

MOTIVACIÓN, SATISFACCIÓN E INTENCIONES DEL TURISTA NÁUTICO EN LA RUTA DEL SPONDYLUS (ECUADOR)

José J. Forteza*
Universidad de Especialidades
Espíritu Santo Guayaquil, Ecuador
Yen E. Lam González**
Javier de León Ledesma***
Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria, España

Resumen: En la actualidad, el turismo es una de las actividades de mayor dinamismo de la economía ecuatoriana. Por este motivo, existe una creciente atención del sector público hacia el área, lo que ha aportado una mejora significativa en el posicionamiento del destino a nivel internacional. A su vez, son formalmente reconocidos la carencia de una correcta estructuración y diversificación de la oferta, y la alta estacionalidad turística, como problemas pendientes de solucionar. En este contexto, el turismo náutico constituye una oportunidad; por las potencialidades con que cuenta el país y por los beneficios socioeconómicos que produce la actividad náutica para el desarrollo turístico. Frente a la inexistencia de estudios previos, esta investigación se propone un análisis descriptivo de la demanda de turismo náutico en el destino Ruta del Spondylus (Ecuador). Como resultado de encuestar a 201 turistas náuticos durante su estancia en la región en 2015, se han podido contrastar las principales diferencias en el perfil, las motivaciones de viaje y la satisfacción que tienen los consumidores náuticos nacionales y extranjeros en el destino, así como la relación que existe entre la satisfacción y las intenciones futuras de regresar al destino. Los resultados de este estudio, aunque preliminares, contribuyen a elaborar una serie de recomendaciones prácticas, útiles a los gestores turísticos y empresarios, para el mejoramiento de sus estrategias de fidelización y posicionamiento del destino en el mercado nacional e internacional; así como a promover mayor interés académico en el área.

PALABRAS CLAVE: turismo náutico, destino náutico, satisfacción, intenciones, Ecuador, Ruta del Spondylus.

Abstract: Motivation, Satisfaction and Behavioral Intentions of Nautical Tourists visiting Ruta del Spondylus (Ecuador). To date, tourism activity is one of the most dynamic sectors of Ecuador. For this reason, the Public Administration has made a commitment to the sector, with public strategies already in place to renewing the destination positioning. At the same time, tourism diversification and seasonality are still remaining as challenges. In this context, nautical tourism stands as an opportunity for the country. The natural conditions it possess, together with the great potential for the socio-economic development of tourism the nautical activity has, are some of the reasons that reinforce this

* MSc. en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas, España. Docente en la Facultad de Turismo Hotelería y Gastronomía, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Guayaquil, Ecuador. E-mail: jforteza@uees.edu.ec

** MSc. en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas, España. Personal investigador y técnico de apoyo en el Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (Tides) y la Cátedra UNESCO de Planificación Turística y Desarrollo Sostenible de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España. E-mail: yen.lam@ulpgc.es

*** Doctor por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), Las Palmas, España. Secretario del Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (Tides) y de la Cátedra UNESCO de Planificación Turística y Desarrollo Sostenible de la ULPGC. Investigador Asociado de la Universidad Autónoma de Chile. E-mail: javier.leon@ulpgc.es

statement. In response to the scarcity of scientific knowledge concerning the nautical consumer behaviour, this research proposes to undertake a contrasted analysis of the nautical tourism demand in Ruta del Spondylus (Ecuador). As a result of surveying 201 nautical tourists visiting this region during 2015, the study analyses the main differences between national and foreign tourists' profile, travel motivations and satisfaction. It also reveals the relation that exists between satisfaction and future revisit intentions of these tourists. Although preliminary, the results provide the opportunity for developing practical recommendations for tourism practitioners and enterprises, aiming to contribute to a better design of destination promotional and positioning strategies, and to promote academic interest in the field.

KEY WORDS: *nautical tourism, nautical destination, satisfaction, behavioural intentions, Ecuador, Spondylus Route.*

INTRODUCCIÓN

En Ecuador, a pesar de que el turismo existe desde los años 1950, no es hasta hace tres décadas que el sector comienza a consolidarse como una actividad económica y sociocultural de importancia (Caiza & Molina, 2012). Los datos macroeconómicos expuestos por el Banco Central de Ecuador indican que desde el año 2013 el turismo viene ocupando el tercer lugar de ingresos por exportaciones no petroleras dentro de la balanza de pagos, después del plátano y el camarón. Las cifras de llegadas de turistas extranjeros a Ecuador se han incrementado un 66,08% en los últimos 7 años, pasando de 937.487 llegadas en el 2007 a 1.557.006 en el año 2014 (MINTUR, 2015c). El país presenta condiciones excepcionales para el desarrollo del turismo; con una megadiversidad cultural y natural que lo sitúa entre los 12 de mayor peso a nivel mundial (Vizúete, Flores, Zurita & Román, 2015). Así mismo el turismo es hoy uno de los ejes prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera (SENPLADES, 2009; 2013). Por este motivo, existe una creciente atención por parte del sector público hacia el área, y se han venido desarrollando estrategias de promoción que han aportado una mejora significativa en el posicionamiento del destino. No obstante, en los diferentes estudios y proyectos estratégicos realizados (PRO ECUADOR, 2012; MINTUR, 2008; 2009; 2015c) se ha abordado la existencia de un déficit de estructuración y diversificación del producto turístico, así como la estacionalidad como problemas pendientes de solucionar.

En este contexto, el turismo náutico surge como una oportunidad. En primer lugar, por las características y recursos con los que cuenta el país para el desarrollo de este segmento (tales como la belleza y diversidad de su franja litoral, un gran número de islas e islotes, dentro de las que destacan las Galápagos, algunas bahías con posibilidades para el desarrollo de actividades náuticas y sobre todo unas magníficas condiciones climáticas e hidrográficas). En segundo lugar, el turismo náutico, aun cuando se considera un campo escasamente estudiado (Lam González, de León Ledesma & León González, 2015; Luković, 2012), se ha definido como un segmento con amplias perspectivas de crecimiento, y como una fórmula de respuesta exitosa a los rápidos y continuos

cambios en las preferencias de la demanda turística global (European Commission, 2014; FEDETON, 2012). Por último, a nivel mundial, el turismo náutico ha significado una alternativa eficaz de desarrollo para modelos turísticos de sol y playa (Ferradás Carrasco, 2001).

Dada la escasez de información, y frente a las futuras estrategias de renovación y promoción en turismo náutico pretendidas por Ecuador (MINTUR, 2015c), este artículo expone los resultados de un estudio preliminar sobre la demanda de turismo náutico en el país, aplicando el análisis de caso en uno de sus principales destinos costeros, la "Ruta del Spondylus". La investigación describe aquellos elementos básicos que distinguen al consumidor náutico que visita esta región, sus motivaciones y preferencias respecto al destino, y su satisfacción e intenciones futuras. El análisis contrastado según origen del turista facilita una mejor comprensión del mercado nacional y extranjero, y por consiguiente formular recomendaciones mejor adaptadas a éstos, lo que en definitiva son herramientas de alta utilidad para la gestión y el marketing turístico del destino.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Turismo náutico. Conceptos, modalidades y matriz de productos

La definición de turismo náutico es un tema complejo, aún no resuelto en la actualidad, a pesar de los avances que existen en la producción del conocimiento científico en turismo (Lam *et al.*, 2015; Jovanovic, Dragin, Armenski, Pavic & Davidovic, 2013; Kizielewicz & Luković, 2013; Luković, 2012). La literatura existente no muestra claridad y consenso en cuanto a las diferencias que existen entre turismo náutico, turismo marino y marítimo. A modo general, la característica más definitoria y global que se le atribuye al segmento del turismo náutico es la realización de actividades deportivas en el mar (Luković, 2013; Ferradás Carrasco, 2001), y en otros posibles emplazamientos como ríos o lagos (Jovanovic *et al.*, 2013).

Algunos autores relacionan al turismo náutico exclusivamente con la navegación, definiéndolo como aquel segmento de turistas que, motivados por el ocio y la recreación, se desplaza en embarcaciones por el mar, ríos o lagos, utilizando las instalaciones náuticas como puertos o marinas, como base de sus principales actividades de alojamiento. Bajo este enfoque, el resto de las actividades náuticas como pesca deportiva, windsurf, surf, etc. se explican como otras actividades complementarias a este segmento (Alcover *at al.*, 2011; Bartoluci & Cavlek, 1998; Jadresic, 1978). Otros autores como Luković (2012) remarcan que la náutica no está ligada a la navegación o a las marinas como áreas de emplazamiento exclusivo. Las críticas de conceptos, modalidades y actividades que integran el sector, es un tema que no cuenta con un amplio debate en la literatura científica actual, existiendo multiplicidad de criterios y contrastes sobre las actividades y subsegmentos que lo componen (Tabla 1).

Tabla 1: Estructura y modalidades definidas en la conceptualización del turismo náutico

AUTORES	MODALIDADES Y ESTRUCTURA EL SECTOR
Alcover <i>et al.</i> , 2011; Bartoluci, & Cavlek, 1998; Jadresic, 1978	Actividad principal: Navegación de recreo en mar, ríos y lagos Actividades complementarias: submarinismo, surf, remo, pesca, etc.
Luković, 2007; 2012	Principales modalidades que componen el segmento: <ul style="list-style-type: none"> ○ Navegación de recreo en el mar: atraques, amarres, marinas y marinas secas ○ Chárter: alquiler de yates a motor con patrón y yates veleros con patrón ○ Cruceros: viajes en crucero (de larga distancia, locales, de un solo día o de varios días) y puertos e instalaciones para crucero (de larga distancia y embarcaciones tradicionales locales) ○ Actividades secundarias: submarinismo, surf, rafting, remo, pesca, tours de aventura, turismo de faros, etc. ○ Actividades adicionales: construcción de cruceros, yates y otros materiales necesarios, información y servicios adicionales al turista náutico, servicios de patrón de barco, escuelas de vela, centros de investigación, etc.
European Federation of Nautical Tourism Destinations, 2012	Actividades que componen al sector: <ul style="list-style-type: none"> ○ Actividades desde un puerto o marina ○ Actividades desde la playa, costa u orilla ○ Actividades subacuáticas: snorkel, pesca, submarinismo libre, cursos de submarinismo, ○ Deportes náuticos: vela ligera, chárter con o sin tripulación, excursiones marinas, pesca, windsurf, kitesurf, surf, ski acuático, kayak, jetski, parasailing, cursos de deportes náuticos.
Jovanovic <i>et al.</i> , 2013	Actividades que componen al sector: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Navegación: navegación de recreo, puertos deportivos y cruceros ▪ Deportes náuticos ▪ Actividades realizadas en ríos, lagos y parques marinos: avistamiento de fauna
Lam <i>et al.</i> , 2015; Gómez Javaloyes, 2012; Méndez de la Muela, 1998; Moreno <i>et al.</i> , 1995;	Principales modalidades que componen el segmento: <ul style="list-style-type: none"> ○ Cruceros ○ Chárter ○ Navegación de recreo (puertos deportivos y marinas) ○ Turismo náutico recreativo (derivados de la vela y motor): <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actividades bajo el agua: snorkeling, apnea, pesca submarina ▪ Deportes náuticos: kayak, esquí acuático, vela, pesca deportiva, parasailing, etc.

Fuente: Elaboración propia

De modo general la literatura plantea que el estudio de la demanda es un elemento clave para el diseño de productos, y que éste es precisamente el principal problema que presentan muchos destinos, que su oferta náutica está concebida desde el criterio de los empresarios, propietarios o dueños, y no por la demanda (Kovačić & Gržetić, 2008). Franjić, Favro & Perišić (2012) plantean que en el turismo náutico la creación de experiencias es un aspecto crucial, y que las tendencias de consumo de la denominada economía de las experiencias (Pine & Gilmore, 1998), son muy aplicables al sector. Sin embargo, los avances en el estudio de la demanda de turismo náutico son muy limitados y con una marcada fragmentación (Luković, 2013).

Existe un reconocimiento formal de la necesidad de consolidar conocimiento científico en torno al turismo náutico, ya que se considera un sector estratégico necesario para el desarrollo de las economías turísticas, no sólo por la alta rentabilidad que genera (Luković, 2012); sino también por los cuantitativos beneficios socioeconómicos que produce en muchas economías europeas (European Commission, 2014). A pesar de la escasez de estudios y estadísticas, se reconoce que el turismo náutico es un factor atenuante de la estacionalidad en los destinos (FEDETON, 2012; Ferradás Carrasco, 2001), se complementa fácilmente con otras modalidades turísticas (Lam *et al.*, 2015) y tiene altas perspectivas de crecimiento, según el incremento esperado de los movimientos turísticos globales por este concepto (FEDETON, 2012). Cieniewicz (2014) indica que el turismo náutico se ha

convertido en una actividad popular y seguirá creciendo hasta 2030 a un ritmo superior que el resto de los sectores del turismo.

A esto hay que añadir el enfoque sistémico del sector, la creación de infraestructuras (sobre todo puertos y muelles) y la disponibilidad de elementos tales como equipamiento, seguridad, oficinas de información y cambio, puntos de venta de equipos náuticos, estaciones de servicio, internet inalámbrico o de entretenimientos (Jadrijević, Lorincz, & Krčum, 2013). De esta forma se va conformando una amplia amalgama de variables que han de considerarse dentro de la coordinación de políticas y estrategias de desarrollo del turismo náutico (Ferradás Carrasco; 2002; Kovačić & Gržetić, 2008).

Por último se puede mencionar el tema de la territorialidad asociada al desarrollo del turismo náutico. Los territorios costeros con mayor protagonismo en los movimientos turísticos globales por este concepto son Australia, Estados Unidos, los países del Litoral Mediterráneo Europeo (principalmente España, Italia, Francia, Croacia, Turquía y Grecia) y las islas del Caribe, las cuales lideran el ranking en lo que al segmento de cruceros y turismo de yates se refiere (Caric & Mackelworth, 2014; Cieniewicz, 2014; Favro & Glamuzina, 2005; Ferradás Carrasco, 2001). A su vez, en relación a los países vecinos de Ecuador, destacan Colombia, Uruguay y Argentina. Estos países del continente americano cuentan con un importante número de entidades e infraestructuras dedicadas a la náutica, y planes estratégicos especiales del producto, pero en comparación con otras regiones, presentan importantes limitaciones, tanto para lograr una mayor participación del mercado internacional, como para atender al aumento del parque náutico que ha venido desarrollándose en los últimos años (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia 2012; Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay, 2011).

Turismo en Ecuador. Una visión integral

El turismo en Ecuador se considera una actividad incipiente, y así mismo existe una escasez de literatura en el área, con respecto a Latinoamérica (Mings, 2015). Prieto (2011) divisa cuatro tendencias de la investigación en turismo en el país; las políticas estatales, el ecoturismo y la sustentabilidad, el turismo comunitario y por último el turismo en las ciudades. De la primera resalta la publicación de Marchán & Alexander (1992), como uno de los principales manuscritos que analiza las estrategias de desarrollo económico y social en Ecuador. El turismo emerge como una actividad destacada dentro de las estrategias, planes y proyectos del Gobierno en el año 2000, con el proceso de descentralización de competencias (Maldonado, 2008); concretándose en el 2001, año en el que oficialmente el Gobierno establece las políticas de Estado para el sector mediante el Decreto N°. 1424 (MINTUR, 2000).

A la vez, las crecientes preocupaciones por la sostenibilidad de la actividad ha dado paso al surgimiento de otras manifestaciones como el ecoturismo y el turismo comunitario (Prieto, 2011), que

responden a nuevos tipos de visitantes, y aportan novedosas alternativas a diversos emplazamientos del país con potencial (Cabanilla, 2014; Ruiz, Hernández, Coca, Cantero & Del Campo, 2008). Ésta es una de las temáticas más analizadas dentro de la investigación turística en Ecuador (Azócar, Izko & Martínez, 1995; Caiza & Molina, 2012; Wunder, 1999; Zeppel, 2014). La perspectiva de la inclusión social de grupos vulnerables (Falconí & Ponce, 2011), la sostenibilidad de la actividad (Carpentier, 2014; Gorman, 1996; Wunder, 1999) y su gestión desde la comunidad (Carpentier, 2014; Drumm, Lindberg, Wood & Engeldrum, 1998; Kiss, 2004) son áreas relacionadas que también han recibido especial interés.

De la misma forma, por la importancia que se le otorga a la gestión turística de las comunidades (Cabanilla, 2014); en los años noventa se desarrolla un modelo turístico del que Ecuador se considera país pionero; el turismo comunitario (Ruiz *et al.*, 2007). En el mencionado proceso se vieron implicados diferentes agentes externos relacionados con el ecoturismo (agencias de cooperación, ONG's, etc.) y finalmente el propio Gobierno a través del reconocimiento jurídico en la Ley de Turismo de 2002. Hay que destacar que esta alternativa es contemplada dentro de las Estrategias del Plan Nacional de Desarrollo, lo mismo que hizo anteriormente la Organización de Naciones Unidas (ONU) en los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Estos segmentos junto con otras alternativas que se han desarrollado de manera paulatina, dan forma a la denominada matriz de productos turísticos del Ecuador, tal y como se muestra en la Tabla 2 (MINTUR, 2003).

Tabla 2: Matriz de productos turísticos del Ecuador

Circuitos generales (Clúster "Interés especial")	Circuitos generales	Ecoturismo y turismo de naturaleza (Clúster "Naturaleza")	Parques nacionales Reservas y bosques privados
Sol y playa (Clúster "Naturaleza")	Sol y playa		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo Comunitario (Clúster "Interés especial")	Turismo comunitario		Observación de flora y fauna
Turismo cultural (Clúster "Cultura")	Patrimonio naturales y culturales Mercados y artesanías Gastronomía Shamanismo Fiestas populares Turismo religioso Turismo urbano Turismo arqueológico CAVE- científico, académico, voluntario y educativo Haciendas históricas	Turismo de deportes y aventura (Clúster "Naturaleza")	Deportes terrestres Deportes fluviales Deportes aéreos Deportes acuáticos
		Turismo de salud (Clúster "Interés especial")	Termalismo Medicina ancestral SPA
		Agroturismo (Clúster "Interés especial")	Haciendas, fincas y plantaciones
		Turismo de convenciones y congresos (Clúster "Interés especial")	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias
Parques temáticos (Clúster "Interés especial")	Parques temáticos	Turismo de cruceros (Clúster "Interés especial")	Cruceros

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del MINTUR, 2008; 2015c; MINTUR, 2003

Con respecto a la demanda turística internacional, existen algunos estudios recientes que muestran al ocio y la recreación como las principales motivaciones de viaje. Así mismo se afirma que los turistas extranjeros que visitan el país por lo general poseen un alto nivel de estudios y alta fidelidad al destino (OTG, 2015 b). Su estancia media se sitúa en torno a los 17 días, suelen viajar solos y su nivel de gasto promedio asciende hasta los \$1000. Finalmente, la mayoría afirma gestionar sus viajes mediante internet y agencias de viaje (MINTUR, 2008). De acuerdo al boletín de estadísticas turísticas del periodo 2010 – 2014 (MINTUR, 2015a), los principales países emisores de turistas al país son Colombia, Perú, EUA, y España.

En cuanto al turismo interno, es notoria la inexistencia de información estadística o estudios que profundicen en el área del comportamiento del consumidor. Es a partir de la última investigación oficial realizada por el MINTUR para la implementación del Proyecto de la Cuenta Satélite (MINTUR, 2006), que se puede aportar información orientativa sobre las principales actividades demandadas por el ecuatoriano; siendo las más frecuentes diversión, visita a áreas protegidas y práctica de deportes.

Turismo náutico en Ecuador. Posicionamiento actual y estrategias de desarrollo

Una mirada a las diversas propuestas y planes estratégicos y de marketing planteados desde la Administración turística ecuatoriana, ha permitido identificar qué lugar tienen las actividades de turismo náutico dentro de la oferta del destino. En la figura 1 se muestra una clasificación oficial de los segmentos del turismo en entornos costeros, marítimos y fluviales, su distribución regional actual así como el potencial de desarrollo identificado. No existe una apreciación del turismo náutico como un segmento per se, ni como una actividad o modalidad dentro de los segmentos establecidos, siendo reconocidos entre los principales segmentos costeros; el sol y playa (46% de la oferta), el ecoturismo (21% de la oferta), los cruceros (13% de la oferta) y el turismo cultural (7% de la oferta). Algunas actividades náuticas se encuentran fragmentadas dentro de estos segmentos, como en el turismo de naturaleza, de deportes y aventura (Figura 1).

Con respecto a la distribución geográfica, la oferta de actividades relacionadas con el medio marítimo se concentra en toda el área costera y las Islas Galápagos. Este archipiélago podría considerarse clave, por ser el principal destino del país cuyas peculiaridades cumplen significativamente con las características del producto náutico (OTG, 2015a). Finalmente, en relación con el área investigada (la Costa Centro), esta ha sido abordada por Endara (2009), en un estudio estratégico del cordón costero de las Provincias Guayas y Santa Elena. En este estudio se concluye que los productos oficialmente reconocidos de la oferta turística regional son los circuitos generales, el sol y playa, el ecoturismo, turismo de naturaleza y el de deportes y aventura. Paralelamente Perrone, Cajiao & Burgos (2009) en su estudio sobre el turismo de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental analiza la oferta que se articula alrededor del mar y la naturaleza, definiendo tipologías turísticas tales como el sol y playa (con un sinnúmero de actividades

relacionadas en el medio acuático), el turismo deportivo (con actividades tales como vela, kayak, surfing, kitesurfing, snorkeling, buceo y pesca deportiva), el turismo de cruceros y el turismo de observación de fauna marina (como manifestación del ecoturismo, citando a ballenas jorobadas, delfines y lobos o leones marinos como especies de interés).

Figura 1: Distribución regional de los segmentos y actividades turísticas en entornos marítimos y fluviales

PRODUCTO ACTUAL	PRODUCTO POTENCIAL
CIRCUITOS GENERALES	
Sol y Playa	Costa Norte Centro y Sur Todas las zonas Islas Galápagos
ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA	
Ríos, lago, lagunas y cascadas	Sierra Norte y Centro Amazonía Norte y centro Costa Sur
TURISMO DE DEPORTES Y AVENTURA	
Deportes fluviales	Sierra Norte y Centro Amazonía Norte Amazonía Centro Guayaquil
Deportes acuáticos	Costa Norte, Centro y Sur Sierra Norte Austro Galápagos
TURISMO DE CRUCEROS	
Turismo de Cruceros	Amazonía Norte Costa Centro Galápagos Guayaquil Costa Sur

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de MINTUR, 2008

Para plantear una correcta estrategia de desarrollo en turismo náutico se hace imprescindible la generación de conocimiento, y una correcta clasificación del segmento y sus actividades, así como sus mercados meta. Lograr un producto náutico con potencial de éxito dependerá de la importancia que se le otorgue a estos aspectos. Igualmente lograr una correcta clasificación para los otros segmentos contribuirá a un mejor posicionamiento de la oferta turística del país. Por su parte, el estudio de la demanda de turismo náutico es un área que también se muestra con escasos avances, toda vez que los datos y estadísticas no permiten identificar fácilmente a este grupo poblacional.

METODOLOGÍA Y ESTUDIO DE CAMPO

La presente investigación tiene carácter empírico-descriptivo y aplica una metodología cuantitativa basada en la encuesta social. Se plantearon cuatro hipótesis de partida para la investigación:

H1. Existen diferencias significativas entre turistas náuticos nacionales y extranjeros en cuanto a las motivaciones, la planificación del viaje y el gasto que realizan en el destino Ruta del Spondylus.

H2. Existen diferencias significativas entre turistas náuticos nacionales y extranjeros en cuanto a su satisfacción con la oferta náutica, la experiencia de la visita y el destino Ruta del Spondylus.

H3. El grupo de turistas náuticos nacionales con positivas intenciones de regresar al destino Ruta del Spondylus muestra diferencias significativas, en cuanto a su satisfacción con la oferta náutica, la

experiencia de la visita y el destino Ruta del Spondylus, con respecto al grupo que no muestra esta disposición.

H4. El grupo de turistas náuticos extranjeros con positivas intenciones de regresar al destino Ruta del Spondylus muestra diferencias significativas, en cuanto a su satisfacción con la oferta náutica, la experiencia de la visita y el destino Ruta del Spondylus, con respecto al grupo que no muestra esta disposición.

Se diseñó un cuestionario dirigido a turistas ecuatorianos y extranjeros de visita en la Ruta del Spondylus, motivados por la práctica de algún deporte náutico-recreativo. La encuesta fue estructurada en cuatro secciones con preguntas abiertas y cerradas; A) Perfil socio demográfico del encuestado, B) Organización y características del viaje, C) Actitudes y preferencias hacia el destino y D) Valoración del destino, satisfacción e intenciones de regresar.

Se decidió implementar las encuestas en aquellas zonas y comunidades de la Ruta, que teniendo representatividad en el mercado turístico de la Región, mostraban una concentración de las actividades de la náutica. Se aplicó la técnica del muestreo aleatorio simple sin reposición, y los sujetos fueron seleccionados según la accesibilidad y proximidad al encuestador. Con respecto al tamaño de la muestra, al no existir estadísticas oficiales de este segmento de demanda en el destino, se partió del conjunto poblacional de turistas en las zonas que comprende la Ruta. En la Tabla 3 se muestra un resumen del trabajo de campo y la composición de la muestra para el estudio.

Tabla 3: Ficha técnica de la muestra y el trabajo de campo

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Implementación	Encuestas directas e individualizadas
Universo	Turistas visitando Ruta del Spondylus, Ecuador motivados por la práctica recreativa de deportes náuticos
Puntos de encuestación	Centros náuticos, playas y puntos de venta de materiales y equipos náuticos
Zona geográfica	Salinas, Salinas- Chipipe, Ayangue, Montañita, Puerto López y Los Frailes
Tamaño de la muestra	201 turistas náuticos ecuatorianos y extranjeros
Fecha trabajo de campo	Junio – Agosto 2015 (un fin de semana / mes)

Fuente: Elaboración propia

En el proceso de implementación de las encuestas, la primera pregunta del test actuó de filtro, ya que si la persona encuestada no había practicado o no planeaba practicar deportes náuticos durante su visita a la Región, se consideraba un dato nulo en la muestra. El trabajo de campo fue llevado a cabo por un grupo de estudiantes de la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Espíritu Santo (Guayaquil), los cuales recibieron talleres previos de capacitación para la encuestación.

Con respecto a la satisfacción, la variable se midió a través de 4 preguntas o niveles, la satisfacción con la oferta náutica, con la decisión de visitar el destino, con la experiencia en el

destino, y con el destino en general. Se utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos (donde 1 significaba Nada satisfecho y 5- Muy satisfecho). Con respecto a las intenciones futuras, la pregunta en el cuestionario daba la posibilidad a los turistas de responder alternativamente "sí" si deseaban regresar al destino y "no" si no tenían intenciones, lo que dio como resultados una variable dicotómica.

Posterior a la codificación de la información recopilada, su depuración y ponderación, la base de datos fue procesada con el programa SPSS (versión 22.0). Se utilizaron dos grupos muestrales (turistas nacionales y extranjeros) y análisis de frecuencia que permitieron identificar los perfiles de los encuestados y sus principales preferencias de viaje y actitudes en el destino. Para responder a la hipótesis 1 se realizaron tablas cruzadas de frecuencia según origen del turista, y se aplicó el estadístico Chi-cuadrado para determinar las principales diferencias entre ambos grupos muestrales en cuanto a la planificación del viaje, las motivaciones y el gasto en el destino. Para dar respuesta a las hipótesis 2, 3 y 4 se aplicó una prueba T de Student para muestras independientes, para determinar las diferencias entre aquellos turistas con nacionalidad ecuatoriana y extranjera, en cuanto a sus percepciones de satisfacción, y entre aquellos con intenciones positivas y negativas de regresar al destino, en cuanto su satisfacción con la oferta náutica, la experiencia de la visita y el destino. Para el análisis se utilizó el estadístico t con valores de significación por debajo de 0,05.

Tabla 4: Composición de la muestra y perfil sociodemográfico de los encuestados

VARIABLES	CATEGORÍAS	NACIONALES %	EXTRANJEROS %
Género	Hombres	52,7	53,9
	Mujeres	47,3	46,1
Edad	45-64	22,4	13,1
	35-44	21,6	14,5
	25-34	28,0	39,5
	< 25	28,0	32,9
Estado civil	Casado	29,6	19,7
	Soltero	56,8	64,4
	Con pareja	7,2	11,8
Estudios	Secundaria	19,2	22,4
	Bachiller	10,4	5,2
	Universitarios	68,0	69,7
Situación laboral	Empresario	9,6	14,5
	Independiente	29,6	28,9
	Empleado	33,6	25,3
	Desempleado	16,8	15,8
Nacionalidad	Ecuatoriana	100,0	
	Argentina		21,1
	Peruana		18,4
	Estadounidense		14,5
	Colombiana		11,8
	Chilena		11,8
	Alemana		5,3
	Española		3,9
		n=125	n=76

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 4 muestra los estadísticos descriptivos que resumen el perfil socio demográfico de los encuestados. Con respecto a la estructura por nacionalidades, la muestra se compuso principalmente por ecuatorianos, los que representaron un 62% del total de encuestados, siendo las nacionalidades argentina, peruana y estadounidense las más frecuentes dentro de los visitantes náuticos extranjeros. Los turistas nacionales encuestados son mayoritariamente hombres en edad joven, solteros y con

estudios universitarios. En lo que respecta al perfil del encuestado extranjero, la muestra denota también una más alta presencia del género masculino, una edad media en torno a los 30 años y similares características en cuanto al nivel estudios y situación de empleo que los nacionales.

RESULTADOS

Sobre las características del viaje y las motivaciones del turista náutico

La Tabla 5 muestra los resultados del análisis de frecuencia para las características, las motivaciones y el gasto de viaje de los turistas encuestados en Ruta del Spondylus. Con respecto a las variables encuestadas: grupo de viaje, medios de conocer, modo de acceso al destino, primera visita, nº de visitas anteriores, motivación del viaje y gasto total / turista, la tabla sólo muestra las categorías más frecuentes dentro de cada variable, así como los valores del estadístico Chi.

Tabla 5: Planificación y motivaciones del viaje a Ruta del Spondylus

VARIABLES	CATEGORÍAS	NACIONALES	EXTRANJEROS	Chi ²
		%	%	
Grupo de viaje	Grupo/Amigos	22,4	36,8	7,905**
	Pareja	20,0	19,7	
	Individual	19,2	17,1	
	Familia	38,4	22,4	
Medios de conocer	TTOO/AAVV	6,4	7,9	61,59**
	Internet	7,2	40,8	
	Amigos/Familia	88,0	77,6	
	TV / Publicidad	8,0	-	
Modo acceso al destino	Avión	3,2	26,3	64,31**
	Bus	16,0	48,7	
	Taxi / Alquiler	16,0	18,4	
	Propio	69,6	19,7	
Primera visita	Si	20,2	75,0	61,59**
	No	79,8	23,7	
No. de visitas anteriores	0 visitas		75,0	62,18**
	1	12,5	9,2	
	de 2 a 5	14,6	9,2	
	de 6 a 9	33,3	6,6	
	más de 10	39,6	-	
Motivación de viaje	Pesca deportiva/sub.	23,2	15,7	21,44**
	Buceo	38,4	11,8	
	Surf/windsurf	52,8	59,2	
	Remo	28,8	23,7	
	Excursión en barco	34,4	31,6	
	Moto acuática	40,0	13,2	
	Navegar	32,0	-	
Gasto total / turista	menos de 200\$	35,2	10,5	25,52**
	201-500\$	16,8	22,4	
	501-1100\$	13,6	26,3	
	1101-2000\$	15,2	31,5	
	más de 2000\$	16,8	10,5	

**p< ,01

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que existe una preferencia entre los turistas náuticos encuestados por organizar su viaje en grupo. Tanto para el grupo de nacionales como para extranjeros, viajar acompañado de amigos, pareja o familia tienen la mayor probabilidad de ocurrencia. En este sentido los turistas nacionales prefieren más el viaje en familia, y los extranjeros con amigos. En cuanto a los medios por los que conocieron el destino, los amigos / familia (88% de los nacionales y 77,6% de los

extranjeros) fue la forma más frecuente para ambos grupos. Como segundo modo más frecuente de conocer el destino, se percibe el uso de internet para los turistas de origen extranjero, a diferencia del nacional que afirmó en un 8% que fue la TV o la publicidad. Igualmente sucede con respecto al modo de acceder al destino. Mientras que los turistas nacionales encuestados arribaron más frecuentemente al destino en un medio de transporte propio, los extranjeros encuestados hicieron del bus, su medio de transporte más comúnmente utilizado. En el caso de los nacionales, se trata de un turista altamente repetidor con el destino, puesto que el 79,8% afirmó haberlo visitado antes, y más del 70% lo había hecho entre 6 y más de 10 veces. Mientras tanto, para el 75% de los turistas extranjeros encuestados ésta era su primera visita, lo que denota una baja presencia de turistas repetidores.

En lo concerniente a las motivaciones de viaje, se hace necesario enfatizar que casi la totalidad de la muestra había practicado o deseado practicar más de un deporte náutico durante la visita, con una variedad significativa de actividades planeadas que van desde deportes como la pesca deportiva / sub, el buceo, el surf y el remo; hasta otras actividades de ocio como las excursiones en barco, la moto náutica y la navegación. Aquí es significativo el hecho de que ningún extranjero mencionara la navegación como una opción entre las actividades planteadas para su viaje. Para nacionales y extranjeros la principal motivación de viaje fue el surf/windsurf. Como segundo grupo de actividades más frecuentes, para los nacionales, fueron la moto náutica y el buceo, mientras que entre la muestra de extranjeros hubo una mayor tendencia al consumo de la excursión en barco y el remo. Estas tendencias son importantes, toda vez que permiten proponer mejoras en el diseño de la oferta del destino, en función de las preferencias de consumo de cada mercado.

Finalmente, en cuanto al nivel de gasto en el destino, de manera significativa se muestra que mientras los turistas nacionales afirman en un 52% gastar menos de 500 dólares durante la estancia; el 57,8% de los turistas extranjeros expresó tener un margen de gastos situado entre los 500 y 2000 dólares. Las diferencias observadas entre ambos grupos de turistas náuticos nacionales y extranjeros son estadísticamente significativas ($p < ,01$). Se acepta la hipótesis 1 y se afirma que los turistas náuticos nacionales y extranjeros que visitan Ruta del Spondylus tienen diferencias significativas en cuanto a su planificación de viaje, las motivaciones, y el nivel de gastos en el destino.

Sobre la satisfacción y las intenciones futuras de visitar el destino

Con respecto a la satisfacción, tal y como se observa en la Tabla 6, tanto nacionales como extranjeros, están satisfechos con la visita al destino, así como con la experiencia que el mismo ofrece (valores medios por encima de 4- satisfecho). Sin embargo, no sucede igual con la satisfacción con la oferta náutica, la cual es percibida tanto por nacionales como extranjeros con valores medios menores que el resto de las variables. Se pudo comprobar mediante el estadístico t que no existen diferencias significativas entre las percepciones de nacionales y extranjeros con respecto a los niveles de satisfacción encuestados ($p > ,05$), y se rechaza la hipótesis 2, afirmando que con una

probabilidad de ocurrencia del 95%, los turistas nacionales y extranjeros que visitan el destino no presentan diferencias significativas en cuanto a su satisfacción con la oferta, la visita y la experiencia. Con respecto a los productos y servicios de la oferta náutica del destino, los turistas no muestran altos niveles de satisfacción, toda vez que la media de los valores otorgados por nacionales y extranjeros está por debajo de 4, situación que podría suponer que las expectativas de estos usuarios no están siendo cumplidas. Ésta es un área sobre la que se deberá prestar especial atención toda vez que va en consonancia con las motivaciones principales de viaje de este segmento.

Tabla 6: Satisfacción con la oferta, la experiencia y el destino náutico según origen del turista

Variables	Nacionales		Extranjeros		t (Sig.)
	Media	DE	Media	DE	
Satisfecho con la oferta náutica	3,87	,93	3,75	1,21	0,43 (.559)
Satisfecho con la visita	4,43	,77	4,38	,84	0,92 (.356)
Satisfecho con la experiencia	4,37	,77	4,26	,92	0,99 (.320)
Satisfacción global	4,21	1,02	3,93	1,05	1,76 (.080)

Escala (1= muy baja satisfacción; 5= muy alta satisfacción); DE (Desviación Estándar)

Fuente: Elaboración propia

Por último, con respecto a las intenciones futuras de regresar al destino, cabe mencionar la existencia de una alta disposición en general por parte de los turistas náuticos, con un ratio de respuestas positivas del 96% y 84,2% para los nacionales y extranjeros respectivamente. En la Tabla 7 se muestran los principales estadísticos de la prueba t, la que toma como variable de factorización la variable dicotómica intenciones de visitar, y como dependientes, el conjunto de valores otorgados a la satisfacción con la oferta, la visita, la experiencia y el destino en general. Esta prueba se realizó en dos fases, para nacionales y extranjeros.

En los estadísticos descriptivos puede observarse cómo para todos los casos, nacionales y extranjeros, los turistas náuticos con intenciones positivas de volver al destino, otorgan valoraciones superiores a las variables de satisfacción que el resto. Mediante la prueba t de contraste de medias se puede afirmar que las diferencias observadas sólo son estadísticamente significativas para el caso de los extranjeros. Desde el punto de vista cognitivo, para los turistas náuticos nacionales, las intenciones de regresar al destino no dependen de la satisfacción con la oferta náutica, la experiencia, o la satisfacción con el destino en general, por lo que se rechaza la hipótesis 3. En este caso, existen otros factores de los que dependen las intenciones de este segmento, los cuales muy probablemente estén relacionados con el afecto, la familiaridad, la cercanía, y la simpatía con el destino (Santoro *et al.*, 2015). Se distingue como limitación de este estudio la no inclusión de estas variables de tipo afectivo. Para el caso de los turistas náuticos no ecuatorianos, la satisfacción con la oferta náutica ($t= 2,81$; $p<,01$), con la visita ($t=2,92$; $p<,01$), y con la experiencia que ofrece el destino ($t= 2,76$; $p<,01$), se asocian significativamente a la disposición de querer regresar al destino Ruta del Spondylus, aceptando por tanto la hipótesis 4 del inicio del estudio.

Tabla 7: Diferencias en la satisfacción de turistas con positivas y negativas intenciones de regresar al destino

VARIABLES	REVISITAR Nacionales		t	REVISITAR Extranjeros		t
	Si	No		Si	No	
Satisfecho con la oferta náutica	4,46	3,85	0,26	4,48	3,27	2,81**
Satisfecho con la visita	4,38	3,71	0,67	4,36	3,63	2,92**
Satisfecho con la experiencia	4,27	3,64	0,10	4,26	3,45	2,76**
Satisfacción global	4,30	3,46	0,34	4,01	3,30	2,26*

Escala (1= muy baja satisfacción; 5= muy alta satisfacción); *p<,05 **p<,01
Fuente: Elaboración propia

Finalmente los resultados denotan la importancia que tiene el estudio segmentado de la demanda de turismo náutico, toda vez que permite identificar qué estrategias de fidelización tienen mayor probabilidad de éxito para cada mercado. Mientras que la oferta de servicios náuticos es clave para predecir las intenciones a futuro en el mercado de turistas náuticos extranjeros, los nacionales, que son turistas altamente fieles al destino, parecen valorar más otros factores de tipo afectivo. Sin embargo, esto no significa que la recualificación de la oferta náutica no sea un aspecto a mejorar, toda vez que los turistas han manifestados niveles de satisfacción por debajo del óptimo esperado.

CONCLUSIONES E IMPLICACIONES PRÁCTICAS

El turismo náutico es un producto de alto potencial para Ecuador, y una respuesta oportuna a las necesidades de diversificación que tienen sus destinos costeros. Así, potenciar el desarrollo del segmento se ha convertido en una estrategia política, que muestra ciertos avances sobre todo en la actividad de cruceros. Sin embargo, la correcta estructuración y clasificación del producto náutico del país y su interrelación con el resto de los segmentos, son aspectos que aun muestran un avance incipiente, sobre todo en relación a los destinos competidores del entorno cercano como Colombia, Argentina o Uruguay; que no sólo han reconocido la importancia del producto, sino que incluso han llegado a elaborar un plan estratégico para este. Por su parte, el estudio de la demanda del turismo náutico, importante para garantizar el éxito de mercado de las pretendidas estrategias de diversificación turística del país, es también reconocido como un área de marcada escasez.

A partir de la interpretación y análisis de los datos recopilados, este estudio de caso ha permitido identificar un perfil del turista náutico en el destino Ruta del Spondylus, así como el análisis de sus principales motivaciones, actitudes y preferencias en la organización de su viaje al destino. El contraste de dos grupos muestrales, nacionales y extranjeros, ha aportado información relevante para la identificación de diferencias claves en cuanto a la planificación del viaje y el gasto turístico. La estructuración de paquetes turísticos integrados, que combinen varios deportes náuticos, que puedan ser disfrutados en grupo, y que se muestren con una singularidad experiencial, parece ser la principal tendencia del mercado de turismo náutico en la región. La presencia de promoción turística en internet, de los productos náuticos y las potencialidades con que cuenta el destino, es un aspecto

esencial que deberá desarrollarse desde la gestión turística del destino de cara a ganar posicionamiento en el mercado internacional.

Los resultados demuestran que la satisfacción global con el destino es positiva por parte de los turistas náuticos que lo visitan. Con respecto a los productos y servicios de la oferta náutica, las valoraciones otorgadas por los turistas, tanto nacionales como extranjeros, reflejan que éste es un aspecto clave a mejorar. Las empresas de turismo náutico de la región deberán prestar especial atención a la calidad de los servicios, y deberán trabajar por elevar la satisfacción de los usuarios. Alianzas empresariales para conformar productos integrados podría ser una alternativa exitosa. Con respecto a las intenciones futuras de regresar al destino, cabe mencionar la existencia de una positiva disposición en general por parte de los turistas náuticos, lo que indica que el mercado muestra rasgos de fidelidad al destino.

Entre los turistas nacionales éste hecho se constata en el alto porcentaje de turistas repetidores encontrados en la muestra. Con respecto a los extranjeros, positivas intenciones no se corresponden con una alta presencia de turistas repetidores. A este respecto, pudo identificarse que las decisiones futuras de los turistas extranjeros están significativamente asociadas a su satisfacción con la oferta náutica. Por este motivo, los gestores del destino deberán garantizar que las futuras estrategias de fidelización en el mercado internacional de turismo náutico tendrán como objetivo primordial y primario, elevar la calidad de los productos y servicios de las empresas náuticas. Mientras tanto para el mercado nacional, en el que la fidelidad del turista está ligada a otros factores, probablemente de carácter emocional o geográfico, la conformación de paquetes experienciales que brinden una gran diversidad de atracciones para toda la familia, podrían generar una alta aceptación.

Así, se traza un desafío común para actores públicos y privados en pos de la renovación de un destino náutico, que precisa de una oferta de más calidad, más integrada, innovadora y auténtica, cuyo principal objetivo sea ofrecer experiencias y diversidad. Llegado este punto, no debería quedar alguna duda de que esto sólo será posible por medio de la evolución de lo marítimo hacia lo terrestre; de la náutica a la historia, etnografía y vida de las comunidades locales: en definitiva una interrelación entre la vida cotidiana y la propia experiencia turística.

Por otro lado, aun cuando este estudio presenta limitaciones propias de su carácter preliminar, ha permitido trazar nuevos horizontes de investigación. Las futuras líneas de trabajo deberán tomar en cuenta aspectos tales como la imagen afectiva, y profundizar en la valoración económica de los atributos y los determinantes de la fidelidad y la satisfacción para el segmento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcover, A.; Alemany, M.; Jacob, M.; Payeras, M.; García, A. & Martínez-Ribes, L.** (2011) "The economic impact of yacht charter tourism on the Balearic economy". *Tourism Economics* 17(3): 625-638
- Azócar, L.; Izko, X. & Martínez, A.** (1995) "Ecoturismo en el Ecuador: trayectorias y desafíos". A. Hermanos Ed., Quito
- Bartoluci, M. & Cavlek, N.** (1998) "Turizam i sport [Tourism and sport]". Fakultet za fizicku kulturu Sveucilista u Zagrebu, Zagreb
- Cabanilla, E.** (2014) "Desarrollo del turismo comunitario en Ecuador, bajo el paradigma de la complejidad y el Sumak Kawsay". *BioScriba* 7(1): 30–49
- Caiza, R. & Molina, E.** (2012) "Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano". *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir* 4: 8–24
- Caric, H. & Mackelworth, P.** (2014) "Cruise tourism environmental impacts - The perspective from the Adriatic Sea". *Ocean and Coastal Management* 102(PA): 350–363. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2014.09.008> Fecha de acceso 20/ 04/2016
- Carpentier, J.** (2014) "Los achuar y el ecoturismo: ¿una estrategia sostenible para un desarrollo autónomo?" *Bulletin de L ' Institut Français D ' études Andines* 43(1):133–158
- Cieniewicz, M.** (2014) "The potential of European nautical tourism for islands". EESC & INSULEUR Public Hearing, European Boating Industry, Bruselas
- Drumm, A.; Lindberg, K.; Wood, M. & Engeldrum, D.** (1998) "New approaches to community-based ecotourism management. Learning from Ecuador". En: Lindberg, K. & Hawkins, D. E. *Ecotourism: a guide for planners and managers*. Ecotourism Society, Quito, pp. 197-213
- Endara, V.** (2009) "Estudio estratégico para el desarrollo turístico de las provincias Santa Elena y Guayas". Fundación Nobis, Guayaquil
- European Commission** (2014) "A European strategy for more growth and jobs in coastal and maritime tourism". European Commission, Bruselas. Disponible en: http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism/documents/com_2014_86_en.pdf fecha de acceso 22/03/2016
- FEDETON** (2012) "How to join the European Federation of Nautical Tourism Destinations (FEDETON)". *European Federation of Nautical Tourism Destinations (Vol. 1)*. Disponible en: http://www.nautical-tourism.eu/upload/documents/03_14 Comment devenir ANG .pdf fecha de acceso 20/04/2016
- Falconí, F. F. & Ponce, J.** (2011) "Ecoturismo: emprendimientos populares como alternativa a un desarrollo excluyente". En: Prieto, M. (Ed.) *Espacios en disputa: el turismo en Ecuador*. FLACSO, Quito, pp. 167-206
- Favro, S. & Glamuzina, N.** (2005) "Contemporary problems of nautical tourism development in Croatia". *PROMET-Traffic&Transportation* 17(2): 107–112
- Ferradás Carrasco, S.** (2001) "La relevancia del turismo náutico en la oferta turística". *Cuadernos de Turismo* 7: 67–80

- Ferradás Carrasco, S.** (2002) "El turismo náutico en el Mediterráneo". Cuadernos de Turismo 9: 19 – 32
- Franjić, R.; Favro, S. & Perišić, M.** (2012) "System concept of experience in nautical tourism". WIT Transactions on Ecology and the Environment 166: 117–128. Disponible en: <http://doi.org/10.2495/ISLANDS120101> fecha de acceso 23/03/2016
- Gómez Javaloyes, E.** (2012) "La gestión de instalaciones náuticas de recreo: su relación con el turismo náutico en la Costa Blanca". Investigaciones Turísticas 4: 119-131
- Gorman, M.** (1996) "El ecoturismo - una alternativa para el desarrollo sustentable del oriente ecuatoriano?" Condesan, Lima
- Jadrijević, N.; Lorincz, J. & Krčum, M.** (2013) "Defining factors of nautical tourism ports competitiveness in the Republic of Croatia". 5th International Maritime Science Confer - IMSC2013, Solin
- Jadresic, V.** (1978) "Nauticki turizam [Nautical tourism]. Zadar". Pedagogoska Akademija Zadar, Serbia
- Jovanovic, T.; Dragin, A.; Armenski, T.; Pavic, D. & Davidovic, N.** (2013) "What demotivates the tourist? Constraining factors of nautical tourism". Journal of Travel & Tourism Marketing 30(8): 858–872
- Kiss, A.** (2004) "Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds?" Trends in Ecology & Evolution 19(5): 232–237. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.tree.2004.03.010>. fecha de acceso 24/03/2016
- Kizielewicz, J. & Luković, T.** (2013) "The phenomenon of the marina development to support the European model of economic development". The International Journal on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation 7(3): 461–466
- Kovačić, M. & Gržetić, Z.** (2008) "Nautical tourism the basis of the systematic development". Pomorstvo, Scientific Journal of Maritime Research 22(1):31-51
- Lam González, Y. E.; de León Ledesma, J. & León González, C. J.** (2015) "European nautical tourists: exploring destination image perceptions". Tourism and Hospitality Management 21(1): 33-49
- Luković, T. (Ed.)** (2013) "Nautical tourism". CABI, Dubrovnik
- Luković, T.** (2012) "Nautical tourism and Its function in the economic development of Europe". En: M. Kasimoglu (Ed.) Visions for global tourism Industry – Creating and sustaining competitive Strategies. Kasimoglu Ed., Rijeka, pp. 399-430
- Luković, T.** (2007) "Nautical tourism – Definitions and dilemmas". Naše more, Znanstveno-Stručni Časopis za More i Pomorstvo 54(1-2): 22-31
- Maldonado, G.** (2008) "Descentralización del turismo en Ecuador, el caso de los municipios de Ibarra y Manta". FLACSO, Quito
- Marchán, C. & Alexander, S.** (1992) "Ecuador siglo XXI. Estrategias de desarrollo". Consejo Nacional de Desarrollo - GTZ, Quito
- Méndez de la Muela, G.** (1998) "Turismo náutico: Estudio sobre el turismo náutico en España y en los países competidores europeos". Turopaña, Madrid
- Mings, R. C.** (2015) "Tourism development in Latin America and related research needs". Proceedings of the Conference of Latin Americanist Geographers, pp. 336–346

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia** (2012) “Plan Nacional de Turismo Náutico de Colombia”. Fase I: Análisis y Diagnóstico, Costa Caribe. Disponible en: <http://docplayer.es/11777040-Plan-nacional-de-turismo-nautico-de-colombia-fase-i-analisis-y-diagnostico-costa-caribe.html> fecha de acceso 24/03/2016
- Ministerio de Turismo y Deporte de Uruguay** (2011) “Plan Nacional de Turismo Náutico de Uruguay (Vol. 1)”. Montevideo
- MINTUR** (2000) “Plan Nacional de Competitividad Turística”. Ministerio de Turismo del Ecuador, Quito. Disponible en: http://www.cubagob.cu/des_eco/turismo.htm fecha de acceso 20/04/2016
- MINTUR** (2006) “Cuenta Satélite de Turismo de Ecuador”. Ministerio de Turismo del Ecuador, Quito
- MINTUR** (2008) “Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador”. PLANDETUR 2020, Quito
- MINTUR** (2009) “Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador”. PIMTE 2014, Quito
- MINTUR** (2015a) “Boletín de estadísticas turísticas 2010 – 2014”. Ministerio de Turismo del Ecuador , Quito
- MINTUR** (2015b) “Proyecto ecuador potencia turística”. Ministerio de Turismo del Ecuador, Quito
- MINTUR** (2015c) “Principales Indicadores del Turismo”. Ministerio de Turismo del Ecuador, Quito
- Moreno, J; Tella, V. & Camarero, S.** (1995) “Actividades acuáticas educativas, recreativas y competitivas”. Universidad de Murcia, Valencia
- OTG** (2015a) “Catastro de embarcaciones con patente de operación turística”. Observatorio Turístico de Galápagos, Puerto Ayora, Santa Cruz. Disponible en: <http://741176402928187055.weebly.com>. Fecha de acceso 24/03/2016
- OTG** (2015b) “Informe del perfil del visitante a Galápagos”. Puerto Ayora, Santa Cruz
- MINTUR** (2003) “Diseño de productos turísticos del Ecuador”. Ministerio de Turismo del Ecuador, Quito
- Perrone, A.; Cajiao, D. & Burgos, M.** (2009) “Turismo de naturaleza en la zona marino costera del Ecuador continental”. CPPS, Guayaquil
- Pine, J. & Gilmore, J.** (1998) “The experience economy: Work is theatre and every business is a stage”. Harvard Business School Press Ed., Boston
- Prieto, M.** (2011) “Los estudios sobre turismo en Ecuador”. En: Prieto, M. (Ed.) Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. FLACSO, Quito, pp. 167-206
- PRO ECUADOR** (2012) “Análisis sectorial de turismo”. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, Quito
- Ruiz, E.; Hernández, M.; Coca, A.; Cantero, P. & Del Campo, A.** (2008) “Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad”. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 6: 399–418
- Ruiz, E. & Solis, D.** (2007) “Turismo comunitario, desarrollo y sostenibilidad social”. Abya Yala, Quito
- Santoro, M. A. G.; Júnior, S. M. & das Chagas, M. M.** (2015) “Análisis de la relación entre apego al lugar, satisfacción y fidelidad a un destino turístico ambiental”. Estudios y Perspectivas en Turismo 24(3): 529-546
- SENPLADES** (2009) “Plan Nacional del Buen Vivir 2009 – 2013”. Secretaría Nacional de Planificación

y Desarrollo, Quito

SENPLADES (2013) "Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017". Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Quito

Vizúete, D.; Flores, C.; Zurita, M. & Román, G. (2015) "Turismo rural comunitario, un medio para la acción pública, para el ser humano y la vida. Estudio de caso: producto turístico rural comunitario, Pistishí - Nariz del Diablo, en Ecuador". *European Scientific Journal* 11(14): 226–245

Wunder, S. (1999) "Promoting forest conservation through ecotourism income? A case study from the Ecuadorian Amazon region". *CIFOR Occasional Paper* 62(21): 1–24. Retrieved from <http://www.cabdirect.org/abstracts/19990608657.html>

Zeppel, H. D. (2014) "Indigenous ecotourism; sustainable development and management". En: Weaver, D. B. (Ed.), CABI. <http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2> fecha de acceso 24/03/2016

Recibido el 17 de junio de 2016

Reenviado el 01 de agosto de 2016

Aceptado el 06 de agosto de 2016

Arbitrado anónimamente