



Vol. 12, Nº 27 (diciembre / dezembro 2019)

ISSN 1988-5261

DEMANDA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS, ECUADOR

Cisneros-Palacios, Johanna-Gabriela¹

Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas

Universidad Santiago de Compostela

johannacis@hotmail.com

Baixauli-Pérez, Cristóbal²

Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas

cristobalbaixauliperez@gmail.com

Arias-Carpio, Wendy³

Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas

wendy.arias@pucese.edu.ec

Donoso-Vargas, José-Hernán⁴

Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas

idonosovargas@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cisneros-Palacios, Johanna-Gabriela; Baixauli-Pérez, Cristóbal; Arias-Carpio, Wendy y Donoso-Vargas, José-Hernán (2019): "Demanda turística de la provincia de Esmeraldas, Ecuador", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 27 (diciembre / dezembro 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/demanda-turismo-esmeraldas.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes27demanda-turismo-esmeraldas>

¹ Docente de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas (PUCESE) y estudiante del programa de Doctorado en Desarrollo Regional e Integración Económica de la Universidad de Santiago de Compostela – España. Investigadora en formación del grupo de "Economía Agroalimentaria y Medioambiental, Desarrollo Rural y Economía Social" (ECOAGRASOC), adscrito al IDEGA – Galicia – España.

² Docente de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas (PUCESE) y Máster Universitario Oficial en Gestión Sanitaria. Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (España).

³ Docente de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas (PUCESE) Esmeraldas, Ecuador y Máster de la Maestría Universitaria en Dirección y Asesoramiento Financiero en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

⁴ Docente de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas (PUCESE), Esmeraldas, Ecuador y Máster en Administración de Empresas mención Planeación

Resumen

La provincia de Esmeraldas ha sido reconocida siempre como un destino de sol y playa. Los objetivos de estudio fueron la caracterización de la visita y su relación con el perfil sociodemográfico del turista; así como la evaluación de la calidad percibida y su relación con el perfil sociodemográfico y la propia visita. La metodología de este estudio fue cuantitativa de corte transversal y alcance analítico usando técnicas estadísticas de comparación de proporciones y medias, como la Chi Cuadrado y la ANOVA. La recolección de los datos se llevó a cabo mediante la aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros. Los resultados muestran graves deficiencias respecto del turismo extranjero, y una fuerte dependencia respecto del turista de que a su vez tiene una baja percepción de la calidad de los hoteles y la comida entre otros. Y, por último, esbozará algunas consideraciones que podrán ser útiles para orientar políticas públicas o privadas en la gestión del turismo en la provincia, ayudando a determinar del mercado potencial y la actualización de las estrategias de comercialización en función del turista.

Palabras clave: turismo, demanda turística, calidad, patrimonio, agencia de viajes.

Tourist demand of the province of Esmeraldas (Ecuador)

Abstract

The province of Esmeraldas has been always known as the sun and beach destination. The objectives of study were the cause of visitation and the relationship with the sociodemographic profile of tourists; as well as the quality performance perceived and its relationship with the sociodemographic profile and the visitors. The methodology of this study was quantitative cross section and analytical range using statistics techniques of comparison of proportions and averages, like Chi Square and ANOVA. The recollection of data was made through surveys given to national and foreign tourists. The results show serious deficiencies with respect to foreign tourists due to low o poor quality of food, services and hotels, among other things. Lastly, we will outline some considerations that could be useful to guide the public and private policies in the management of tourism in Esmeraldas, helping to determine the potential market and the updating strategies of marketing according to tourists.

Key words: tourism, tourism demand, quality, heritage, travel agency.

1. Introducción

El turismo es uno de los sectores de exportación que atrae el gasto extranjero de un país en forma de visitantes internacionales. Según World Travel & Tourism Council (2018) en el 2017 los turistas internacionales aumentaron a un total de \$1,5 billones y significó un aporte del 30% de las exportaciones de servicios mundiales. A marzo de 2018, el peso del turismo en la economía

mundial fue del 10,40% del PIB y el gasto total directo generado por la demanda de viajes a nivel mundial ascendió a 2,6 billones de dólares en 2017. Añadiendo los efectos directos e inducidos del turismo, la cifra asciende a 8,3 billones. De acuerdo con el ranking de inversión en turismo, países como Estados Unidos y China ocupan los primeros lugares, mientras que España ocupa el puesto número 9 (Hosteltur, 2018).

Según el Informe de la Organización Mundial del Turismo (OTM) "Tourism Towards 2030" las previsiones a largo plazo en los últimos tiempos se han convertido en una referencia para las proyecciones de la demanda de turismo internacional que inicia en el 2010 y termina en el 2030. Las previsiones que contiene este informe contemplan factores sociales, políticos, económicos, medioambientales y tecnológicos, estos factores han sido considerados porque han venido influyendo en las tendencias del turismo a nivel internacional a lo largo del tiempo (OMT, 2017).

De acuerdo con el informe mencionado anteriormente, se estima que el número de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial crecerá en un 3,3% anual en el período 2010 – 2030, aumentando en unos 43 millones al año, las previsiones son positivas y alentadoras con la llegada de turistas internacionales puesto que superará la cifra de 1.400 millones en 2020 y 1.800 millones en el 2030. Además, se proyectan las llegadas a los destinos emergentes con un aumento de 4,4% anual duplicando el ritmo de las economías avanzadas que crecerán en 2,2% al año, cambiando la cuota de mercado de las economías emergentes y está previsto que en el 2030 alcancen el 57% a nivel mundial. La evolución del sector turístico mundial en el 2016 tuvo una tendencia positiva, la mayoría de los países se han beneficiado, esto ha sido debido a la mejora de la conectividad, los bajos costes del transporte aéreo y el acceso a la obtención de los visados (OMT, 2017).

Entre los principales destinos turísticos del mundo clasificados según la OMT se encuentran nueve países. Según el número de llegadas medido en millones de turistas se encuentran en el siguiente orden: 1. Francia (82,6), 2. Estados Unidos (75,6), 3. España (75,6), 4. China (59,3), 5. Italia (52,4), 6. Reino Unido (35,8), 7. Alemania (35,6), 8. México (35) y 9. Tailandia (32,6). En cuanto al segundo indicador de ingresos por turismo medidos por miles de millones de dólares se encuentran: 1. Estados Unidos (205,9), 2. España (60,3), 3. Tailandia (49,9), 4. China (44,4), 5. Francia (42,5), 6. Italia (40,2), 7. Reino Unido (39,6), 8. Alemania (37,4), y 9. Hong Kong (32,9) (OMT, 2017).

Cabe destacar un dato representativo, el caso de Tailandia en cuanto a los ingresos por turismo pasó del quinto al tercer lugar alcanzando la cuota de los 50.000 millones de dólares en el 2016, también este país registró unos 33 millones en el número de llegadas de turistas. Con lo que respecta a América del Sur en el 2016, las llegadas internacionales aumentaron en 7 millones representando un incremento del 3% a nivel mundial y un 16% de la cuota de mercado. De acuerdo con los datos presentados por la OMT, Chile lidera el mercado con un crecimiento anual del 26%, Perú también tuvo unas cifras positivas con un crecimiento del 8,4%. Colombia, a pesar de tener un decrecimiento del - 41% en el 2010, el turismo receptivo aumentó en un 11,4% en el

2016. Costa Rica presentó un crecimiento del 10% anual con respecto al año anterior. Ecuador en cambio presentó una tasa negativa del - 8,2% (OMT, 2017).

De acuerdo con el Boletín Mensual 2017 - 2018 del Ministerio de Turismo, Ecuador en el 2017 registró 1.607.914 llegadas de extranjeros, en cuanto a su evolución se observó una tasa de crecimiento del 13,42% con respecto al año anterior. Los principales mercados emisores fueron Colombia (27,9%), Estados Unidos (12,9%) y Perú (10,4%). En cuanto al turismo europeo la mayor parte de turistas llegaron de España (3,1%) y Alemania (2,3%). Por otro lado, entre los principales destinos de los ecuatorianos se encuentran Estados Unidos (35,7%), Perú (19,2%), España (11,9%) y Colombia (10,3%) (MINTUR, 2017).

“El turismo en Ecuador es uno de los sectores que genera más divisas y ha llegado a considerarse como un sector estratégico para el desarrollo socioeconómico del país” (Samaniego, Lamorú y Oleas, 2015, p.4). Por otra parte, el turismo es un sector económico importante después de las exportaciones no petroleras (banano y camarón) y se ubica en el tercer puesto generando en el 2017 US\$ 1.204 millones. Con lo que respecta a la balanza turística en la cuenta de viajes y transporte de pasajeros en el 2017 registró un saldo positivo de \$374,2 millones de dólares representando un crecimiento del 28,2% con respeto al año anterior (MINTUR, 2017).

En Ecuador, el turismo es una fuente generadora de empleo, afirmación que se corrobora en el último trimestre de 2016 con la creación de 484.884 puestos de trabajo, con un incremento de 50.635 (11,66%) en relación con el último trimestre de 2015. En el 2016, el empleo del turismo representó el 6,5% del total de los puestos de trabajo del país (MINTUR, 2017).

Ecuador posee una diversidad de culturas, sitios históricos, paisajes y riqueza natural. El país se encuentra entre los 17 estados más diversos del mundo, y tiene alrededor del 19% del territorio nacional declarado como áreas protegidas. Ecuador es considerado como un país megabiodiverso por su elevada biodiversidad por unidad de superficie territorial. Además, posee diferentes escenarios de atractivos naturales y culturales que se encuentran ubicados en los conocidos cuatro mundos o regiones naturales: Andes, Costa, Amazonía y Galápagos (MINTUR, 2017). De acuerdo con el Ministerio de Ambiente, Ecuador llega a albergar al 18% de aves, 18% de orquídeas, 10% de anfibios y 8% de mamíferos a escala mundial.

De acuerdo con los resultados de la Coordinación de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, las principales provincias visitadas en el 2017 fueron: Guayas (18,6%), Santa Elena (16,9%), Manabí (15,0%), Pichincha (12,7%) y Esmeraldas (8,8%) (Entorno turístico, 2018). El desarrollo turístico de Esmeraldas, a pesar de encontrarse entre las primeras provincias visitadas, tiene cierto atraso en relación con las otras provincias costeras que ofrecen el producto turístico de sol y playa (Parada, 2015).

El objetivo del presente artículo fue analizar las tendencias actuales de la demanda turística de la provincia de Esmeraldas, de esta manera se caracteriza el perfil del turista para orientar la comercialización y posicionamiento de los productos turísticos para promover la mejora en la prestación de los servicios.

2. Desarrollo: marco teórico

La Provincia de Esmeraldas (costa norte ecuatoriana) está conformada por 7 cantones y 68 parroquias entre urbanas y rurales, los cantones de Esmeraldas son: cantón Esmeraldas, San Lorenzo, Eloy Alfaro, Muisne, Quinindé, Atacames y Rioverde. De acuerdo con la división política administrativa la provincia tiene 11 parroquias urbanas y 57 parroquias rurales. La provincia se encuentra situada en el extremo noroccidental del país, tiene una extensión de 15.216 Km².

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas (GADPE) ha identificado las cadenas productivas (cacao, pesca artesanal, turismo, ganadería, madera, maracuyá y coco). Esmeraldas se caracteriza por ser el asentamiento ancestral más importante de los afrodescendientes en todo el Ecuador. De acuerdo con los registros de autoidentificación étnica realizados por el censo del año 2010 en toda la región, cerca del 43,9% se autoidentificó como afrodescendiente, mientras que los mestizos el 44,7%, los blancos alcanzaron el 5,9% y los indígenas el 2,8% (Instituto Nacional de Estadísticas Censos, INEC, 2010).

Según el Consejo Nacional de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), en el Ecuador existen 18 pueblos y 14 nacionalidades que habitan en las regiones naturales del país. En la provincia de Esmeraldas se encuentran tres nacionalidades y un pueblo étnico. El pueblo afroecuatoriano representa aproximadamente 123.217 habitantes de acuerdo con el censo del 2010. Las nacionalidades Awá, Chachi, Épera y el pueblo afroecuatoriano. La nacionalidad Awá con su idioma Awapít con una población de 5.513, la nacionalidad Chachi con su lengua materna el Chapalá con una población de 10.222 habitantes, también se encuentran los Épera con su lengua Siapede con una población de 546 habitantes.

La provincia tiene una variedad de recursos naturales y patrimonio cultural que consolidan su identidad a nivel nacional, una de las manifestaciones culturales es la marimba: se expresa a través de la música y sus constituyentes artísticos. Es así, que en Esmeraldas se encuentran ocho áreas pertenecientes al Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), tres Reservas Ecológicas (Cotacachi Cayapas, Mache Chindul, Manglares Cayapas Mataje), cuatro Refugios de Vida Silvestre (Estuario de río Esmeraldas, Estuario de Río Muisne, la Chiquita, el Pambilar) y una Reserva Marina (Galera de San Francisco), las cuales representan el 21% del territorio provincial. En cuanto al patrimonio cultural está compuesto por un conjunto de bienes y manifestaciones creadas por el ser humano, que permite la diferenciación de los grupos sociales y, además está ligado al pasado como herencia que a través de la memoria se revitaliza y fortalece la identidad (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) clasifica el patrimonio cultural en material e inmaterial. El patrimonio cultural material está compuesto por bienes muebles e inmuebles y contienen valores históricos, sociales de los pueblos.

El patrimonio cultural inmaterial se lo define con el conjunto de manifestaciones culturales, tradicionales que se transmiten de generación en generación. Incluye las lenguas, relatos y cuentos populares, la música y la danza, las fiestas, la gastronomía, la artesanía entre otras (UNESCO, 2004).

En cuanto al patrimonio cultural material e inmaterial de la provincia de Esmeraldas se presenta resumida en el cuadro 1:

Cuadro n° 1. Resumen del patrimonio material e inmaterial de Esmeraldas.

GADPE	Patrimonio Material		Patrimonio Inmaterial	
	Tipo	Localización	Tipo	Localización
Provincia de Esmeraldas	La Tolita Pampa de Oro, Camellones	Cantón Eloy Alfaro	Fiestas de los reyes de Onzole	Cantón Eloy Alfaro
			Fiestas de San Martín de Porres	Canchimalero - C. Eloy Alfaro
	Culebra, Vainillita, la Bocana del Lagarto	Cantón Ríoverde	Danza: marimba y andarele Festival de música y danza afro	Cantón Esmeraldas
	Punto 091	Cantón Esmeraldas - San Matero	Juegos tradicionales: zumbambico, mirón, mirón, pan quemado, el cinto	
	Quingue, Bunche	Cantón Muisne	Literatura: Chigualo, arrullo, décimas, argumento, alabado y amorfino	
Tierra firme 01, Tierra firme 03	Cantón San Lorenzo - Tambillo	Música: Bambuco, torbellino, andarele y marimba Fiesta de San Pedro y San Pablo Leyendas: La tunda, duendes		

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Esmeraldas (GADPE, 2015)

En cuanto a las tradiciones y expresiones orales de la provincia se encuentran: los chigüalos, el arrullo, las décimas, el argumento, el alabado, el amorfino y las leyendas (la tunda y duendes). Las artes del espectáculo se representan en la marimba, el andarele, el zumbambico, el mirón mirón, pan quemado, cinto, el bambuco y el torbellino entre otros. Los usos sociales, rituales y actos festivos se encuentran en el cantón de Eloy Alfaro en las festividades dedicadas a San Martín de Porres y los Reyes de Onzole.

Con respecto a los conocimientos gastronómicos, la provincia tiene una variedad de platos típicos: el ensumacao, el tapao de pescado, el encocao de pescado, el bolón de verde, el ceviche de camarón o de pescado entre otros. Las técnicas de la artesanía tradicional esmeraldeña se centran en la elaboración con materiales como el coco, la tagua, las semillas, la madera, el mate, el calabazo, la damagua, la chonta y las fibras naturales entre otras.

La UNESCO reconoció como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad a la "Marimba, por sus cantos y danzas tradicionales de la región colombiana del Pacífico Sur y de la provincia ecuatoriana de Esmeraldas" en el año 2015 (Instituto Geográfico Militar del Ecuador, 2017).

A continuación, en el cuadro 2, se presenta los destinos turísticos para contextualizar de forma resumida los atractivos de la provincia de Esmeraldas por cantones:

Cuadro n° 2. Atractivos turísticos de la provincia de Esmeraldas.

Cantón	Atractivos turísticos	Cantón	Atractivos turísticos
Esmeraldas	<ul style="list-style-type: none"> • Santuario de Loreto • Parque Roberto Luis Cervantes • Parque 20 de marzo • El Mirador, Tercer piso • Puerto marítimo • El balneario de las Palmas • Museo Carlos Mercado Ortiz • Centro internacional de Esmeraldas para la diversidad cultural afro-indio-americana y el desarrollo humano • La laguna de Timbre • Jardín botánico de Mutile • Plaza cívica • Centro artesanal municipal 	San Lorenzo	<ul style="list-style-type: none"> • Playa de San Pedro y Cauchal • Reserva ecológica Manglares Cayapas Mataje • Estaciones científicas • Bosque protector humedal del Yalaré. • Isla de los pájaros • Playones de Río y Pedregales • Las siete cascadas del Río Chuchuví • Cascada de la princesa Tari • Riqueza étnica y cultural
		Atacames	<ul style="list-style-type: none"> • Ballenas jorobadas (jul-sep) • Playas de Tonsupa • Playa de Same • Playa de Súa • Tonchigüe • Reserva ecológica Mache - Chindul
Quinindé	<ul style="list-style-type: none"> • Cascada Guayacona • Cascada Lushkatata • Laguna de Cube • Estación biológica Bilsa • Centro Chachis • Reserva ecológica mache Chindul 	Muisne	<ul style="list-style-type: none"> • Isla de Muisne • Estuario del río Muisne • Mompiche • La Zona Norte - Galera, Quingue, Tóngora, Tongorachí, Caimito • San Francisco del Cabo • Portete • Estero de Plátano
Eloy Alfaro	<ul style="list-style-type: none"> • Playa de las Peñas • Tolita pampa de Oro • Reserva ecológica Manglares Cayapas Mataje • Reserva ecológica Cotacachi Cayapas 	Río Verde	<ul style="list-style-type: none"> • Playa abierta (800 m²)

Fuente: Elaboración propia a partir del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (GADPE, 2015).

La provincia de Esmeraldas es considerada como uno de los principales destinos turísticos de sol y playa por los turistas nacionales, sin embargo, a nivel internacional no han sido posicionados sus productos turísticos; evidenciando debilidades como, por ejemplo, la falta de planeación, ordenamiento territorial, deficiencia de los servicios básicos, poca inversión en infraestructura y, además, la insuficiente cultura empresarial en la prestación de servicios turísticos (GADPE, 2015).

De acuerdo con el Censo Económico realizado en el 2010 por parte del INEC⁵ a nivel nacional, en la provincia de Esmeraldas de acuerdo con la clasificación CIIU⁶, de 11.802 establecimientos económicos existen 1.358 establecimientos dedicados a la industria del turismo, representando el 12% del total de establecimientos existentes. Los cantones con un mayor número de establecimientos son Esmeraldas con 576, Atacames con 360 y Quinindé con 160. El cantón con un menor número de establecimientos económicos relacionados a esta actividad es Rioverde con 42 (GADPE, 2015).

Por otro lado, la provincia de Esmeraldas tiene una importante infraestructura vial, por lo cual permite su conexión con otras provincias del Ecuador, las principales carreteras son: los Bancos (Pichincha), Ibarra (Imbabura), Pedernales (Manabí) y Santo Domingo de los Tsáchilas (Santo Domingo de los Tsáchilas). Además, Esmeraldas cuenta con un aeropuerto internacional

⁵ Instituto Nacional de Estadística y Censos

⁶ Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas

con vuelos directos a Guayaquil, Quito y Cali. Asimismo, existe el terminal terrestre de Esmeraldas donde operan varias compañías de transporte con rutas directas, como son: Trans Esmeraldas, Aerotaxi, Occidental y Panamericana entre otras.

3. Metodología

El presente análisis de la demanda turística en la provincia de Esmeraldas se realizó mediante encuesta dirigida a los turistas que visitaron los cantones de Esmeraldas y Atacames. Recogiendo cuatro grandes grupos de variables: 1- Perfil sociodemográfico del turista, 2- Calidad percibida de los servicios, 3- Preferencias del turista y por último 4- Caracterización de la estancia. El cuestionario contaba con ítems de diferente naturaleza: dicotómica (si/no), categórica, ordinal y de razón.

Entre las variables del perfil sociodemográfico se recogió: el género (femenino, masculino), la edad (18-30, 31-45, 46 o más), el grado de formación (superior, secundaria o inferior), la ocupación (asalariado por cuenta ajena, funcionario público, otros), la procedencia del turista (extranjero, nacional: Amazonía, Costa-Guayas, Costa-Manabí, Costa-otros, Andes-Pichincha o Andes-otros), la cantidad de viajes que realizan cada año y la contratación del viaje mediante agencia de viajes (sí, no). Por otro lado, las variables sobre la calidad se recogen mediante una escala discreta de 8 pasos (1 = pésima, ..., 8 = excelente), según los siguientes ítems: actividades, comida, hoteles, lugares turísticos, precios, seguridad, servicios y transporte. De entre las preferencias, los ítems fueron: el acompañamiento preferido durante el viaje (con amigos, familiares, en pareja o sólo), las actividades preferidas (aventuras, aislamiento, culturas, familiares, naturaleza, negocios o playas), la planificación e información previa al viaje fue obtenida mediante (agencia de viajes, familiares, información turística, internet, periódicos o televisión). Finalmente, se caracterizó la estancia mediante los siguientes ítems: estancia prevista (días), cantidad de personas que forman el grupo (personas), gasto diario planificado del grupo (dólares por día).

La encuesta se recogió en las ciudades de Atacames y de Esmeraldas a lo largo del mes de agosto de 2018, en diferentes lugares elegidos aleatoriamente como: terminales de transporte, mercados, plazas y paseos marítimos. Como criterios de inclusión en el estudio se preguntó a las personas si eran mayores de edad y si se autodefinían como turistas. Posteriormente fueron informados sobre la encuesta, y una vez aceptaron colaborar en la misma, los participantes pasaron a rellenar el cuestionario de forma anónima. Recogiéndose un total de $n = 400$ cuestionarios mediante muestreo de conveniencia, 200 cuestionarios en cada una de las ciudades.

Respecto del análisis de datos, inicialmente se describieron los cuatro grupos de variables mediante la obtención de los casos observados (n), sus proporciones (%) o medias según proceda, acompañadas de sus intervalos de confianza (IC) definidos para un nivel de confianza del 95%. Posteriormente, se considera la caracterización de la visita y la calidad, como conjunto de variables dependientes del estudio y se analiza la relación de estas con el perfil

sociodemográfico de los visitantes. Aplicando técnicas estadísticas de comparación de proporciones o medias, bien la prueba Chi cuadrado o el análisis de la varianza (ANOVA), según proceda. Los datos recogidos fueron tabulados y analizados usando el programa IBM SPSS Statistics 23.

4. Resultados y Discusión

4.1 Análisis descriptivo de los datos - En el cuadro 3 se muestra el perfil sociodemográfico del turista en Esmeraldas. Se observa la frecuencia relativa de turistas en función del género, la edad, el grado de formación, la ocupación, la procedencia detallada según el área natural o provincia y la cantidad de viajes anuales (sin especificar el destino) que declara realizar el turista y por último la contratación del viaje mediante agencia de viajes.

Desde el punto de vista de la procedencia, el turismo en Esmeraldas es predominantemente nacional, 94,7%. Resulta destacable la gran afluencia de turistas de los Andes (Sierra) 72,6%, comparativamente con los turistas procedentes de la Costa 20,1%. La mayor concentración de turistas proviene de la ciudad de Quito y sus alrededores (provincia de Pichincha), los cuales representan el 49,3% (44,4%-54,1%).

Cuadro n° 3. Perfil sociodemográfico del turista en la provincia de Esmeraldas

Variables	n	%	IC %	Variables	n	%	IC %
Género (n=400)				Procedencia (400)			
Femenino	196	49,0	44,1-53,9	Andes-Pichincha	197	49,3	44,4-54,1
Masculino	204	51,0	46,1-55,9	Andes-Otros	93	23,3	19,1-27,4
Edad (399)				Costa-Guayas	44	11,0	7,9-14,1
18-30	142	35,6	30,9-40,3	Costa-Manabí	29	7,3	4,7- 9,8
31-45	178	44,6	39,7-49,5	Costa-Otros	7	1,8	0,5- 3,0
46-99	79	19,8	15,8-23,8	Amazonia	9	2,3	0,8- 3,7
Formación (400)				Extranjeros	21	5,3	3,1- 7,4
Secundaria o inf.	99	24,8	20,5-29,0	Viajes anuales (396)			
Superior	301	75,3	71,0-79,5	<i>Media (*D.E.)</i>	2,17	(0,88)	2,08-2,26
Ocupación (400)				1	90	22,7	18,6-26,8
Asalariado	201	50,3	45,4-55,1	2	185	46,7	41,8-51,5
Funcionario	156	39,0	34,2-43,8	3	85	21,5	17,4-25,5
Otros	43	10,8	7,7 - 13,8	4	36	9,1	6,3 - 11,9
				Agencia de viajes (396)			
				Si	51	12,9	9,5 - 16,0
				No	345	87,1	84,0 - 90,5

Fuente: Elaboración propia. *D.E., Desviación Estándar.

En el cuadro 4 se describen diversos ítems sobre la calidad percibida, mostrando como estimador puntual, la media acompañada de su desviación estándar y el intervalo de confianza, interpretable como inferencia de la media poblacional de la calidad percibida. En el cuadro 4 se complementa con las proporciones de casos que declararon una calidad (1-2) pésima o muy baja y los que declararon una calidad (7-8) muy buena o excelente. Los diferentes ítems son ordenados en la tabla de mejor a peor puntuación.

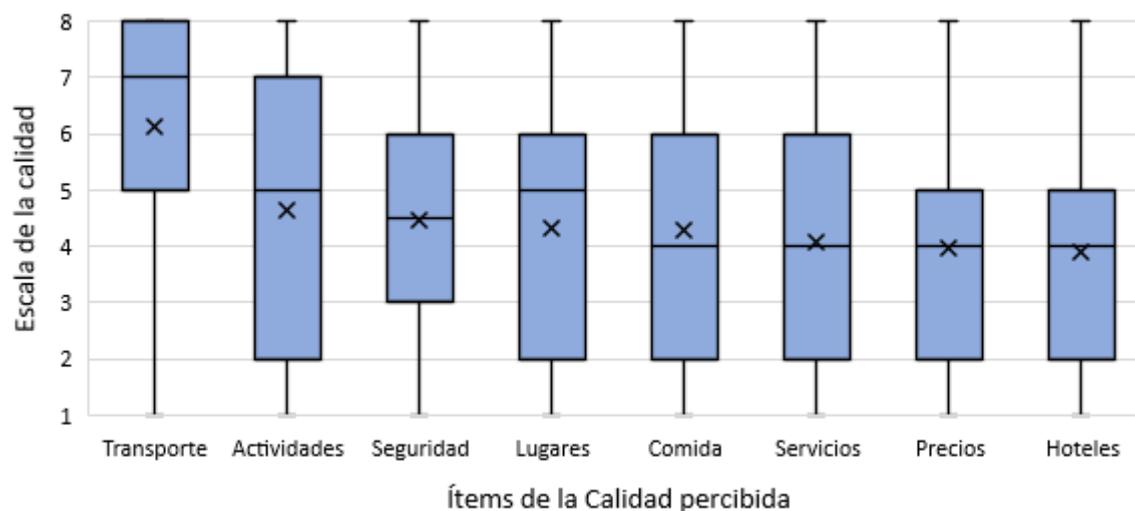
En la Figura 1 se describen los resultados sobre calidad percibida basándose en gráficos de cajas y bigotes en función a la escala de medición de calidad (1-pésima; 2-muy mala; 3-mala; 4-normal-mala; 5normal-buena; 6-buena; 7-muy buena; 8-excelente). El ítem mejor valorado es el transporte, el 75% de los turistas tienen una percepción buena, llegando a ser muy buena o excelente en el 50% de los turistas. La mayoría de los ítems reciben puntuaciones medias de entre 4 y 5: las actividades, la seguridad, los lugares, la comida y los servicios. Los ítems peor valorados son los precios y los hoteles, situándose en una calidad promedio entre mala y normal-mala. Además, es destacable que, exceptuando transporte y seguridad, un primer cuartil de los turistas son valoradas como pésimas o muy mala.

Cuadro n° 4. Calidad percibida por el turista en la provincia de Esmeraldas

Variables	n	%	IC %	Variables	n	%	IC %
Transporte (n=396)				Comida (396)			
<i>Media (D.E.)</i>	6,13	(2,03)	5,93-6,33	<i>Media (D.E.)</i>	4,29	(2,4)	4,05-4,53
1-2	28	7,1	4,5- 9,6	1-2	124	31,4	26,8-36,0
7-8	214	54,0	49,1-58,9	7-8	97	24,6	20,3-28,8
Actividades (396)				Servicios (396)			
<i>Media (D.E.)</i>	4,65	(2,55)	4,40-4,90	<i>Media (D.E.)</i>	4,06	(2,02)	3,86-4,26
1-2	107	27,0	22,6-31,4	1-2	108	27,3	23,0-31,7
7-8	140	35,4	30,6-40,1	7-8	51	12,9	9,6-16,2
Seguridad (396)				Precios (396)			
<i>Media (D.E.)</i>	4,46	(2,18)	4,25-4,67	<i>Media (D.E.)</i>	3,96	(2,01)	3,76-4,16
1-2	90	22,7	18,6-26,9	1-2	113	28,5	24,1-33,0
7-8	80	20,2	16,2-24,2	7-8	55	13,9	10,5-17,3
Lugares turísticos (396)				Hoteles (396)			
<i>Media (D.E.)</i>	4,31	(2,33)	4,08-4,54	<i>Media (D.E.)</i>	3,9	(2,04)	3,70-4,10
1-2	124	31,3	26,7-35,9	1-2	119	30,1	25,5-34,6
7-8	95	24,0	19,8-28,2	7-8	53	13,4	10,0-16,7

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Calidad percibida por el turista en la provincia de Esmeraldas.



Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 5 se describen las preferencias y los medios de información o planificación usados por los turistas para organizar el viaje, declarando la compañía preferida, la familia 64,6% (59,9 - 69,3) y en menor medida los amigos y la pareja. Entre las actividades preferidas a realizar predomina la playa, y en menor medida las actividades en la naturaleza y con familiares. Aunque en menor magnitud también son relevantes las preferencias declaradas sobre las actividades de negocios en un 11,4% (8,6 - 14,9). Sobre los medios de información o planificación del viaje destaca el uso de Internet, así como el consejo de los familiares y la televisión.

Cuadro n° 5. Preferencias y medios de información del turista en la provincia de Esmeraldas.

Variables	n	%	IC %	Variables	n	%	IC %
Compañía preferida (n=398)				Actividad preferida (400)			
Familiares	257	64,6	59,9-69,3	Playas	241	60,3	55,5-65,0
Amigos	79	19,8	15,9-23,7	Naturaleza	100	25,0	20,8-29,2
Pareja	49	12,3	9,1-15,5	Familiares	83	20,8	16,8-24,7
Sólo	13	3,3	1,5- 5,1	Negocios	47	11,8	8,6-14,9
Información (400)				Culturas	38	9,5	6,6-12,4
Internet	182	45,5	40,6-50,4	Aventuras	34	8,5	5,8-11,2
Familiares	140	35,0	30,3-39,7	Aislamiento	17	4,3	2,3- 6,2
Televisión	99	24,8	20,5-29,0				
Agencia viajes	25	6,3	3,9- 8,6				

Fuente: Elaboración propia

Cuadro n° 6. Caracterización de la visita turística en la provincia de Esmeraldas.

Variables	n	%	IC	Variables	n	%	IC
Estancia en días (n=400)				Cantidad de personas (389)			
<i>Media (D.E.)</i>	4,20	(6,55)	3,56 - 4,84	<i>Media (D.E.)</i>	2,40	(1,37)	2,26 - 2,54
1	25	6,3	3,9 - 8,6	1	114	29,3	24,8 - 33,8
2	125	31,3	26,7 - 35,8	2	118	30,3	25,7 - 34,9
3	138	34,5	29,8 - 39,2	3	90	23,1	18,9 - 27,3
4-6	69	17,3	13,5 - 21,0	4 o más	67	17,2	13,4 - 21,0
7 o más	43	10,8	7,7 - 13,8				
Gasto del grupo en \$/día (400)				Gasto por persona en \$/día (389)			
<i>Media (D.E.)</i>	142	(151)	127 - 157	<i>Media (D.E.)</i>	64	(55)	58 - 69
00 - 50	133	33,3	28,6 - 37,9	00 - 29	115	29,6	25,1 - 34,1
51 - 100	137	34,3	29,6 - 38,9	30 - 69	154	39,6	34,7 - 44,5
101 o más	130	32,5	27,9 - 37,1	70 o más	120	30,8	26,2 - 35,4

Fuente: *Elaboración propia*

En el cuadro 6 se presenta la caracterización de la visita a Esmeraldas gracias a diversas magnitudes como son: la duración de la estancia en días, la cantidad de personas que conforman el grupo y el gasto diario de dicho grupo. La estancia más común se encuentra entre 2 y 3 días, acumulando un 65,8% del total de las visitas. Es relevante indicar que las visitas de larga duración (7 o más días) representan un 10,8% (7,7-13,8) del total.

La cantidad de personas que realizan el viaje es otra magnitud de interés: declaran viajar solos el 28,5% (24,1-32,9); viajan en pareja el 29,5% (25,0-34,0), por otro lado, aproximadamente el 39,3% declaran viajar en grupos de 3 o más personas. Un 2,8% de los participantes no declararon la cantidad de personas del grupo. Por último, el gasto diario declarado del grupo tiene una media de 142 \$/día y una desviación estándar de 151 \$/día. En el tramo de gasto de 00-50 \$/día se encuentra el 33,3% (28,6-37,9) de los encuestados; el siguiente tramo de 51-100 \$/día representa el 34,3% (29,6-38,9) y finalmente el tramo de 101 o más \$/día representa el 32,5% (27,9-37,1).

4.2 Análisis de la demanda turística - El análisis de la demanda consistió en diversas pruebas de hipótesis, Chi Cuadrado o ANOVA en función de la naturaleza de cada variable dependiente: Chi Cuadrado para la contratación del viaje mediante agencia y ANOVA para la estancia en días, el gasto medio diario del grupo y los diferentes ítems de calidad. Para cada uno de estos análisis se utilizó como variables independientes las sociodemográficas y las de caracterización de la visita en el caso de la calidad.

En aras de dar algo más de robustez a los análisis de la procedencia del turista se reagrupa englobando las procedencias menos pobladas en agregados territoriales superiores, quedando en adelante Costa-Guayas, Costa-Manabí y Costa-Otros; indistintamente como "Costa". Evitando de esta forma, posibles artefactos debidos al bajo peso muestral de estas categorías por

separado. Del mismo modo, la procedencia de Amazonia es excluida de los análisis por su bajo peso.

Cuadro n° 7. Contratación de agencia de viajes. Análisis por comparación de proporciones.

Variable Valor	Agencia %**		Chi Cuadrado	
	Si	No	Valor	Sig.
Género (n=396)			0,093	0,761
Edad (395)			0,006	0,997
Formación (396)			2,456	0,117
Ocupación (396)			3,366	0,186
Procedencia (378)			1,453	0,693
Viajes al año (392)			24,949	<0,001*
1	39,2	20,5		
2	21,6	51,0		
3	17,6	21,1		
4	21,6	7,3		

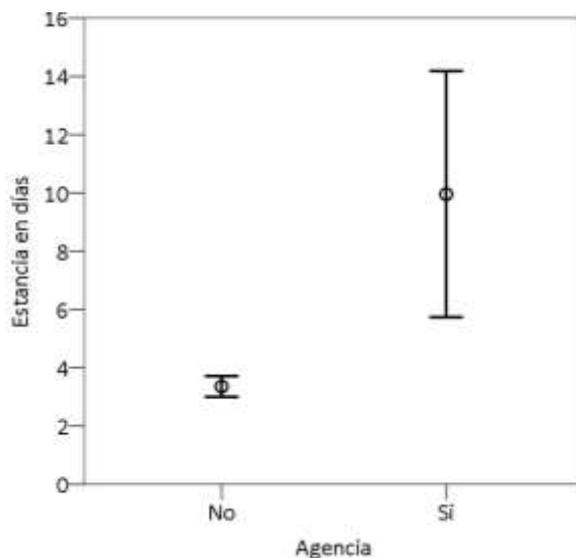
Fuente: Elaboración propia. **Porcentaje de columna

Al analizar la contratación de agencias de viaje mediante pruebas de Chi Cuadrado en el cuadro 7, se obtienen resultados no significativos para las variables independientes: genero, edad, formación, ocupación y procedencia. Por el contrario, se obtienen resultados significativos ($p = <0,001$) para la variable viajes anuales. El detalle de los resultados se puede ver en el cuadro 7, de la que se extrae que el perfil de turistas que contratan viajes mediante agencia es mayoritario entre los que realizan un único viaje anual, o bien entre los que realizan 4 o más. Al contrario, de lo que sucede con los turistas que no contratan estos servicios que viajan mayoritariamente 2 veces al año.

En adelante, el resto de las variables dependientes se tratarán mediante métodos de comparación de medias. Cuando la prueba de Levene lo permita se interpretarán directamente los resultados del ANOVA, en su defecto serán necesarias las pruebas robustas de Brown-Forsythe. A su vez es importante destacar que algunas de las variables dependientes no siguen distribuciones normales, como es el caso de la estancia, la cual tiene una distribución altamente asimétrica positiva, con un coeficiente de asimetría de Fisher de 8,394. Se aplicaron sendos análisis usando como variables independientes los factores: genero, edad, formación, ocupación, procedencia, viajes al año y contratación mediante agencia de viajes.

En el caso de la estancia (figura 2), el único factor estadísticamente significativo fue la contratación de agencia de viajes: Levene (Valor 73,692; Sig. <0,001), ANOVA (F 50,206; Sig. <0,001) y un Brown-Forsythe (Valor 9,779; Sig. 0.003). Donde el valor medio de la estancia en los turistas que viajan sin contratar mediante agencia es de 3,4 días (3,0-3,7). Por el contrario, en los turistas que, si contratan agencia, la estancia aumenta significativamente hasta los 10,0 (5,7-14,2) días.

Figura n° 2. Estancia y Agencia de viajes.



Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro 8 se presenta la cantidad de personas del grupo de turistas que viajan juntos, son varios los factores que aportan diferencias significativas como se muestra en el cuadro 8, de donde se extrae que: Las mujeres salen de viaje en grupos mayores a los de los hombres. El tramo de edad más joven 18-30 sale en grupos más pequeños (en pareja) que el resto de los tramos. Los grupos procedentes de Pichincha suelen ser más grandes que los de otras provincias. Los turistas extranjeros llegan en grupos claramente más reducidos que los turistas nacionales. Existe una relación positiva entre la estancia (entre 1, 2 y 3 días) y el tamaño del grupo: Los grupos de turistas con estancias de 1 día tienen un tamaño medio de 1,67 personas, para 2 días el tamaño es de 2,15 y para 3 días el tamaño aumenta a 2,70 personas.

Cuadro n° 8. Cantidad de personas del grupo de turistas. Análisis por comparación de medias.

Variable		Levene		ANOVA		Brown-Forsythe	
Valor	Media	Valor	Sig.	F	Sig.	Valor	Sig.
Género (n=389)		6,236	0,013*	6,303	0,012	6,188	0,013*
Femenino	2,58 (2,36-2,80)						
Masculino	2,23 (2,07-2,40)						
Edad (388)		2,019	0,134	4,908	0,008*	4,787	0,009
18-30	2,13 (1,92-2,34)						
31-45	2,61 (2,40-2,82)						
45-99	2,42 (2,09-2,75)						
Formación (389)		0,316	0,574	0,032	0,857	0,032	0,859
Ocupación (389)		2,051	0,130	0,508	0,602	0,408	0,666
Procedencia (380)		2,872	0,036*	6,542	<0,001	8,020	<0,001*
E.Costa	2,06 (1,80-2,33)						
E.Andes	2,31 (2,06-2,56)						
E.Andes-Pichincha	2,63 (2,43-2,84)						
Extranjeros	1,50 (0,98-2,02)						
Viajes al año (386)		6,400	<0,001*	2,281	0,079	2,191	0,090
Agencia (385)		0,112	0,739	1,064	0,303	0,910	0,344
Estancia (389)		1,758	0,137	4,643	0,001*	4,315	0,002
1	1,67 (1,04-2,30)						
2	2,15 (1,94-2,36)						
3	2,70 (2,46-2,95)						
4-6	2,42 (2,11-2,73)						
7-9	2,51 (2,03-2,99)						

Fuente: *Elaboración propia.*

El análisis del gasto se realizó sobre el gasto diario por persona. Ya que el gasto del grupo está altamente correlacionado con el tamaño del grupo, analizado con anterioridad. En esta ocasión, las variables de género, edad y formación no aportan resultados significativos. Por otro lado, tal como se evidencia en el cuadro 9 las variables ocupación, procedencia y viajes al año se aproximan a la frontera de significación con valores $0,05 < \text{Sig.} < 0,1$.

Al considerar útil la interpretación de sus valores medios, se adjunta detalle de estos en el cuadro 9. Así, aunque no podamos asegurar significación estadística, los datos sugieren que, entre las ocupaciones, los funcionarios gastan más; por otro lado, los extranjeros gastan más, y entre los nacionales los de Pichincha gastan menos; finalmente existe una relación positiva entre la cantidad de viajes anuales y el gasto diario por persona.

Cuadro n° 9. Gasto por persona y día. Análisis por comparación de medias

Variable		Levene		ANOVA		Brown-Forsythe	
Valor	Media	Valor	Sig.	F	Sig.	Valor	Sig.
Género (n=389)		3,999	0,046	0,160	0,689	0,158	0,692
Edad (388)		0,057	0,945	0,086	0,917	0,089	0,915
Formación (389)		0,663	0,416	0,480	0,489	0,491	0,484
Ocupación (389)		8,723	<0,001	2,473	0,086	2,573	0,079
Asalariado	58 (52- 65)						
Funcionario	71 (61- 82)						
Otros	59 (44- 75)						
Procedencia (391)		2,301	0,077	2,446	0,064	1,929	0,130
E.Costa	67 (51- 82)						
E.Sierra	72 (60- 84)						
E.Sierra-Pichincha	57 (50- 63)						
Extranjeros	81 (47-115)						
Viajes al año (386)		1,755	0,155	2,133	0,096	2,030	0,111
1	58 (46- 70)						
2	60 (52- 68)						
3	69 (56- 81)						
4	83 (62-103)						
Agencia (385)		7,613	0,006	9,322	0,002	5,895	0,019*
Si	87 (66-108)						
No	60 (55- 66)						
Estancia (389)		13,625	<0,001	10,290	<0,001	7,667	<0,001*
1	63 (40- 86)						
2	55 (48- 63)						
3	52 (44- 60)						
4-6	74 (60- 89)						
7-9	108 (80-136)						

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, entre los factores con significación estadística demostrada en relación con el gasto medio diario por persona, se encuentran la contratación por agencia de viajes (Sig.=0,019) y la Estancia en días (Sig<0,001). Concluyendo que los turistas que llegan a Esmeraldas gracias a la contratación de agencias de viajes tienen un gasto diario mayor, 87 \$/día (66-108), respecto a los 60 \$/día (55-66) de los que no contrataron por agencia. En relación con la estancia, el gasto diario se reduce ligeramente en el tránsito entre 1 día y 3 días de estancia, para después crecer de forma significativa entre los turistas que declaran grandes estancias.

4.3 Análisis de la calidad percibida - respecto de la calidad, la valoración del transporte, la seguridad y los precios no muestra diferencias significativas en ninguna de las variables independientes. Por otro lado, la valoración de las actividades empeora con la contratación de agencia de viajes (con agencia 3,76 (3,13-4,40); sin agencia 4,82 (4,54-5,09); Sig. Levene = 0,017, y Sig. Brown-Forsythe = 0,003).

Los lugares turísticos son peor valorados entre los más jóvenes: tramo 18-30 años, 3,74 (3,36-4,12); tramo 31-45 años, 4,65 (4,31-5,00) y en mayores de 45 años 4,59 (4,06-5,12). Con una Sig. Levene = 0,922, Sig. ANOVA = 0,001.

Cuadro n° 10. Calidad percibida de la comida, Análisis por comparación de medias.

Variable Valor	Media	Levene		ANOVA		Brown-Forsythe	
		Valor	Sig.	F	Sig.	Valor	Sig.
Genero (n=395)		0,209	0,648	1,323	0,251	1,321	0,251
Edad (394)		1,014	0,364	1,899	0,151	1,957	0,143
Formación (395)		1,403	0,237	10,763	0,001*	10,053	0,002
Secundaria o inf.	3,61 (3,11-4,11)						
Superior	4,52 (4,25-4,78)						
Ocupación (395)		0,197	0,821	0,434	0,648	0,420	0,657
Procedencia (386)		5,081	0,002	2,541	0,056	2,854	0,038*
E.Costa	4,72 (4,19-5,25)						
E.Andes	4,15 (3,61-4,69)						
E.Andes-Pichincha	4,11 (3,78-4,44)						
Ext.	5,29 (4,50-6,08)						
Viajes al año (395)		0,236	0,871	4,775	0,003*	4,721	0,003
1	4,36 (3,85-4,87)						
2	3,88 (3,54-4,22)						
3	4,72 (4,22-5,22)						
4	5,25 (4,44-6,06)						
Agencia (391)		5,081	0,025	29,800	<0,001	34,682	<0,001*
Si	5,92 (5,33-6,52)						
No	4,02 (3,77-4,27)						
Estancia (370)		2,160	0,073	3,311	0,011*	3,231	0,013
1	-						
2	3,89 (3,49-4,29)						
3	4,24 (3,83-4,65)						
4-6	4,55 (3,93-5,17)						
7-9	5,35 (4,66-6,03)						

Fuente: Elaboración propia.

Los servicios son peor valorados entre los hombres. Hombres 3,86 (3,57-4,15) y Mujeres 4,28 (4,00-4,55); Sig. Levene=0,122 y Sig. ANOVA=0,042. Por otro lado, es menor en mayores de 45 años. Tramo 18-30 años 4,13 (3,82-4,45), tramo 31-45 años 4,24 (3,94-4,55) y mayores de 45 años 3,55 (3,07-4,02).

Los hoteles son peor valorados entre los turistas nacionales, especialmente entre los procedentes de Pichincha. Sig. Levene = 0,159; Sig. ANOVA = 0,009. Según la procedencia de los turistas: De la Costa 4,15 (3,67-4,64), de los Andes 3,89 (3,47-4,31), de los Andes-Pichincha 3,67 (3,40-3,94) y los Extranjeros 5,14 (4,04-6,24).

Especial atención merece el caso de la valoración de la comida ya que se han encontrado muy diversas relaciones significativas, ver cuadro 10. La comida tiene una mejor valoración entre los turistas con un grado de formación superior, también es mejor entre los extranjeros, siendo la peor entre los procedentes de Pichincha. La comida resulta claramente mejor valorada entre los turistas que llegan a Esmeraldas mediante la contratación de agencias de viajes. Lo que puede estar incluyendo a su vez en la significación observada en la cantidad de viajes al año y la estancia. Ya que estas dos variables están fuertemente relacionadas con la contratación de la estancia mediante agencia.

5. Consideraciones Finales

Los cantones de Esmeraldas y Atacames, principales focos turísticos de la provincia de Esmeraldas en Ecuador evidencian graves debilidades estructurales en su oferta turística. Entre las más importantes, tal como indicaba el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas (GADPE, 2015) podemos indicar: la falta de planeación y la insuficiente cultura empresarial en la prestación de servicios. Síntomas de ello, son las bajas valoraciones observadas en este estudio recibidas por sus visitantes en cuestiones como: los hoteles, los servicios recibidos o la comida. Todo ello acompañado de la percepción por parte de los visitantes de unos precios elevados.

En la actualidad, la provincia de Esmeraldas representa uno de los destinos de costa y playa principales de la ciudad de Quito y sus alrededores (Pichincha), de donde proceden la mitad de sus visitantes 49,3% (44,4-54,1). Podemos aproximar el perfil del turista Quiteño bajo las siguientes claves: viajes poco planificados comparados con los turistas de otras procedencias más lejanas; generalmente viajes en familia, lo que supone mayor cantidad de visitantes por grupo (2,63 personas); con un gasto diario por grupo similar al resto de procedencias, pero con una disminución del gasto individual. Sobre la calidad percibida por el turista de Pichincha, generalmente presenta valoraciones peores que el resto de las procedencias: estas son significativas en los hoteles y la comida.

Respecto del turista extranjero (5,6%), la provincia presenta graves dificultades para atraerlo. Varios son los indicadores que nos describen el perfil del turista extranjero: llega a la provincia individualmente o en parejas, casi nunca en grupos familiares más grandes, el tamaño de los grupos de extranjeros es de 1,5 personas (0,98-2,02). Por otro lado, el turista extranjero gasta más dinero que el nacional, una media de \$81 diarios por persona, comparativamente con los \$57 del turista de Pichincha. Perciben una mejor calidad de los hoteles y la comida (5,14 y 5,29) que los turistas nacionales, en el caso de Pichincha (3,67 y 4,11).

En relación con el rol de las agencias turísticas, el 12,9% de los turistas declaran haber contratado los viajes mediante estos servicios. A pesar de que la cifra no sea demasiado grande, el perfil de consumo de estos turistas es radicalmente distinto del de aquellos que no las contratan. De la figura 2 podemos concluir que los turistas que contratan mediante agencias tienen estancias medias muy superiores al resto 10,0 días (5,7-14,2) respecto a los 3,4 días (3,0-3,7) de los que no las contratan. Por otro lado, el gasto por persona y día es mayor entre los que contratan por agencia \$ 87 (66-108) respecto a los \$60 (55-66) de los que no las contratan. Entre la calidad percibida: esta empeora en las actividades, aunque es mejor en la comida.

6. Referencias Bibliográficas

- Banco Mundial (2017). Anuario de estadísticas de turismo, Compendio de estadísticas de turismo y archivos de datos. Recuperado de <http://statistics.unwto.org/es/content/compendio-de-estadisticas-de-turismo>
- Creswell, J. W. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (2a. ed.)*. Upper Saddle River, NJ, EE. UU.: Prentice-Hall.
- Entorno turístico (2018). *Turismo en la economía de Ecuador*. México. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/>
- Gobierno autónomo descentralizado de la provincial de Esmeraldas (GADPE) (2015). *Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial de la provincial de Esmeraldas (PDOT)*.
- Hosteltur (2018). *Informe del World Travel & Tourism Council*. Hosteltur. Recuperado de https://www.hosteltur.com/127277_peso-turismo-economia-mundial-104-pib.html
- Instituto Geográfico Militar del Ecuador (2017). *Atlas rural del Ecuador*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2010). *Resultados del censo 2010. Fascículo provincial Esmeraldas*.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio (2016). *Introducción al patrimonio cultural*. [Link](#)
- Ministerio de Turismo (MINTUR) (2007). *Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador. PLANDETUR 2020*. Recuperado de <https://jorgepaquay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>
- MINTUR (2017). *Boletín mensual 2017 – 2018*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/18-turismo-en-cifras/analisis-economico/95-boletin-mensual>
- Municipio de Esmeraldas (2018). *Catastro de Esmeraldas*
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2004). *La UNESCO y el patrimonio Mundial*. Recuperado de <http://www.unescoetxea.org/dokumentuak/UNESCOPatrimonio.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2017). *Panorama del turismo internacional*. Recuperado de https://www.google.com.ec/search?q=panorama+del+turismo+internacional+2017&rlz=1C1GCEU_esEC821EC821&oq=Panorama+del+turismo+internacional&aqs=chrome.1.69i57j0l5.2915j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Parada, O. (2015). Investigación de mercados para la creación de un emprendimiento turístico en la localidad de Tachina, provincia de Esmeraldas. *Revista Turismo y Desarrollo Local TURyDES*. 8(18). Recuperado de

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=INVESTIGACI%C3%93N+DE+MERCADOS+PARA+LA+CREACI%C3%93N+DE+UN+EMPREDIMIENTO+TUR%C3%8DSTICO+EN+LA+LOCALIDAD+DE+TACHINA%2C+PROVINCIA+DE+ESMERALDAS&btnG=

Samaniego, L., Lamorú, I. y Oleas, E. (2015). El Turismo Comunitario Como Estrategia De Desarrollo En Base Al Sumak Kausay En Ecuador. *Turismo y Desarrollo Local*, (19)

Tambaco, K. (2012). *Estrategias de promoción para lugares turísticos poco visitados por la gente de Quito en la provincia de Esmeraldas (tesis de pregrado)*. Universidad de las Américas, Quito, Ecuador.

World Travel & Tourism Council (2018). *Viajes y turismo económico y asuntos globales 2018*. Recuperado de <http://www.tourismcsk.com/tcsk/turismo-csc/tcsc/turismo-csc-2018>