



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

TESIS DE GRADO

**INTERÉS QUE DESPIERTAN LOS ATRACTIVOS
TURÍSTICOS DE LA CIUDAD ESMERALDAS, SEGÚN LA
PERCEPCIÓN DE SUS HABITANTES**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS**

AUTORA

ASHLEY JILIANA QUIÑONEZ CAICEDO

ASESORA

MGT. ISABEL CRISTINA MALDONADO ROMÁN

Esmeraldas – noviembre, 2019

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de Tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS

Presidente Tribunal de Graduación

Mgt. Katia Limones González

Lector 1

Mgt. Katia Limones González

Lector 2

PhD. Roxana Benítez Cañizares

Responsable Plan de Contingencia

Escuela Hotelería y Turismo

Mgt. Katia Limones González

Director de Tesis

Mgt. Isabel Cristina Maldonado Román

Esmeraldas, 27 de noviembre 2019

Autoría

Yo, Ashley Jiliana Quiñónez Caicedo, portadora de la cedula de ciudadanía N.º 0803433515, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi propia autoría, respetando las diferentes fuentes de información, realizando las debidas citas correspondientes.

Ashley Jiliana Quiñónez Caicedo

CI: 0803433515

Dedicatoria

Este proyecto lo dedico a Jehová Dios, por haber sido la fuente de mi vida, fortaleza, sabiduría y ayuda diariamente; permitiéndome desarrollar mis actividades satisfactoriamente hasta la actualidad. A mis padres, porque con su esfuerzo y dedicación pudieron guiarme en el transcurso de mi vida y han sacrificado todo, con el fin de ayudarme a salir siempre adelante cumpliendo mis metas y haciéndome feliz. Son ellos mi inspiración y constancia, con sus palabras de ánimo en todo momento han permitido no doblegarme y continuar. Por último, a mis hermanos, Ángel Quiñónez y Alan Quiñónez, que proporcionaron ayuda constante en este trabajo y en el transcurso de todos mis años de estudio. A Carmen por demostrarme su cariño y prestarme su ayuda directa e indirectamente, sobre todo en mis estudios. A todos ellos muchas gracias, los amo a todos.

Agradecimiento

Para la ejecución de dicho proyecto, expreso mi agradecimiento a:

Entidades del cantón Esmeraldas, como es el caso de la dirección de Turismo del Municipio de Esmeraldas y al Consejo Nacional Electoral; al proporcionar la información respectiva, en cuanto a los atractivos turísticos, población y distribución territorial del poblado urbano.

Mis padres Lic. Ángel Quiñónez y Lic. Sara Caicedo, por contribuir con la ejecución del instrumento al segmento indicado.

Mis hermanos, al aportar con sus conocimientos sistemáticos computacionales para el análisis de la información obtenida. Al igual que la ayuda de mi amiga Carmen para la tabulación del instrumento.

Mis maestros de esta distinguida universidad, pero sobre todo a la Mgt. Isabel Maldonado por darme su tiempo y conocimiento para cumplir con este trabajo de investigación.

Índice

	Pág.
Páginas Preliminares	
Tribunal de Graduación	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de Contenidos	vi
Índice de Tablas	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1 Bases teórico – científicas	6
1.1.1 Destino turístico. Definición	6
1.1.1.1. Sitios turísticos dentro de los destinos	7
1.1.2 Atractivos turísticos. Definición	8
1.1.2.1 Factores que hacen posible que los atractivos y los sitios turísticos despierten el interés de los visitantes	11
1.1.3 Relación entre los atractivos y los habitantes del sitio	14
1.1.4 La ciudad como destino turístico	16
1.2 Antecedentes	18
1.3 Marco legal	20
CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	22
2.1. Tipo de estudio	22
2.2. Métodos	22
2.3. Definición conceptual y operacionalización de la variable	23
2.4. Técnicas e instrumentos	23
2.5. Población y muestra	24
2.6. Análisis de datos	24
CAPITULO III: RESULTADOS	25
CAPITULO IV: DISCUSIÓN	30
CAPITULO V: CONCLUSIONES	35
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	36
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXO	44

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Dimensiones e indicadores de la variable: Interés despertado por los atractivos turísticos de una ciudad.....	23
Tabla 2 Edad de la población encuestada.....	25
Tabla 3 Atracción despertada por los atractivos.....	29
Tabla 4 Uso de los atractivos en actividades realizadas en los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas	30

Resumen

Los atractivos turísticos siempre han sido uno de los principales elementos a tomar en cuenta para que un destino sea visitado. Por lo tanto, se resalta el interés que estos despiertan, según la percepción que tienen los habitantes del sitio. Sobre esta base, se llevó a cabo esta investigación de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo, teniendo como objetivo analizar el interés que despiertan los atractivos turísticos de la ciudad de Esmeraldas, según la percepción de sus habitantes. Para el cumplimiento de dicho objetivo se desarrolló la técnica de encuesta, aplicando un cuestionario con escala Likert, a los habitantes de esta ciudad. Se obtuvo como respuesta, con un mayor porcentaje, que los atractivos turísticos que tienen actualmente la ciudad de Esmeraldas presentan un carácter distintivo que la identifican, además poseen un buen estado de conservación, son capaces de despertar emociones y cumplen con las expectativas de los turistas. Sin embargo, en menor grado, se realizan múltiples acciones y actividades turísticas dándole uso a ellos. Por tal razón, se concluyó que, según la percepción de los habitantes, los atractivos turísticos de Esmeraldas no son capaces de despertar el interés en los turistas porque no cumplen con todos los factores requeridos para ello.

Palabras clave: atractivos turísticos; interés despertado por atractivos turísticos

Abstract

Tourist attractions have always been one of the main elements to take into account for a destination to be visited. Therefore, the interest that they arouse is highlighted, according to the perception that the inhabitants of the site have. On this basis, this applied type research was carried out, with a quantitative approach and descriptive scope, with the objective of analyzing the interest aroused by the tourist attractions of the city of Esmeraldas, according to the perception of its inhabitants. In order to fulfill this objective, the survey technique was developed, applying a Likert scale questionnaire, to the inhabitants of this city. It was obtained in response, with a higher percentage, that the tourist attractions that currently have the city of Esmeraldas have a distinctive character that identifies it, they also have a good state of conservation, are capable of arousing emotions and meet the expectations of tourists . However, to a lesser extent, multiple tourist actions and activities are carried out using them. For this reason, it was concluded that, according to the perception of the inhabitants, the tourist attractions of Esmeraldas are not able to arouse interest in tourists because they do not meet all the factors required for it.

Keywords: tourist attractions; interest aroused by tourist attractions

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo el turismo fue tomando mayor importancia en la actividad económica de un determinado lugar. Esto ha permitido las mejoras de los destinos turísticos con el objetivo de aumentar el grado de interés de los atractivos turísticos hacia los visitantes.

Dentro de los elementos que motivan el viaje y la estadía de los turistas en un destino se encuentran los atractivos, productos, recursos, infraestructura y planta turística. No obstante, los atractivos turísticos son aquellos que permiten captar la atención de los visitantes (Ortega y Arellano, 2018, p.11). Además, son los que intervienen principalmente en la toma de decisión al momento de elegir qué lugares visitar. Adyacente a los atractivos turísticos van las actividades a realizar en estos lugares que permiten proyectar una imagen aceptable a los turistas y a su vez dirigirse a los destinos (Navarro, 2015, p.352).

Con lo expresado anteriormente se puede entender que los atractivos turísticos son la parte principal de un destino turístico. Permiten que la planta turística pueda empezar su funcionamiento. Es decir, sin los atractivos no existe un destino turístico. Por lo tanto, son ellos los entes principales a considerar o tomar en cuenta para la selección, el traslado y disfrute de los turistas o visitantes.

Los atractivos han provocado que cada vez aumente el número de viajeros, proporcionando mayor ingreso económico en los sitios turísticos y favoreciendo al visitante, que busca nuevas motivaciones para la satisfacción de sus necesidades, ya sean estas de ocio, aprendizaje y de diversión (Condori, 2006, párr.1). Entonces los sitios turísticos deben cumplir con ciertas características o recursos que permiten ser atractivos, pero que a la vez llamen el interés de los turistas cumpliendo con sus expectativas, y provocando cada vez más la afluencia de ellos.

El interés no es más que el grado de importancia o valor que se le da a algo. Estos dependerán de las situaciones en que se lo exprese o que es tomado en cuenta, aun así, en las personas, siempre será evaluado según los gustos, ideales, actividades, entre otros aspectos. Por tanto, En el ámbito turístico el interés de los atractivos va influenciado en el grado de importancia que estos provocan hacia los gustos y preferencia de la demanda. Sin embargo, no se debe dejar de lado la percepción y el interés que tienen los atractivos turísticos con relación a los pobladores. Los habitantes son los que deben desarrollar el

sentido de pertenencia hacia estos, deben poseer todo tipo de información acerca de los atractivos, su historia, su significación, sus rasgos relevantes. Puede afirmarse, entonces, que el mayor grado de interés de los atractivos debe darse principalmente desde los pobladores al estar identificados con lo que poseen y a su vez captar la atención por parte de los turistas. Por tal razón resulta de gran importancia en la actualidad emprender y desarrollar estudios con este tema.

A nivel mundial, el continente europeo es el más sobresaliente, debido a la variedad de atractivos turísticos que ofrece, donde se destacan sobre todo los culturales. Se recalcan países como España, Italia, Alemania, Reino Unido (Moreno & Coromoto, 2011, p. 140). Estos países cuentan con importantes ciudades con conservados y significativos centros históricos, capaces de despertar gran interés en cantidad significativa de turistas y de los habitantes de cada una. Según el ranking presentado por la Organización de Mundial del Turismo (OMT, 2016) entre los sitios mayormente visitado por la cantidad y variedad de atractivos turísticos a nivel mundial se encuentran Francia, Estados Unidos de América, España y China ocupando los primeros puestos seguido de Tailandia.

No obstante, hoy en día, en el continente americano por su nivel de aceptación por parte de los turistas sobresale México, Cuba, República Dominicana, Uruguay, Colombia, Brasil, Chile, entre otros. De estos resaltan ciudades como Colonia, Sao Pablo, Cancún, Jamaica, Buenos Aires; debido a la variedad de atractivos que existen. Por esta razón se puede destacar la variedad de turismo realizado desde el de sol y playa hasta el ecoturismo con todas sus tipologías (Osorio & Rozo, 2014, pp. 26-31). Existen atractivos turísticos como ciudades coloniales que por su atraktividad han captado el interés de gran cantidad de turistas a visitarlos.

Las ciudades coloniales son importantes debido al grado de conservación que tienen tanto en su infraestructura como en la historia. Existen ciudades que han llegado a obtener una relevancia en este aspecto y han sido consideradas Patrimonio de la Humanidad, un caso de estos es la Habana en Cuba, al establecer y cumplir reglas para la recuperación y conservación de estos atractivos o patrimonios, ha hecho que estos estén aptos para la llegada de turistas y despertando el interés de muchos provocando una gran afluencia de turistas en estos atractivos.

También por poseer centros históricos emblemáticos y mejor conservados se tiene el caso de las ciudades de Quito y Cuenca que son consideradas Patrimonio Cultural del Ecuador, ellas tienen un hondo valor por su historia, arquitectura, obras de artes antiguas como

contemporáneas y otras características que hacen avivar el interés de los visitantes y de los pobladores.

Todos estos atractivos tienen condiciones necesarias para la atraktividad y llegada de los turistas. Con esto se puede notar que, son cada vez más las ciudades que ofertan gran variedad de atractivos turísticos y que han ido tomando características sobresalientes tanto para la perspectiva del turista como el de los pueblos.

Ecuador por su diversidad de flora y fauna se encuentra categorizado entre los 17 países más diversos a nivel mundial (Caiza, R. & Molina, E, 2012, p.9). Además, en el país existen “catorce nacionalidades y treinta y dos pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo” (Ministerio del Turismo, 2017, p. 5). Estos pueblos indígenas aglutinan todo tipo de manifestaciones culturales que son expuestas en todas las actividades diarias, siendo consideradas atractivos culturales para el Ecuador. Con ellos se resalta y da a conocer a los visitantes aspectos significativos como vestimenta, bailes, mitos, leyendas, comidas típicas, entre otras. Todos estos aspectos descritos con anterioridad han provocado que el país sea un punto de interés en el sector turístico, donde hasta los habitantes tienen una percepción favorable en este aspecto.

En el ámbito de atractivos turísticos naturales, Montesdeoca (2014) resalta que “en el país sobresalen los atractivos turísticos más visitados, dos de ellos son los parques nacionales como Galápagos y Yasuní” (p. 4). Se destaca que los gobernantes y ciertas entidades se han unido con la sociedad con el objetivo de prestar sus servicios hacia los turistas. Ellos se han identificado con los atractivos turísticos que cuentan, sacándoles el mayor provecho posible y a su vez son beneficiados económicamente por los servicios que prestan a los visitantes.

Por su parte, la provincia de Esmeraldas también sobresale en este aspecto. En los siete cantones que la conforman existe la variedad de atractivos tanto culturales y naturales aptos para realizar actividades turísticas donde los pueblos son participe de ellas, entre estos se pueden resaltar “Áreas Protegidas del Ecuador, como La Laguna de Cube, Reserva Marina Galera San Francisco, Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario del Río Esmeraldas, y culturales como: La Fiesta de San Martín de Porres, los Museos, la gastronomía, entre otros” (Carriel, 2016, p.3). Otro atractivo cultural considerado Patrimonio Intangible del Ecuador muy relevante es la marimba, declarado así por la UNESCO en el 2015 (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 20015). Este es significativo para el pueblo esmeraldeño.

La ciudad de Esmeraldas posee una variedad de sitios y atractivos turísticos naturales como culturales y con el paso del tiempo el número de ellos va en aumento. No obstante, existen ciertos impedimentos que hacen que las actividades dentro del sector turístico no se desarrollen de forma correcta. En esto va incluido desde escases de los servicios básicos, el incremento de los precios y hasta un mal servicio prestado a los visitantes.

Sobre todo, por parte de los pobladores hace falta el sentido de pertenencia hacia los atractivos con los que cuentan. Los esmeraldeños no se sienten identificados con los atractivos ya sean naturales o culturales, debido a la poca información que existe de ellos, por tal motivo desconocen cómo deben conservarlos, ni desarrollarlos turísticamente.

Los atractivos dentro de la ciudad no presentan condiciones adecuadas para la llegada de los turistas, debido al desinterés por parte de los gobernantes a cargo. Ellos creen que, por contar con variedad de atractivos turísticos, los turistas tienen que sentirse atraídos y viajar. Pero desconocen que la conservación y protección que se le dé a los atractivos permitirá tener atraktividad y a su vez despertar el interés de la demanda, pero sobre todo hacer que los pueblos se identifiquen con lo que tienen y lleven un trabajo unánime.

Frente a esta situación, en la actualidad no han surgido iniciativas de estudios encaminados a aportar información que sirva como base para dar solución a problemas presentes. Por tanto, se decidió realizar una investigación para dar respuesta a la siguiente pregunta científica general: ¿Según la percepción de los habitantes de la ciudad de Esmeraldas sus atractivos turísticos despiertan interés?

Es necesario dar respuesta a la pregunta formulada con anterioridad, para ello se estableció como objetivo general: Analizar el interés que despiertan los atractivos turísticos de la ciudad de Esmeraldas, según la percepción de sus habitantes. Posteriormente se definieron objetivos específicos, con el fin de cumplir en objetivo general, estos son:

1. Conocer la atracción despertada por los atractivos que conforman los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas.
2. Determinar el uso de los atractivos en actividades realizadas en los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas.

Fue conveniente realizar la presente investigación. Era necesario demostrar que tan capaces son los atractivos de la ciudad de Esmeraldas de despertar el interés de los visitantes, para que sobre esta base se emprendan acciones encaminadas al uso turístico de estos. Ello conlleva a afirmar que con la investigación se contribuirá a la solución de problemas prácticos en el desarrollo turístico de la ciudad de Esmeraldas: no gestión de

la actividad turística, falencias en el uso y el no uso de los atractivos turísticos en actividades

Por tanto, en primer orden, la investigación beneficiará a todos aquellos que tienen como función planificar, gestionar y llevar a vías de hecho la actividad turística en la ciudad de Esmeraldas, tanto en la esfera privada como en la pública. Los resultados obtenidos, de manera específica, les servirán de base para el diseño de actividades en los que se dé uso correcto a los atractivos turísticos. De manera general, les servirán de base para emprender el desarrollo eficiente de la actividad turística en la ciudad de Esmeraldas y lograr que esta posición como un destino turístico de ciudad, caracterizado por su cultura, su naturaleza y su playa. A su vez, gracias a la información obtenida con la investigación, podrán generar y hacer cumplir normativas que estén al tanto de los métodos adecuados para la conservación de los atractivos y que con ellos se puedan generar servicios turísticos sin afectarlos.

Serán beneficiados igualmente los esmeraldeños que habitan la ciudad de Esmeraldas. Les proveerá de conocimientos acerca de los atractivos de su ciudad, provocando que se sientan identificados con las riquezas de sus atractivos, dado que son ellos los entes principales, por decirlo así, encargados de comercializar y venderlos. Se contribuye de esta manera a despertar y fortalecer en ellos la identidad esmeraldeña

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Bases teórico - científicas

1.1.1. Destino turístico. Definición

Los turistas son los entes que provocan la existencia del turismo en diferentes sitios, sin embargo, para que se dé el traslado de estos deben existir los destinos turísticos óptimos. Por tal motivo, son muchos los investigadores que exponen definiciones al respecto.

Para este estudio se toma en cuenta las definiciones de Barrado (2004), San Martín (2005) y Rodríguez (2011). El afán es de tener claro cuál es el papel que cumplen los destinos turísticos en el ámbito turístico.

Barrado (2004) mencionado anteriormente, en su estudio expone al destino turístico utilizando frases como “espacio físico” y “espacio local” en donde se llevan a cabo las diferentes actividades turísticas englobando “servicios, atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos” (p. 50). Deja claro que, para que un determinado territorio sea considerado destino turístico debe estar compuesto por distintos elementos que permiten la satisfacción de los visitantes.

Sin embargo, también recalca que “el destino debe tener necesariamente unos límites que conlleven un dentro y un fuera” (p. 51). Es decir, todo destino turístico necesariamente debe estar limitado geográficamente, por tal razón, se conoce como destinos turísticos a los países, ciudades y regiones, observando sus límites con claridad.

Con respecto a la opinión expresada por Barrado (2004), San Martín (2005) coincide al definir a los destinos turísticos, como un espacio, él menciona que es “el espacio geográfico donde tiene lugar la experiencia turística” (p. 4). Con esta expresión se enfatiza que, estos espacios geográficos o destinos turísticos deben provocar el desplazamiento de los turistas y a su vez complacer las necesidades de ellos.

A parte de que un destino turístico sea un espacio geográfico con límites determinados y prestadores de servicios que superen las expectativas de los visitantes, Rodríguez (2011) argumenta, que es el “ámbito donde ocurre la mayoría de las actividades de producción y

consumo turístico”. Por ende, determina al destino turístico “como el lugar donde se asienta el turismo” (párr. 8).

Con todas las aclaraciones expuestas anteriormente, se puede determinar que los destinos turísticos son espacios delimitados de un territorio, donde se oferta atractivos, productos turísticos donde se convierten los servicios necesarios para el deleite de los turistas. Es por eso por lo que, cada vez son más las ciudades que son ofertadas y conocidas como destinos turísticos, culturales o históricos.

1.1.1.1. Sitios turísticos dentro de los destinos

Los destinos turísticos para ser atractivos deben tener muchas características que despierten el interés de la demanda, una de ellas son los sitios turísticos. Estos son lugares “donde se puede contemplar, en la medida en que el espacio es objeto de atracción por sus escenarios (playas, bosques, montañas, valles, ciudades, etc.)” (Antón, Fernández, y González, 2013, p.108). Los sitios dentro de los destinos turísticos son preferidos por ofrecer a los turistas belleza paisajísticas y estéticas.

Además, Boullón (2006) alega que “dentro de un país o una región, el espacio turístico comprende aquellas partes del territorio donde se verifica la práctica de actividades turísticas” (p.218). Es decir, los sitios turísticos a más de atraer visualmente deben promoverse y desarrollar actividades que permitan el disfrute pleno. Estos en su mayoría, están compuestos de factores que ayudan a la concurrencia o visitas, por tal razón, Boullón (2006) deja claro que, en un sitio o zona turística, es importante la existencia de los atractivos turísticos. Los espacios turísticos deben estar equipados por elementos que permitan el desarrollo turístico y entre estos resaltan los atractivos ya sean estos naturales o culturales, que dependerán de las preferencias de la demanda.

Antón, Fernández, y González. (2013) contribuyen con la ideología de Bullón (2006) expresando que los sitios turísticos son

lugares donde confluyen el desarrollo de productos destinados al ocio, la recreación y el tiempo libre para visitantes no permanentes con el consumo de dichos recursos —ya sean tangibles o intangibles— a través de la vivencia de experiencias que generan satisfacción. (p. 132)

Con lo expuesto, queda claro que, un destino turístico está compuesto de sitios turísticos y que dentro de ellos también los componen los atractivos turísticos, con el objetivo mejorar la experiencia de los visitantes, sin embargo, estos a su vez deben ir de la mano con el desarrollo de actividades, infraestructura, instalaciones de alimentos y bebidas, y los lugares de hospedaje (San Martín, 2005, p. 6). Ellos cumplen un papel importante hacia la imagen que se van proyectando los turistas, al momento de desarrollar la actividad turística.

Rodríguez (2011) expresa

El éxito de un destino turístico se relaciona con la presencia de productos turísticos que se complementen y generen una oferta atractiva para los visitantes, de manera tal que puedan permanecer más tiempo en el lugar sin aburrirse, participando cada día en una experiencia nueva (p.5)

Estos productos están compuestos de cada uno de los sitios turísticos con los que cuenta un destino. Los sitios turísticos pueden ser naturales como parques, reservas, playas, lagos entre otras. Y culturales como los museos, miradores, teatros, sitios arqueológicos, entre otros. Todos ellos permiten que los visitantes expresen y desarrollen emociones, ideas, sentimientos de un espacio determinado (Lawson y Baud-Bovy, 1977, citado por San Martín, 2005, p. 9).

Tras dar la definición de destino turístico, Esteve, Fuentes y Martín (2006) acotan a la opinión de Rodríguez, diciendo que son “lugares geográficos que por sus atractivos, condiciones y reconocimientos son ofertados por los intermediarios y los turistas eligen pasar la totalidad o parte de sus vacaciones buscando en ellos satisfacer las expectativas” (p. 54). En lo expresado se deja claro que, al momento de seleccionar un destino turístico, los turistas toman en cuenta a los sitios turísticos como punto importante a cumplir con sus expectativas.

1.1.2. Atractivos turísticos. Definición

Dentro de los sitios turísticos, la práctica turística es llevada a cabo gracias a un conjunto de componentes que permiten el desarrollo de estas, proporcionando la satisfacción de las personas que se desplazan a estos territorios. Uno de estos componentes primordiales son los atractivos o sitios turísticos, ellos hacen que un territorio específico sea considerado

destino turísticos. Probablemente, la palabra atractivo turístico es un anglicismo porque parte de una palabra en inglés *tourist attraction*, definiéndola como un lugar interesante o divertido para ir o realizar actividades turísticas (Navarro, 2015, p. 351a).

Por ende, ciertos escritores ponen de manifiesto la definición de lo que son los atractivos turísticos. Una de ellas los define como “los lugares de destino de condiciones aptas y deseadas para la realización de actividades de esparcimiento” (Almirón, Bertoncello y Troncoso, 2006, p. 106). Pero también recalcan que los atractivos turísticos son “atributos propios de los lugares”. Es decir, para que un lugar sea considerado atractivo o sitio turístico, este debe representar las características propias del destino y poseer o proporcionar ambientes adecuados para cuidar de los visitantes, en este ámbito abarca, desde la información del sitio, seguridad física, agradabilidad, entre otros aspectos. Todos estos puntos deben ir agarrados de la mano porque de esta manera pueden prestar las condiciones adecuadas para las actividades turísticas en los sitios turísticos y que de igual forma pueda cumplir con las expectativas de los turistas.

Otra definición de los atractivos turísticos la proporciona (DTN) el Diccionario de la terminología turística (1970) citado por Navarro (2015, p. 336), muestra que los atractivos turísticos son “elementos naturales, culturales, deportivos o de cualquier otro tipo que generan suficiente interés para atraer a turistas”. Esto deja claro que la característica principal que debe cumplir un sitio turístico es despertar interés y atraer a las personas.

La definición expuesta anteriormente concuerda con la idea expuesta por Guerrero y Ramos (2014) expresan a los atractivos también como “conjunto de elementos” que cumplen con la capacidad de influir en la decisión de la mayor parte de los turistas que se trasladan a un sitio, que les proporcionen complacencia por lo buscado. Con esto se puede comprender que los atractivos turísticos benefician principalmente a la demanda que hace uso de estos atractivos.

Boullón (1985) citado por Navarro (2015, p. 337), en la definición que él da, muestra una relación con lo expuesto por DTN usando un sinónimo, pero dándole mayor importancia, “materia prima”. Adicionalmente usa otra frase que recalca los beneficios de los atractivos turísticos, “permite que la planta turística opere”, dando a entender que sin los atractivos turísticos no se pueden desarrollar la actividad turística en un destino, por su parte éstas en conjunto con otros elementos, que conforman el sistema turístico, hacen posible captar el interés y a su vez satisfacer a la demanda.

Con esto se puede hacer una definición más amplia, donde se puede tener claro que los atractivos turísticos aparte de captar el interés de la demanda y satisfacer sus necesidades,

también despierta el interés por parte de los oferentes, al beneficiarlos por el servicio brindado. Es decir, ambas partes ganan gracias a los atractivos turísticos acompañado por los distintos recursos turísticos que permiten el desarrollo de él.

Relacionando la idea de Almirón, Bertoncetto y Troncoso, Maldonado (2010a) citado por Álava (2017) en la definición que da se menciona también que los atractivos turísticos son el conjunto de lugares que tienen características propias para atracción y llegada de la demanda. Sin embargo, resalta la frase “bienes tangibles e intangibles”, dejando claro que, este conjunto de sitios puede variar según sus tipologías y las preferencias que estos tengan hacia los turistas (p. 19). De todas formas, los atractivos turísticos sean tangibles o intangibles hacen posible que gran masa de personas se desplacen fuera de su lugar de residencia y pernocten en los distintos destinos.

Es decir, que existen atractivos turísticos que los visitantes podrán ver y tocar físicamente, mientras que existen atractivos los cuales su apreciación será a través de otros medios.

En el caso de los atractivos turísticos intangibles se hace uso de los sentidos del hombre, tales como el oído, el gusto, y en ciertos casos la vista. Sin embargo, hay atractivos, sean tangibles o intangibles, que hacen uso de uno o la combinación de dos o más sentidos con los que cuenta el ser humano por ejemplo el oído y la vista, (shamanismo, bailes, dramas, festivales folclóricos, etc.), o solo el oído (música y lengua vernácula), entre otros.

Debido a la confusión que esta clasificación puede traer, algunos escritores han puesto de manifiesto otros ideales en relación con las tipologías o clasificación de los atractivos turísticos. Por su parte, Almirón, Bertoncetto y Troncoso (2006) destaca que

Los atractivos turísticos han sido analizados fundamentalmente en términos de sus características, dando lugar a distintas tipologías de acuerdo con sus cualidades o al tipo de uso que habilitan. Atractivos naturales, históricos o culturales, son grandes categorías de uso habitual para referirse a ellos (párr.23).

Dentro de esta clasificación engloba a los atractivos tangibles como a los intangibles y proporcionando satisfacción a la demanda según los gustos de esta, ya sea por la naturaleza o la cultura y sus componentes. Sin embargo, existen elementos dentro de los atractivos que hacen que sean atrayentes a los turistas y que permiten el traslado a cada uno de ellos.

1.1.3. Factores que hacen posible que los atractivos y los sitios turísticos despierten el interés de los visitantes

Las personas tienen perspectivas, inclinaciones y gustos diferentes que intervienen en el momento de hacer una elección del sitio al que viajan turísticamente. Ante este hecho se presenta una gran variedad de sitios turísticos en oferta y con ellos atractivos que los identifican. Atendiendo a esta realidad, Acerenza (1984) citado por Navarro (2015) expresa que

Los atractivos turísticos son el componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización (p. 337).

Todos los atractivos cumplen con ciertas características que varían dependiendo del sitio en el que se encuentren. Estas los hacen atractivos y permiten captar la atención de gran cantidad de turistas o visitantes hacia los distintos destinos turísticos.

Los elementos que hacen posible la atención del sitio turístico es la existencia de los atractivos turísticos. Estos hacen que un sitio turístico sea “conocido y visitable” (Ortega y Arellano, 2018, p.11), convirtiéndose así en un atractivo de sitio. Ello permite planificar y desarrollar las distintas actividades dentro de los atractivos de sitio, a través de los cuales hacen agradable la permanencia de los turistas en los destinos.

Acotando con la idea expuesta por Ortega y Arellano (2018), Lee et al. (2010) citado por Freita y de Sevilh (2017) recalca que “los recursos turísticos existentes en el sitio son los que hacen de la percepción del turista agradable” (p. 512). Para estos autores los recursos son los atractivos turísticos. Estos sirven de complemento, gracias a sus tipologías y contribuyen a que los sitios se vuelvan el punto de captación por parte de la demanda. Es decir, permiten que el sitio cumpla con las características buscadas por los turistas, y en cierta forma, también ayudan al desplazamiento de ellos hacia este.

Para Altés Machín (1995) los recursos son los atractivos turísticos, esta autora citada por Navarro (2015) recalca que, los recursos turísticos son “la base sobre la que se desarrolla la actividad turística” (p.337). A partir de ellos, nace otro elemento que hace posible que un sitio sea atractivo, sin embargo, estos son muy necesarios para el desarrollo de las actividades dentro de los atractivos.

El grado de conservación de los atractivos es otro factor que permite captar la atención de los turistas, dado que, para el disfrute de actividad turística estos deben encontrarse en condiciones óptimas. La imagen que proyecte un atractivo proporciona una reputación aceptable, por la mayor parte de la demanda a quien es ofertado. Además, existen cada vez más turistas que les gusta cuidar del ecosistema, por ende, cuando realizan su actividad turística toman en cuenta que estos atractivos estén conservados o preservados. Debido a este aspecto en todos los territorios existen atractivos que son declarados Áreas Protegidas, en ellas se efectúa la labor constante de preservar y cuidar de los recursos culturales y naturales. Estas áreas constan de normativas claras e inquebrantables para dicha conservación. Sin embargo, no deben ser las únicas áreas a las que les corresponden tener y cumplir con estas políticas, sino más bien, a todos los sitios y atractivos donde se lleve a cabo la actividad turística para que el visitante elija y disfrute del atractivo.

Otro de los elementos de alta relevancia son las actividades turísticas para realizar dentro de los atractivos turísticos, es decir, qué hacer usando dicho atractivo. Navarro expresa que, “los turistas no se movilizan para apreciar o conocer un recurso, si no para vivenciar un aspecto simbólico de él” (p.352). Con dicho dato se nota claramente que las actividades que se desarrollen en los atractivos son muy influyentes al momento de elegir el atractivo, la permanencia en el y el disfrute pleno.

Las actividades desarrolladas dependen del atractivo, cultural o natural, el tipo de turismo que se lleve a cabo, las condiciones del lugar, el clima, entre otros; este elemento va de la mano con los recursos presentes en el lugar del atractivo turístico y del segmento de turistas, es decir, las actividades son ajustables teniendo en cuenta los factores ya mencionados. La satisfacción se obtiene principalmente con la experiencia vivida en el atractivo durante el tiempo en el que se pernocta.

Otro de los elementos que influyen en la percepción de un atractivo son las emociones que este provoque, como es lógico, deben ser positivas. Goossens (2000) citado por Matos y San Martín (2012) mencionan que “las emociones convierten las actitudes del turista en intenciones, generándole deseos, transformando sus percepciones, sus experiencias y permitiéndole tomar una decisión favorable” (p. 258). Si las emociones que despierta un atractivo son positivas estas excitarán que el visitante regrese por él. Por ende, ese factor va estrechamente ligado con todos los mencionados anteriormente, es decir, trabajan todos a la par, solo así despertarán emociones positivas.

Matos y San Martín (2012) manifiesta que hay dos dimensiones importantes en las emociones o sentimientos de los turistas

La dimensión agrado es un sentimiento subjetivo de lo agradable o desagradable, haciendo referencia al nivel en el cual una persona se siente bien o mal (e.g., feliz-infeliz) en una determinada situación; y la dimensión activación como un estado subjetivo de sentimiento activado o desactivado (e.g., animado-decaído), refiriéndose a la extensión en la cual una persona se siente estimulada y activa (p. 259).

En consecuencia, para obtener emociones positivas a los consumidores el atractivo debe ser agradable y debe hacerlo sentir animado. Esto se logra mediante la conservación de él junto con sus recursos y de las actividades que se desarrollen, garantizando la próxima estadía y el aumento de visitantes.

Todos estos factores, permiten que los turistas se proyecten una buena imagen del atractivo y del sitio donde se encuentra. Navarro (2015) lo enfatiza con claridad cuando dice que los turistas se trasladan a los sitios con el objetivo de poder vivir o cumplir las expectativas ofrecidas por los atractivos (p. 352). El conjunto de los elementos mencionados con anterioridad proyecta a los turistas una imagen o provoca una elección de estímulo a ellos en la visita a dichos atractivos, que, a su vez, esperan que sean satisfechas en su actividad turística ejercida en ellos. Provocando la movilización a estos con mayor continuidad.

Por tal razón Tavares, Neves y Vierira (2010) destacan que para que un atractivo provoque interés a los turistas es fundamental que este proyecte buena imagen y a la vez sea seleccionado (p.1075). Por lo tanto, el interés se considerará según la imagen que proyecten los atractivos turísticos representando lo real, para poder ser conocidos y elegidos. En cada destino turístico, los atractivos deben estar equipados y por tanto proyectar esta buena imagen a los visitantes.

Por ende, es claro que los factores que hacen de un atractivo y sitio turístico atrayente, para los turistas, son los recursos turísticos presentes, el grado de conservación, las actividades turísticas y las emociones provocadas. Estos elementos deben estar relacionados y desarrollarse en conjunto, para proyectar una imagen agradable a la demanda y a su vez captar el interés de esta.

1.1.4. Relación entre los atractivos y los habitantes del sitio

Los atractivos turísticos son los entes más importantes de un destino turístico. Sin embargo, para que puedan captar la atención de los turistas es preciso que los habitantes tengan una relación óptima hacia ellos.

Los atractivos turísticos deben captar o despertar la atención principal de los pobladores. Es decir, los habitantes se deben sentir identificados con los atractivos y sitios turísticos en los que habitan.

Los que deben provocar una imagen de atracción e importancia son los pobladores. Ellos, son los sujetos principales que ofertaran a los atractivos, por ende, debe existir una relación óptima entre estos.

Tavares, Neves y Viera (2010) manifiesta que

Si el poblador o “nativo” no concibe el lugar como adecuado para recibir turistas o no encuentra razones para que sea conocido por los turistas, toda la estrategia de los organismos públicos y privados para el crecimiento del turismo puede quedar comprometida (p.1075).

Esto deja claro que, aunque un destino cuente con todos los elementos y estrategias adecuadas para llamar la atención de los turistas, es de mayor importancia que los ciudadanos puedan sentirse cómodos e identificados ante el lugar que tienen. Para que el trabajo de ofertar los atractivos sea apropiado, debe trabajarse en conjunto a la comunidad.

Ese sentido de pertenencia de identidad debe fomentarse principalmente por los gobernantes de los distintos destinos turísticos, al plantear leyes y propuestas que permitan las facilidades de aprendizaje hacia pobladores. El objetivo es que las autoridades y residentes del sitio, de forma conjunta, sepan valorar los atractivos turísticos y hacerlos parte de su identidad, para lograr ofertar los atractivos turísticos de la forma correcta hacia los turistas.

Colmonares (2008), es su estudio acota con la idea de Tavares, Neves y Viera (2010), expresando que “los beneficios y costos actúan sobre la actitud del residente” (p. 45). Para que los atractivos provoquen un impacto positivo y capten la atención de los turistas, dependerá en mayor manera de la actitud o la percepción que tiene la población.

Además, Colmonares (2008) deja claro que es necesario “tomar en cuenta las opiniones de la comunidad” (p.46). Los habitantes son el apoyo principal para desarrollar la

actividad turística en los atractivos turísticos, y estos dependerán de las características de cada atractivo, naturales o culturales.

Los ciudadanos, a más de sentirse identificados con los atractivos turísticos que poseen, deben tener el deseo de querer trabajar en el turismo aprovechando a dichos atractivos. Por lo tanto, es necesario que los habitantes conozcan o estén empapados de todo tipo de información que los motiven a vender u ofertar cada atractivo.

Además, Nel-lo, Campos y Sosa (2015) expresan que “la identidad cultural de la comunidad se refleja en elementos del territorio como paisajes, la naturaleza, el patrimonio natural y cultural, así como las instituciones que la rigen” (p.326). Con lo expresado, se puede notar claramente la relación estrecha que existe entre los atractivos y los habitantes, dado que la identidad de los pobladores está reflejada en los atractivos. Esa es la razón que se dice que la opinión de la comunidad es importante al momento de ejercer la actividad turística en un destino.

La opinión de la comunidad permite tener claro cuál es la actitud o predisposición ante los atractivos. Hernández-Sampieri et al. (2003) citado por Cornejo, Espinoza y Andrade (2018) expone que los atractivos pueden concebir “inclinaciones y sentimientos, prejuicios o distorsiones, nociones preconcebidas, ideas, temores, amenazas y convicciones de un individuo” (p. 3). Por ende, es importante el conocer la actitud de los moradores. La actitud positiva da paso a la proporción de nuevas ideas y del trabajo efectivo en los atractivos turísticos.

Cornejo, Espinoza y Andrade (2018) indica que

La percepción, las actitudes y las conductas que un grupo manifiesta pueden variar según las distintas idiosincrasias, sin embargo, los determinantes sociales están implícitos dentro de cualquier grupo o comunidad por igual ya que sin importar la ubicación geográfica cualquier población es receptora de los estímulos que su contexto genera (p.3).

Con esto, Cornejo, Espinoza y Andrade (2018) puntualizan que la percepción que tengan los pobladores de los atractivos dependerá de cómo se sienten ellos identificados y también de los beneficios que puedan percibir a través de los atractivos. Por tal razón, la comunidad debe estar al tanto de la utilidad y las ganancias que obtendrán al trabajar dentro de los atractivos. Esto permitirá que la percepción o actitud de los residentes sea favorable o desfavorable.

Los beneficios que pueden proporcionar la actividad turística en los atractivos turísticos abarcan ámbitos como: culturales, sociales, medio ambientales y, sobre todo,

económicos. Estos proporcionan mejoras a la calidad de vida, al desarrollo o progresos del atractivo y destino, y daría a los pobladores otras opciones de empleo e ingresos económicos.

El interés de los atractivos turísticos por parte de los habitantes provoca que sean protegidos, conservados y sobre todo sean comercializados y ofertados. Finalmente, esto retribuirá en beneficio para ellos, son los propios pobladores quienes obtienen los beneficios económicos por dicha labor.

1.1.5. La ciudad como destino turístico

Los destinos turísticos tienen distintas tipologías según las preferencias que se tengan hacia estos espacios geográficos. Se destacan los destinos turísticos urbanos: las ciudades. Estos promueven un turismo diferente, contribuyendo al valor y conservación de los sitios patrimoniales naturales y culturales.

Una ciudad debe tener ciertas características físicas como su forma, organización y paisaje donde se muestre el toque urbanístico (Gonzales y Álvarez, 2016, p. 15). Además de una extensión geográficamente limitada y con sobre todo con sitios y atractivos, muchos considerados patrimoniales, permitiendo la concurrencia y atracción de los turistas. Por tal razón, las ciudades son consideradas destinos turísticos, de sol y playa, culturales o históricas, coloniales, entre otras.

En las ciudades sobresale mayormente el turismo cultural. Para Polly (1991) citado por González y Álvarez (2016) las ciudades son “el escenario principal del turismo cultural” (p.16). Las ciudades turísticas pueden provocar la atracción de los turistas porque permiten que ellos puedan disfrutar de diferentes ambientes, costumbres y tradiciones. (González y Álvarez, 2016, p. 16).

La llegada de los turistas a las ciudades como destinos turísticos es una de las alternativas más atractivas en la actualidad que promueven el desplazamiento en masa de los turistas. De la Calle (2006) muestra que el aumento del turismo y el desplazamiento de visitantes son generados o va “ligado a los destinos urbanos” enfatizando a “las ciudades históricas” como destino turístico (p.14). Deja claro que, las ciudades como destinos turísticos también son conocidas como destinos urbanos y son aprovechados para el consumo en temporadas vacacionales, cumpliendo con el objetivo de ofertar la cultura e historia de

dichas urbes. Sin embargo, las ciudades como destinos turísticos de sol y playa son acogidas en las temporadas de verano.

Torres (2018) expresa “las ciudades se han convertido en destinos de gran relevancia en el contexto actual internacional”, por tal motivo son cada vez más las ciudades que son reconocidas y que tienen mayores visitas cada año a nivel mundial; dado que forman parte de la peculiaridad de que los visitantes puedan disfrutar y aprender de la cultura, historia, arte, entre otros, que dichos destinos le ofrecen. A pesar de que, el crecimiento de los visitantes a los destinos turísticos urbanos sea muy rápido, Blažević & Nižić (2015) citado por Torres (2018) señala que estos destinos “deben lograr un ajuste a los deseos de los turistas presentes y futuros, al tiempo que se satisfacen las necesidades de sus residentes” (p.432). Los destinos turísticos de ciudades siempre deben estar preparadas para satisfacer a la demanda, tanto a la actual como a la futura, con los productos, servicios y atractivos turísticos.

Las ciudades como destinos turísticos tienen factores que promueven la visita de los turistas. De la Calle (2006) menciona a estos componentes como “productos complementarios” que engloba a los “hoteles, restaurantes, comercios, centros y salas de conferencias, en general todo tipo de servicios turísticos” (p. 24). El destino turístico urbano debe estar complementado por estos factores para superar la expectativa que tienen los visitantes y sobre todo garantizar la perpetuidad de estos. Además, este autor recalca que los destinos turísticos de ciudades deben crear una “imagen sugestiva” a los turistas y esto proviene del desarrollo que tenga cada ciudad con cada uno de los factores que la hacen un destino.

Cuando un destino turístico de ciudad toma en cuenta el punto de vista de De la Calle (2006), autor citado con anterioridad, permite que este se desarrolle turísticamente hasta llegar a su etapa de madurez y pueda conservarse en ese estado. Sobre todo, proporciona beneficios a los turistas que llegan, y a la población que lleva a cabo la actividad turística. A esto se le suma los atractivos turísticos dentro de las ciudades destino, De la Calle (2006) establece que los atractivos son “el componente primario de la ciudad histórica como destino turístico, el factor que sustenta la mayor parte de los desplazamientos turísticos” (p.24). Los atractivos turísticos están dentro de los factores que determinan a un destino y ofrecen características paisajísticas urbanas, como culturales, entretenimiento y profesionales, que captan la atención de la demanda. Gonzales y Álvarez (2016) menciona ciertos componentes que contribuyen a la apreciación paisajística como “edificaciones: áreas urbanísticas homogéneas/heterogéneas,

infraestructuras; b) espacios abiertos: parques, plazas y espacios verdes, aparcamientos, áreas sin uso funcional, etc., c) elementos naturales: ríos, lagos, irregularidades del relieve, etcétera” (p. 17). El uso correcto de estos, tanto para las ciudades históricas como para el resto, que son consideradas destinos turísticos, deben trabajar en armonía con los otros factores que determinan a los destinos turísticos y a su vez esto hace que los turistas acudan a ellas, generando una imagen apropiada para el disfrute de ellos.

Los ciudadanos deben ser los principales en sentirse atraídos por las características de la ciudad destino. Deben ser oferentes de la cultura y portadores de valores; beneficiándose de las actividades turísticas que se desarrolle allí.

1.2 Antecedentes

Como antecedentes de esta investigación se tomarán en cuenta los estudios realizados por Lefrou (2010), Tavares, Neves y Vieira (2010) y por Ruiz y Casas (2017), con el afán comprender las metodologías y los resultados que estos autores utilizaron para su investigación o estudio. Han servido como guías prácticas para el desarrollo de esta investigación.

Lefrou (2010) realizaron el estudio con el título “La percepción de la calidad del destino turístico Mar del Plata, Argentina”. Esta investigación se la efectuó con el objetivo de conocer cuál es la percepción o punto de vista por parte de los turistas que llegan a este destino, Mar del Plata, según la actividad turística que se oferta. Por tal motivo se tomó en cuenta temporadas altas como es el caso de Las Vacaciones de Verano e invierno y La Semana Santa.

La metodología que se ejecutó fue encuestas en 7 atractivos mayormente visitados y en las temporadas de mayor afluencia de turistas, como se las mencionó con anterioridad. A través de este, se obtuvieron resultados que enmarcaban que los turistas que llegaban a este destino en las temporadas altas hacían uso de los servicios de alimentación en los restaurantes de los atractivos turísticos de playa, en el alojamiento hacían uso de hoteles de 5 estrellas, en el transporte optaban por usar los automóviles y entre las actividades recreativas que más desarrollaban son deportes de aventura, ciclismo, caminatas, excursiones, cabalgatas, entre otras. Todos estos aspectos eran tomados en cuenta para medir la percepción de los turistas en este destino.

Sin embargo, se destaca que la percepción de los turistas dependerá del perfil de cada uno, es decir, edad, sexo, nivel económico, entre otros. Según el perfil de cada turista se evaluaban los servicios antes mencionados.

Con relación a los atractivos que posee el destino, en el que llegan mayor cantidad de turistas es el de sol y playa, específicamente en la temporada de verano y en relación con la accesibilidad y transporte se deja claro que los turistas veían como negativos los terminales y estados de las calles.

Tavares, Neves y Vieira (2010) llevaron a cabo la investigación con el Título “La atractividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes”. Este estudio se realizó para conocer cuál es la opinión que tienen los habitantes de esta ciudad con relación al desarrollo del turismo en este destino. Por ende, se usó la metodología llamada “Análisis de Componentes Principales”. En él se realizaron entrevistas a 430 pobladores de 7 barrios de dicha ciudad.

Los resultados obtenidos resaltan claramente que esta ciudad cuenta con atractivos sobresalientes desde el punto de vista de la población. Sin embargo, ellos declaran que deberían incrementarse más actividades turísticas para realizar en los atractivos y que los turistas sean partícipes de estas.

A través de la presentación de los atractivos existentes, los habitantes pudieron manifestar la importancia que tienen los atractivos turísticos y cuál es el que más capta la atención o es de más agrado. Destacaron que de los 5 atractivos solo Parque Municipal y la Lagoa de la Pampulha son los que captan mayor interés. Pero también identificaron cuál de los atractivos es menos atrayente y cuáles son las razones de aquellos. Siendo el Mercado Central y Praça da Liberdade. Los de mayor interés resaltan por la variedad de actividades que se pueden llevar a cabo en ellos.

Sin embargo, los habitantes proporcionan ideas, sobre las actividades turísticas a realizar dentro de los atractivos. Como es el caso de incrementar parques temáticos, museos, cines teatros, entre otros. Demostrando así, que en la población de dicho estudio conocían los atractivos, pero, sobre todo, se recalcó el interés que tienen ellos hacia estos y como estos mejorarían al destino.

Por último, otra investigación que se tomará en cuenta es la de Ruiz y Casas (2017), con el tema “Evaluación del grado de interés de los principales turísticos de la ciudad de Córdoba”. La metodología que se empleó en este estudio fue, la elaboración de encuestas, con preguntas de opciones múltiples y abiertas, a 450 turistas en zonas calientes turísticas, con el objetivo de conocer cuáles son los aspectos que hacen que los turistas perduren en

la ciudad destino y que fue lo que motivó a los turistas para llegar a dichos atractivos y como estos captaron su interés al momento de ser elegidos. Además, en esta metodología, se enfatizaron los 13 atractivos turísticos con los que cuenta dicha ciudad.

El estudio dio como resultado que el destino proyecta a los turistas una imagen de ocio y descanso. Lo que provoca que los turistas se sintieran atraídos por visitar este destino. Y en relación con la imagen, el conocimiento previo del sitio, en relación con los atractivos turísticos y las actividades que se pueden realizar en ellos, también incita al desplazamiento de los turistas.

Los atractivos más visitados son “la Mezquita Catedral, el puente Romano, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la fiesta de los patios”, debido a las actividades que se pueden desarrollar en ellos. Mientras que, “el espectáculo taurino y la torre Malmuerta” son de menor interés, por motivos de que estos están alejados de las zonas calientes o turísticas.

1.3 Marco legal

Este estudio ha fundamentado su investigación bajo tres bases legales. Estas son: Constitución de Republica de Ecuador (2008), Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida y Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (2020).

En esta investigación, el aspecto principal a trabajar son los atractivos y sitios turísticos con los que cuenta la población de la ciudad de Esmeraldas. Se clasifican en naturales y culturales; tomando en cuenta lo expresado en la Constitución de la Republica de Ecuador (2008) en el Art.379 y el Art.380. En él se aclara qué objetos o actividades forman parte de los atractivos culturales de un determinado sitio y el cuidado que deben tener estos para la conservación de la identidad de dichos pueblos. Asimismo, en el Art.404 se enfatiza en las áreas en las que están comprendidos todos los atractivos naturales de los sitios turísticos, y al igual que los culturales, recalca el estado de conservación que estos deben tener.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida, en el Objetivo 2: “Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas” el punto 2.6 de la sección “Políticas” y en el Objetivo 3: “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones”, en el punto 3.1 se ha establecido la

conservación, recuperación, protección y regulación de los sitios patrimoniales, naturales y culturales, y de los territorios ancestrales que se encuentran en las zonas urbanas como en las rurales; permitiendo el deleite de las personas y turistas que lleguen a ellos, tanto ahora como para el futuro.

De igual manera el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (2020) en el apartado 2.6 “Ofertas Turísticas”, específicamente el Punto 1 de “Inventario de Atractivos”, da definición a lo que son atractivo y sitios turísticos; dejando claro que son recursos o lugares que mediante las características que tienen deben captar la atención de los visitantes. Estos pueden ser naturales como culturales, sin olvidar que, deben mantenerse bien conservados para la llamar la atención de los turistas. El diseño y desarrollo de la investigación se ha llevado a cabo y se llevará sobre esta definición como base.

CAPITULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de estudio

La investigación desarrollada fue de tipo aplicada. A través de ella se dio a conocer desde el punto de vista de los habitantes de la ciudad de si los atractivos de la ciudad de Esmeraldas si sus atractivos son capaces de despertar el interés, sentando así los cimientos para dar solución a problemas prácticos evidentes en el desarrollo turístico de la ciudad. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo. Se obtuvo y analizó información en la que se hizo uso de datos numéricos, según la indagación realizada y cálculos estadísticos para obtener resultados óptimos de la población estudiada. La recopilación de datos del estudio se efectuó en un solo momento, al proveer la descripción de las variables estudiadas. Por tal razón, el alcance que tuvo esta investigación fue de tipo no experimental transeccional descriptivo.

Poseyó, a su vez, un alcance descriptivo. Porque a través de la compilando de información o datos y el análisis de estos, se trató de determinar los factores que demuestran cómo son actualmente los atractivos en la ciudad de Esmeraldas que los hacen despertar el interés de visita.

2.2. Métodos

Para llevar a cabo esta indagación se empleó el método deductivo. El estudio, partió desde lo general, en base a la teoría consultada; donde se analizaron los factores que hacen posible que un atractivo sea capaz de despertar interés; hasta lo específico, en este caso, interés que captan los atractivos de la ciudad de Esmeraldas, siendo examinada desde el punto de vista de sus habitantes.

Adicionalmente a esté se aplicó el método analítico - sintético. Se estudió el fenómeno en sus partes separadas para posteriormente formar relaciones de unión entre ellas.

2.3. Definición conceptual y operacionalización de la variable

La variable que se midió en este proyecto fue: interés despertado por los atractivos turísticos. En dicho análisis se asumió la definición de esta variable dada por Kim y Richardson (2003) citados por San Martín (2005, p. 11) quienes la definen como la “totalidad de impresiones, creencias, ideas, expectativas y sentimientos hacia un lugar acumulados a lo largo del tiempo”.

El estudio de la variable mencionada con anterioridad se realizó a través de un cuestionario de preguntas cerradas. Para ello se tuvo en cuenta las dimensiones e indicadores que se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1
Dimensiones e indicadores de la variable: Interés despertado por los atractivos turísticos

Variable	Dimensiones	Indicadores
Interés despertado por atractivos turísticos	Atracción despertada por el atractivo	<ul style="list-style-type: none">- Carácter distintivo de los atractivos- Estado de conservación de los atractivos.- Emociones despertadas por los atractivos
	Uso del atractivo en actividades	<ul style="list-style-type: none">- Variedad de actividades- Variedad de acciones realizadas dentro de las actividades- Dinamismo de las acciones realizadas dentro de las actividades- Cumplimiento con las expectativas de los turistas

Fuente: Elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo del proyecto investigativo se hizo uso de la técnica de encuesta. Esta dio información que contribuyó al cumplimiento de los 2 objetivos de la investigación. En la encuesta se aplicó un cuestionario, tipo Likert, formado por 7 ítem. Los ítem 1, 2 y

3 estuvieron destinados a medir las características del atractivo y los ítem 4, 5, 6 y 7, a determinar el uso del atractivo en actividades. El instrumento fue validado por expertos en la actividad turística.

2.5. Población y muestra

La población con la que se trabajó en la investigación estuvo compuesta por los pobladores de las parroquias urbanas del cantón Esmeraldas, mayores de 18 años, quienes suman un total de 126 673 (Consejo Nacional Electoral, 2017). De esta población se calculó una muestra a través de un procesador de Internet; asumiendo como margen de error un 5% y un nivel de confianza de 95%. Se obtuvo como resultado una muestra de 384 individuos.

Se definió como tipo de muestra empleada la muestra no probabilística por conveniencia, debido que no se cuenta con un marco muestral, para la elección al azar. Esta abarcó las 5 parroquias urbanas de la ciudad de Esmeraldas, empezando desde la parroquia de Simón Plata Torres, con 39 barrios; seguido de 5 de agosto, con 29; Esmeraldas, con 19; Bartolomé Ruiz, con 12 y Luis Tello, con 11 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Esmeraldas, 2015). Se abordó a los individuos de fácil acceso, que habitan en las cuadras de los barrios.

2.6. Análisis de datos

El análisis de la información se realizó aplicando estadística descriptiva. Se determinó frecuencia y porcentajes. En el análisis se asume como significativos los valores que sobrepasan al 80 %. Los datos fueron representados en tablas.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Para llevar a cabo la investigación, se encuestó a la ciudadanía esmeraldeña. De ella, el 54% estuvo representado por el género masculino y el 46%, por el femenino. Como se muestra en la Tabla 2 la edad de la mayor parte de esta población fue de 18 a 29 años, seguido de 30 a 50 años. Se destaca que los adultos jóvenes poseen mayor interés por la actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Esmeraldas.

Tabla 2
Edad de la población encuestada

Edad	Porcentaje
18-29 años	49%
30-50 años	29%
51-60 años	17%
Mas de 60 años	6%
Total	100%

Fuente: Cuestionario aplicado

En el estudio, primeramente, se decidió conocer la atracción despertada por los atractivos que conforman los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas. La Tabla 3 muestra los resultados obtenidos en este análisis. En cada caso se asume como significativos los valores que sobrepasan al 80 %.

Con relación al carácter distintivo de los atractivos, puede observarse que en cada uno de ellos más de la mitad de los encuestados, o sea, casi la totalidad, manifestaron estar de acuerdo en que todos lo poseen. Resultaron con mayor carácter distintivo, en primer orden, la gastronomía esmeraldeña y playa Las Palmas; en segundo, Puerto pesquero artesanal de Esmeraldas y en tercero, la Marimba. Los de menor carácter distintivo, fueron el Parque 20 de Marzo, la Fiesta Virgen de Fátima y la Fiesta Virgen del Carmen. Igualmente, en cada uno de los atractivos, la mayor parte de los pobladores, expresaron estar de acuerdo en que ellos poseen un buen estado de conservación. Sobresalen como mejor conservados, en primer lugar, la marimba; en segundo, la gastronomía esmeraldeña

y en tercero, el museo y centro cultural de Esmeraldas. Por su parte, los monumentos de la ciudad obtuvieron el más bajo porcentaje.

De igual manera se aprecia en lo expresado con relación a si los atractivos son capaces de despertar emociones positivas. En cada uno de ellos la mayor parte de los encuestados dice estar de acuerdo en que sí despiertan emociones. Se destacan en este sentido, con los porcentajes más altos, playa Las Palmas, gastronomía esmeraldeña y la marimba. Sin embargo, los que menos emociones despiertan, resultaron ser el museo Carlos Mercado y el Refugio de Vida Silvestre Manglar Estuario Rio Esmeraldas.

Se llevó a cabo también un análisis para determinar el uso de los atractivos en actividades realizadas en los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas. En la Tabla 4 se muestran los resultados. En cada caso se asume como significativos los valores que sobrepasan al 80 %.

Como puede observarse en casi la totalidad de los atractivos analizados (13 de 16) la mayor parte de los encuestados alegan estar en desacuerdo con el desarrollo de múltiples actividades dándole uso a ellos. Aunque no sobrepasa un 80 % las valoraciones más altas se encuentran en este criterio. Se obtiene que los que menos se usan son Catedral Cristo Rey, la Fiesta San Pedro y San Pablo y la Parroquia Nuestra Señora de la Merced. Solo en tres de los atractivos se está de acuerdo en que son los que se usan en el desarrollo de múltiples actividades. Ellos son: la Gastronomía esmeraldeña, Playa Las Palmas y la Marimba.

Resultados similares se obtuvieron en el análisis del indicador desarrollo de múltiples acciones dentro de las actividades en las que se le da uso a los atractivos. En casi la totalidad de los atractivos analizados (13 de 16) la mayor parte de los encuestados alegan estar en desacuerdo. Aunque no sobrepasa un 80 % las valoraciones más altas se encuentran en este criterio. Se evidencia que en los que menos existe desarrollo de múltiples acciones dentro de las actividades en las que se le da uso son: Puerto Pesquero Artesanal de Esmeraldas, Catedral Cristo Rey Fiesta San Pedro y San Pablo. Los atractivos que recibieron mayor porcentaje de en acuerdo fueron la Gastronomía esmeraldeña, Playa Las Palmas y la Marimba.

Coincidiendo con los resultados anteriores en el análisis del dinamismo de las acciones realizadas dentro de las actividades en las que se les da uso a los atractivos, se obtiene que en casi la totalidad de los atractivos analizados (13 de 16) la mayor parte de los encuestados alegan estar en desacuerdo. Aunque no sobrepasa un 80 % las valoraciones más altas se encuentran en este criterio. Se puede apreciar que en los que menos existe

ese dinamismo en su uso es en la Catedral Cristo Rey, el Puerto Pesquero Artesanal de Esmeraldas y la Parroquia Nuestra Señora de la Merced. Frente a estos, los atractivos que resultaron ser en los que más existe ese uso dinámico, un porcentaje cerca de los 80, son la Gastronomía esmeraldeña, Playa Las Palmas y la Marimba.

En cada uno de los atractivos más de la mitad de los encuestados, es decir, casi la totalidad manifestó estar de acuerdo en que las actividades en las que se les da uso son capaces de cumplir con las expectativas de los turistas. Las valoraciones de acuerdo se acercan y sobrepasan el 80 %. Se destaca, una vez más, la Gastronomía esmeraldeña, Playa Las Palmas, la Marimba. Con menores porcentajes, en este indicador se encuentran Monumentos de la ciudad, el Refugio de Vida Silvestre Manglar Estuario Río Esmeraldas y Fiesta Virgen del Carmen.

De manera general se observa que para los habitantes de Esmeraldas los atractivos que mayor atracción despiertan son la gastronomía esmeraldeña y la marimba. En cuanto al uso de los atractivos en actividades se obtiene que los que menos problemas tienen con su uso son la Gastronomía esmeraldeña, Playa Las Palmas, la Marimba. Los que más problemas presentan son la Catedral Cristo Rey y la Fiesta de San Pedro y San Pablo. Estos resultados conllevan a otro resultado mucho más general, solo 3 atractivos: La Gastronomía esmeraldeña, La Marimba, Playa las Palmas son capaces de despertar totalmente el interés de los turistas. Ellos alcanzan en cada indicador el mayor porcentaje de en acuerdo.

Tabla 3
Atracción despertada por los atractivos

Atractivos	Presenta un carácter distintivo que identifica a Esmeraldas			Posee buen estado de conservación			Es capaz de despertar emociones positivas		
	de acuerdo	neutro	en desacuerdo	de acuerdo	Neutro	en desacuerdo	de acuerdo	neutro	en desacuerdo
Museo y Centro cultural de Esmeraldas	86%	11%	3%	82%	14%	4%	79%	14%	6%
Museo Carlos Mercado	77%	16%	7%	68%	22%	10%	64%	23%	13%
Monumentos de la ciudad	81%	11%	8%	59%	22%	19%	69%	20%	11%
Gastronomía Esmeraldeña	94%	3%	2%	86%	5%	9%	84%	9%	7%
Playa Las Palmas	94%	4%	2%	80%	8%	12%	85%	4%	11%
Puerto Pesquero Artesanal de Esmeraldas	93%	4%	3%	80%	13%	7%	73%	15%	12%
Marimba	92%	4%	4%	88%	7%	5%	84%	5%	11%
Artesanía Esmeraldeña	91%	7%	2%	80%	11%	9%	78%	9%	13%
Catedral Cristo Rey	84%	9%	7%	81%	9%	10%	81%	7%	12%
Santuario Virgen de Loreto	78%	14%	8%	76%	13%	11%	76%	11%	13%
Parque 20 de Marzo	71%	16%	13%	65%	18%	17%	68%	16%	16%
Parroquia Nuestra Señora de la Merced	81%	11%	8%	79%	9%	12%	75%	10%	15%
Refugio de Vida Silvestre	78%	11%	11%	70%	11%	19%	66%	15%	19%
Manglar Estuario Rio Esmeraldas	78%	11%	11%	70%	11%	19%	66%	15%	19%
Fiesta San Pedro y San Pablo	78%	9%	13%	75%	13%	12%	74%	9%	17%
Fiesta Virgen del Carmen	74%	11%	15%	73%	14%	13%	69%	12%	19%
Fiesta Virgen de Fátima	71%	13%	16%	71%	14%	15%	68%	13%	19%

Fuente: Cuestionario aplicado, elaboración propia

Tabla 4

Uso de los atractivos en actividades realizadas en los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas

Atractivos	Se desarrollan múltiples actividades dándole uso			Se desarrollan múltiples acciones dentro de las actividades en las que se le da uso			Las acciones realizadas dentro de las actividades en las que se le da uso son dinámicas			Las actividades en las que se le da uso son capaces de cumplir con las expectativas de los turistas		
	de acuerdo	neutro	en desacuerdo	de acuerdo	Neutro	en desacuerdo	de acuerdo	neutro	en desacuerdo	de acuerdo	Neutro	en desacuerdo
Museo y Centro cultural de Esmeraldas	12%	15%	73%	10%	28%	62%	25%	18%	57%	75%	16%	9%
Museo Carlos Mercado	15%	19%	66%	15%	32%	53%	26%	23%	51%	67%	18%	15%
Monumentos de la ciudad	21%	19%	60%	19%	28%	53%	31%	18%	51%	71%	11%	18%
Gastronomía Esmeraldeña	89%	6%	5%	78%	18%	4%	77%	7%	16%	90%	5%	5%
Playa Las Palmas	87%	7%	6%	78%	18%	4%	80%	5%	15%	87%	8%	5%
Puerto Pesquero Artesanal de Esmeraldas	16%	11%	73%	9%	23%	68%	17%	13%	70%	81%	11%	8%
Marimba	84%	5%	11%	73%	19%	8%	82%	4%	14%	88%	7%	5%
Artesanía Esmeraldeña	17%	11%	72%	11%	26%	63%	21%	11%	68%	88%	7%	5%
Catedral Cristo Rey	12%	9%	79%	12%	20%	68%	17%	8%	75%	82%	10%	8%
Santuario Virgen de Loreto	16%	15%	69%	15%	23%	62%	19%	13%	68%	80%	10%	10%
Parque 20 de Marzo	17%	16%	67%	16%	28%	56%	25%	17%	58%	74%	14%	12%
Parroquia Nuestra Señora de la Merced	16%	9%	75%	16%	22%	62%	21%	10%	69%	80%	10%	10%
Refugios de Vida Silvestre Manglar Estuario Río Esmeraldas	13%	15%	72%	18%	29%	53%	28%	13%	59%	72%	13%	15%
Fiesta San Pedro y San Pablo	14%	10%	76%	24%	9%	68%	24%	9%	68%	80%	10%	10%
Fiesta Virgen del Carmen	14%	14%	72%	17%	25%	58%	25%	14%	61%	75%	11%	14%
Fiesta Virgen de Fátima	16%	14%	70%	17%	29%	54%	27%	14%	59%	73%	16%	11%

Fuente: Cuestionario aplicado, elaboración propia

CAPITULO IV: DISCUSIÓN

El fin principal de esta investigación fue analizar el interés que despiertan los atractivos turísticos de la ciudad de Esmeraldas, según la percepción de sus habitantes. Para ello, se tomaron en cuenta dos dimensiones. La primera fue la atracción despertada por los atractivos que conforman los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas y la segunda, el uso de los atractivos en actividades realizadas en estos sitios. Se trabajó con 16 atractivos turísticos que posee la ciudad.

Teniendo en cuenta todos los procesos, técnica y herramientas se pudieron extraer los resultados, dando cumplimiento a los objetivos trazados y respuesta a la pregunta científica. Se puede afirmar que según la percepción de los habitantes de la ciudad de Esmeraldas los atractivos turísticos de esta, en la actualidad, no son capaces de despertar el interés a los turistas y por consiguiente motivar el viaje hacia ellos. De las dos dimensiones analizadas solo en una se obtuvo resultados positivos, que evidencian el interés despertado de los atractivos.

A través de los resultados observados con anterioridad, se asevera que todos los atractivos poseen carácter distintivo. Los esmeraldeños se sienten identificados y apropiados con la cultura, costumbres e historia que representa los atractivos turísticos de dicho territorio, es decir, cada uno figura una imagen atractiva e importante dentro de la cultura esmeraldeña, acompañada con los recursos que los rodean.

El resultado en ese aspecto es importante y a simple vista muy bueno porque permite conocer los puntos fuertes que tiene la zona para potencializarse turísticamente. Además, posibilita la existencia de una relación óptima entre residente y atractivos, relación muy necesaria para lograr servicios y atención de calidad.

Tavares, Neves y Viera (2010) explican claramente que, si los pobladores no ven los sitios como adecuados o distintivos, no estarían motivados para dar a conocerlos a los turistas (p.1075). Es decir, darían un servicio pésimo, lo que solo provocaría pérdidas tanto en lo económico como en lo sociocultural, se disminuiría paulatinamente los rasgos relevantes de la cultura del territorio. Los moradores son el apoyo principal para el desarrollo de las actividades. Además, Nel-lo, Campos y Sosa (2015) expresan que “la identidad cultural de la comunidad se refleja en elementos del territorio como paisajes, la naturaleza, el patrimonio natural y cultural, así como las instituciones que la rigen” (p.326). La identidad cultural por parte de los residentes trae ventajas, sobre todo en la difusión de

los atractivos hacia los consumidores, sin embargo, este factor identitario debe estar y trabajarse por parte de los gobernantes de dichos territorios.

Los resultados de esta investigación concordaron con los realizados por Tavares, Neves y Vieira (2010) en donde los habitantes de Belo Horizonte se sienten identificados con cinco de los atractivos de su territorio dado que en estos muestran la cultura de ellos. De igual forma en este estudio se destacó que la población se identifica con los dieciséis atractivos que hay en el territorio. Solo hace falta la mayor relación entre las autoridades, con la ciudadanía para afianzar la relación con los atractivos y haya trabajos favorables para todos, en el ámbito turístico.

En Esmeraldas, todos los atractivos poseen un buen estado de conservación. Esto permite llamar la atención de los visitantes, por las condiciones agradables en las que se presentan. Los turistas disfrutan de los atractivos que exhiben una belleza paisajística y esta es dada por la preservación; facilitando la satisfacción de sus expectativas, como es el caso de la Marimba, la cual tiene el nombramiento de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad (Minda, 2014, p.8). Ella al ser un atractivo turístico intangible se lleva a cabo métodos de conservación y a su vez permite el deleite de los turistas que la visitan. A su vez el Refugio de vida Silvestre Estuario Río Esmeraldas que forma parte de las Áreas Protegidas del Ecuador (Ministerio del Ambiente, 2015), también mantiene leyes específicas para su cuidado y conservación, poniendo a la vista de los visitantes una belleza paisajística.

Cuando se conservan los atractivos, se ofrece a los turistas un turismo sostenible, provocando así, que en ellos nazca también el mantener en buen estado de estos cuando están siendo usados. Además, abre campo a otros segmentos de mercado, porque en la actualidad está en aumento los turistas que prefieren desarrollar actividades turísticas cuidando de los ecosistemas de los atractivos y dando apertura al aumento de visitas a la ciudad como destino. Todo esto provoca un desarrollo turístico en el sitio, el crecimiento en la economía de los residentes y mejoras el bienestar de la población.

La investigación de Ruiz y Casas (2017) con cuerda con los resultados de esta investigación, quienes explicaron que la imagen que proyectan los atractivos turísticos incita al desplazamiento de los turistas. Luego recalcaron los sitios que son considerados atractivos turísticos en Córdoba y estos tienen un buen estado de conservación, que es la imagen proyectada a los visitantes. Por tal razón, los atractivos turísticos del territorio esmeraldeño tienen una ventaja al cumplir con este aspecto, dado que tiene probabilidades

altas, por este ámbito, a que los turistas elijan este destino y pernocten más tiempo en la ciudad como destino.

Todos los atractivos de Esmeraldas son capaces de despertar emociones positivas, porque éstas hacen que los turistas visiten y regresen por ellos. Este aspecto va de la mano con los puntos anteriores, al tener un buen estado de conservación e identificar al pueblo esmeraldeño como resultado aviva las emociones de quienes los visitan. La satisfacción obtenida con los atractivos ha provocado el deseo positivo de seguir recurriendo a ellos.

De igual manera estas emociones positivas las tiene también la población, al darse los dos los puntos anteriores, quienes hacen uso de dichos atractivos. Por lo tanto, esto es un factor muy destacable y positivo para trabajar en ellos. Es necesario mantener ese tipo de emociones sobre todo para los visitantes. Se asegurará de tener clientes potenciales y mientras más se trabaje en ello, irán aumentando las visitas a los atractivos.

Según Matos y San Martín (2012) mencionan que las emociones positivas se las obtienen por el recuerdo de emociones pasadas o por el disfrute pleno al cumplir con características específicas (p. 258). Entonces este tipo de emociones empujan y dirigen la conducta de los visitantes e inducen a visitar los atractivos turísticos, a repetir la visita hacia ellos. Con todo se comprende que las emociones transforman la actitud en intenciones de volver a los atractivos. Ante esto se debe evaluar los entornos o recursos que tienen los atractivos y determinar cuáles contribuyen a la generación de las emociones positivas, para promover un trabajo unánime, lo cual haría que más consumidores los visiten.

A pesar de los aspectos positivos no todos los atractivos se usan en múltiples actividades, ni se desarrollan múltiples acciones, ni de manera dinámica dentro estas actividades. Las actividades son la razón de ser de un atractivo y al haber carencia de estas limita la llegada de más visitantes al territorio. En los atractivos turísticos de la ciudad no se realizan actividades necesarias que generen un agrado pleno por quienes los usen, tanto en habitantes como en turistas.

El conocer las falencias de los atractivos, es provechoso porque así se deberán tomar medidas necesarias para hacer cambios, buscar estrategias necesarias para disminuir lo negativo. Para ello debe tomarse en cuenta que las actividades dependen del tipo de atractivo, el tipo de turismo que se lleve a cabo, el tipo de segmento al cual va dirigido y los recursos que posee.

Navarro (2015) dejó claro que, “los turistas no se movilizan para apreciar o conocer un recurso, si no para vivenciar un aspecto simbólico de él” (p.352). Por lo tanto, son de suma importancia la ejecución de acciones y actividades en los atractivos, sobre todo que

estas sean dinámicas porque permitirá obtener experiencias para quienes los usen, tanto, turistas como habitantes. Dichas experiencias contribuyen a la generación emociones positivas que, a su vez, influirán en la visita de más consumidores. Es decir, este factor es el que interviene directamente en los consumidores al momento de elegir qué visitar. En contraposición con resultados de la investigación en Esmeraldas, lo anterior es lo que explica exactamente el estudio hecho por Lefrou (2010), donde a los turistas les atraían los atractivos de Mar del Plata, por las actividades recreativas o dinámicas que más desarrollaban: deportes de aventura, ciclismo, caminatas, excursiones, cabalgatas, entre otras. Este aspecto es importante y tomado en cuenta por los visitantes de ese destino. Este destino al igual que la ciudad de Esmeraldas tienen la característica de ser costeras y que los visitantes recurren a ellos por el turismo de sol y playa, por tal motivo, sería un buen modelo al momento de implementar actividades turísticas dinámicas. Igual resultado se destaca en la investigación realizada por Ruiz y Casas (2017) en la que se resalta que las actividades turísticas que se realizan usando los atractivos de la ciudad de Córdoba, provocan mayor atracción hacia el atractivo incitado al desplazamiento hacia la ciudad, muy diferente a lo que ocurre en la ciudad de Esmeraldas, donde se realiza poco y en algunos casos ninguna de estas actividades, usando los atractivos turísticos.

Tavares, Neves y Vieira (2010) coinciden en sus resultados con los de Ruiz y Casas (2017). Reafirman una vez más que, según percepción de los habitantes, consideran que las actividades turísticas son uno de los factores para captar la atención de turistas. Queda demostrada la importancia de las actividades realizar usando los atractivos, aspecto en el que Esmeraldas presenta falencias. Por tanto, esta sería una problemática que induzca a futuros estudios con el tema de la identificación del tipo de actividades turísticas y acciones dentro de ellas, que son más apropiadas realizar en los atractivos turísticos de la ciudad de esta ciudad.

Sin embargo, en todos los atractivos las actividades en las que se les da uso son capaces de cumplir con las expectativas de los turistas. Este hecho es notable, garantiza que, los turistas sigan llegando a Esmeraldas por la satisfacción que estos han tenido. Además, permite determinar a los clientes potenciales y ganarse la fidelidad de los nuevos visitantes, haciendo que este destino tenga un aumento paulatino de consumidores.

El hecho de conocer que Esmeraldas sigue siendo visitado, a pesar de sus falencias, es un factor sobresaliente. Dado que busca que las entidades públicas y privadas del sector turístico se organicen y planifiquen con el objetivo de seguir desarrollándose turísticamente y proporcionar mejores ofertas a los visitantes. Además, pueda

posicionarse como destino competitivo en el mercado, mientras garantiza la perpetuidad de más visitantes y la satisfacción de la población.

Esta investigación ha sido muy valiosa y novedosa. Nunca se había estudiado en la ciudad de Esmeraldas el interés despertado por sus atractivos turísticos, ni tomado en cuenta el criterio de sus habitantes al respecto. Este estudio aporta información meritoria para el desarrollo del turismo en la ciudad, a la que, durante los últimos años, se ha tratado de mejorar turísticamente, sin embargo, no se ha observado el alcance de esta expectativa. Es por ello, este estudio proporciona datos precisos en los puntos necesarios para trabajar y poder cumplir con dicho objetivo. En él también resalta la opinión que tienen los habitantes de este territorio, debido que muy poco o nada son tomados en cuenta, para la participación en este asunto.

CAPITULO V: CONCLUSIONES

Una vez detallado y discutido los resultados conseguidos en este estudio llevado a cabo en la ciudad de Esmeraldas, para analizar el interés que despiertan sus atractivos, según la percepción de sus habitantes, se obtiene como conclusión que:

1. Según la percepción de los habitantes de la ciudad de Esmeraldas, los atractivos turísticos de esta no son capaces de despertar el interés en los turistas. De dos dimensiones que se analizaron, solo en una se obtuvieron resultados positivos al respecto.
2. Todos los atractivos turísticos de la ciudad de Esmeraldas son capaces de atraer hacia ellos a los turistas y por consiguiente provocar el viaje, la visita; porque tienen un carácter distintivo que identifica a Esmeraldas, existe buen estado de conservación en ellos y son capaces de despertar emociones positivas.
3. Las actividades y acciones turísticas que se desarrollan en los sitios turísticos de la ciudad de Esmeraldas, dando uso a los atractivos, no son las apropiadas debido que no son múltiples ni dinámicas. A pesar de captar y cumplir con ciertas expectativas de los turistas, este aspecto peligró el interés que ellos pudieran despertar.

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados en este estudio se realizan las siguientes recomendaciones:

1. Evaluar las pocas actividades turísticas que actualmente se realizan con los atractivos e implementar un plan de mejora con actividades dinámicas de tipo cultural, natural y deportivas (tanto convencionales como extremas). En ellas se ha de dar uso tanto a los atractivos turísticos tangibles como a los intangibles, teniendo en cuenta la conservación de estos y el segmento de turistas que concurren mayormente a la ciudad de Esmeraldas como destino turístico. Para ello ejecutar un estudio acerca de los beneficios buscados por los turistas en este sentido.
2. Realizar un estudio en los 16 atractivos turísticos de la ciudad de Esmeraldas, para su respectiva planificación identificando qué tipos de actividades turísticas sostenibles se pueden desarrollar dándoles uso, según las características que ellos presentan, hay atractivos que tienen denominaciones importantes a nivel nacional, pudiendo ser aprovechados adecuadamente. Realizar un estudio a los turistas y los residentes de la ciudad, para conocer cuál sería su participación en estas actividades. Sobre esta base diseñar y efectuar actividades dinámicas. Se proponen las siguientes:
 - En los dos museos que posee la ciudad, el Museo y Centro cultural de Esmeraldas y el Museo Carlos Mercado, determinar y aprovechar los espacios para hacerlos interactivos, además tener guías que diariamente preparen actividades diferentes y lúdicas para cada segmento de turistas. En el Puerto Pesquero Artesanal de Esmeraldas realizar competencias, concursos, espectáculos tomando en cuenta la actividad pesquera que se realiza. También, organizar la actividad turística de pesca artesanal y deportiva en el sitio para llevarse a cabo de mejor manera.
 - Con la Artesanía y la Gastronomía Esmeraldeña realizar paulatinamente casas abiertas, concursos, exposiciones y espectáculos, sobre todo en las temporadas altas, permitiendo la participación de los turistas, donde ellos pueda ver y experimentar la realización de ellas, dividiendo estos en dos secciones para

niños y adultos. Ellas se pueden realizar en: La Plaza Cívica Nelson Estupiñán Bas y de los atractivos turísticos Parque 20 de Marzo y Playa Las Palmas.

- Al igual que el anterior, realizar espectáculos donde los turistas puedan aprender del origen, baile y entonar los instrumentos de la Marimba, haciendo uso del conservatorio de Música de Esmeraldas; realizar espectáculos y concursos nocturnos periódicamente, tomando en cuenta las escuelas y grupos de baile, y de las entidades educativas. Se pueden efectuar en lugares como La Plaza Cívica Nelson Estupiñán Bas, salón cívico de la prefectura de Esmeraldas “Tácito Ortiz Urriola” y en la Playa Las Palmas.
 - Realizar recorridos guiados por todas las iglesias más emblemáticas de la ciudad, entre ellas los atractivos turísticos como es el caso de la Catedral Cristo Rey, Parroquia Nuestra Señora de la Merced y terminando el recorrido en actividades de animación con los niños del Santuario Virgen de Loreto, donde los turistas puedan compartir con ellos. De igual manera, realizar recorridos guiados en bicicletas, con audífonos que tienen incluidos micrófonos para que el guía pueda interactuar con los turistas, por todos los monumentos de la ciudad de Esmeraldas terminando con la Sirena que se encuentra en la Playa Las Palmas.
 - En el Refugios de Vida Silvestre Manglar Estuario Rio Esmeraldas implementar la pesca artesanal y deportiva, regatas y paseos en canoa para avistamiento de aves, y conocer los tipos manglar que posee. Por último, las fiestas de San Pedro y San Pablo, Virgen del Carmen y Virgen de Fátima haciendo uso de las de las diferentes iglesias y realizar la procesión en la avenida principal, junto con cantos y bailes, hasta llegar al Puerto Pesquero Artesanal de Esmeraldas, donde se realizará el canto de los coros para partir a alta mar.
3. Realizar jingles, cortos y anuncios publicitarios de cada uno de los atractivos turísticos que posee Esmeraldas y de las actividades que se van a efectuar en ellos, y transmitirlos masivamente por los todos medios de comunicación a nivel nacional, haciendo uso mayormente de las redes sociales. Además, permitir que las entidades educativas puedan preparar visitas y actividades dando uso a cada uno de estos atractivos, para que desde temprana edad la población esmeraldeña pueda conocer de ellos.

4. Establecer convenios y trabajo colaborativo entre los entes estatales, como: la Coordinadora Zonal 1 del Ministerio de Turismo, la Unidad de Fomento Productivo del Gobierno autónomo Descentralizado de la Provincia de Esmeraldas (GADPE) y la Jefatura de Turismo del Municipio de Esmeraldas, y las instituciones privadas, como: Cámara de Turismo de Esmeraldas, Agencias de Viajes, Tour Operadoras y dueños de la Planta turística, para el diseño y comercialización de productos turísticos, donde se haga uso de los atractivos de la ciudad de Esmeraldas.

BIBLIOGRAFÍA

- Álava, G. (2017). Estructuración del inventario de atractivos turísticos del cantón El Empalme como estrategia para la información de los turistas, año 2017. (Trabajo de grado). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/25292/1/TESIS%20TURISMO%20GENESIS%20ALAVA%202017-2018.pdf>.
- Almirón, A., Bertocello, R., Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2), 101-120. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713891001>
- Antón, C. S., Fernández, T. A., y González, R. F. (2013). Los lugares turísticos. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Barrado, D. (2004). Concepto de Destino Turístico. Una Aproximación Geográfico-Territorial. *Estudios Turísticos*, (160), 45-68. Recuperado de <https://studylib.es/doc/4619288/el-concepto-de-destino-tur%C3%ADstico.-una-aproximaci%C3%B3n>.
- Boullón, R. (2006). Espacio Turístico y Desarrollo Sustentable. *Aportes y Transferencias*, 2(10), 17-24. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/319/>
- Caiza, R., Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. (Trabajo de grado). Recuperado de <http://www.Dialnet-AnalisisHistoricoDeLaEvolucionDelTurismoEnTerritorio-4180961.pdf>
- Carriel, B. (2016). Promoción del turismo interno en la provincia de Esmeraldas, mediante reportajes turísticos de televisión. (Trabajo de grado). Recuperado de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/817/1/CARRIEL...>
- Colmenares, L. (2008). La actitud de los residentes: Factor clave en el desarrollo de un destino. *Scientia Unellezea*, 3(1), 43-79. Recuperado de <http://revistas.unellez.edu.ve/revista/index.php/unellezea/article/viewFile/52/50>.
- Condori, S. (2006). Estrategias de promoción y difusión de los atractivos turísticos del municipio de Curahuara de Carangas. (Trabajo de grado). Recuperado de <http://dpicuto.edu.bo/tesis/facultad-de-derecho-ciencias-politicas-y-sociales/carrera->

de-antropologia/619-estrategias-de-promocion-y-difusion-de-los-atractivos-turisticos-del-municipio-de-curahuara-de-carangas.html

Consejo Nacional Electoral (2017). Registro electoral. Recuperado de <https://app03.cne.gob.ec/EstadisticaCNE/Ambito/Distributivo/Distributivo.aspx>.

Cornejo, J., Espinoza, R., Andrade, E. (2018). La percepción de turistas y población local sobre el turismo de naturaleza de la costa de Jalisco. *Turismo y Desarrollo*, 11 (24), 1-15. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/tyrydes/24/turistas-poblacion-local.html>.

De Freitas, M., de Sevilha, M. (2017). Factores de atraktividad turística percibida. Impactos en la reputación del destino y en la intención de recomendarlo a través de Internet. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26 (3), 509-530. Recuperado de <http://www.redalyc.org/ articulo.oa?id=180752116001>.

De la Calle, V. (2006). La ciudad histórica como destino turístico. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=IjU0lcT0i-kC&pg=PA24&dq=destino+turisticos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjvnon0t6jeAhVsx1kKHciMDFo4ChDoAQgwMAI#v=onepage&q=destino%20turisticos&f=false>.

Estévez, R., Fuentes, R., Martín, M. (2006). Estructura de Mercados Turísticos. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=WSkyO-x2EZAC&pg=PA54&dq=destino+turisticos&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj116Ktt6jeAhUCm1kKHfm2BWcQ6AEIWD AJ#v=onepage&q=destino%20turisticos&f=false>.

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Prefectura de Esmeraldas. (2015). Plan de Ordenamiento Territorial de la Provincia de Esmeraldas. Recuperado de <https://docplayer.es/storage/39/20271476/1547264244/7F58mBFHug1AdrmQKzlebg/20271476.pdf>

González, M., Álvarez, J. (2016). Planificación turística de espacios urbanos. Recuperado de <http://manuelgonzalezherrera.com/libros/Planif%20Espacios%20Urbanos%202016.pdf>

Gurrero, P., Ramos, J. (2014). Introducción al Turismo. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAAQBAJ&pg=PA81&dq=atractivos+turisticos&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwi2u9KcpZneAhXNrVkkHRdJCS4Q6AEIOjAE#v=one
page&q=atractivos%20turisticos&f=false.

- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2015). Músicas de marimba, cantos y danzas tradicionales de la región del pacífico sur colombiano y la provincia de esmeraldas de ecuador. Recuperado de <http://patrimoniocultural.gob.ec/musicas-de-marimba-cantos-y-danzas-tradicionales-de-la-region-del-pacifico-sur-colombiano-y-la-provincia-de-esmeraldas-de-ecuador/>
- Lefrou, D. (2010). La percepción de la calidad del destino turístico Mar del plata, Argentina. (Tesis de maestría). Recuperado de https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/1376/0201_Lefrou.pdf?sequence=1.
- Matos, R., San Martín, S. (2012). Análisis sobre la reputación de marca, las emociones y la confianza como formadoras de la satisfacción del turista. *Contaduría y Administración*, 57(4), 253-286. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39524375012>.
- Minda, P. (2014). La marimba como Patrimonio Cultural Inmaterial. Recuperado de <http://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/lamarimbapatriculturalinmaterial.pdf>.
- Ministerio del Ambiente. (2015). Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Recuperado de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/refugio-de-vida-silvestre-manglar-del-estuario-de-r%C3%ADo-esmeraldas>.
- Ministerio de Turismo. (2017). Proyecto del Programa Nacional para la Excelencia Turística. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/379907782/Narrativo-Proyecto-Excelencia-Turstica>
- Montesdeoca, C. (2014). Promoción de los atractivos turísticos inventariados y su importancia en el desarrollo del turismo de la parroquia de Pilahuín del cantón Ambato de la provincia de Tungurahua. (Trabajo de grado). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9315/1/FCHE-HTP-194.pdf>
- Moreno, M., Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencia*, (1), 135-158. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 335-357. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>
- Nel-lo, M., Campos, B., Sosa, A. (2015). Temas pendientes y nuevas oportunidades en Turismo y Cooperación al Desarrollo. Recuperado de

<https://books.google.com.ec/books?id=ase0DQAAQBAJ&pg=PA327&dq=relacion+entre+habitantes+y+atractivos+turisticos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwip2pf0psTeAhVH7VMKHULqBYYQ6AEIMDAC#v=onepage&q=relacion%20entre%20habitantes%20y%20atractivos%20turisticos&f=false>

Organización Mundial del Turismo. (15, 01, 2018). Ranking de principales destinos turísticos del mundo, según la OMT. Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/presupuesto-general-de-2019-aprobado-tras-10-horas-de-debate/263257>

Ortega, E., Arellano, M. (2018). Percepción del día de muertos en México como atractivo turístico para extranjeros. (Trabajo de grado). Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Eulalia_Ortega2/publication/325200376_PERCEPCION_DE_EL_DIA_DE_MUERTOS_EN_MEXICO_COMO_ATRACTIVO_TURISTICO_PARA_EXTRANJEROS/links/5afd7fc6aca272b5d8a999af/PERCEPCION-DE-EL-DIA-DE-MUERTOS-EN-MEXICO-COMO-ATRACTIVO-TURISTICO-PARA-EXTRANJEROS.pdf.

Osorio, J., Rozo, E. (2014). Turismo y cultura: retos y perspectivas en América Latina. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=RZzaAwAAQBAJ&pg=PA26&dq=atractivos+turisticos+en+las+ciudades+de+latinoamerica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiLn e3pipLeAhVDzFMKHdBIAKEQ6AEIMTAC#v=onepage&q=atractivos%20turisticos%20en%20las%20ciudades%20de%20latinoamerica&f=false>

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2015). Sistema Socio- Cultural. Recuperado de <https://docplayer.es/storage/39/20271476/1547264244/7F58mBFHug1AdrmQKzlebg/20271476.pdf>.

Rodríguez, R. (2011). Destinos turísticos. Realidad y concepto. Revista de investigación en turismo y desarrollo local, 4 (11). Recuperado de <https://ideas.repec.org/a/erv/turdes/y2011i11114.html>

Ruiz, A., Casas, J. (2017). Evaluación del grado de interés de los principales turísticos de la ciudad de Córdoba. Revista Internacional del Turismo y Empresa Riturem, 1(1), 41-52. Recuperado de <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/riturem/article/viewFile/6477/6065>.

- San Martín, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador. (Tesis Doctoral). <http://hdl.handle.net/10803/10588>
- Tavares, J., Neves, O., Vieira, J. (2010). La atractividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(6), 1072-108. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717577>
- Torres, P. (2018). Índice de éxito turístico en ciudades destino. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 27, 431 – 445. Recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V27/N02/v27n2a13.pdf>.

ANEXO



Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Esmeraldas

La carrera de Hotelería y Turismo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, está realizando una investigación con el tema “Interés que despiertan los sitios turísticos de la ciudad Esmeraldas, según la percepción de sus habitantes”; para lo cual es muy necesaria la colaboración de usted brindando información a través del siguiente cuestionario. Las respuestas que proporcione serán manejadas con absoluta reserva.

Información sociodemográfica

1. Género: a) ___ Masculino b) ___ Femenino
2. Edad promedio: a) ___ 18 - 29 años b) ___ 30 - 50 años c) ___ 51 - 60 años d) ___ Más de 60 años
3. Nivel educacional: a) ___ Básica b) ___ Bachillerato c) ___ Tercer nivel d) ___ Cuarto nivel

Cuestionario

En cada pregunta coloque el número según la respuesta que usted crea conveniente.

- Totalmente de acuerdo (5)
- De acuerdo (4)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
- En desacuerdo (2)
- Totalmente en desacuerdo (1)

		Según su percepción, el atractivo es capaz de despertar el interés a los turistas porque:						
		Presenta un carácter distintivo que identifica a Esmeraldas	Posee buen estado de conservación	Es capaz de despertar emociones positivas	Se desarrollan múltiples actividades dándole uso	Se desarrollan múltiples acciones dentro de las actividades en las que se le da uso	Las acciones realizadas dentro de las actividades en las que se le da uso son dinámicas	Las actividades en las que se le da uso son capaces de cumplir con las expectativas de los turistas
1	Museo y centro cultural Esmeraldas							
2	Museo Carlos Mercado							
3	Monumentos de la ciudad							
4	Gastronomía esmeraldeña							
5	Playa las palmas							
6	Puerto pesquero artesanal de Esmeraldas							
7	Marimba							
8	Artesanía esmeraldeña							
9	Catedral Cristo Rey							
10	Santuario Virgen de Loreto							
11	Parque 20 de marzo							
12	Parroquia Santuario Nuestra Señora de la Merced							
13	Refugio de vida silvestre manglares estuario río Esmeraldas							
14	Fiesta de San Pedro y San Pablo							
15	Fiesta de Virgen de Fátima							
16	Fiesta Virgen del Carmen							

Muchas gracias por su colaboración

