

MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO DE EMPRESARIOS TURÍSTICOS EN LAS COMUNIDADES MANABITAS, ECUADOR

MSc. Nelson Garcia Reinoso

Coordinador Maestría en Turismo

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” (ESPAM MFL) Manabí, Ecuador.

ngarcia@espam.edu.ec

PhD. Maryuri Alexandra Zamora Cusme

Directora de Posgrado y Educación Continua

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” (ESPAM MFL) Manabí, Ecuador.

mzamora@espam.edu.ec

Mg. Miriam Paola Ganchozo Luchas

Asistente de la Coordinación de la Maestría en Turismo

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” (ESPAM MFL) Manabí, Ecuador.

mganchozol@espam.edu.ec

Resumen

La presente investigación tiene como objeto identificar procesos claves, estrategias de competitividad e indicadores estratégicos que sustenten la propuesta de un Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades de la provincia de Manabí, Ecuador. Se adopta un enfoque deductivo, se parte de los conocimientos e hipótesis para contratar y enriquecer los hechos y procesos que definen los modelos turísticos. La metodología aplicada está compuesta por cuatro fases: i) inicia con un diagnóstico turísticos situacional se evalúan elementos territoriales como recursos, estructuras y sistemas territoriales de planificación; ii) se analizan aspectos sectoriales como la gobernanza turística, se evalúa el desempeño en el cumplimiento de las funciones y competencias de actores; iii) el estudio del mercado turístico interior, inicia con la identificación de perfiles de clientes resultado de la aplicación de técnicas de análisis factorial, clúster, correlación y regresión; se evalúa la oferta turística sus potencialidades y limitaciones. Para finalizar, iv) se identifican los procesos, estrategias e indicadores claves que sustenten el modelo, resultado de la aplicación del método Delphi, la validación empírica de treinta expertos seleccionados, permitió identificar aquellos procesos e indicadores de alta convergencia y con valores altos o sobresalientes. Los resultados validan la aplicación práctica de esta investigación, al exponer las estrategias de competitividad, que permiten sustentar un modelo de desarrollo, que impulse la reactivación económica, emprendedora y turística en las comunidades de Manabí.

Palabras clave: Modelo turístico, Desarrollo territorial, Planificación turística, Estrategias de competitividad.

Introducción

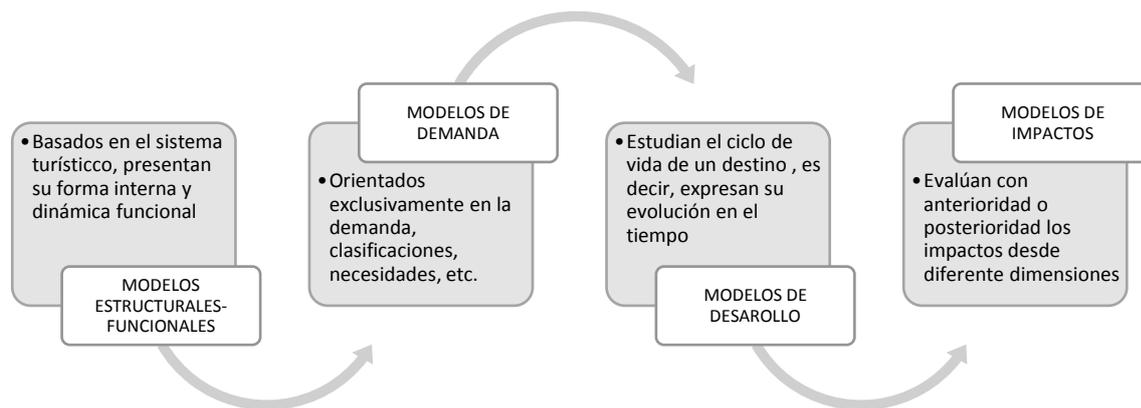
Las actividades relacionadas con el turismo se han desarrollado exponencialmente en el siglo XXI y han tenido importantes impactos sociales y económicos (Bagheri et al., 2020). El turismo ha sido un factor crucial en la estrategia de desarrollo económico de muchos países o destinos (Ramjit, 2014). Diversos estudios coinciden con las ventajas que tiene el turismo para cualquier país o destino, y en su utilización como instrumento para el desarrollo. Si bien el turismo es un motor del crecimiento económico en múltiples regiones del planeta, la concentración de rentas y de impactos sociales y medioambientales que genera en su entorno constituyen una amenaza a su propia capacidad de supervivencia (Simancas & Parra, 2016). La gestión sostenible de los destinos turísticos debe equilibrar una serie de consideraciones socialmente responsables: ambientales, sociales y económicas (Diéguez et al., 2011) (Su & Swanson, 2017).

La planificación turística requiere una comprensión del significado del desarrollo sostenible y los valores rectores para promover el turismo sostenible (Dwyer & Kim, 2003, p. 386), así como los diversos procesos para integrar y participar en la planificación participativa, la creación de consenso y la resolución de conflictos entre todas las partes interesadas. Existe consenso en que se debe alentar y esperar que las comunidades locales participen en la planificación, desarrollo y control del turismo con el apoyo del gobierno y la industria (Petrić, 2012).

Los modelos turísticos no son más que la representación de una realidad turística; son la práctica del turismo, práctica que llama el interés tanto de los operadores o prestadores de servicios, aquellos que se sitúan del lado “producto”, como de los consumidores o turistas, aquellos que se sitúan del lado “acto” (Hiernaux-Nicolas, 2002). Existen una gran variedad de modelos ligados a la actividad turística (ver figura 1), los mismos que han sido propuestos por diferentes autores tomando en cuenta varios criterios.

En la actualidad, es de vital importancia identificar los procesos claves de planificación, así como los nuevos modelos turísticos, que implica que estos adopten determinados tipos de estrategias, las cuales desde su concepción han evolucionado. La planificación, el desarrollo y la operación del turismo deben integrarse en estrategias locales de desarrollo sostenible (Petrić, 2012).

Figura 1. Tipología de modelos más conocidos



Fuente: Elaboración propia a partir de Martín (2008)

La implementación y el logro de los objetivos de desarrollo turístico basados en la comunidad a partir de la teoría del proceso de empoderamiento se pueden lograr mediante la aplicación del enfoque de cinco aspectos: habilitar, empoderar, proteger, apoyar y fomentar (Wrihatnolo & Dwidjowojoto, 2007: 117, citado por Rakhman, 2014). Las iniciativas de emprendimiento en el desarrollo de nuevas empresas en un destino, contribuyen a su competitividad de varias maneras. Estos incluyen la competencia, la cooperación, la especialización, la innovación, la facilitación, la inversión, el crecimiento, la distribución del ingreso y la equidad, la toma de riesgos, la productividad, el llenado de brechas, la diversificación de productos, la gestión de la estacionalidad y los desequilibrios (Ritchie & Crouch, 2010)

El turismo comunitario es un modelo de gestión local que en Ecuador ha estado presente desde mediados de los años ochenta del siglo anterior. En la actualidad un gran porcentaje de los Centros de Turismo Comunitario (CTC) no se encuentran operativos o no han podido legalizarse, una de las causas que lo impiden consisten en completar en profundidad la transferencia de los procesos legales (Cabanilla, 2014). La intervención para la construcción y desarrollo de Centros de Turismo Comunitario (CTC) se ha focalizado principalmente en la construcción de infraestructuras turísticas y en la capacitación temporal, más no en fortalecer y optimizar los vínculos de mercado (Ashley y Goodwin, 2007). No han alcanzado un flujo suficiente de visitantes, y muchos de los CTC se mantienen con flujos mayoritariamente receptivos, lo que dificulta que tengan un desarrollo sostenido de los mercados emisores (Cabanilla et al., 2017)

Ponce & Pérez, (2017) describen una serie de problemáticas presentes en los territorios de la costa de Manabí, en las que sobresalen los problemas de certificación de calidad y de cobertura territorial, en los servicios de alojamiento y la alimentación; la insuficiente fiscalización y regulación en las actividades turísticas. Además de la desarticulación entre niveles de gobierno y la falta de aplicación de la planificación en los gobiernos conllevan a múltiples problemas de carácter social.

Bravo et al., (2018) resalta la realidad, de la casi nula aplicación de las políticas turísticas, ambientales y de ordenamiento territorial por parte de las autoridades; concordando con Alvarez Litben, (2016) al considerar que todavía no se aprecia la democratización en la gestión, ni se ha presentado públicamente una planificación estratégica que oriente las acciones a seguir en las distintas regiones. La ausencia recurrente del Estado en la planificación y apoyo al turismo comunitario obliga a otras Comunas ancestrales de la costa a hacerse cargo del sostenimiento y gestión de sus recursos culturales (yacimientos arqueológicos, museos, artesanías) y naturales (bosques, playas, albarradas) (Alvarez, 2016).

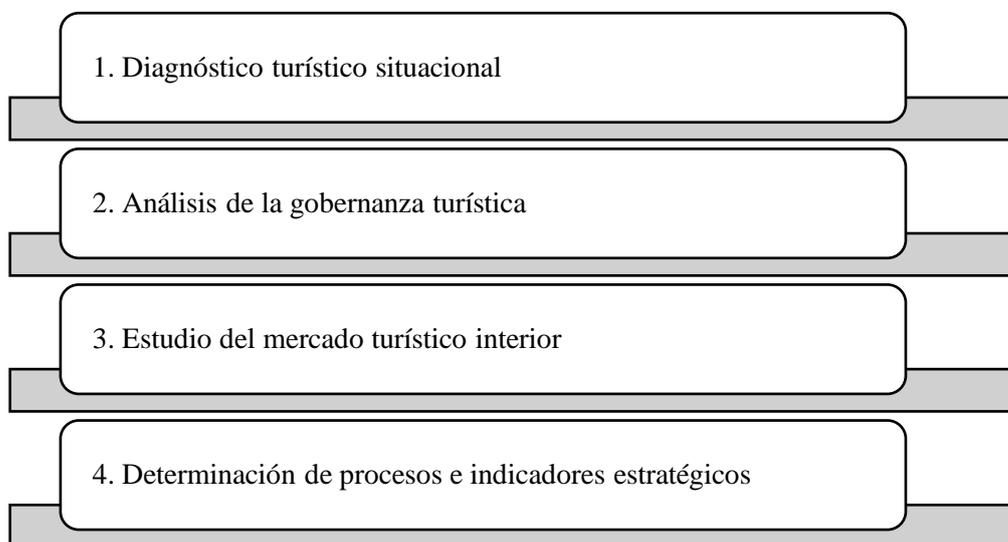
En Manabí, no existen organizaciones de gestión de los destinos que coordinen la planificación, gestión y desarrollo del turismo; en la actualidad existen numerosos problemáticas y contradicciones en la gestión turística, no estando claramente definidas, identificadas y existen limitaciones en las competencias para resolverlas. Los departamentos de turismo a nivel cantonal tienen todas las competencias, pero limitadas capacidades económicas, y los limitados recursos se orientan a concentradas campañas de promoción turística.

Las problemáticas que se presentan en el territorio justifican esta investigación que se centra en el análisis de aspectos básicos como la planificación y el desarrollo del ecosistema emprendedor de la actividad turística territorial, y parte de la premisa, de que los procesos, estrategias e indicadores que sustenten el modelo para el desarrollo del turismo en las comunidades manabitas, debe tener características idóneas para el ámbito de actuación, como adaptarse a la realidad turística y encauzarse a la sostenibilidad. Asimismo, debe implementarse con flexibilidad para adaptarse a las necesidades presentes y futuras derivadas por cambios del entorno. La presente investigación tiene como objetivo identificar procesos claves, estrategias de competitividad e indicadores estratégicos que sustenten la propuesta de un Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades de la provincia de Manabí.

Materiales y métodos

Para identificar procesos claves, estrategias de competitividad e indicadores estratégicos que sustenten la propuesta de un Modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades de la provincia de Manabí, se analizaron diferentes metodologías y modelos identificados en la literatura consultada presentados por Crouch y Ritchie (1999); Hassan (2000); Heath (2002) Vera Rebollo et al., (2001); Ritchie & Crouch, (2003); Dwyer & Kim, (2003); Gooroochurn & Sugiyarto, (2005); Ferreras, (2009); (Crouch, 2010) y Goffi, (2012). Esta investigación propone una metodología (ver figura 2) en la búsqueda identificar procesos, estrategias e indicadores estratégicos que sustenten la propuesta de un modelo funcional e integrador, que se adhiere a las características del estudio, sustentado en la planificación y desarrollo territorial del turismo comunitario.

Figura 2. Metodología para el diseño del modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades manabitas



Fuente: Elaboración propia

La metodología inicia con i) diagnóstico turístico situacional, exponiendo un análisis y evaluación del sistema turístico, se utilizó el método descriptivo y analítico en la revisión bibliográfica y documental de documentos oficiales, como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT); en el trabajo de campo, se emplearon las fichas técnicas de caracterización general del destino y de evaluación y jerarquización de sus productos y atractivos turísticos propuesta por el MINTUR,

además de entrevistas a actores turísticos y encuestas a prestadores de servicios y turistas que permitieron evaluar a través de una matriz FODA la actividad turística.

En su segunda fase ii) análisis de la gobernanza turística referida en una valoración del papel de los actores claves en el desarrollo turístico, se identifican las funciones y competencias de actores, se utiliza la lista de chequeo, fichas de funciones, entrevista, encuesta, y se hace un análisis matriz de involucrados; posteriormente se presenta en la fase tres un iii) estudio del mercado turístico interior, que inicia con el análisis de la demanda turística, se emplea un enfoque descriptivo-correlacional, las técnicas de análisis estadísticos utilizadas han sido cálculo de las medias y frecuencias, tabulación cruzada, análisis de la varianza, análisis discriminante (análisis factorial), segmentación (análisis clúster), análisis de dependencia (correlación y regresión) que permiten identificar los perfiles de los clientes que visitan el territorio, conocer sus principales motivaciones, y la valoración que hacen del destino. Seguidamente se valorando la oferta turística, sus potencialidades y limitaciones.

Los resultados de estas fases que anteceden y los análisis teóricos y metodológicos de diversos modelos turísticos, de sistemas de indicadores sostenibles permiten, iv) la determinación de procesos, estrategias e indicadores claves, los que se validan con la aplicación del método Delphi; que permite la selección de aquellos factores más representativos en correspondencia con el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades de la provincia de Manabí.

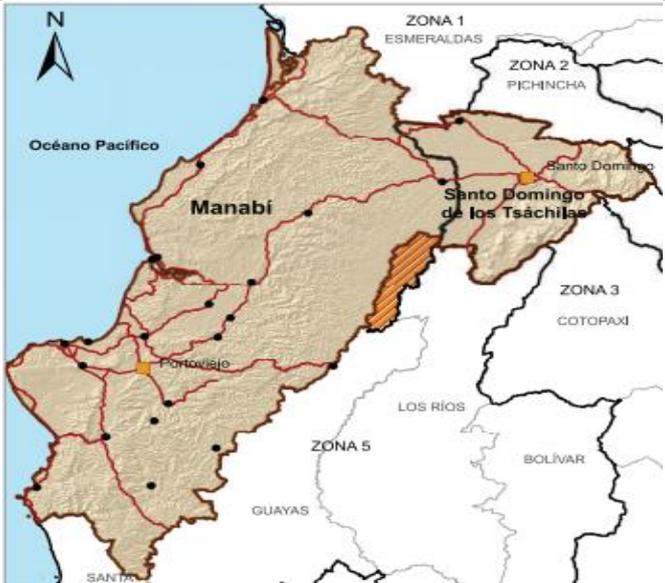
Resultados y discusión

Diagnóstico Turístico del turismo en Manabí, Ecuador

Manabí está establecida como una provincia que forma parte de la división política territorial de Ecuador desde el año de 1824, fecha de su fundación, acorde al Gobierno Provincial de Manabí (2015). Geográficamente (ver cuadro 1), se encuentra localizada en la zona occidental del país, formando parte de la región Litoral, la cual con respecto a ella ocupa la parte céntrica de la misma. Posee una extensión territorial de 18.400 km², caracterizada por su 350 km de perfil costanero, dividida políticamente en 22 cantones, constituyéndose como la provincia más grande de la región seguido de Esmeraldas (Gobierno Provincial Manabí, 2015).

Cuadro 1. Datos generales de Manabí

ANTECEDENTES GENERALES DE LA PROVINCIA	
UBICACIÓN	País –Ecuador
	Región –Costa
SUPERFICIE	18.400 km ²
DEMOGRAFÍA	1'369.780 habitantes
TEMPERATURA	24°C – 26°C y 29°C - 32°C
PLUVIOSIDAD	400 mm – 2.500 mm anual
ALTITUD	1.200 m.s.n.m.
HIDROGRAFÍA	22 cuencas hidrográficas (ríos Chone y Portoviejo)
DIVISIÓN POLÍTICA	22 cantones (53 parroquias rurales y urbanas)
ZONA ADMINISTRATIVA	Zona 4 junto a Santo Domingo



Límites

Norte: Provincia de Esmeraldas

Sur: Provincia de Santa Elena

Este: Provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas

Oeste: Océano Pacífico

Fuente: Elaboración propia a partir del GP Manabí (2015)

Análisis de la gobernanza en Manabí

La superestructura turística en Manabí (ver figura 3) se da desde varios niveles como en el resto del territorio. La operación de la actividad turística desde la superestructura, viene dado acorde a las competencias, que se traducen en facultades y atribuciones para cada uno de los niveles nacionales y territoriales adquiridas en la descentralización; que desde el año 2016 el máximo organismo de la actividad, transfirió las competencias a todos los Gobiernos Provinciales y GADs tanto municipales como parroquiales a nivel nacional (MINTUR 2016).

Con respecto a los problemas percibidos por parte de los actores identificados se centran básicamente en tres cuestiones: i) incipiente planificación turística a nivel provincial y local que contengan programas para mejorar los problemas relacionados con la infraestructura, planta, falta de capacitación y demás; ii) deficiente gestión y gobernanza que conlleva la desarticulación entre niveles de gobiernos y el sector privado que inciden directamente en la falta de consenso; y iii) falta de presupuesto o el capital económico para viabilizar y materializar el desarrollo.

Figura 3. Facultades turísticas de los Gobiernos Autónomos



Fuente: Elaboración propia a partir de MINTUR (2016)

El incumplimiento de funciones evidencias una débil gobernanza turística; justifican la necesidad de establecer un modelo de desarrollo turístico que incluya la gestión como factor importante para establecer las funciones, relaciones y actuaciones; a través de la estructuración de una planificación turística estratégica, que determine los roles de los actores claves involucrados, y se ejecute la gestión pública en unión con los otros actores territoriales, en función de cumplir los objetivos de desarrollo y las acciones estratégicas dentro de los principios de la sostenibilidad. El desarrollo sostenible y la efectiva gobernanza han de centrarse en el entendimiento del cumplimiento efectivo de funciones y responsabilidades compartidas entre las diferentes interrelaciones existentes entre actores.

Estudio del mercado turístico interior en Manabí

El estudio del mercado turístico que se presenta, tiene como objetivo identificar los perfiles de los diferentes segmentos de turistas que visitan el destino turístico Manabí, Ecuador, a través de una segmentación del mercado. Se inicia con una caracterización del comportamiento del turismo interior dentro del territorio, el análisis de las estadísticas del consumo de productos y servicios turísticos, permiten la identificación de variables determinantes, relacionadas a las preferencias, motivaciones, consumo y evaluación que respaldan una óptima segmentación del mercado.

La metodología utilizada para caracterizar la demanda es cuantitativa, con un enfoque descriptivo-correlacional. El procedimiento permite realizar primero un análisis factorial exploratorio según la naturaleza que presentan los datos (Pardo & Del Campo, 2007) y luego una segmentación (análisis clúster) clasificación basada en un algoritmo mixto: clasificación jerárquica con el método de Ward y agregación alrededor de centros móviles (K-medias), y análisis discriminante (Ricolfe et al., 2008; Lopes et al., 2010; García et al., (2011); Lopes, (2011); Bonilla et al., (2014); (Carballo et al., 2016); García et al., (2017); Calvo, (2017) y (Garcia, 2019).

En la provincia de Manabí, no existen estadísticas confiables del turismo interior por parte de las instituciones gubernamentales y las empresas turísticas, por lo que se asume una población infinita y para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la metodología propuesta por Alatorre & Pérez, (2011). La variabilidad de la población se estima en un 50% ($p = q = 0,5$). El método de recogida de datos es el muestreo aleatorio sistemático. Se recopilaron 972 encuestas válidas, representando un error muestral (d) del 3,4% para un nivel de confianza del 96,6%. El trabajo de campo se realizó desde el 1 de diciembre de 2019 al 31 de enero del 2020.

Los resultados del análisis factorial (ver tabla 1) muestran un índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) de 0.741, y la prueba de esfericidad de Bartlett de gran significación ($p < 0.000$), lo que sugiere que los datos estaban lo suficientemente interrelacionados y que era factible un análisis factorial (Sánchez & Hueros, 2010; Hair et al., 2014; Rid et al., 2014 y Valenzuela et al., 2018).

Tabla 1. Análisis Factorial de las variables motivaciones turísticas

Motivaciones turísticas	Componente		FACTORES
	1	2	
La naturaleza, paisaje atractivo	-,927		Factor 1: Turismo de Sol y Playa
Disfrutar de playa, mar y sol	,912		
Visitar sitios turísticos y culturales	,903		
Realizar excursiones / senderismo	-,849		
Relación calidad / precio	,721		
Visitar familiares y/o amigos		,923	Factor 2: Turismo Familiar
La gastronomía		,922	
Cercanía al lugar de residencia		-,711	
Autovalores	3,841	2,178	
% Varianza explicada	48,009	27,227	
% Varianza acumulada	48,009	75,236	
Alfa de Cronbach	0,87	0,78	
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)	0.741		
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado = 6328,953 Sig. = 0,000		

Fuente: Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con Kaiser.^a

Se obtuvieron dos componentes que explicaron la variación del 75.236% en respuesta a la encuesta; junto a los coeficientes alfa de Cronbach y la prueba de esfericidad de Bartlett (BTS) mostró un valor aproximadamente de Chi-cuadrado de $\chi^2 = 6328,953$ ($p < 0,000$), lo que significaba que la matriz de correlación de los datos para el análisis factorial es apropiada (Pérez, 2004; González, Carbonell, & Santana, 2011; Ramirez-Anormaliza et al., 2017).

De los resultados obtenidos, podemos inferir que los dos clústeres identificados presentan por lo general características diferenciadas en cuanto a sus motivaciones turísticas ($p \leq 0,05$). Los hallazgos del estudio de manera general muestran dos segmentos de turistas: el primer grupo: Turismo de Sol y Playa que representa el 48,76 % de los encuestados y prefieren: “La naturaleza, el paisaje atractivo”; “disfrutar de playa, mar y sol”; “visitar sitios turísticos y culturales”; realizar excursiones/senderismo, y la “relación calidad / precio”; y el segundo grupo denominado: Turismo Familiar con el 51,24% del total de encuestados, que opta por “visitar familiares y/o amigos”; “la gastronomía” y “cercanía al lugar de residencia”.

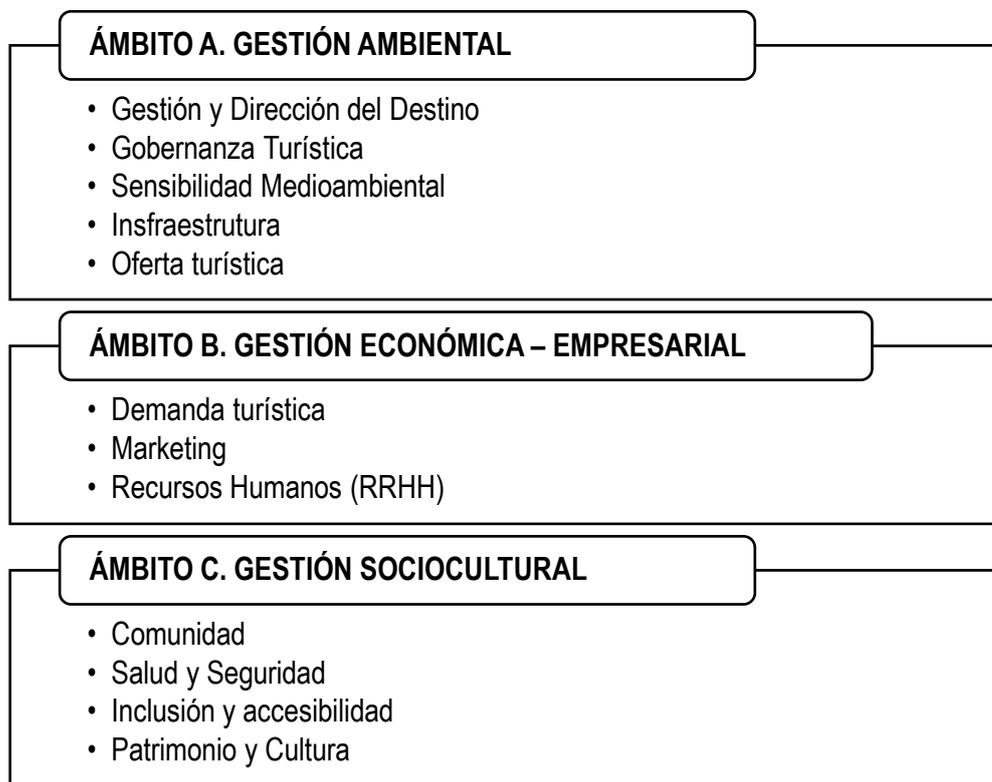
Procesos, estrategias e indicadores del modelo de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en Manabí

Para definir los procesos claves de gestión turística para el desarrollo de emprendimientos turísticos se toman como base los resultados del diagnóstico, el análisis de la gobernanza y el estudio del mercado turístico. Los procesos claves deben fundamentarse en las necesidades y problemáticas del territorio, y estar proyectado acorde a los nuevos paradigmas que implica el desarrollo actual de los emprendimientos.

La selección de indicadores estratégicos implica una construcción científico-técnica; en el estudio son el resultado previo de un marco referencial que analiza estas propuestas, en estudios de este tipo, como los propuestos por: (Vera Rebollo et al., 2001; OMT, 2005; Sancho et al., 2007; Ferreras, 2009; Torres Delgado, 2013; Izquierdo Trujillo et al., 2014; Unión Europea, 2017; Catalina & Fernández, 2017; y Palomeque et al., 2018); además de estar amparados en una valoración social previa (diagnóstico), que otorga a determinados elementos del sistema turístico valor de representación sobre procesos de gestión relacionados con el desarrollo sostenible, en sus tres dimensiones económica, ambiental y sociocultural.

Por otra parte, el carácter territorial y multisectorial del desarrollo sostenible exige indicadores adaptados al carácter integral y multidimensional de los procesos de desarrollo y precisa integrar información de calidad: objetiva, actualizada y fiable, para los indicadores demográficos, sociales, culturales, económicos, institucionales y sectoriales. La composición cualitativa y numérica de los procesos claves y del sistema de indicadores (ver figura 4) es la siguiente: **Ámbito A. Gestión Ambiental:** Está compuesto por 5 “Proceso Clave” con un total de 43 indicadores. **Ámbito B. Gestión Económica – Empresarial:** Está compuesto por 3 “Proceso Clave” con un total de 23 indicadores. **Ámbito C. Gestión Sociocultural:** Está compuesto por 4 “Proceso Clave” con un total de 18 indicadores.

Figura 4: Proceso Clave de gestión sostenible para el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades de la provincia de Manabí



La determinación final de los procesos e indicadores estratégicos es el resultado de la aplicación del Método Delphi. El instrumento fue aplicado a treinta expertos seleccionados con las instrucciones correspondientes. Se les solicitó dar un orden de prioridad a los indicadores y al mismo tiempo otorgar una puntuación según escala. De esta forma, se adoptó el criterio de seleccionar aquellos que, en los resultados de la validación empírica, cumplieren con los siguientes requisitos: Media de 8,60 o superior; Mediana de 9 o superior y Desviación Típica de 1,30 o menor.

Las estrategias de competitividad para el desarrollo de emprendimientos turísticos en las comunidades de la provincia de Manabí, han de sustentarse en función de tres pilares de la sostenibilidad: social, ambiental y económico que adopte como principio básico la planificación, contemple soluciones a las problemáticas territoriales e impulse la reactivación económica, emprendedora y turística en las comunidades de Manabí, a través de la coordinación y trabajo en conjunto de los actores claves dentro de un proceso de gobernanza óptima.

Conclusiones

El diagnóstico turístico situacional permitió identificar las problemáticas que afronta el sistema emprendedor turístico en la provincia de Manabí, que limitan el desarrollo del turismo comunitario; predomina la incipiente planificación turística desde las instancias provinciales y cantonales; cuestión que invisibiliza el involucramiento de la comunidad en el desarrollo de emprendimientos turísticos.

Aspectos sectoriales como la gobernanza turística, sector turístico público (MINTUR y GADs) y privados (cámaras, asociaciones, prestadores de servicios y otros); evidencian el incumplimiento de las funciones y competencias y la desarticulación entre niveles de gobiernos, y los actores involucrados en la planificación turística, que refleja inadecuados procesos de gestión y gobernanza. Se requiere implementar estrategias que incentiven la coordinación y articulación entre los actores del sector público, privado, comunitario, asociativo y académico, en un trabajo conjunto eficaz y estable desde sus competencias para contribuir al desarrollo del emprendimiento turístico sostenible.

La segmentación post-hoc, método empleado para identificar los perfiles de los clientes, permitió identificar dos grupos: i) Turismo de Sol y Playa; y ii): Turismo Familiar que difieren significativamente en sus motivaciones turísticas. Factores determinantes para que gestores turísticos puedan alinear estrategias de competitividad y marketing, crear nuevos servicios y/o productos turísticos comunitarios, innovadores, integrales, sostenibles y de calidad que permitan la dinamización de la economía manabita y que posicionen al destino en los mercados objetivos identificados.

Referencias bibliográficas

- Alonso, V. H. (2009). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito*. Universidad de Las Palmas Gran Canaria.
- Alvarez, S. G. (2016). ¿Es posible un patrimonio cultural para el Sumak Kawsay?: un largo camino por recorrer. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 285–299. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.019>
- Bagheri, M., Shojaei, P., Asghari, S., & Kiani, M. (2020). Proposing a model for assessing green hotels based on ecological indicators. *Tourism and Hospitality Research*, 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1467358420904123>
- Carballo, R., Fraiz, J. A., Araújo, N., & Rivo, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369–383. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/J.PASOS.2016.14.024>
- Clemente, J. S., Roig, B., Valencia, S., Rabadán, M. T., & Martínez, C. (2008). Actitud hacia la gastronomía local de los turistas: dimensiones y segmentación de mercado. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 189–198. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.015>
- Cordero, J. C. (2017). Propuesta de un sistema de indicadores de sostenibilidad turística para destinos urbanos. *ARA: Revista de Investigación En Turismo*, 7(1), 41–51.
- Crouch, G. (2010). Destination Competitiveness : An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, March 2010. <https://doi.org/10.1177%2F0047287510362776>
- Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Cultura e Turismo*, 5(2), 101–124. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3743052.pdf>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism Destination*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Ferreira, S. D. (2011). Geo-segmentación y geo-posicionamiento en el análisis de las preferencias de los turistas: La geometría al servicio del marketing. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 20, 842–854. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3739472>
- Ferreira, S. D., Rial, A., & Varela, J. (2010). Segmentación post hoc del mercado turístico español. Aplicación de análisis cluster en dos etapas. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 19, 592–606. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717609001.pdf>
- García, N. (2019). Segmentación y valoración del mercado turístico: Estudio del destino Patrimonio de la Humanidad Trinidad de Cuba. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 785–806. <https://doi.org/10.31876/revista.v24i87.24637>
- Goffi, G. (2012). *Determinants of Tourism Destination Competitiveness: a theoretical model and empirical evidence* [UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE]. <http://openarchive.univpm.it/jspui/bitstream/123456789/889/1/Tesi.Goffi.pdf>
- González, E. A., & Conde, E. M. (2011). Procedimiento para medir la demanda turística en un destino. *Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local TURyDES*, 4(11), 1–25. <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/gacp.pdf>
- González, E. L., Carbonell, A., & Santana, G. (2011). Modelos complementarios al Análisis Factorial en la construcción de escalas ordinales: un ejemplo aplicado a la medida del Clima Social Aula. *Revista de Educación*, 354, 369–397.
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25–43.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2014). *Multivariate Data Analysis. Seventh Edition*. Pearson Education Limited. Pearson New International Edition. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01517-0_3
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>

- Heath, E. (2002). Towards a model to enhance destination competitiveness: a Southern African perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 10(2), 124–141.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2002). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. In *Cuaderno de Ciencias Sociales 123* (pp. 7–36). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Izquierdo, J., Armas, R. F., Fagundo, C., & Dorta, G. (2014). Diseño de una metodología para evaluar la implementación de un modelo de turismo sostenible: la Carta Europea de Turismo Sostenible en el Parque Nacional de Garajonay, La Gomera. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 219–237. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.017>
- Landaluce, M. I. (2017). Identificación de los perfiles dinámicos provinciales de la demanda turística en España. Un enfoque exploratorio espacio-temporal. *Revista Investigaciones Turísticas*, 14, 63–86. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.14461/INTURI2017.14.04> Cita
- Loor, L., Alonso, A., & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. U.T.M.*, 9(1), 97–108. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i1.1195
- López, J. M., Boerasu, A. E., & López, L. M. (2014). Perfiles de los visitantes en el turismo de naturaleza: análisis Exploratorio en el entorno de Doñana. *International Journal of World of Tourism*, 1(1), 17–25. <https://idus.us.es/handle/11441/51539>
- López Palomeque, F., Torres-Delgado, A., Font Urgell, X., & Serrano Miracle, D. (2018). Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 77(77), 428–461. <https://doi.org/https://doi.org/10.21138/bage.2547>
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica*. https://doi.org/https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-07/tema2/INDICADORES_OMT.pdf
- Osorio, M., Franco, S., Ramírez de la O, I., Nava, G., Espinosa, G. N., & Regil, H. H. (2011). El visitante del Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Análisis del comportamiento en un área natural protegida. *Investigaciones Geográficas*, 76, 56–70. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112011000300005
- Osorio, M., Monge, L. E., Serrano, R. del C., & Cortés, I. Y. (2017). Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios. Estudio comparativo entre México y Ecuador. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 713–729. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.047>
- Pardo, C., & Del Campo, P. (2007). Combinación de métodos factoriales y de análisis de conglomerados en R: el paquete FactoClass. *Revista Colombiana de Estadística*, 30(2), 231–245. <http://www.emis.ams.org/journals/RCE/ingles/V30/v30-2body/v30n2a06PardoDelCampo.pdf>
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. PEARSON PRENTICE HALL.
- Petrić, L. (2012). Croatian Tourism Development Model – Anatomy of an Un/Sustainability. In *Sustainable Development - Policy and Urban Development - Tourism, Life Science, Management and Environment*. Prof. Chaouki Ghenai. <https://doi.org/10.5772/28093>
- Proaño, W., & Ramírez, J. (2017). Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. *Revista Posgrado y Sociedad Sistema de Estudios de Posgrado Universidad Estatal a Distancia*, 15(2), 65–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.22458/rpys.v15i2.1965>
- Rakhman, C. (2014). Community - Based Tourism Development Model in the District of Pangandaran. *International Journal of Culture and History*, 1(1), 34–50. <https://doi.org/10.5296/ijch.v1i1.4970>
- Ramirez-Anormaliza, R., Guevara-Viejo, F., Regnault, M., Pena-Holguin, R., Farias-Lema, R., Bravo-Duarte, F., Diaz-Montenegro, J., Calderon-Cisneros, J., Franco-Arias, O., Ramirez-Granda, F., Rodríguez, E., Vargas-Decimavilla, D., Basurto-Quilligana, R., Vargas-Ortiz, O., Bermeo-Paucar, J., & Castelo-González, J. (2017). *Análisis Multivariante: Teoría y práctica de las principales técnicas*. Holguín S.A-Universidad Estatal de Milagro - UNEMI.
- Ramjit, S. (2014). Evaluating and understanding the tourist experience: an empirical study in Jammu and Kashmir. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 4(1), 1–29.
- Rid, W., Ezeuduji, I. O., & Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation by motivation for rural tourism

- activities in The Gambia. *Tourism Management*, 40(2014), 102–116.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.006>
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing is.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2010). A model of destination competitiveness/ sustainability : Brazilian perspectives. *Public Administration Review (RAP)*, 44(5), 1049–1066.
- Sánchez, R. A., & Hueros, A. D. (2010). Motivational factors that influence the acceptance of Moodle using TAM.pdf. *Computers in Human Behavior*, 26, 1632–1640.
- Sancho, A., García, G., & Roza, E. (2007). Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblacion Vulnerable. *Annals of Tourism Resarch*, 9, 15–77.
- Simancas, M., & Parra, E. (2016). *¿Existe un modelo turístico canario?* (V. de R. con la S. de la U. de L. L. / C. de T. CajaCanarias-Ashotel-ULL (ed.); Primera Ed). PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.
- Su, L., & Swanson, S. R. (2017). The effect of destination social responsibility on tourist environmentally responsible behavior: Compared analysis of first-time and repeat tourists. *Tourism Management*, 60, 308–321. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.011>
- Torres, A. (2013). Turismo y sostenibilidad: una propuesta metodológica para el estudio de la sostenibilidad turística a escala municipal. *Revista Investigaciones Turísticas*, 5, 163–171. <https://doi.org/10.14198/inturi2013.5.07>
- Unión Europea. (2017). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos. Herramienta del ETIS para la gestión de destinos sostenibles*. Oficina de Publicaciones de La Unión Europea. <https://doi.org/10.2873/683262>
- Valenzuela, M., Ortuño, B., & Vicente, B. (2018). Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño. *Innovar*, 28(67), 25–39. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68611>
- Vera, J. F., Sánchez-Rubio, C., Morte, A. R., Torres, F. J., Navalón, M. del R., Such, M. de la P., Baños, C., Martínez, J. E., & Ivars, J. A. (2001). *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/20506/1/Planificacion_gestion_sostenible_desarrollo_turistico_sostenible.pdf