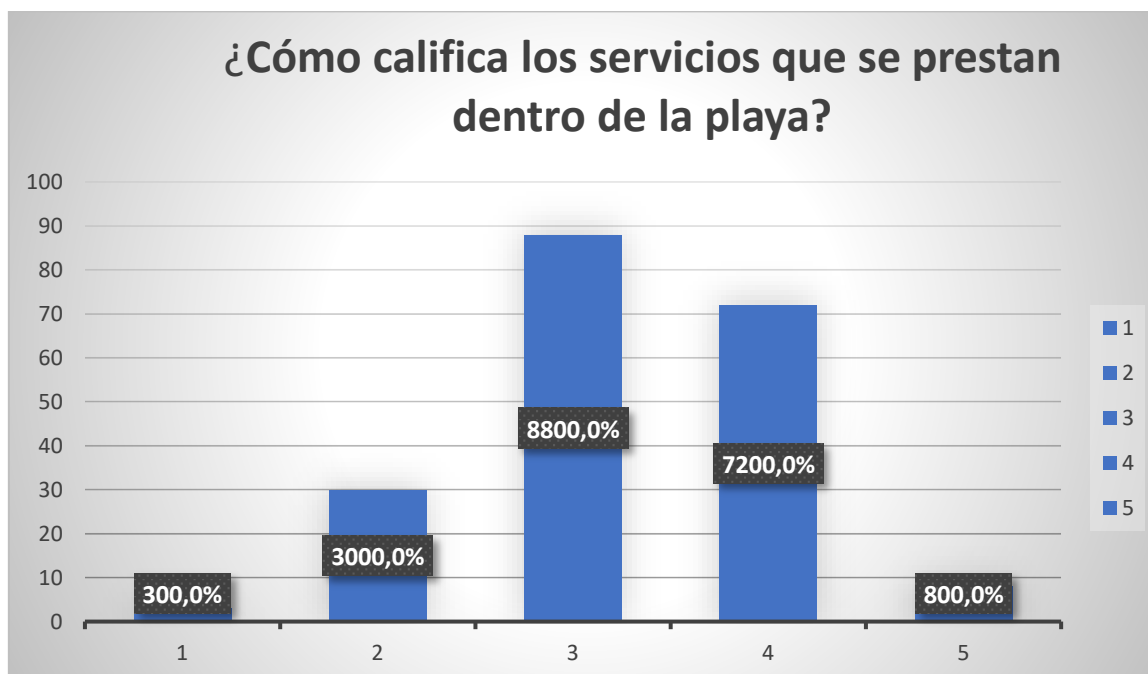
Fuente: Los autores

### Análisis

El 57,10% de los encuestados manifestó que el servicio de restauración es bueno y que estos están aptos para poder atender a los turistas ya sean a nivel nacional o internacional, sin embargo, existe un 24,5% que califica este servicio turístico con un valor de 3 puntos, es decir que no es no bueno, ni malo, si no lo necesario. Este tipo de resultados ayuda a conocer el punto de vista del cliente sobre cómo cree que es el servicio brindado en este sitio y así poder elaborar estrategias que permitan mejorar la calidad del servicio que se brinda actualmente. Para (Alberto & Barcellos, 2019) Las experiencias en los servicios turísticos es una de los más grandes impactos en el desarrollo local, social y sobre todo turístico debido a su gran influencia en los turistas y la manera en que estos inciden las futuras decisiones sobre el próximo lugar a visitar.

## -Transporte

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1	3	1%
2	30	15%
3	88	25%
4	72	35,8%
5	8	4%
TOTAL	200	100%



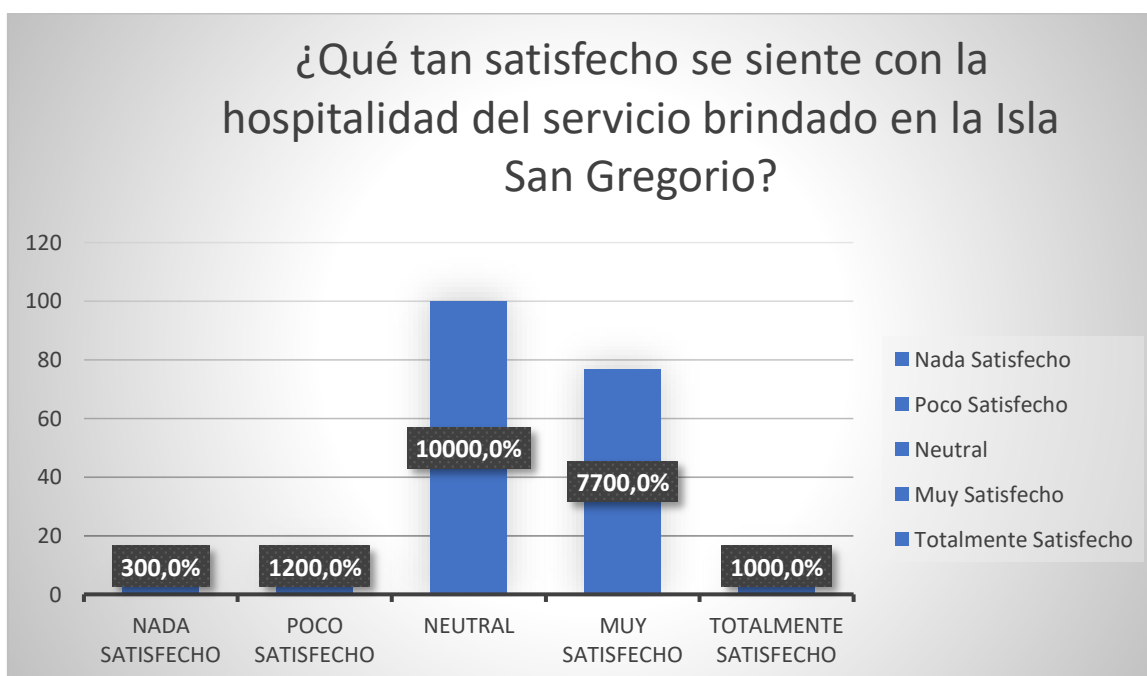
Fuente: Los autores

### Análisis

Dentro del servicio de transporte se considera muchos aspectos para que este sea de agrado y confort del turista, es por ello que con los resultados obtenidos de las encuestas un 43,8% califica al servicio de transporte con un 3, es decir que este no cubre en totalidad todas las necesidades y exigencias que tienen los clientes, sin embargo, existe un 35,8% que considera que este servicio es bueno y cumple con lo básico para ellos. Conocer la opinión del turista sobre el medio de transporte es de muchas importancias, ya que así tanto las autoridades como los que trabajan en este campo, puede saber que mejorar para hacer que el turista se sienta cómodo y seguro. Según (Castaño & Valencia, 2016) "El transporte turístico es una parte fundamental en el desarrollo de un posible atractivo o recurso, este servicio debe permitir desplazar al turista por los espacios del lugar logrando ahorrar tiempo en su recorrido."

## 8.- Satisfacción de los servicios brindados en la Isla San Gregorio

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Nada Satisfecho	3	1,5%
Poco Satisfecho	12	6%
Neutral	100	49,5%
Muy Satisfecho	77	38,1%
Totalmente Satisfecho	10	5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



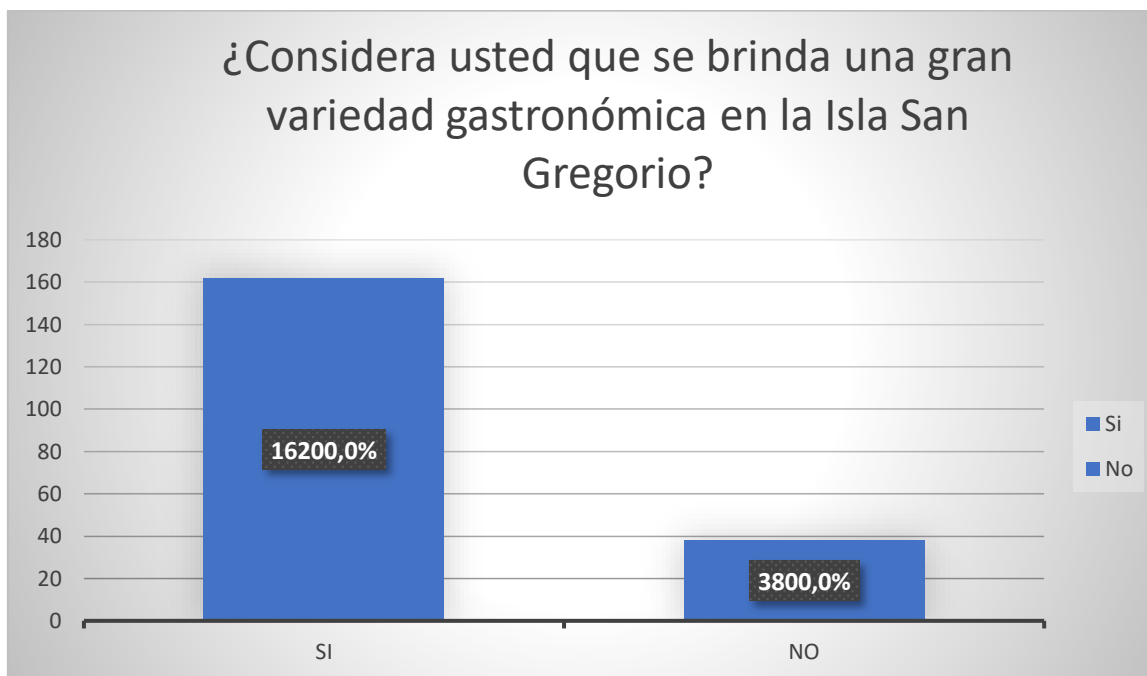
**Fuente:** Los autores

### Análisis

La hospitalidad que se brinda al turista en el atractivo es un punto clave para que este tenga una gran acogida por todas las personas, es así, que según las encuestas se obtuvo un resultado de un 49,5% de personas que creen que la atención al cliente en San Gregorio es neutral, es decir, que no es ni mala ni buena, que cubre un poco de las necesidades que ellos tienen. Sin embargo, un 38,10% de los encuestados manifiesta que el servicio que se brinda los deja muy satisfecho, dándose a entender que la atención al cliente que se da, está encaminada de manera correcta y que solamente falta pulir varios aspectos para hacer que todos quienes visitan la isla se sientan relajados y vivan una relación armónica entre ellos y el atractivo. Según la OMT (1985) “La satisfacción que tiene el turista es el bienestar y el placer que se obtiene de la interacción dada entre las experiencias y expectativas que prevé el turista previamente antes de llegar al destino”

## 9.- Variedad Gastronómica en la Isla San Gregorio

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	162	81%
No	38	19%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



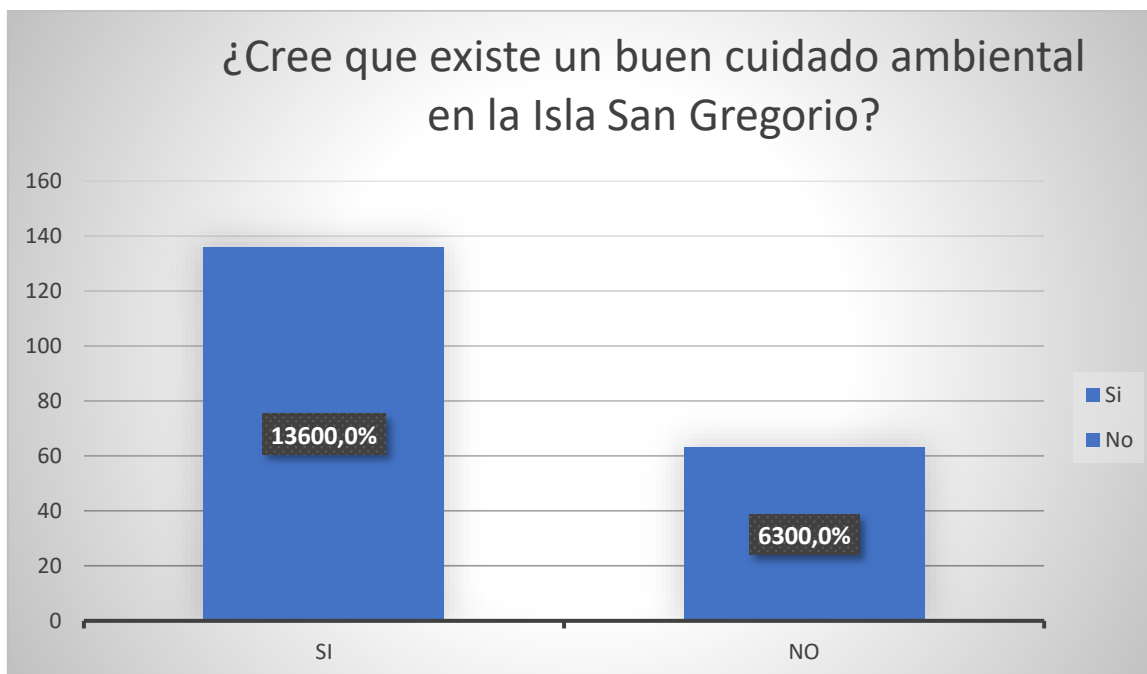
**Fuente:** Los autores

### Análisis

La oferta gastronómica que se brinda en un atractivo, es una pieza fundamental para la actividad turística, ya que, de esta se puede generar más empleos y se puede captar la atención del cliente, según las encuestas realizadas un 81%. De las personas encuestadas manifiestan que en la Isla San Gregorio si se brinda una gran variedad gastronómica lo que ayuda a que la gente se motive y consuma en el lugar. Este tipo de información permite que quienes tienen un restaurante en la isla comiencen a generar estrategias de ventas y creen algún tipo de plato que los haga identificarse y conocerse, logrando así grandes beneficios para ellos y para la isla. Para (Hernandez & Dancausa, 2018) Una de las principales razones por la que el turista se motiva a visitar el atractivo es el degustar la gastronomía tradicional de una región, siendo estos el reflejo de la cultura, identidad y todos aquellos recursos que hay en el sitio.

## 10.- Cuidado Ambiental de San Gregorio

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	136	68,3%
No	64	31,7%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Los autores

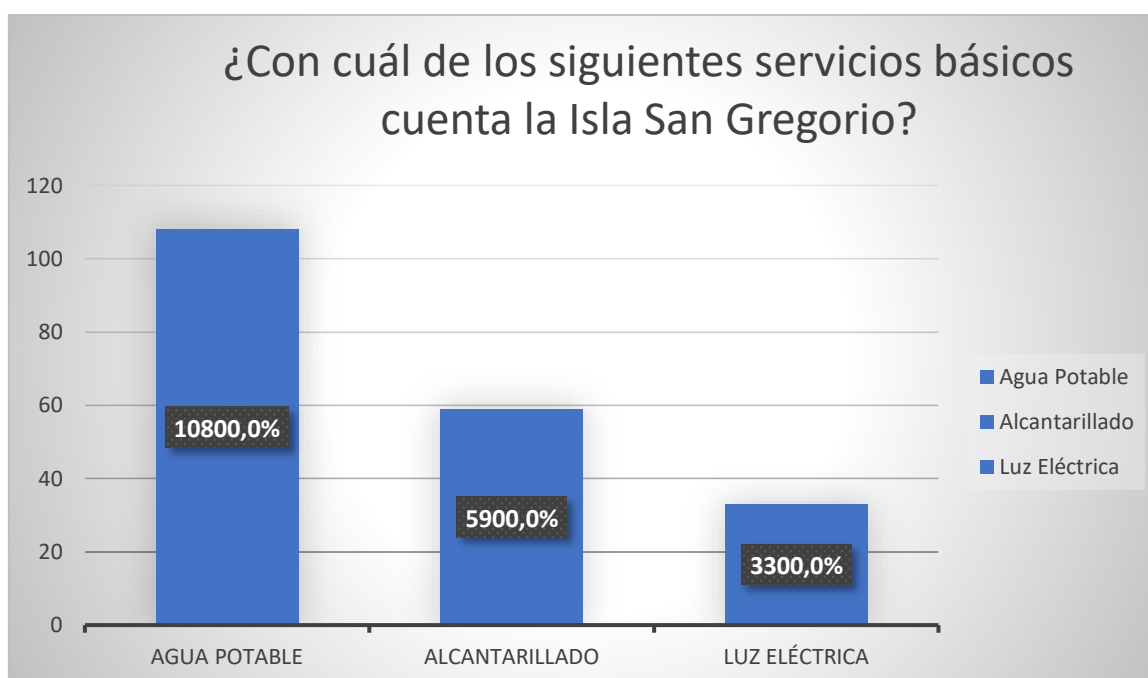
### Análisis

El cuidado ambiental y del entorno en donde se encuentra situado el atractivo es la imagen de la perspectiva que tiene el turista al conocerla por primera vez, es así que, como resultado de la encuesta se tiene que para el 68,3% de las personas consideran que en San Gregorio si hay un buen cuidado y protección del ambiente, lo que conlleva a que el turista lo visite por la gran limpieza y cuidado que se tiene en el sitio. Este tipo de información permite a quienes residen y trabajan ahí, sigan manteniendo las estrategias de cuidado ambiental para la isla e inclusive en generar campañas de concientización para el turista, para que a la vez estos aprendan el correcto cuidado del entorno. Según (Quintana, 2017) El cuidado ambiental se ha conformado según los planteamientos académicos en un proceso lógico que ha ido evolucionando y experimentándose en la actividad turística y en todo el mundo, pues esta es la primera impresión que se ve del atractivo y la carta de presentación del mismo.



## 11.- Servicios Básicos de la Isla San Gregorio

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Agua Potable	108	54%
Alcantarillado	59	29,5
Luz Eléctrica	33	16,5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



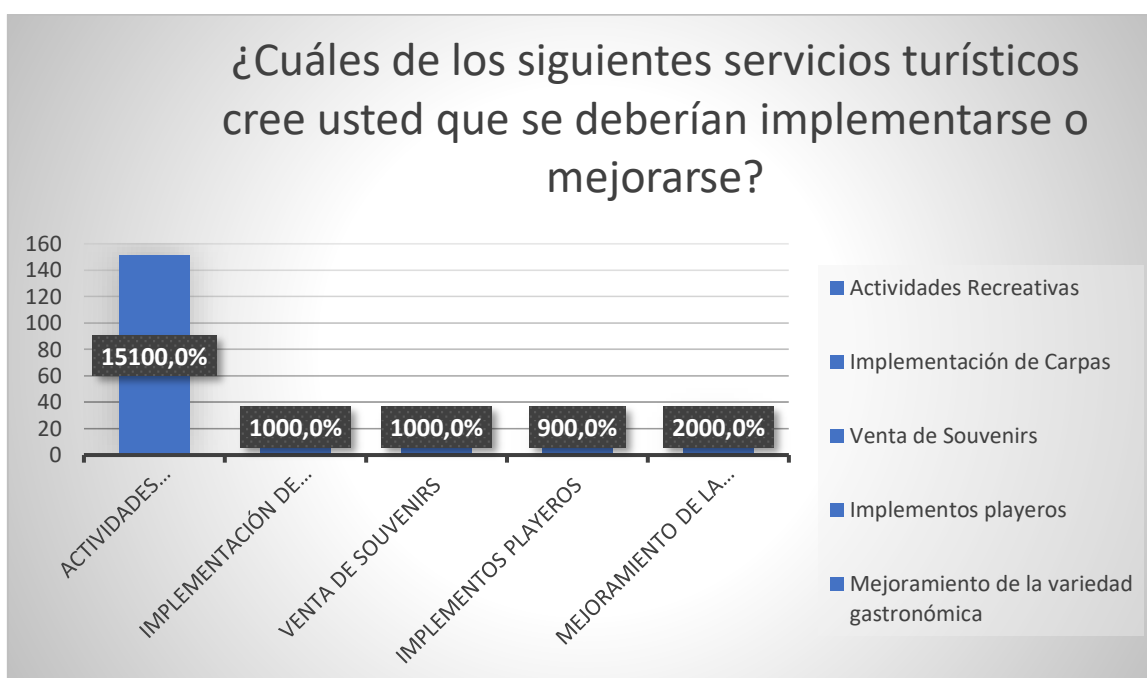
Fuente: Los autores

### Análisis

Los servicios básicos presente en el atractivo ayudan a que el turista se sienta más cómodo y a la vez, estos permiten brindar una mejor calidad de los servicios turísticos, es así que la Isla San Gregorio cuenta con un 54% de agua potable, siendo esta uno de los recursos más importante, un 29,5% de los encuestados consideran también que la isla posee lo que es alcantarillado y para el otro 16,5% cree que si hay luz eléctrica. La presencia de los servicios básicas es el punto clave para poder brindar una oferta de calidad y calidez, ya sea esta en restauración, venta de equipos playeros, sanitarios, etc., puesto que esto va de la mano en la manera en cómo se desarrolla el servicio y permite a la vez lograr que el turista se sienta satisfecho en su visita. Es por eso que para (Pinilla & Torres, 2019) La ausencia de este tipo de servicios que son necesarios para vivir cómodamente afecta de manera parcial al sector de la salud, económico y ambiental, lo que imposibilita a un correcto desarrollo del sitio y estanca las habilidades que poseen los residentes.

## 12.- Implementación o mejora de servicios turísticos

ITEMS	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Actividades Recreativas	151	75,5%
Implementación de Carpas	10	5%
Mejoramiento de la variedad gastronómica	20	10%
Venta de Souvenirs	10	5%
Implementos playeros	9	4,5%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Los autores

### Análisis

El 75,5% de los encuestados consideran que se debe de implementar en la Isla San Gregorio actividades recreativas, tales como: paseo en bote, banana, boyas, para el 10% de los encuestados consideran que se debe de implementar carpas e insumos plateros como, sombrillas, sillas, y el 20% faltante considera que se debe de mejorar la variedad gastronómica que se brinda en la Isla San Gregorio. Conocer este tipo de información ayuda a que quienes están siendo miembros participe del desarrollo turístico de la isla, empleen nuevos negocios para satisfacer todas las necesidades y gustos del turista, y a la vez, da la oportunidad de que quienes ya poseen con un negocio comiencen a innovarse cada vez más. Según (Malaga & Huamani, 2019) “Las empresas turísticas están en constante innovación y capacitación, por lo que, su principal objetivo es satisfacer las necesidades de las personas y a la vez hacerles vivir una grata e inolvidable visita.”

### Análisis de Potencial por criterios

Según los datos obtenidos de la ponderación de la ficha de inventarios de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, nos da como resultado la siguiente información:

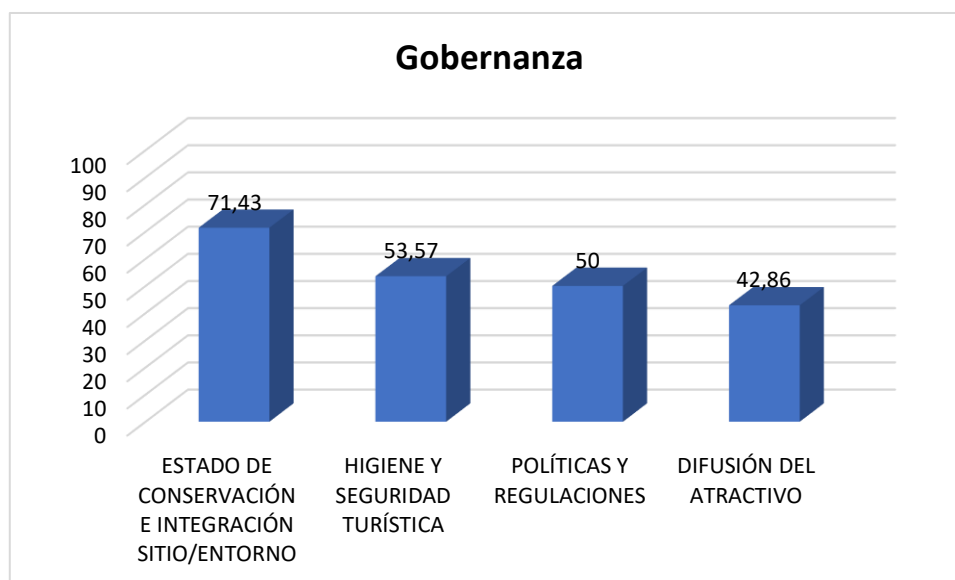
**Tabla 3. Análisis de potencial**

Bienes	Nombre	Categoría	Tipo	Subtipo	Ponderación	Nivel Jerárquico
Natural	Isla SAN GREGORIO 	Atractivos Naturales	Costas o Litorales	Playa	45,2	II

**Fuente:** Ficha de Inventario de Atractivos turísticos

**Elaborado por:** Los autores

### Criterios a cargo de la gobernanza



Los criterios cuya jurisdicción están a cargo de la gobernanza, permiten conocer que el estado de la Isla San Gregorio, es una fortaleza, ya que tiene un porcentaje del 70%, lo que quiere decir que el sitio posee un estado alterado debido a la intervención de la mano del hombre en el lugar, es decir, este lugar ha sido sometido a cambios, con el objetivo de potenciarlo turísticamente. Es así que Orellana & Lalvay (2018) manifiestan

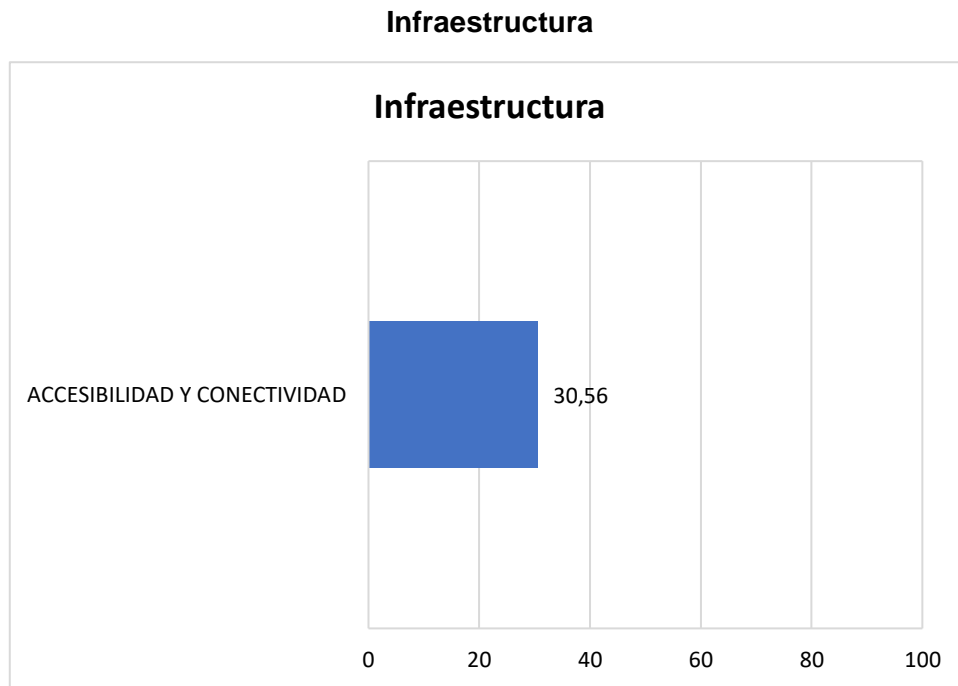
que: La intervención que tiene el hombre con la construcción de diferentes infraestructuras, permite beneficios tanto personales, como locales, generando así que el lugar sea desarrollado turísticamente.

El criterio de Higiene y seguridad turística, posee un porcentaje del 53,57%, lo que quiere decir, que en la Isla San Gregorio hay disponibilidad de servicios básicos (luz, agua potable, pozo séptico), los cuales permiten que se brinde un mejor servicio para la comodidad y satisfacción del turista; es por esta razón que , Mullo, Vera & Guillén (2019) consideran es indispensable que en un atractivo existan los recursos básicos necesarios para poder atender las necesidades de los clientes, logrando así que estos tengan una mejor experiencia y puedan ser parte del cuidado y mantenimiento del mismo. Por otro lado, con respecto a la seguridad de los turistas se puede mencionar, que este es considerado como una desventaja, ya que, no hay ningún tipo de señalética turística, ni establecimientos de atención ciudadana y seguridad, que sirvan de apoyo a los turistas que visiten el sitio causando cierto tipo de inconformidad en ellos y que ya no vuelvan a elegir este sitio por tal motivo, razón por la cual Martínez y Trejoluna (2017) indican que: Uno de los aspectos que más influyen en la elección de visitar o no un atractivo es la seguridad, puesto que toda persona desea disfrutar de un momento ameno, sin la necesidad de estar preocupado por la seguridad del sitio.

En cuanto al criterio de Políticas y regulaciones, este posee un porcentaje del 50%, lo que quiere decir que El GAD no posee un Plan turístico de la Isla San Gregorio, pero este sitio si se considera dentro del PDOT de la ciudad y actualmente existen múltiples propuestas por parte de la alcaldía y la prefectura de El Oro, para posesionar turísticamente este majestuoso lugar y poder convertirlo en una fortaleza turística y económicamente potencial. Es así que de acuerdo con Goyzueta (2016): El GAD cantonal que posea cualquier tipo de recurso turístico, no solo debe centrarse en el ámbito económico, sino ver más allá de todas aquellas fortalezas naturales y sociales que el atractivo ofrece, para lograr posesionarse como uno de los mejores a nivel provincial e inclusive nacional.

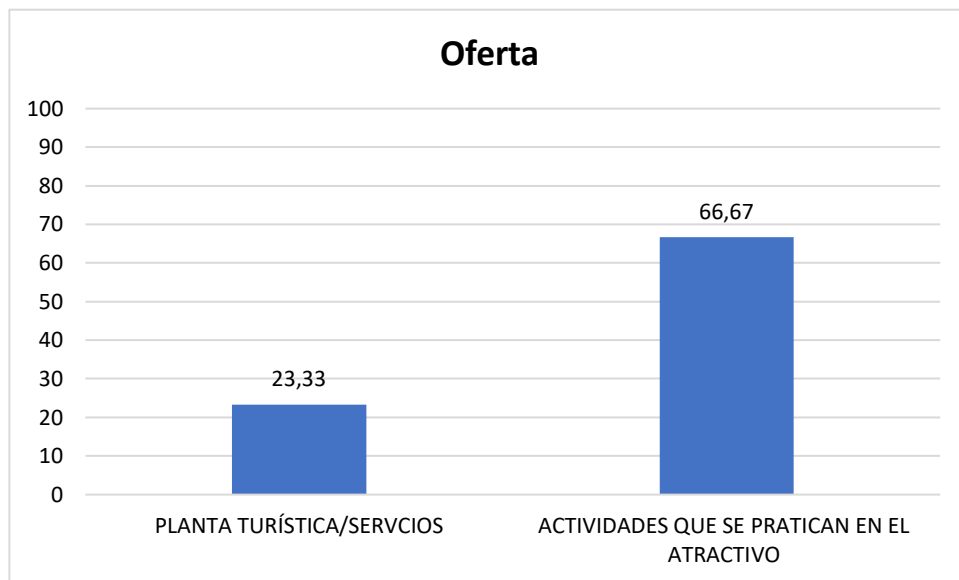
Y finalmente el criterio de Difusión del atractivo posee un porcentaje del 42,86%, lo que significa que carece actualmente de un proyecto de publicidad turística en el cantón, pero este si es promocionado a través de redes sociales, tales como whatsapp y Facebook, y también mediante páginas web, lo que ha permitido que este increíble lugar sea cada vez más conocido por la población en general y sea elegido como una opción de viaje. De acuerdo con Gutiérrez, Sánchez & Galiano (2018): Los medios de comunicación son una excelente forma de promoción y difusión, tanto para atractivos

turísticos antiguos, como actuales, lo que le permite al turista tener una serie de opciones al momento de decidir su próximo destino, dándoles la posibilidad de conocer virtualmente todo lo que el mismo posee.



Este criterio posee un porcentaje del 30,56%, identificándose como una debilidad, ya que, no cuenta con instalaciones adecuadas para turistas con capacidades especiales, otro factor que tiene que ver con este criterio es el acceso vial, en lo que respecta a esto, podemos decir que no existe un muelle específico para partir, ni para llegar a San Gregorio, además de ello existen 2 tipos de embarcaciones que sirven de transporte, pero estas no están legalmente registradas como transporte turístico, y otro punto importante de mencionar es que no hay ningún tipo de señalización de aproximación al sitio.

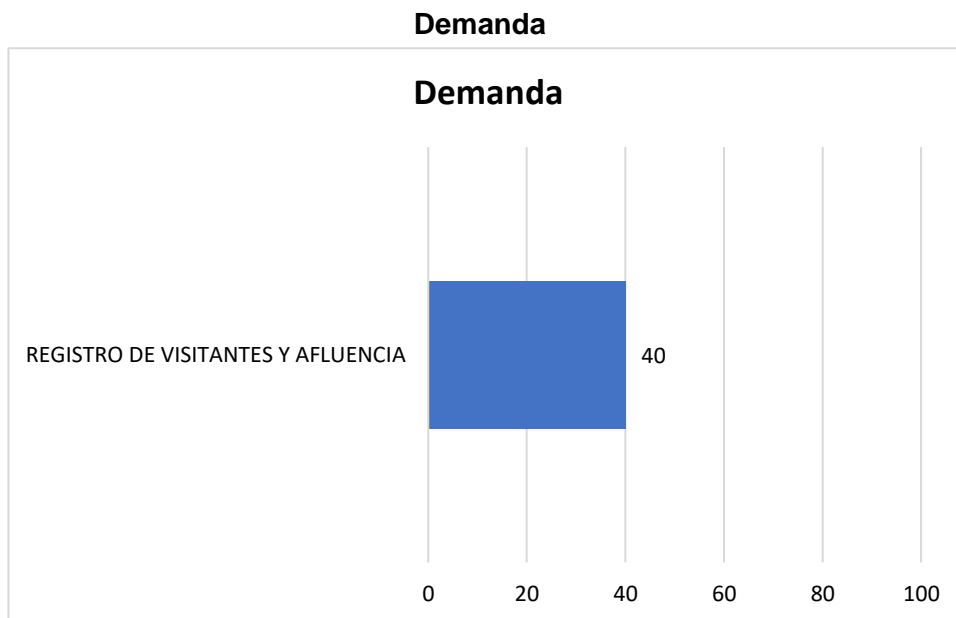
## Oferta



Los criterios que forman parte de la oferta turística son: La planta turística/servicios, este posee un porcentaje de apenas el 23,33%, lo que significa que tanto en el atractivo, como en el poblado más cercano no cuentan con servicios de alojamiento, movilización interna, ni guía y únicamente cuenta con el servicio de restauración dentro de San Gregorio, como es el caso de 2 establecimientos; dicho así esto se tornaría como una debilidad, ya que no se podría satisfacer completamente los requerimientos de los turistas.

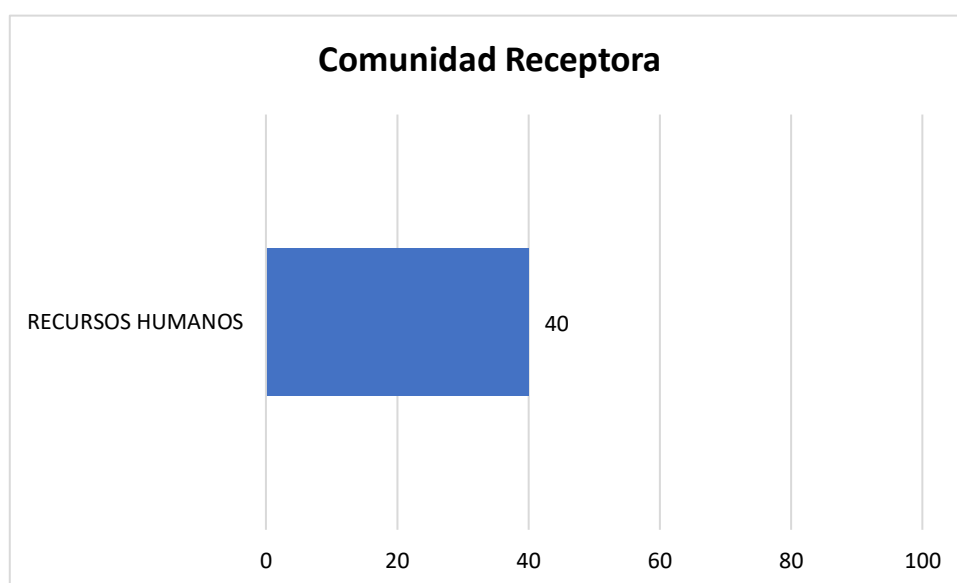
En cuanto a las facilidades turísticas y servicios complementarios, el atractivo posee solamente: baños y cabañas.

El criterio que hace referencia a las actividades turísticas, posee un porcentaje que corresponde al 66,67%, lo que manifiesta que dentro de la Isla San Gregorio, se pueden realizar diferentes tipos de actividades de recreación, tales como: paseo en lancha, paseo en bote, banana flotante, actividades recreativas, camping, picnic, etc; las mismas que dan un valor agregado a la isla, permitiendo que se desarrolle turísticamente y hacen que la estadía en el lugar más placentera y divertida. Es así que Tamayo y Collay (2020) indican que: *“Las actividades turísticas recreativas constituye una pieza clave dentro del turismo rural o de naturaleza, ya que son acciones que llevan al desarrollo e incremento evolutivo de un sector en específico mediante estrategias de implementación turística”*.



El criterio que corresponde a la demanda, es el de registro de visitantes y su afluencia, mismo que posee un porcentaje del 40%, puesto a que no existe un administrador como tal del atractivo, sin embargo, uno de los dueños de los establecimientos de restauración manifestó, que mensualmente percibe un ingreso de 500 a 600 turistas y por lo general los turistas que visitan el lugar son de Cuenca, Huaquillas y Machala ; también mencionó que los meses en los que acudían en más cantidad los turistas eran de agosto a marzo, siendo los meses de abril a julio los más bajos, por lo tanto, se puede determinar que los turistas prefieren visitar este sitio con mucha más frecuencia durante aquellos meses, debido a que en estas temporadas tienen más tiempo para relajarse, para conocer este grandioso lugar y romper su rutina diaria. Es así que Beltrán & Parra (2017) indican que estos turistas se conocen como Hedonistas, ya que, la principal motivación de esta clase de personas es relajarse y poder salir de la monotonía diaria, sin embargo, no dejan de lado otro tipo de razones para viajar, como lo son el contar económicamente con los recursos suficientes y la sensación de poder recordar algún momento vivido en el pasado, al viajar.

## Comunidad Receptora



Finalmente el criterio que corresponde a la comunidad receptora, es el de Recursos Humanos, mismo que posee un porcentaje del 40%, lo que quiere decir que en el lugar existen cerca de 22 personas laborando dentro del atractivo, y todos ellos poseen un nivel de instrucción académica secundaria, por lo tanto, los prestarán brindarán un servicio de atención al cliente medio, por lo que será necesario que se de ciertas capacitaciones para fortalecer sus conocimientos en cuanto a la atención al turista, lo que traerá consigo que en un futuro se oferte un servicio de calidad. Es por esta razón que Copa (2021) manifiesta que: *“El desarrollo de la actividad turística depende mucho del capital humano, si el personal está preparado adecuadamente con conocimientos propios de la actividad además de contar con el sentido de colaboración”*.



### 3.4.3. FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Atractivos naturales.</li><li>-Gastronomía típica.</li><li>-Clima favorable.</li><li>-Comunidad hospitalaria.</li><li>-Desarrollo de actividades recreativas.</li><li>-Estado de conservación favorable</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Incremento de demanda turística.</li><li>-Implementación de infraestructura.</li><li>-Tendencias de turismo.</li><li>-Aporte de los organismos</li><li>-Posicionamiento de los mejores destinos turísticos de la Provincia.</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Deficiente promoción del atractivo turístico.</li><li>-Limitada instalaciones turísticas en los atractivos (hoteles, restaurantes)</li><li>-Vías de acceso y servicios básicos deficientes.</li><li>-Inexistencia de planes de desarrollo turístico.</li><li>-Falta de capacitaciones a prestadores de servicios.</li><li>-Falta de organización.</li><li>-Falta de señalética (informativa y turística).</li><li>-No existe personal especializado en Turismo.</li><li>-Falta de instalaciones para personas con capacidades especiales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Falta de presupuesto por parte de los organismos gubernamentales.</li><li>-Escases de recursos para el implemento de infraestructura turística.</li><li>-Factores antrópicos.</li><li>-Conflictos sociales en la provincia del Oro (falta de seguridad turística)</li></ul>

## **4. CAPÍTULO IV**

### **4.1. Propuesta integradora**

#### **Propuesta para la Planificación de la Gestión Turística desde una Perspectiva de Sostenibilidad**

##### **Misión**

La Isla San Gregorio posee un desarrollo económico basado en el turismo de Sol y playa, este sitio es conocido por contar con un extenso mar celeste y un ecosistema de manglar, posee una variada oferta turística que busca satisfacer las necesidades del turista.

##### **Visión**

Para el 2026 la Isla San Gregorio, fortalecerá el desarrollo del turismo de Sol y playa, posicionándose a nivel provincial y zonal, generando un modelo de desarrollo sostenible para la localidad.

##### **Valores**

Los valores planteados se ejecutarán como ejes transversales en la presente propuesta de desarrollo siendo estos la base para el fortalecimiento del producto turístico de Sol y playa, y a su vez estos darán paso a la puesta en marcha de los proyectos, los cuales son:

- \* Respeto por el ecosistema de la Isla.
- \* Responsabilidad en el aseo y buena atención en los locales turísticos.
- \* Eficacia para brindar los servicios turísticos.
- \* Amabilidad con todos los turistas que acudan a visitar la Isla.

## **Objetivos:**

### **Objetivo General:**

Elaborar una propuesta de desarrollo del potencial turístico de Sol y playa para la “Isla San Gregorio”, en base a las potencialidades que tiene este sector.

### **Objetivos Específicos:**

- Realizar la zonificación del área de estudio.
- Establecer lineamientos y estrategias para el fortalecimiento del producto turístico de Sol y playa de la Isla.

### **Estrategias:**

- *Estrategia 1*

Organizar un comité auto independiente que se encargue de posicionar y potenciar el turismo de Sol Y playa, mediante la participación y colaboración de entidades públicas y privadas, cuyas competencias sean las de colaborar con el desarrollo turístico de este sitio, a través de la ejecución de la propuesta de desarrollo turístico en la Isla San Gregorio.

- *Estrategia 2*

Promover de forma oportuna el uso de herramientas como: mapas, señaléticas, sitios web y aplicaciones disponibles en varios idiomas, que permitan identificar la accesibilidad a la Isla San Gregorio, para de esta manera ayudar a los turistas a desplazarse de forma segura y también a aquellas personas con limitaciones físicas.

### **Alcance de análisis**

***Tabla 4. Ejes de desarrollo turístico por zona y producto Turístico***

<b>Parroquia</b>	<b>Zonificación</b>	<b>Producto Turístico</b>	<b>Sector</b>
Jambelí	Zona 1	Turismo de Sol Y playa	Isla San Gregorio

**Fuente:** Los autores

### Determinación del Plan de Acción Turística

En este plan se muestran los programas y proyectos que deben efectuarse para lograr un desarrollo turístico de sol y playa en la Isla San Gregorio:

**Tabla 5. Plan de acción turística**

<b>DESARROLLO SUSTENTABLE TURÍSTICO</b>			
<b>PRODUCTO TURÍSTICO A DESARROLLARSE: TURISMO DE SOL Y PLAYA</b>			
<b>EJE DE DESARROLLO</b>	<b>PROGRAMA</b>	<b>PROYECTOS</b>	<b>ACTORES-RESPONSABLES</b>
Ambiental	Gestión ambiental	1. Establecer un plan de contingencia ante la posible presencia de fenómenos naturales.	GAD cantonal
	Buenas prácticas turísticas.	1. Implementación de procesos de buenas prácticas turísticas.	GAD cantonal
		2. Implementación de contenedores para el reciclaje.	GAD cantonal y comunidad
		3. Desarrollar campañas de concientización sobre el cuidado ambiental de la Isla, dirigidas a los prestadores de servicios turísticos.	GAD cantonal y comunidad
Económico	Fortalecimiento de pequeños prestadores de servicio.	1. Capacitación dirigida a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas.	GAD cantonal
	Ayuda a nuevos emprendedores	1. Construcción de un área comercial para los nuevos emprendedores del sector.	GAD cantonal y comunidad
Social	Competencias profesionales turísticas	1. Capacitar a la comunidad para el fortalecimiento de actividades turísticas.	GAD cantonal y comunidad

	Fortalecimiento del personal del atractivo.	1. Proyecto para la formación de guías locales certificados.	GAD cantonal
	Seguridad	1. Implementación de garitas de guardianía y torres de vigilancia para salvavidas.	GAD cantonal
Criterios de valoración de la potencialidad turística	Higiene/ Seguridad turística	1. Mejoramiento de los servicios básicos de la Isla, para poder atender de mejor forma a los turistas.	GAD cantonal
	Políticas y regulaciones	1. Propuestas de ordenanzas municipales que contribuyan a la gestión turística sostenible de la Isla San Gregorio.	GAD cantonal
	Difusión del atractivo	1. Desarrollar un proyecto de marketing y difusión (páginas web, redes sociales, radio, tv) para incrementar la demanda turística en la Isla San Gregorio.	GAD cantonal
	Fortalecimiento de los medios de accesibilidad y conectividad.	1. Construcción e instalación de facilidades en la isla para personas con discapacidad (rampas, carteles con información en braille, baños adaptados para sillas de ruedas, señalización sencilla.) 2. Construcción de un muelle de embarque para turistas. 3. Implementación de señaléticas turística e informativa en la isla.	GAD cantonal
	Planta turística/ servicios	1. Adecuación de las instalaciones de los prestadores de servicio turístico (cabañas y restaurantes).	GAD cantonal
	Registro de visitantes y afluencia	1. Generar registros de afluencia turística que permitan identificar las características que presenta la demanda.	GAD cantonal

**Fuente:** Los autores

## **5. CAPÍTULO V**

### **5.1. Conclusiones**

El sistema turístico, es aquel que está compuesto por factores internos y externos, los cuales permiten identificar el grado de desarrollo que posee un determinado territorio. Mediante el uso y aplicación de diferentes instrumentos de recolección de datos, se determinó que la isla posee las siguientes características , es así que en base a la superestructura no existe un plan de desarrollo turístico del cantón Santa Rosa en el que se incluya a san Gregorio; en cuanto a la infraestructura del lugar se pudo identificar que no existe ningún tipo de señalización de aproximación al atractivo, ni un muelle de partida y llegada al sitio; así mismo entre los servicios que se ofertan en la Isla San Gregorio se encuentran: el de restauración, servicios básicos, cabañas y la facilidad de realizar diferentes actividades recreativas; por otro lado la demanda indicó que mensualmente acuden al sitio cerca de 500 a 600 turistas de procedencia Machaleña y Huaquillense, y finalmente se identificó que en la Isla San Gregorio trabajan cerca de 22 personas brindando servicios a los turistas que acuden al lugar.

Por consiguiente, se logró identificar las principales barreras que condicionan el desarrollo turístico de la Isla san Gregorio, que según los criterios de valorización son: La inexistencia de un proyecto de publicidad turística en el cantón, la falta de un muelle de embarque y desembarque de turistas, instalaciones para personas que discapacidades, señalización, carencia de establecimientos de hospedaje y de guianza, y no existe personal altamente capacitado para brindar servicios de atención al cliente.

Con los resultados obtenidos anteriormente, se pudo identificar los aspectos positivos y negativos de los elementos del sistema turístico que condicionan el desarrollo de la Isla San Gregorio.

## **5.2. Recomendaciones**

- Plan de desarrollo turístico encaminado a potenciar turísticamente a la Isla San Gregorio, ya que a pesar de la pandemia muchas personas han decidido visitar el lugar, pero sin embargo este no posee las facilidades necesarias para satisfacer a los turistas.
- Capacitar al personal que actualmente se encuentra laborando en la Isla San Gregorio, con la finalidad de ofertar un servicio de calidad al turista y de esta manera lograr fidelizar a la clientela.
- Construcción de un muelle de embarque y desembarque turístico en Puerto Hualtaco, para brindar mayor comodidad y seguridad a los turistas.
- Desarrollar un Plan de Promoción turístico para la Isla San Gregorio, con la finalidad de lograr posicionarla como uno de los mejores atractivos a nivel provincial y nacional, y lograr así captar a la mayor cantidad de turistas posibles.

## Referencias

- Abarca, M. A. (2017). Propuesta de un Modelo Alternativo de Funcionamiento del Sistema Turístico. *European Scientific Journal*, 13(17), 340. doi: <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n17p340>
- Alberto, C., & Barcellos, R. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Dialnet*, 28(2), 290-311. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6871850>
- Astudillo, A., Camacho, Z., Figueroa, D., & Villavicencio, E. (30 de Enero de 2017). Conteo de la Muestra. *Researchgate*. doi: 10.13140/RG.2.2.10606.41288
- Beltrán, M. Á., & Parra, M. C. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de Turismo*(39), 41-65. doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Bunghez, C. L. (2016). The Importance of Tourism to a Destination's. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 1-9. doi:10.5171/2016.143495
- Calle, M. (2015). *Desarrollo Local Turístico y Sostenibilidad*. (K. Lozano Zambrano, Ed.) Machala, El Oro, Ecuador: UTMACH. Recuperado el 24 de Junio de 2021
- Calle, M., Nugra, M., Noblecilla, M., & Ávila, V. (2019). Reflexiones y Factores Asociados al Desarrollo Local Turístico. *Conference Proceedings UTMACH*, 3(1), 1-17.
- Castaño, V., & Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística; un análisis bibliométrico. *Revista Geografica Venezolana*, 57(2), 280-295. doi:1012-1617
- Copa, J. E. (2021). *Sensibilización y capacitación a prestadores de servicios turísticos comunitarios del municipio de Huatajata [Memoria Académico Laboral, Universidad Mayor de San Andrés]*. Repositorio Institucional, La Paz, Bolivia. Recuperado el 16 de Septiembre de 2021, de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/25868>
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 333-340. Recuperado el 23 de Junio de 2021
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (julio-septiembre de 2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Redalyc*, II(7), 162-167. Recuperado el 21 de Julio de 2021
- Felix, A., & Garcia, N. (30 de Junio de 2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacioanl de Turismo, Empresa y Territorio*, 7, 2-10. doi:10.2107/riturem.v4il.12743
- Funes Tapia, J. C. (2018). El desarrollo de la capacidad para delegar utilizando análisis FODA. *ANFEI DIGITAL*(8), 1-10.
- Gazteiz, V. (27 de November de 2015). *Carta Mundial del turismo sostenible*. Obtenido de World Summin on Sustainable Tourism: <https://observatorituristic.aralleida.com/ftp/documents/Documentacio/Documentaci%C3%B3%20an%C3%A0lisis%20institucionals%20sobre%20el%20turisme/Carta%20mundial%20de%20turisme%20sostenible%2020.pdf>



- Gonzalez, G., Delgado, T., Capote, L., Cruz, &., & R. (Enero- Abril de 2017). Método para sistemas de recomendaciones sensibles al contexto en entornos turísticos. *Scielo*, 38(1), 1.
- Goyzueta, A. E. (2016). *La gestión municipal y su incidencia en el desarrollo turístico sustentable Estudio de caso: municipio de Copacabana gestiones 2010 – 2015 [Tesis de Postgrado, Universidad Mayor de San Andrés]*. Repositorio Institucional, La Paz, Bolivia. Recuperado el 2021 de Septiembre de 2021, de <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/7019>
- Gutiérrez, G. A., Sánchez, M. Á., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 135-150. doi:<https://doi.org/17163/ret.n15.2018.09>
- Hernandez, R., & Dancausa, M. (Abril de 2018). La gastronomía tradicional de Córdoba (España). *Redalyc*, 27(2), 413-430. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021
- INEC. (2010). *Fascículo Pronvincial El Oro*. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de Instituto Nacional de Estadística y Censo: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el\\_oro.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf)
- Lama, T. (25 de Mayo de 2020). LOS TRABAJADORES DE EDAD Y EL ENVEJECIMIENTO. *Dialnet*(30), 526-557.
- Lapo Castillo, J. E., Quituisaca Narvaez, M. A., & Calle Iñiguez, M. P. (2019). Diagnóstico de los elementos internos del sistema turístico en la parroquia urbana de Zaruma, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 170-179. Recuperado el 23 de Junio de 2021
- Lazo, C. A., Bastidas, M. I., Aguilar, F. E., & Calle, M. P. (2017). La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 1-21. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.320>
- Lew, A. (Diciembre de 1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 24. doi:10.1016/0160-7383(87)90071-5
- López Roldán, P., & Fachelli, S. (2016). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Bellaterra (Cerdanyola del Vallès). Recuperado el 21 de Julio de 2021
- Malaga, Y., & Huamani, A. (2019). UNSA. Recuperado el 12 de Septiembre de 2021, de Análisis de la calidad de los servicios turísticos y su relación con la satisfacción de los turistas que visitan el atractivo turístico Cruz del Cóndor, distrito Cabanaconde, provincia de Caylloma, 2018: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9464/THmadiyl.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez, R., & Trejoluna, 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. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6182550>
- Meneses, A. (Enero de 2019). *Apego al Lugar de residencia, construcción de identidad y calidad de vida*. New York. doi:10.14718/9789585456624.2019.13

- MINTUR. (Junio de 2017). *Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador*. Recuperado el 01 de Julio de 2021, de Ministerio De Turismo: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia\\_LevantamientoInformacionAtractivos2017.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Guia_LevantamientoInformacionAtractivos2017.pdf)
- MINTUR. (2018). *Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Mullo, E. C., Vera, V. M., & Guillén, S. R. (2019). El desarrollo del turismo comunitario en Ecuador: reflexiones necesarias. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(2), 178-183. Recuperado el 15 de Septiembre de 2021, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n2/2218-3620-rus-11-02-178.pdf>
- Nelson, V. (2021). *An introduction to the geography of tourism* (Third ed.). Rowman & Littlefield. Recuperado el 23 de Junio de 2021
- Orellana, J. A., & Lavay, T. D. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 65-79. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- Organizacion Mundial del Turismo. (1985). *Identification and evaluation of those components of tourism services*. Madrid: OMT.
- Pineda, A. P., Sojos, G. L., & Calle, M. P. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. *15(2)*, 162-169. Recuperado el 23 de Junio de 2021
- Pinilla, D., & Torres, Y. (Marzo de 2019). Gasto publico social, el acceso el agua potable y el saneamiento de las poblaciones rurales en America Latina. *Scielo*, 50(196). doi:10.22201/iiiec.20078951e.2019.196.63499
- Quintana, M. (12 de Mayo de 2017). EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE. *Arbor*, 193(785). doi:0000-0001-6208-1318
- Rebollo, N. (2017). *Ecoturismo* (Vol. 3). Mexico: Red tercer milenio. doi:978-607-733-144-8
- Rendon, M., & Villasis, M. (Junio de 2017). El protocolo de investigación V: el cálculo del tamaño de muestra. *SCIELO*, 64(2), 1. doi:<https://doi.org/10.29262/ram.v64i2.267>
- Sancho Amparo. (2019). *Introduccion al Turismo*. Obtenido de [http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20\(1\).pdf?sequence=1](http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20(1).pdf?sequence=1)
- Serrano, C., Serrano, H., Zarza, P., & G., V. (2018). Estereotipos de genero que fomentan violencia simbolica: desnudez y cabellera. *Scielo*, 2. doi:10.1590/1806-9584-2018v26n344848
- Tamayo, H. R., & Collay, J. D. (2020). *Actividades turístico recreativas para la dinamización del flujo de visitantes en las Pampas de Salasaca [Proyecto Investigativo, Universidad Técnica de Ambato]*. Repositorio Institucional, Ambato, Ecuador. Recuperado el 16 de Septiembre de 2021, de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31661>

- UNWTO. (2020). *DECLARACIÓN DE LA OMT SOBRE EL BROTE DEL NUEVO CORONAVIRUS*. Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- UNWTO. (Marzo de 26 de 2020). *INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS COULD FALL BY 20-30% IN 2020*. Recuperado el 23 de Junio de 2021, de UNWTO:  
<https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020?fbclid=IwAR1m54QtK-WGn3RoHIIALy6IsuYYquLsoHU-4Nr3stJFJMclvXadvXdxEhg>
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. En G. costeros, & G. Benseny (Ed.), *De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales* (págs. 63-78). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.  
doi:<http://nulan.mdp.edu.ar/2208/>