

Febrero 2019 - ISSN: 1696-8352

ANÁLISIS ECONÓMICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOSTENIBILIDAD COMPETITIVA CASO TURISMO CHIMBORAZO-ECUADOR

Autores:

Liliana Alejandra Funes Samaniego

Ingeniera en Marketing.
PhD. En Ciencias Económicas
Docente
lilyfunes2225@gmail.com

Jenny Lilián Basantes Ávalos

Ingeniera en Empresas
Máster en Dirección de Empresas mención Proyectos
PhD. En Ciencias Administrativas
Docente Titular
jebasantes@esPOCH.edu.ec

Eduardo Rubén Espín Oleas

Ingeniero en Administración y Producción industrial.
Msc. Gestión de Proyectos de Desarrollo
Docente
ereo_24@hotmail.com

Francisco Paúl Pérez Salas

Ingeniero en Marketing
Msc. Gestión Empresarial
Docente

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Liliana Alejandra Funes Samaniego, Jenny Lilián Basantes Ávalos, Eduardo Rubén Espín Oleas y Francisco Paúl Pérez Salas (2019): "Análisis económico desde la perspectiva de la sostenibilidad competitiva caso turismo Chimborazo-Ecuador", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (febrero 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/sostenibilidad-competitiva-turismo.html>

RESUMEN:

Este artículo busca presentar un análisis de los destinos turísticos en este caso particular Chimborazo a través de la propuesta de una matriz de sostenibilidad turística, construyendo el estado deseado frente a la realidad actual trazando un camino donde esta actividad no afecte a la riqueza, natural, cultural que posee Chimborazo- Ecuador.

Es importante señalar que este artículo esquematiza de manera metodológica la competitividad como un elemento no solo de diferenciación de un servicio sino que la misma es un elemento que permita la sostenibilidad como un valor agregado donde el turista evalúa como un parámetro de elección a un destino específico, de igual manera la necesidad de los actores que integran el sistema turístico adopten políticas claras frente a los nuevos desafíos que el mercado establece respondiendo a la dinámica del mercado.

La velocidad y naturaleza socioeconómica de los cambios del entorno en que se inserta la industria turística, hacen más complejo el universo para la toma de decisiones y demanda la actuación anticipada de los actores que convergen, para su asimilación e implantación adecuada.

Es evidente entonces, la pertinencia de esfuerzos para la creación del conocimiento necesario para la reformulación estratégica y el despliegue de la capacidad que demandan las ingentes transformaciones a realizar. Todo lo cual convoca a la realización de aportes científicos en la argumentación de propuestas viables para el fomento y la competitividad turística.

Palabras claves: destino, sostenibilidad, turismo, competitividad, calidad, destinos.

SUMMARY:

This article seeks to present an analysis of tourism destinations in this particular case Chimborazo through the proposal of a tourism sustainability matrix, building the desired state in the face of current reality, drawing a path where this activity does not affect wealth, natural, cultural that Chimborazo Ecuador has.

It is important to point out that this article outlines methodically the activity as an element not only the differentiation of a service but that it is an element that allows sustainability as an added value where the tourist evaluates as a parameter of choice to a specific destination Likewise, the need of the actors that make up the tourism system adopt clear policies in face of the new challenges that the market responds to market dynamics.

The speed and socioeconomic nature of the changes in the environment in which the tourist industry is inserted, make the universe more complex for decision-making and the demand for the anticipated activity of the actors that converge, for its assimilation and adequate correction.

It is evident then, the relevance of the efforts for the creation of knowledge for strategic reform and the deployment of the capacity demanded by the transformations to be carried out. Everything that calls for the realization of contributions to the argument of viable proposals for the promotion and tourism competitiveness.

Key words: destination, sustainability, tourism, competitiveness, quality, destinations.

INTRODUCCIÓN:

El lugar que se le concede al turismo dentro de los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo Social y Productivo así como del Plan Nacional del Buen Vivir, compromete a la academia a participar en la argumentación de propuestas viables para fomentar la competitividad que en este caso particular se toma como caso de estudio, el turismo para poder impulsar esta actividad a través de la aplicación de la sostenibilidad.

A través del análisis del Plan de Turismo 2020 (Plandetur)¹, el mismo que busca promover la actividad turística para el país, a través de la coordinación de esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, y convertirse en una prioridad de la política del estado, desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo que tenga un esquema jurídico claro, un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas e impulse la desconcentración y descentralización.

El turismo en Ecuador, ha tenido un impacto positivo en la economía del país, que a su vez se visualiza en la historia, que inicia entre los años (1948-1952), en el gobierno del presidente Galo Plaza Lasso donde se presenta la primera promoción oficial de turismo del país, creándose una oficina denominada "Caravana", dando el impulso a la creación de la empresa Metropolitan Touring en el año de 1950. Los primeros viajes se realizaron a las islas Galápagos en 1969, promovidos desde el exterior (Echeverría, 2007).

La potencialidad turística del país se basa en su riqueza patrimonial que es natural como cultural, un referente que es reconocido a nivel internacional, declarado en el año de 1987 por la Unesco como Patrimonio Natural de la Humanidad, y siete años más tarde como Reserva de Biósfera son las Islas Galápagos. (INPC, 2012)².

1. Turismo sostenible: El Turismo como actividad económica, fundamentado de su sostenibilidad competitiva

En sus inicios el estudio del Turismo se apoya en perspectivas sociológicas y antropológicas, pasando luego al estudio de las motivaciones de los turistas desde un enfoque psicológico y, posteriormente a

¹ PLANDETUR denominado Plan de Turismo, es un documento que presenta el diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador al 2020.

² INPC: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

una perspectiva más amplia que la disciplinaria al tomar el enfoque de la Escuela Humanística (Dachary, 2005:2-3).

El turismo contiene dos perspectivas. Una más dominante y difundida, que es la perspectiva técnica, asociada al enfoque de los hechos, de las habilidades técnicas, de las prácticas operativas y de la provisión de las herramientas necesarias, todo ello asociado al turismo como actividad económica productiva (Wallingre, 2011). La segunda, menos desarrollada y aún en construcción, es la perspectiva científica o académica, que busca definir su objeto de estudio, terminología y método propio que la defina como ciencia, construido desde una visión propia.

El desempeño del sector turístico se viene destacando en la economía mundial, presentando resultados superiores cuando es comparado con otros sectores tradicionales y se presenta como uno de los sectores económicos más representativos de las primeras décadas del siglo XXI.

El estudio del turismo se vincula con el desarrollo geográfico, este genera nuevas perspectivas que posicionan el microentorno y la importancia que tiene los actores como centro de interés. La nueva temática turística exige enfoques que respondan a modelos como es la Teoría de los Sistemas Productivos Locales que anteriormente no eran tomados en cuenta convirtiendo en un aspecto básico de las posibilidades turísticas de un determinado territorio. De tal manera dentro del sistema objeto, el estudio de los destinos turísticos, como el análisis sobre temas de satisfacción, motivación del turista, experiencias y la competitividad, marcan una pauta del valor agregado que debe tener estos territorios turísticos locales.

Según Madrugá (2012) en la década de los 90, se inicia con el estudio de aspectos territoriales en razón a varios factores tales como la territorialización de la crisis estructural en muchos países subdesarrollados de ajuste de corte neoliberal, el impacto de la globalización sobre los territorios obliga a desarrollar ventajas, y el papel que el medio ambiente juega en procesos de desarrollo. En contraste Albuquerque(2004), señala que “este nuevo modelo caracterizado por las particularidades locales de un determinado territorio integra y coordina la utilización de la riqueza de su potencial de

desarrollo con las diferentes corrientes de recursos, para lograr el progreso de la localidad y posibilitar el bienestar del ser humano, en equilibrio con el entorno natural”.

El desarrollo local es una combinación del bienestar que proporciona el disfrute de determinados niveles de consumo actual y el progreso, garantiza los niveles de acumulación necesarios para lograr el bienestar futuro, en armonía todo con el entorno natural, se produce de forma dinámica en un proceso de acción y reacción entre los diferentes actores que intervienen en los sub procesos naturales, históricos, culturales, humanos, científico-tecnológicos, económicos, sociales y organizativo - institucionales (Madruga, 2012).

De acuerdo al tratamiento científico de las relaciones en el Sistema Turístico Local, la misma que forma parte de un proceso productivo turístico del territorio, en el que se tiene por objeto establecer las dimensiones básicas de acción a realizar en un determinado territorio, con el fin de aplicarlo a un destino turístico, el mismo se conforma en cuatro ámbitos de acción: (Creación, promoción, comercialización y articulación o gestión del producto).

Siguiendo la filosofía de Kotler (2003), el mercado turístico se caracteriza por una elevada heterogeneidad que unida a la creciente globalización y al impacto en el comportamiento de los consumidores propicia que cada vez más exista una demanda diversa, exigente y fragmentada. Los destinos turísticos se enfrentan a nuevos desafíos que está dado por cambios acelerados en el entorno económico, político y tecnológico, disminución de las distancias, mayor disponibilidad de información por parte de los compradores, dependencia cada vez mayor de recursos propios, “necesidad de pensar globalmente, pero actuar localmente” (Kotler, 1994).

Autores como (Bull, 1994; Cooper, 1998), ofrece diferentes definiciones del concepto de destino turístico. Bull (1994) define este concepto como “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniendo como su principal objetivo, mientras que Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd y Wanhill, define como “Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades del turista.”

El destino constituye un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores en función de su formación cultural, motivos de visita, nivel de educación y experiencia previa. (Machado, 2008).

Según Kotler, et al. (1994), la situación actual de la alta competencia de los destinos turísticos debe ser enfrentada con 10 respuestas: visión estratégica, planificación orientada al mercado; perspectiva de mercado hacia productos y clientes, valoración de los recursos humanos, calidad en programas y servicios; capacidad para comunicar las ventajas propias, diversificar las bases económicas y mayor capacidad de adaptación.

1.2 La calidad en los destinos turísticos

El contacto intercultural forma parte, por otro lado, de la propia naturaleza de la experiencia turística, ya que prácticamente en todos los viajes se entra en contacto de alguna manera con la población local, con el patrimonio y con la cultura, tangible o intangible, del destino visitado, siendo el viaje en principio una magnífica oportunidad de aprendizaje cultural como un proceso individual de adquisición de conocimientos, actitudes o comportamientos asociados a la interacción de diversas culturas (Rivera, 2012).

En ese contexto el mejoramiento de la calidad en los destinos turísticos constituye la principal forma de alcanzar un grado de competitividad aceptable, mejora la imagen del destino y diversifica la oferta, lo que va a posibilitar ventajas a la competencia y conseguir mayores cuotas de mercado (Oyarzún, 1999). Por tanto es importante señalar la importancia de la competitividad de un destino turístico, el mismo que es un fenómeno de origen local. En tal sentido, Porter considera las condiciones que determinan la competitividad de un servicio turístico que se encuentra en un ámbito geográfico determinado, el cual viene conformado por un clúster o grupo de empresas y servicios turísticos como las relaciones que estos mantienen entre sí (Rodríguez Domínguez, 2003).

El atributo sobre la calidad de un destino turístico permite establecer segmentos de clientes quienes tienen una relación entre ellos, así como la determinación de la satisfacción basados en las

expectativas de los clientes, en donde la motivación constituye un parámetro fundamental en la formación de expectativas (Grande, 2002; Díaz, 2000; Laguna, 2009).

La presencia sobre la importancia de nuevos conceptos dentro de un destino es el llamado turismo experiencial o emocional. Richards (2004), afirma que el turismo cultural está convirtiéndose en un producto de vivencia en el que la visita se juzga en función de todas las características del lugar y no solo por su valor cultural, razón por que en el turismo no vende realmente productos sino se vende experiencias (Vogeler, 2002).

1.3 EL Sistema Turístico

Un destino está conformado por diferentes y variados elementos. Por ende, convertido en sostenible lo que requerirá de planificación y de gestión frente a otros usos del territorio que están conducentes a cumplir con los requisitos ambientales, socioculturales y económicas, como se puede observar en la siguiente figura 1.1

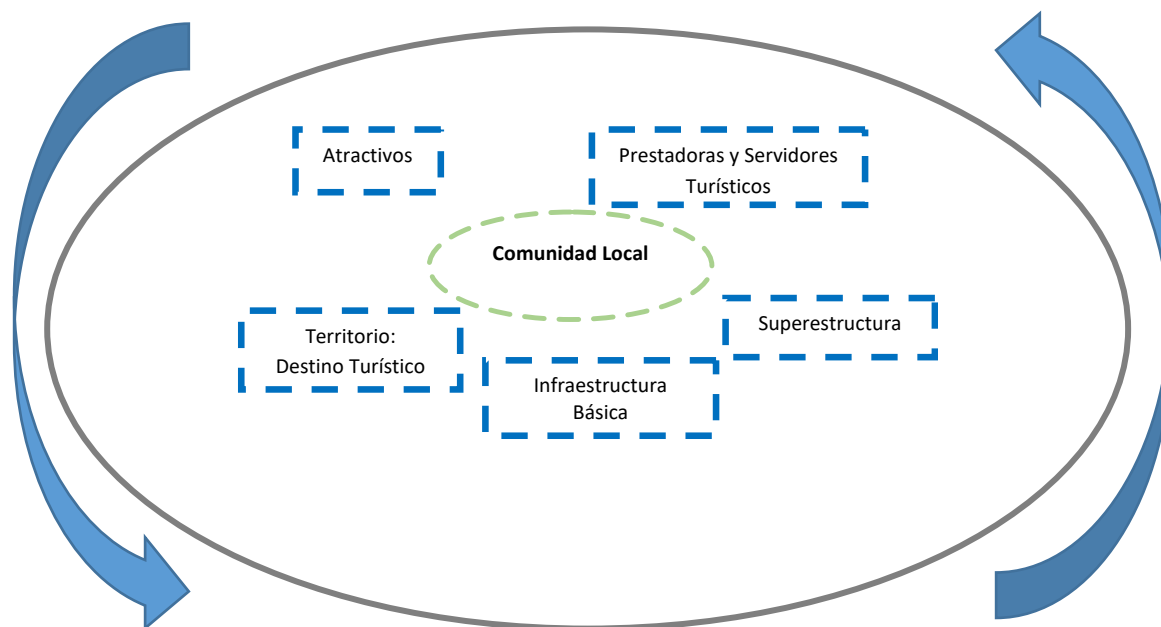


Figura 1.1. Sistema Turístico

Fuente: (Obando, J. Ochoa, F. Duque, R. Rozo, E. Villana, I, 2010)

En la década de los 1980 a partir de la presencia de problemas de degradación ambiental, el turismo toma un papel protagónico en el deterioro de los recursos naturales que posee cada destino turístico, razón por la cual busca generar medidas medio ambientales que acoja esta actividad (Loannides, 1997). Por lo que uno de los desafíos que tienen los gobiernos, instituciones privadas, academias, investigadores es cómo promover el turismo de manera consciente en base a términos económicos, socioculturales y ambientales, expresión controvertida y abordada por diversos autores: (OMT Organización Mundial de Turismo, 1999; Swarbrooke, 2000).

La sostenibilidad se refiere a la capacidad de un destino para mantener la calidad de su físico, social, cultural y recursos del medio ambiente y el capital natural. (Balkaran, 2013), la participación de los actores, procedentes de diferentes ámbitos y con intereses en ocasiones opuestos, lo que requiere poner en marcha políticas de carácter holístico e integral que consigna y ayude al desarrollo sostenible.

Desde el punto de vista de la oferta y de los destinos se destaca de manera incuestionable que los sistemas de desarrollo turístico tradicionales donde se ha demostrado que en la mayor parte de los casos se ha presentado una insostenibilidad, en especial en aquellos lugares considerados frágiles desde el punto de vista ambiental, económico, sociocultural, o áreas protegidas (Hall, 2010).

Generando y apareciendo el tema de sostenibilidad dentro del análisis de la competitividad entre destinos turísticos donde se observa la necesidad imperiosa de obtener productos altamente competitivos y diferenciales resultando claves para asegurar la sostenibilidad y viabilidad económica de los destinos, lo que a su vez obliga a diseñar y generar productos turísticos basados en el patrimonio natural y cultural que pueden valorizarse y activarse siguiendo un proceso de planificación estratégica (Rivera, 2013).

El término “desarrollo sostenible” hace su primera aparición en un documento oficial firmado por treinta y tres países africanos en 1969, bajo los auspicios de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. En la ley que constituyó la NEPA (El National Environmental Policy 1969), el desarrollo sostenible se definió como: “un desarrollo económico que puede llevar beneficios para las generaciones actuales y futuras sin dañar a los recursos o los organismos biológicos del planeta.”

Aunque fue esta la primera forma de aplicación concreta de este concepto, su historia se remonta muchos años antes. Desde la última década del siglo XIX se encuentran huellas en los debates y discusiones entre Tomas Malthus defensor de la “teoría apocalíptica” sobre el futuro de la especie humana y Marie JeznAntonie, quien teorizó, una época caracterizadas por seres humanos capaces de garantizar a las generaciones futuras (Malthus, 1992).

Gracias a la visión sostenible que se puede tener de los recursos sean estos naturales como culturales, desde la perspectiva de la actividad turística ayuda a generar las condiciones necesarias para proteger sitios naturales y culturales amenazados, es por eso que en el año 1991 en el 41 Congreso de la Internacional Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST), quienes definieron por primera vez al turismo sostenible como: “un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales” (AIEST, 1991).

1.4 El desarrollo sostenible del turismo

La evolución de las relaciones entre turismo y desarrollo tiene un fiel reflejo en diversas declaraciones y documentos que fueron auspiciados por varias organizaciones internacionales entre las que se destaca la Organización Mundial de Turismo (OMT), Declaración de Manila sobre Turismo Mundial (1980), Declaración de Derechos y Códigos de Sofía (1985), Declaración del Turismo de la Haya (1989), Carta del Turismo Sostenible de Lanzarote (1995), Agenda 21 para el sector de Viajes y turismo

(OMT, et al, 1995), Código Mundial para el Turismo de Santiago de Chile 1999 (Instituto Universitario de Geografía, Universidad de Alicante, 2001).

En el año 1995, en el marco de la conferencia mundial de turismo sostenible celebrada en Lanzarote, Islas Canarias, España, se formuló la Carta de Lanzarote, el cual está estructurada en 18 principios básicos para el desarrollo del turismo sostenible, el cual deberá tener un “soporte ecológico a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible.

Según Crouch (2011), afirma que el destino turístico tiene que desarrollar, mantener, proteger y fortalecer sus posiciones competitivas a nivel global, por tanto, la determinación de unos destinos es vital para la sostenibilidad.

El desarrollo sostenible requiere la participación informada de todos los agentes relevantes, liderazgo político firme, seguimiento constante de impactos y alto grado de satisfacción de los turistas, como principios guía que se deben considerar en el diseño del PLANDETUR 2020. En la figura 1.2, se puede observar los objetivos del turismo sostenible en el que marca lineamientos que deben ser tomados en cuenta.



Figura 1.2. Objetivos del turismo sostenible

La transformación hacia un modelo sostenible inicia con la implementación de una política de gestión turística integral que garantiza el uso responsable de los recursos que el territorio posee, bajo esa perspectiva los papeles del Estado son esenciales para el ordenamiento, control y desarrollo de la actividad turística, sin olvidarse del papel que desempeña cada actor en el destino turístico (Fernández, 2016).

Un producto turístico es sostenible si no afecta a los recursos naturales del medio, si sus procesos no afectan a la propia naturaleza, si no congestiona el espacio disponible y no genere tensiones sociales y pérdida de identidad cultural, el desarrollo sostenible está dentro del conjunto de cambios paradigmáticos, que lenta pero sostenidamente van perfilándose como un cambio alternativo y factible (Sánchez, 2012).

Uno de los elementos que se debe señalar en el estudio de los destinos turísticos es la importancia que tiene la cadena de valor, como se observa en la figura 1.3; en donde recoge la secuencia temporal lógica del proceso de generación de valor de un destino turístico (Pulido, 2013).

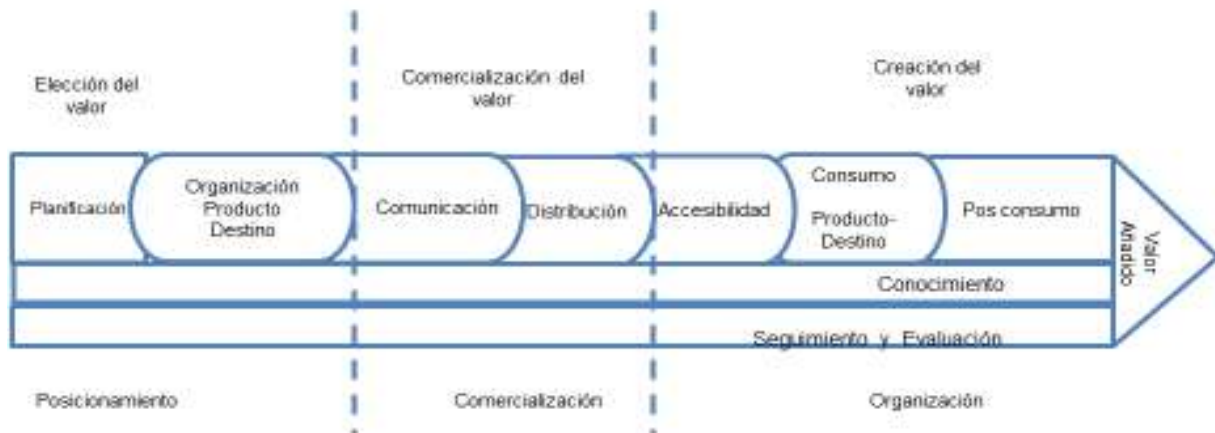


Figura 1.3 Cadena de valor del destino turístico

Dentro del análisis del destino turístico, la satisfacción del visitante es un antecedente de importancia para el comportamiento futuro o la generación de la lealtad por parte del visitante, como demuestran varios estudios (Bigné, 2001; Chi. C, 2008; Kozac, 2000; Yoon, 2005).

1.5 El Turismo como actividad económica: fundamentos de su sostenibilidad competitiva.

El turismo, visto desde la óptica de los estudios a nivel científico, es reciente al igual que su delimitación como concepto. En este sentido, se caracteriza por ser un fenómeno multidisciplinario que puede ser observado desde muchas ciencias sociales como: sociología, antropología, demografía, psicología, economía, entre otras; diferentes autores han planteado la necesidad de un enfoque integral del turismo por la existencia de diferentes visiones: económica, psicológica, social y cultural, sumando una visión más global y holística.³

Los primeros trabajos sobre el turismo se deben a la llamada corriente económica, que trataba el tema de los ingresos derivados de los movimientos de viajeros. Su representante principal fue Schullern en 1910. Tras la II Guerra Mundial, resurge la llamada escuela económica donde apreciaba la importancia del turismo en las economías para los países receptores. De la corriente psicosocial se deriva la escuela sociológica del turismo, los geógrafos comenzaron más tardíamente y aunque no se considera una escuela de pensamiento geográfico como tal hasta la década de los noventa donde se destaca el surgimiento del turismo sostenible.

³ Tesis de Diploma. Dinámica Migratoria y Flujos Turísticos en el Caribe Insular. Casos de Cuba y Rep. Dominicana. Universidad de la Habana, pp5-6 (2013).

En la evolución del turismo se observa, como sucesivamente, los países, sectores sociales, estratos, segmentos culturales, deportivos, gastronómicos, religiosos entre otros; han ido incorporándose al disfrute del turismo, a medida se puede identificar diversas definiciones sobre el turismo los mismos que se han ido perfeccionando y ajustado en el transcurso de los años, señalando los siguientes:

Kurt Krapf y Walter Hunziker publicados en 1942 señala la siguiente definición de turismo como: El conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por actividades lucrativas”.⁴

(Figuerola, 1991) define como “acto que supone un desplazamiento que conlleva un gasto de renta cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen mediante una actividad productiva generada por una inversión previa.”

(Lofgren, 1999) señala que el: “Turismo tiene desprendido de sus inicios como un ritual relativamente menor y efímero para convertirse en una modalidad importante a través de la cual la vida moderna transnacional es organizada.”

(Williams.A.M, 2000) “El turismo es una actividad económica en constante crecimiento con capacidad para recuperar con celeridad, ante las crisis económicas, políticas, de epidemias o climatológicas.”

(Armands, 2002) define: “El turismo es una actividad realizada en un período de tiempo libre y dedicado al ocio, en el cual una persona (el turista) deja sus ocupaciones y su actividad habitual para desplazarse y participar de los beneficios de su uso.”⁵

(OMT, 2005) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el que se encuentra fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.”⁶

⁴ Principios, Organización y Prácticas del Turismo (2009). Dr. Ramón Martín Fernández, pp10

⁵ El turismo implica una acción viajera, aunque se reduzca a un escaso kilometraje, siendo central el concepto de distancia espacial, tanto social, como geográfico y cultural. Liliana López. Tesis de Diploma. Dinámica Migratoria y Flujos Turísticos en el Caribe Insular. Casos de Cuba y Rep. Dominicana.

⁶ OMT 1994 “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.”

La definición planteada por el profesor Ramón Martín señala: "El conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas- culturales y medioambientales que se generan entre los viajeros y las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores y receptores así como las comunidades locales de acogida, con motivo de viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual."(Martín, 2006)

De las diversas concepciones dadas por algunos autores sobre turismo, el concepto de turismo que se formula es aquel desplazamiento que el turista realiza fuera de su lugar temporal en un destino diferente a su lugar de residencia habitual.

Dentro del estudio del turismo, su enfoque como "sistema turístico"⁷, se debe a las siguientes razones: ver figura 1



Figura 1. Sistema Turístico

Fuente: Ramón Martínez Fernández (2009)

⁷ La denominación de "sistema turístico" no es nueva. Leiper y Gunn ambos citados por Mill y Morrison (2002:3-5). Tomado del libro de Principios, Organización y Práctica del Turismo. I Parte Dr. Ramón Martín Fernández, 2009, PP. 30

Se complementa el análisis señalando como aquel sistema cuyas particularidades transforma al turismo como una actividad integral que requiere de otras disciplinas sociales o económicas, por lo tanto, es abierto a una variedad de nuevas modalidades que existen, lo cual una gestión efectiva de sus actores permita alcanzar una competitividad que responda de manera efectiva a las nuevas necesidades del turista.

Según Martín (2006) las modalidades turísticas que se desarrollan en el turismo internacional en la actualidad, se pueden mencionar:

- Turismo de Sol y Playa
- Turismo de Naturaleza
- Turismo Cultural
- Turismo Deportivo
- Turismo de Salud
- Turismo de Cruceros
- Turismo Académico y Científico
- Turismo de Parques Temáticos
- Turismo Náutico
- Turismo de Bodas y Luna de Miel
- Turismo de Religioso

Continuando con el estudio de la actividad turística, se puede argumentar como lo señala (Domareski, 2013), “el turismo es una actividad que impacta significativamente en la generación de ingresos y empleo, constituyendo el principal motivo por el cual diversos países están empeñados en el desarrollo de esa actividad”. (OMT, 2005) sostiene que: “No hay industria legal que pueda exhibir un crecimiento más acelerado y exponencial en los últimos 60 años como el turismo, si se excluye tal vez al sector informático: sólo en la década que va de 1997 a 2007, y en lo que se refiere al turismo internacional, el número de turistas anuales pasó de \$594 millones a \$89.815. A diferencia del sector informático, el turismo ha sido capaz, no sólo de crecer, sino también de sortear crisis.”

Los cambios tecnológicos, hace que las necesidades de los consumidores busquen destinos que satisfagan sus expectativas, para lo cual se requiere comprender el estudio de los destinos turísticos, así como el análisis sobre temas referentes a imagen turística.

Según (Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert, D, 1993) define a un destino turístico como: “La concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas.”

De modo similar,(Bull, 1994) define el destino como: “ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo.”, bajo esta perspectiva se entiende al destino turístico como una zona o área geográfica que se encuentra delimitada.

Lo señalado por (Vall, 1998)“espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructura y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta de valor y la ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.”

Para la autora un destino turístico es aquel espacio territorial donde se busca reflejar una imagen de encanto en el disfrute del turista a través de un conjunto de atractivos, infraestructura, con la participación de actores turísticos involucrados en el desarrollo de estrategias competitivas sostenibles que buscan lograr una experiencia única.

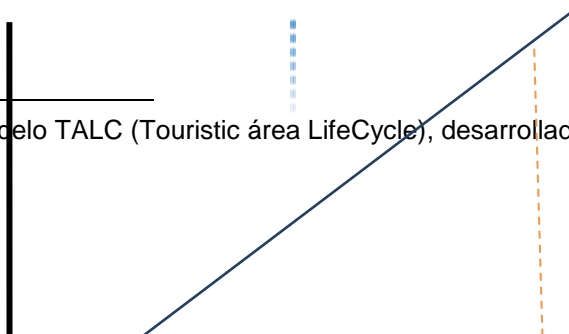
Como cita (Rodríguez. J, 2008): “Existen varios modelos que han sido utilizados para describir en la evolución los destinos turísticos, uno de ellos fue presentado por Christaller (1963), como un modelo de aristas donde la gente encuentra tranquilas áreas para la inspiración, sin embargo, el modelo presentado y ampliamente aceptado fue la propuesta de Butler en 1980”.

Dentro del estudio de los destinos, el estudio del ciclo de vida de un destino turístico, contempla diferentes etapas en su desarrollo, en el que se reconocen 5 etapas presentadas en 1980 por Butler, que representa una adaptación del modelo de ciclo de vida al contexto de destinos y que son: exploración, implicación, desarrollo, consolidación - estancamiento y declive.⁸Como se observa en la figura 2, el ciclo de vida de los destinos turísticos se representa de la siguiente manera:

Rejuvenecimiento

Estancamiento

⁸ De acuerdo al modelo TALC (Touristic área LifeCycle), desarrollado por Richard Butler en 1980.



Consolidación

Desarrollo

Decadencia

Involucramiento

Exploración

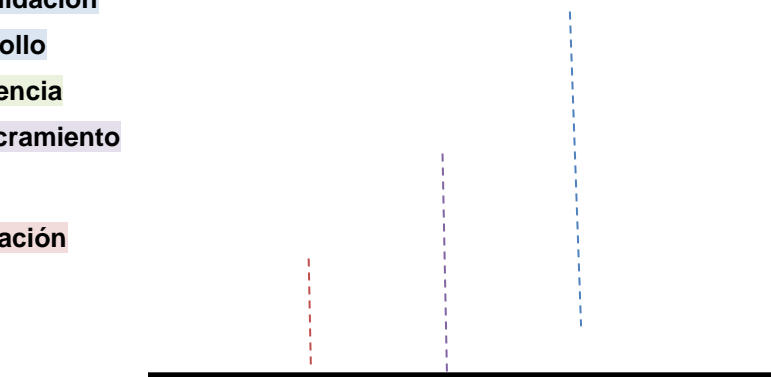


Figura 2 Ciclo de Vida de un Destino Turístico.

Figura 2 Ciclo de Vida de un Destino Turístico

Fuente: Butler, R. W. (1980). The Concept of a tourist áreas cycle of evolution: implication for management of resources. The Canadian Geographer, p:5-12

El ciclo de vida de un destino que se observa guarda una relación con el ciclo de vida en general, para lo cual se requiere de la determinación del estado en que se encuentra un destino a través de la formulación de propuestas estratégicas.

Por (Chin- Tsai Lin, 2008).“En el estudio de un destino turístico, la imagen es un factor esencial en la influencia turística, sin embargo, es difícil de determinar, ya que es altamente subjetiva, incluyendo tanto cognitivos (creencias y aspectos afectivos (sentimientos).”, para lo cual analizar la fundamentación teórica de la imagen turística permite tener una relación de enfoque estratégico.

Aproximadamente en el año de 1968, en un momento que vivíamos el esplendor de la revolución industrial representada por un capitalismo, generando desigualdad, explotación desmedida de los recursos y la concentración de la riqueza en camino donde los estados y capitales públicos y sociales declinaban ante los capitales privados y su modelo depredador, aparecieron personajes como Alexander King proponiendo límites del crecimiento y el manejo de los recursos del planeta, buscando la concientización de lo que se estaba haciendo al planeta.

(Loannides, 1997) menciona que, en la década de 1980 a partir de la presencia de problemas de degradación ambiental, el turismo toma un papel protagónico en el deterioro de los recursos naturales que posee cada destino turístico, razón por la cual busca generar medidas medio ambientales que acoja esta actividad.

En 1987 surge el documento llamado “Nuestro futuro común”, documento mejor conocido como “Informe Bruntland”, creado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas presidida por Gro Harlem Brundtland, la primera ministra de Noruega.

El informe Brundtland consolida una visión crítica del modelo de desarrollo adoptado por los países industrializados e imitado por las naciones en desarrollo, destacando la incompatibilidad entre los modelos de producción y consumo, el uso racional de los recursos naturales y la capacidad de soporte de los ecosistemas. Conceptúa como sostenible el modelo de desarrollo que: “Atiende a las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de que las futuras generaciones atiendan sus propias necesidades”. (Informe Bruntland, 1987).

Como cita (Vera F. , 2001) “La evolución de las relaciones entre turismo y desarrollo tiene un fiel reflejo en declaraciones y documentos auspiciados por organizaciones internacionales entre las que se destaca la Organización Mundial de Turismo (OMT): Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980), Declaraciones de Derechos y Código del Turista de Sofía (1985), Declaración de Turismo de la Haya (1989), Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote (1995), Agenda 21 para el sector de los viajes y turismo (1995), Código de ética mundial del turismo de Santiago de Chile (1999).”

La (Organización Mundial de Turismo OMT, 1993) define como: “Turismo sostenible al que se orienta a satisfacer las necesidades de los turistas actuales, generando ingresos y bienestar social en el destino, pero conservando al mismo tiempo los recursos y garantizando la continuidad de las ofertas y de las actividades a largo plazo.”

Se puede señalar que la definición de la OMT, guarda una relación clara sobre turismo sostenible que es aquella que busca promover el destino permitiendo alcanzar el desarrollo económico, social, y ambiental, en definitiva el sector turístico constituye tanto un sostén al desarrollo como un vehículo de rescate y mantenimiento de la identidad cultural.

Se presenta un modelo conceptual del turismo sostenible como se observa en la figura 3, donde se puede apreciar las tres dimensiones: económico, social y ambiental.



Figura 3 Modelo Conceptual del Turismo Sostenible

Fuente: Hall, C (2000) Documento Oficial. Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible. Universidad de Alicante. España.

Como señala (García, 2005) “La sostenibilidad está en la base misma de la competitividad por cuanto desde esta perspectiva se cumple el principio básico de la competitividad, esto es su permanente adaptación al entorno en el que opera para lograr, de este modo la máxima rentabilidad de los recursos invertidos.”

En el PLANDETUR 2020. El desarrollo sostenible requiere la participación informada de todos los agentes relevantes, liderazgo político firme, seguimiento constante de impactos y alto grado de satisfacción de los turistas. En la figura 4, se puede observar los objetivos del turismo sostenible formuladas en Ecuador, en el que se marca lineamientos que deben ser tomados en cuenta.



Figura 4 Objetivos del turismo sostenible

Fuente: Plandetur 2020

Aunque el Ecuador en el año 2015 haya alcanzado el título como país verde, así como la creación de diversos planes y proyectos, en materia de sostenibilidad turística, su práctica es insipiente en algunos destinos, y esto se puede observar en Chimborazo, donde los GAD no cuentan con manuales que permitan la evaluación de actividades turísticas a través de criterios de sostenibilidad.

La única normativa de sostenibilidad turística es aquella que busca preservar las reservas y parques que son patrimonio del estado, más no, mejorar actividades turísticas de manera sostenible salvo destinos como Quito, quienes cuentan con manuales de prácticas turísticas efectivas lo que les ha permitido que hayan alcanzado varias condecoraciones y una de ellas fue en los WorldTravelAwards 2016, galardonado como el mejor destino de América del Sur.

Los indicadores del turismo sostenible como se observa en la tabla 1 permite tener un constructo sobre los principales criterios que en el país se aplica para la determinación del turismo sostenible y a la vez ser competitivo considerando que todos estos factores inciden en la calidad que perciba el consumidor, a partir de criterios de sostenibilidad turística que funciona con sellos de certificación.

Tabla 1.INDICADORES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA: CRITERIO DE EVALUACIÓN.

AMBIENTAL	
PRINCIPIO	CRITERIO
AGUA	<p>El consumo de agua se mide periódicamente y existe un registro de los resultados</p> <p>Existen planes escritos, con metas de uso y reducción del consumo de agua.</p> <p>Se adoptan medidas para el ahorro del agua (potable, riego, piscinas); en la medida de lo posible, se utilizan dispositivos para el uso eficiente del recurso.</p> <p>Las políticas y medidas para el uso eficiente y ahorro del agua se dan a conocer a: clientes, empleados y propietarios</p>
ENERGÍA	<p>El consumo de energía se mide periódicamente y existe un registro de los resultados.</p> <p>Se adoptan medidas para el máximo aprovechamiento de la iluminación natural.</p> <p>Se promueven el apagado de equipo de luces cuando no estén en uso, ya sea mediante comunicación o con dispositivos especiales.</p> <p>En la medida de lo posible, se utilizan equipos y dispositivos para el uso eficiente de la energía (Ej, Aire acondicionado, calefacción y motores.)</p> <p>Siempre que sea factible se da uso de vehículos de alto rendimiento y eficiencia (Ej. Motores inyectados, etc.)</p> <p>Se adaptan medidas para evitar o minimizar la pérdida de calor o frío en las áreas con calefacción ambiental o aire acondicionado.</p>
FLORA Y FAUNA	<p>No se consumen, venden, trafican o exhiben productos o especies en peligro de extinción o provenientes de prácticas no sostenibles.</p> <p>No hay animales silvestres en cautiverio.</p> <p>Se evita la alimentación artificial de animales silvestres, excepto vía la siembra de plantas hospederas o alimenticias.</p> <p>Se adoptan medidas para que el ruido e iluminación de la empresa no afecten la vida silvestre.</p> <p>En áreas sensibles, se toman medidas para evitar la introducción de plagas y especies exóticas.</p>
ÁREAS NATURALES Y CONSERVACIÓN	<p>Se participa o apoya la conservación y manejo de alguna área natural, sea estatal o privada, dentro de la región de influencia.</p>
DESECHOS SÓLIDOS	<p>Se han identificado e implementado acciones concretas para la separación de desechos.</p> <p>Se tiene un programa para minimizar la compra de insumos que producen desechos.</p> <p>Se separan los desechos para su reutilización, reciclaje y disposición final adecuada.</p> <p>Los desechos orgánicos producidos por la empresa, son utilizados en algún programa de manejo, como el compostaje, fabricación de abonos líquidos, coberturas y posteriormente se aplican en áreas verdes, huertos y/o jardines.</p> <p>La empresa apoya y participa en programas de reciclaje, donde existen.</p>
CONTAMINACIÓN	<p>Se manejan las aguas residuales, tanto fecales como jabonosas, de tal forma que no afectan la salud pública ni contaminan.</p> <p>No se contaminan cuerpos de agua con productos tóxicos, peligrosos o eutroficantes.</p> <p>Se reutilizan las aguas residuales o servidas debidamente tratadas.</p> <p>La empresa ha implementado medidas de adecuación canalización, uso y disposición de aguas pluviales.</p> <p>Se adoptan medidas para minimizar las emisiones de gases, aerosoles contaminantes, ruidos desagradables y olores fuertes.</p> <p>No se contamina el suelo con derivados de petróleo no con tóxicos persistentes.</p> <p>La empresa utiliza productos de limpieza y cosméticos biodegradables y no eutroficantes, siempre que sea posible.</p>

EDUCACIÓN AMBIENTAL	<p>Se realizan acciones concretas de educación ambiental y otros temas enfocados a las comunidades cercanas, cliente, empleados y propietarios.</p> <p>Se apoyan programas (comités, grupos, etc.) de educación ambiental existentes en la zona o bien se fomenta su formación.</p> <p>Se fomenta el comportamiento responsable de los visitantes.</p> <p>Se brinda información a los visitantes sobre las regulaciones cercanas y se fomenta la visita.</p> <p>Se brinda información a los visitantes sobre las especies de flora y fauna nativas presentes en la zona.</p> <p>Se informa y motiva a los visitantes a contribuir con la conservación y el uso racional del agua y energía.</p> <p>Se cuenta con rotulación que oriente, eduque, tanto a clientes como empleados.</p>
----------------------------	---

SOCIAL	
ACTIVIDADES SOCIOCULTURALES	<p>Se apoya y divulgan actividades culturales, deportivas y recreativas de las comunidades vecinas, previo consentimiento de los interesados.</p> <p>Se fomenta la visita a empresas, comunidades locales, cuando éstas lo desean.</p>
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO LOCAL	<p>Se participa o se apoya iniciativas de desarrollo de las comunidades aledañas.</p> <p>Se utilizan los servicios de micro, pequeñas o medianas empresas locales, sobre todo aquellas de carácter sostenible.</p> <p>Se favorece la capacitación y contratación de personal local.</p> <p>Se fomenta la fabricación y compras de artesanías y productos locales.</p> <p>Cuenta con un plan de contingencia aplicable, conocido por clientes, personal y comunidades.</p> <p>No se participa en la venta, tráfico, exhibición de piezas arqueológicas.</p>
RESPETO A CULTURAS Y POBLACIONES LOCALES	<p>Se adoptan acciones concretas para promover el entendimiento, respeto a las costumbres y culturas autóctonas.</p> <p>La operación de las empresas no atenta contra la prestación de los servicios básicos a las comunidades vecinas.</p> <p>La empresa adopta y da a conocer en contra de la explotación sexual comercial sobre todo de niñas, niños y adolescentes.</p>

ECONÓMICO

POLÍTICAS Y PLANIFICACIÓN	<p>La empresa cuenta con una política de sostenibilidad que abarca aspectos ambientales, socioculturales y de calidad de servicio.</p> <p>La política ambiental de la empresa se da a conocer a clientes, empleados y propietarios.</p> <p>La empresa no adopta ni apoya ningún tipo de discriminación social, sexual o racial.</p>
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	<p>Existen programas, mecanismos que favorecen procesos participativos en el manejo y operación de la empresa.</p>
LEYES Y REGULACIONES	<p>La empresa cumple con la legislación laboral y las garantías sociales.</p> <p>Se cumplen con las leyes, normas y regulaciones ambientales.</p> <p>Se cumplen con las leyes, normas y regulaciones para la protección del patrimonio histórico y cultural.</p>
CALIDAD	<p>Se mantiene todas las instalaciones en perfecto estado de mantenimiento e higiene.</p> <p>El tamaño de los grupos es apropiado y respeta las regulaciones de los sitios de visita.</p> <p>Existe un programa de mantenimiento preventivo para todas las instalaciones, vehículos y equipos.</p> <p>La empresa cumple las medidas necesarias para garantizar la calidad de sus productos o servicios.</p>
CAPACITC.DEL PERSONAL	<p>Existen políticas y se implementan acciones concretas de capacitación del personal sobre aspectos ambientales y culturales del entorno de la empresa.</p> <p>La empresa tiene un programa de capacitación sobre temas socioculturales importantes de la región dirigido al personal de la empresa.</p> <p>Existen políticas y se implementan acciones concretas de capacitación del personal sobre el sistema de calidad de la empresa, así como sobre aspectos operativos.</p> <p>Existen políticas y se implementan acciones concretas para la capacitación del personal sobre atención de emergencias.</p>
DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN	<p>Diseño constructivo respetuoso del paisaje y de escala apropiada.</p> <p>Las instalaciones del hotel, se encuentran con facilidades para personas con necesidades especiales.</p> <p>Las técnicas y materiales utilizados para la construcción son amigables con el ambiente.</p>
SALUBRIDAD Y SALUD	<p>La empresa brinda las condiciones de salubridad y seguridad necesarias para sus empleados, huéspedes y vecinos.</p> <p>La empresa adopta todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad de los clientes, durante la realización de actividades turísticas y recreativas.</p> <p>La empresa cuenta con un plan de contingencia contra la salud y la seguridad.</p> <p>Se brinda información a los visitantes respecto a las medidas de seguridad que debe adoptar durante su estadía en el sitio.</p>

	<p>Se cuenta con pólizas de seguros para visitantes y empleados.</p> <p>El agua empleada para consumo humano, incluyendo hielo, es demostrablemente potable.</p> <p>El control de insectos y roedores es biológico o ambientalmente amigable.</p> <p>En el hotel existe un programa de manejo de alimentos que cumple con las prácticas higiénicas adecuadas.</p>
SUMINISTRO Y PROVEEDORES	<p>La empresa tiene una política de dar preferencias a proveedores certificados o que emplean buenas prácticas ambientales y sociales.</p> <p>Siempre que sea posible, se adquieren suministros amigables con el ambiente, como papel reciclado o no tradicional, alimentos orgánicos, madera certificada, etc.</p>
MONITOREO Y ACCIONES CORRECTIVAS	<p>Existe un programa o plan de registros para la identificación y monitoreo de impactos ambientales generados por la operación de la empresa.</p> <p>La empresa cuenta con un mecanismo para recibir evaluaciones, quejas y comentarios de los clientes, mantiene un registro de los y de las acciones correctivas correspondientes.</p> <p>El hotel monitorea, toma acciones correctas y planifica la mejora continua de su gestión.</p>

2. Rasgos que definen a Chimborazo como destino turístico

Para Caiza,(2012) plantea que Ecuador es un país de contrastes, se encuentra categorizado entre los 17 países más diversos del mundo, el 19% (48.710 km²) del territorio nacional ha sido declarado como área protegida del subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (47 en total). El país está atravesado por los hotspots Chocó de Darién y Andes Tropical, considerados como los de mayor diversidad endémica alrededor del mundo.

La provincia de Chimborazo se ubica en la Sierra centro del país, está conformada por diez cantones: (Alausí, Colta, Chunchi, Cumandá, Chambo, Guano, Guamote, Pallatanga, Penipe, Riobamba) y 45 Parroquias. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda del año 2010, la población provincial alcanza los 458.581 habitantes. La capital de la Provincia de Chimborazo es Riobamba con una población de 157.723 habitantes, según el último censo de población y Vivienda (INEC, 2010). Es conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”, “Corazón de la Patria”.

En general, los atractivos de la provincia son varios entre los que se destaca a continuación a través de la siguiente tabla 2

Tabla 2 Caracterización del destino Chimborazo.

MODALIDADES	LÍNEA DE PRODUCTOS	PRODUCTOS TURÍSTICOS
Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	▪ Casa Cóndor

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Palacio Real ▪ Cacha ▪ Guarguallá ▪ SumakKausay
Turismo Cultural	<p>Patrimonios Culturales.</p> <p>Mercados Artesanías.</p> <p>Gastronomía.</p> <p>Fiestas Populares.</p> <p>Turismo religioso</p> <p>Turismo urbano</p> <p>Turismo arqueológico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riobamba ▪ Guano ▪ Penipe ▪ Chunchi ▪ Alausí ▪ Colta ▪ Guamote ▪ Museo de la Concepción ▪ Iglesia la Balbanera ▪ Kapac- Ñan (Camino del Inca) ▪ Iglesias del centro histórico de Riobamba como la Catedral. ▪ Centro Histórico de Alausí. ▪ Ruta del Tren Nariz del Diablo.
Ecoturismo y Turismo de Naturaleza	<p>Parques Nacionales.</p> <p>Reservas y bosques privados.</p> <p>Ríos, lagos, lagunas y cascadas.</p> <p>Observación de flora y fauna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reserva de Producción Faunística de Chimborazo. ▪ Complejo Lacustre de Ozogoché ▪ Parque Nacional Sangay. Patrimonio Natural de la Humanidad. ▪ Desierto de Palmira ▪ Volcán Carihuayrazo ▪ Cerro Puñay ▪ Conchas Petrificadas de Chicho Negro (Alausí)

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cueva del Cóndor ▪ Bosque Primario Chalacay ▪ Bosques protectores. ▪ Laguna de Colta ▪ Laguna de Langos ▪ Laguna Colay ▪ Nevado Los Cubillines ▪ Ruta del tren del Hielo ▪ Ruta de la Quinua ▪ Ruta Senderos de los Ancestros
Turismo de Deportes y Aventura	Deportes terrestres. Deportes acuáticos.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reserva de Producción Faunística de Chimborazo. (climbing, treking, escalada) ▪ Alas Delta ▪ Río de Puela ▪ Corredor del turismo sostenible paraíso subtropical.
Turismo de Salud	Termalismo Medicina Ancestral. Spa´s	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aguas termales de Guallabamba
Agroturismo	Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quinua ▪ Productos agrícolas

Elaboración propia

En resumen, el destino Chimborazo cuenta con 5 atractivos que son considerados Patrimonio Natural y Cultural de la Humanidad que son los siguientes:

- Reserva de Producción Faunística de Chimborazo
- Tren (Patrimonio Cultural del Ecuador)
- Camino del Inca declarado Patrimonio de la Humanidad
- Parque Nacional Sangay declarado Patrimonio de la Humanidad en el año de 1983.
- Pirámide de Puñay declarado Patrimonio Turístico Espiritual de Chimborazo.

Sin embargo el turismo en Chimborazo refleja rasgos que identifican al Ecuador de manera general, pero es importante delimitar sus particularidades, lo cual se precisa a continuación:

- Bajo aporte a la economía, el turismo es una actividad complementaria en relación a la principal como es: agricultura y ganadería.
- No cuentan con políticas públicas que trabajen por un manejo correcto de una sostenibilidad turística como herramienta de competitividad.
- Alto potencial turístico, ubicación estratégica sin embargo está posicionado como un lugar de paso.
- Incipiente gestión del turismo por parte de los GAD de la Provincia.
- Voluntad de sus actores y gestores de política para afianzar la actividad en la provincia.
- Bajo nivel de competitividad y gestión turística.

CONCLUSIONES:

- El turismo al igual que otras actividades se toma como elemento de importancia la sostenibilidad el mismo que busca el cuidado y manejo adecuado de los recursos que posee su entorno natural siendo necesarios la adopción de políticas hacia una toma de decisiones acorde al mercado.
- El análisis de la competitividad entre los destinos turísticos obliga a presentar productos que diferencien a su competencia sin descuidar el patrimonio natural y cultural activando la utilización de la prospectiva estratégica como una herramienta actual con relación a lo conocido como planificación estratégica.
- Las potencialidades turísticas que posee Chimborazo son amplias y es gracias a su riqueza cultural, natural no solo para la provincia sino para el país fortaleciendo la necesidad de que los actores tomen medidas que permita el impulso como una actividad generadora de ingresos sin dejar de lado el establecimiento de políticas para un turismo sostenible considerando que los turistas buscan cada vez más lugares donde se conviva en armonía con la naturaleza, sin afectar los niveles de calidad en el servicio que ofrece convirtiéndola en una actividad no del futuro sino del presente.

BIBLIOGRAFÍA:

1. Aiest. (1991). *XLI Congreso Internacional Association of Scientific Experts in Tourism*. Alemania.
2. Albuquerque, F. (2004). *Sistemas productivos locales: una mirada desde la política económica local para la generación de empleo*. Buenos Aires: Programa AREA.
3. Armands, I. (2002). Actividad de ocio- turístico y personas mayores: análisis de diferencias psicosociales entre "viajeros" y no "viajeros". *Tesis Doctoral Departamento de Psicología*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
4. Balkaran, R. (2013). The application of the theory of Visitor Attractions and its impact on the competitive advantage of the tourism sector in Durban, South Africa. *Diario de Economía y Estudios del Comportamiento*, 546-552.
5. Bull, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza.
6. Butler, R. (1980). The Concept of a tourist áreas cycle of evolution: implication for management of resources. *The Canadian Geographer*, p:5-12
7. Caiza, R, et al. (2012). *Evolución del turismo en el territorio Ecuatoriano*. *RICIT*, (4),8-24.
8. Chin- Tsai Lin, Y. (2008). Mining tourist imagery to destination image position model. *Science Direct*,36,2513-2524.
9. Cooper, C. Fletcher, J. Gilbert, D. (1993). *Tourism: Principles and practice*. London: Pitman Publishing.
10. Crouch, G. (2011). Destination Competitiveness; An. *The Journal of travel research*,3,27
11. Fernández, L. (2013). Dinámica Migratoria y Flujos Turísticos en el Caribe Insular. Casos de Cuba y Rep. Dominicana, Tesis de diploma, pp,5-6
12. Fernández, R. (2009). Principios, Organización y Práctica del Turismo (I Parte). Habana. Editorial: Félix Varela.
13. Figuerola, P. (1991). *Teoría Económica del Turismo*. Madrid: Alianza.
14. Flores, D. (2007). Competitividad Sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: Un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, Tesis Doctoral, Universidad de Huelva.
15. Fonseca, J. (2009). *Journal of retailing and consumer services*, Elsevier, 34,352-359.
16. Funes, L (2015). Análisis del Desarrollo Sostenible del Turismo en Ecuador desde la perspectiva de la Economía. *DELOS*,8(24),13
17. Grande, F (2002). Análisis de las expectativas de la oferta y la demanda relativas a la calidad del servicio en zonas turísticas de interior: implicaciones de gestión. *Estudios Turísticos*,(5), 79-112.
18. García, G. (2005). http://www.uv.es/~garciaagr/pdf/TESIS_DOCTORAL.pdf.
Recuperado el 30 de 07 de 2016, de http://www.uv.es/~garciaagr/pdf/TESIS_DOCTORAL.pdf
19. Hall, C (2000). *Planificación y Gestión del Desarrollo*. Essex, Prentice Hall
20. INPC: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2012)
21. Kotler, P, y otros.(1994). *Mercadotecnia de localidades, 14ta. edición*. México: Diana.
22. Loannides, D. (1997). *Economic geography and tourism*. London:

23. Lofgren, O. (1999). On Holiday: a history of vacationing. Angeles. CA: University of California Press. *The trouble with tourism travel theory. Tourist Studies*, 5-22.
24. Machado, E. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *El Periplo Sustentable*, 13,111-122.
25. Malthus, T. (1992). *Ensayo sobre el principio de la población*. Altaya.
26. Martín, R. (2009). Principios, Organización y Práctica del Turismo. La Habana: Félix Varela.
27. Madruga, A. (2012). Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local. *Revista de Investigación en Turismo y desarrollo local TURIDES*, 5(12), 2-23.
28. Organización Mundial del Turismo, (2005). Recuperado el 31 de 07 de 2016, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosariobasico>.
29. PLANDETUR denominado Plan de Turismo, es un documento que presenta el diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador al 2020.
30. Pulido, J. (2013). Propuesta de contenidos para una política turística sostenible en España. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(4),525-546.
31. Rivera, M. (2012). Turismo responsable y relaciones interculturales en el contexto de la globalización". *I Jornadas sobre Investigación e Innovación para la interculturalidad*. Córdoba: Universidad de Córdoba,10(5),187-212.
32. Rivera, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable .*Dialnet*, 13(1),199-217.
33. Rodríguez, J.y otros. (2009). Nuevas tendencias y retos en el sector de turismo. Un enfoque multidisciplinario. Madrid: Delta.
34. Rodríguez, M. (2003). Competitividad y análisis estratégico del sector turístico en Galicia: consideraciones para la mejora competitiva. *Galega de Economía*,12(1), 1-22.
35. Sánchez, N. (2012). Acercamiento teórico al desarrollo local sostenible y su repercusión para el turismo. *Dialnet*,126(22),7-36.
36. Vall, J. (1998). Cambio de concepto en la gestión turística del municipio.
37. Vera, J. (1997). *Análisis Territorial del turismo*. Barcelona: Ariel.
38. Vogeler, C. (2002). *El Mercado Turístico: estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Arcés.
39. Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo. Pensando en la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y Perspectiva Integral*, 20,149-170.
40. Williams, H. (2000). Tourism and migration: news relation ships between production and consumption. *Tourism Geographies*, 2, 5-27.