

Ruta turística agropecuaria en Ecuador: Turistas contemporáneos

Rita Sulema Lara Vásconez  

Grupo de Investigación Causana Yachay, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, El Coca EC220001, Ecuador

 Correspondencia: rita.lara@esPOCH.edu.ec  + 593 99 860 9914

DOI: <https://doi.org/10.53313/gwj42009>

Resumen: Este documento explora el ámbito del turismo contemporáneo, analizando inicialmente las características del mercado, a medida que las naciones desarrolladas experimentan la madurez del mercado y las economías emergentes proporcionan nuevos destinos y mercados en fases anteriores de desarrollo. Los factores de atracción y empuje que determinan la demanda se consideran junto con las implicaciones de los patrones cambiantes de cambio demográfico y geográfico. El turismo nacional a nivel mundial supera con creces al del turismo internacional, pero a nivel nacional la importancia del turismo nacional puede variar sustancialmente. Finalmente, el documento concluye con un examen de los problemas contemporáneos que han dado forma al funcionamiento de la industria del turismo, impulsados en parte por el cambio de actitudes hacia la sostenibilidad ambiental y social.

Palabras claves: Social, ambiental, rutas turísticas, sostenibilidad.

Environmental impacts on community-based tourism: A special case in the Ecuadorian Amazon

Abstract: This paper explores the contemporary tourism arena, initially analyzing market characteristics as developed nations experience market maturity and emerging economies provide new destinations and markets in earlier stages of development. The push and pull factors that determine demand are considered along with the implications of changing patterns of demographic and geographic change. Worldwide, domestic tourism far exceeds international tourism, but at the national level the importance of domestic tourism can vary substantially. Finally, the chapter concludes with an examination of contemporary issues that have shaped the operation of the tourism industry, driven in part by changing attitudes toward environmental and social sustainability.

Keywords: Social, environmental, tourist routes, sustainability.



Cita: Lara Vásconez RS (2021) Ruta turística agropecuaria en Ecuador: Turistas contemporáneos. Green World J 4:6. <https://doi.org/10.53313/gwj42009>

Recibido: 15/Junio/2021

Aceptado: 27/Julio/2021

Publicado: 31/Julio/2021

Prof. Carlos Mestanza-Ramón, PhD.
Editor en Jefe / CaMeRa Editorial
editor@greenworldjournal.com

Nota del editor: CaMeRa se mantiene neutral con respecto a las reclamaciones legales resultado del contenido publicado. La responsabilidad sobre la información publicada es íntegra de los autores.



© 2021 Licencia CaMeRa, Green World Journal. Este artículo es un documento de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Attribution (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

1. Introducción

Anualmente se realizan 9 mil millones de viajes de turismo nacional y más de 1,1 mil millones de viajes internacionales. Desde la década de 1950, cuando se realizaron alrededor de 25 millones de viajes transfronterizos en todo el mundo, la industria del turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido [1]. En la actualidad, más de la mitad de los 1.100 millones de llegadas de turistas internacionales son por vía aérea y la industria de la aviación está fuertemente influenciada por los patrones de la demanda turística. A nivel mundial, las rutas turísticas como parte de la oferta turística de un destino contribuyen con los objetivos de distribuir la demanda a lo largo de todo el año, por todo el territorio y responde a las necesidades de los mercados emergentes que basan sus exigencias en la necesidad de los viajeros que buscan un enriquecimiento de su experiencia, flexibilidad, descubrimiento, aprendizaje y contacto con los pueblos y tradiciones [2].

Las áreas rurales en muchos lugares del mundo, han constituido el lugar de actividades recreativas y turísticas, aun antes de que adquieran la denominación de rurales. No obstante, en las últimas décadas, la industria ha tomado en cuenta que los contextos en los que se desarrollan estas actividades no son los mismos, la dinámica se ha vuelto más compleja, y se ve obligada a segmentar la oferta, demanda y actividades de esparcimiento [3, 4]. La variación en la esfera rural y sus relaciones tienen su incidencia en el ámbito, ambiental, social y económico con frecuencia incierto, en donde tienen lugar las actividades turísticas, y de distracción, que se insertan en los procesos de gran importancia en el desarrollo local y mundial. En cuanto a la agricultura orgánica, el principio y la calidad de las relaciones directas e indirectas en la agricultura orgánica pueden dar lugar a efecto multiplicador en el desempeño de sostenibilidad de las empresas y en su capacidad de aportar y mantener los sistemas de producción regionales, lo que pone en peligro la seguridad y soberanía alimentaria [5, 6].

El turismo rural forma parte del desarrollo social, cultural y económico de los entornos rurales, por lo tanto, la vivencia real de lo rural y cotidiano es un factor importante de esta especificidad de turismo rural [7, 8]. En el caso del destino turístico Ecuador, como vía de inserción en el mercado turístico internacional, está experimentando un proceso de cambios que busca sentar las bases para desarrollar un modelo de gestión de turismo sostenible, que ofrezca nuevas oportunidades de visitas inolvidables, con bienestar y calidad, a través de interactuar el cliente con los recursos naturales y culturales existentes, es por ello que los actores sociales de la actividad turística trabajan juntos para ser parte de esta transformación, a través de la implementación de una planificación integral y participativa en función a lo establecido en el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible del Ecuador [9, 10].

Este documento examina las características del turista contemporáneo y considera las tendencias e influencias que dan forma a los patrones de viaje. Esto se centra principalmente en el turismo de ocio, pero los factores que se discuten a menudo también se relacionan con los turistas de negocios y aquellos que viajan para visitar a familiares y amigos, ya sea que pasen la noche o

viajen como excursionistas de un día. El documento también explora algunos temas clave que afectan el comportamiento de los turistas y las operaciones de la industria.

2. Características del turista contemporáneo

Las diferentes etapas de madurez del mercado significan que las características turísticas varían enormemente por región. Los factores que influirán en las características incluyen la disponibilidad de ingresos disponibles, el alcance de la experiencia de viaje anterior, la disponibilidad de tiempo libre y la etapa de la vida. Esto último incluye cambios como familias de formación tardía en algunas regiones, períodos más largos de vida con los padres y más matrimonios sin hijos [10, 11].

Para los mercados maduros de Europa y América del Norte se ha observado una mayor heterogeneidad, ya que los turistas tienen una mayor independencia e individualismo. También hay cierto nivel de espontaneidad en los viajes, y las reservas con plazos de entrega cortos ahora son comunes en comparación con las vacaciones planificadas desde hace mucho tiempo. Una encuesta reciente del Reino Unido reveló que casi una cuarta parte de las vacaciones se reservaron en el período de 3 semanas antes de la salida [12, 13]. De manera similar, una encuesta de los Estados Unidos informó que menos de un tercio de las reservas de aerolíneas se realizaron con más de un mes de anticipación al viaje y, en el caso de los hoteles, las tres cuartas partes se reservaron en la semana anterior a la llegada. Quizás sorprendentemente, el 32% se reservó el mismo día de la estadía. Esto es quizás un reflejo tanto de la perfectibilidad del producto, un grado de homogeneidad de la oferta del producto y los términos de cancelación fáciles ofrecidos por la industria hotelera que alienta a los "clientes sofisticados que buscan ofertas de último minuto" a reservar alojamiento con la probabilidad de cambiar a una nueva reserva si se ofrece una mejor oferta [13, 14].

Los mercados emergentes también ofrecen nuevas influencias en la industria de viajes global. Por ejemplo, el crecimiento de los viajes aéreos desde las regiones de Asia-Pacífico y Medio Oriente supera con creces al de Estados Unidos. Existe una sugerencia de que los consumidores de los mercados emergentes demuestran un mayor nivel de participación en el proceso de compra de viajes y la experiencia de viaje limitada significa que las recomendaciones de boca en boca suelen tener un mayor peso. Una vez en un destino, los patrones de gasto en viajes son notablemente diferentes, con un mayor gasto minorista en artículos como electrónicos o cosméticos antes de comprar recuerdos. Al igual que con los mercados desarrollados, existe una diferencia notable entre generaciones de viajeros y, por lo tanto, las economías emergentes también experimentan cierta heterogeneidad de mercado. Si bien es útil reconocer la creciente importancia de las economías emergentes en la industria de viajes, existe una amplia variedad de tendencias de viajes que afectan a todos los viajeros independientemente de su origen [12, 15].

El área de estudio corresponde al Cantón de La Joya de los Sachas, ubicado en el noroccidente de la provincia de Orellana y al noreste de la República del Ecuador. Las fincas de estudio se encuentran próximas al área de influencia del Bosque Protector Estación Científica San Carlos. Se localiza en el nororiente del Ecuador, en el cantón La Joya de los Sachas de la Provincia de Orellana y posee una superficie de 109,01 ha. Actualmente el 64,48% de su superficie es utilizada en el

sector agropecuario y el 35,52% restante corresponde a bosque nativo con diferentes grados de intervención, del cual solo el 4,62% es bosque nativo sin intervención [16, 17].

2.1. Tendencias de viaje

Una influencia significativa en la industria de viajes de los últimos años ha sido el aumento de la incidencia del terrorismo en destinos turísticos populares. En algunos casos, los turistas fueron un objetivo clave para muchos de los ataques porque es probable que genere una cobertura mediática sustancial, perturbe una fuente de ingresos para el gobierno y contraatacar a esas naciones a menudo en oposición a los ideales del terrorista. En otros casos, los ataques se han producido en destinos populares entre los turistas. Es posible que estos ataques no impidan la realización de viajes internacionales, sino que desvíen a los visitantes a destinos alternativos. También hay alguna evidencia de que el terrorismo puede limitar el turismo nacional, pero este efecto se reduce a medida que los turistas aprenden a hacer frente a los frecuentes ataques. Para muchos viajeros, el miedo al terrorismo es sustancialmente mayor que la probabilidad de ser una víctima y con el tiempo los turistas están aprendiendo a vivir con tales incertidumbres. En consecuencia, una investigación del Consejo Mundial de Viajes y Turismo revela que “en promedio, un lugar tarda aproximadamente 13 meses en recuperarse de un ataque terrorista” [18, 19].

La madurez de la industria del turismo en las economías desarrolladas ha llevado a una mayor demanda de viajes personalizados, ya que los viajeros buscan una mayor independencia. Los viajeros europeos experimentados prefieren cada vez más las vacaciones especializadas a las vacaciones con paquetes masivos. Esto se debe a la capacidad de reservar vuelos de bajo costo y utilizar sitios web de comparación en línea para buscar el alojamiento más adecuado. En consecuencia, los viajeros compran los componentes individuales de un viaje de forma independiente o utilizan los servicios de empaquetado dinámico proporcionados por los minoristas de viajes. El empaquetado dinámico es el proceso mediante el cual los minoristas reúnen vuelos, alojamiento y otros componentes de viaje de numerosos proveedores y venden el paquete resultante a los consumidores; una ventaja para los viajeros europeos es que obtiene protección bajo la legislación de viajes combinados [19–21].

Los viajes independientes están siendo impulsados por los mayores niveles de experiencia de viaje previa y el deseo de oportunidades fortuitas para experiencias vacacionales gratificantes, a menudo impulsados por una búsqueda de autenticidad y autorrealización. Esto ha llevado a un aumento en los viajes de aventura que refleja “el cambio del consumidor desde las posesiones materiales hacia un interés en las experiencias reales” y la creación de carteras de eventos de destino diseñadas para atraer al público local y turístico [22, 23].

El desarrollo de los viajes combinados y las aerolíneas chárter (introducido en la década de 1950) inspiró el rápido crecimiento de los viajes internacionales para los mercados europeos durante las décadas siguientes y es importante hoy en día para alentar el crecimiento en las naciones en desarrollo. El gasto en viajes combinados de los países emergentes y en desarrollo se expandirá para superar los 637 mil millones de dólares para 2030, un aumento de diez veces los niveles

actuales. Los efectos de la crisis financiera mundial de 2008 influyeron en los patrones de vacaciones, con niveles reducidos de gasto discrecional que conducen a menos viajes de larga distancia desde los principales mercados europeos, menos tolerancia a los productos deficientes o experiencias de servicio, y un mayor énfasis en la relación calidad-precio [15, 24].

3. Factores que dan forma a la demanda

La demanda turística está influenciada por aquellos factores que animan a los turistas a realizar vacaciones o viajes, y aquellos que favorecen la visita a un destino antes que a otros. Estos se determinan comúnmente como factores de empuje y atracción, respectivamente. Los factores de atracción reflejan el atractivo del destino e influyen en la elección de un destino sobre otros. Esto podría estar determinado por las atracciones ofrecidas, el clima, la cultura, la comida, el valor percibido por el dinero, la seguridad y otras influencias similares. Los factores de empuje reconocen la necesidad del viajero de escapar, relajarse, la oportunidad de jugar, pasar tiempo con la familia e interactuar con los demás. También sugiere que la educación, el autodesarrollo y la autorrealización pueden estimular los viajes. Históricamente, algunas sociedades colocaron un estatus social inferido por la propia naturaleza de tomar vacaciones internacionales, particularmente por aire. Sin embargo, con el advenimiento de los viajes aéreos de bajo costo que hacen que estos viajes estén disponibles para una audiencia más amplia, ahora es más probable que aumente el estatus social a través de viajes internacionales a destinos percibidos como exóticos [25, 26].

Los factores de empuje discutidos anteriormente están respaldando los facilitadores de viajes, más significativamente el tiempo y el dinero. El tiempo libre del trabajo se considera importante para la calidad de vida; por lo tanto, en las economías desarrolladas se han observado semanas laborales más cortas y un aumento de las vacaciones pagadas. Junto a la disponibilidad de tiempo está la disponibilidad de dinero. La demanda de viajes internacionales sigue de cerca las condiciones económicas en los principales mercados emisores de generación y es probable que cualquier aumento en el ingreso disponible lleve a un aumento en el gasto turístico. Los viajes nacionales, sin embargo, pueden experimentar patrones contrarios. Por ejemplo, el Reino Unido experimentó un aumento en los viajes nacionales y una disminución paralela en los viajes al extranjero a medida que los efectos de la recesión de 2008 redujeron los niveles de ingresos. 'El crecimiento de la renta disponible, el ascenso de la clase media en muchos mercados emergentes y el cambio de actitud de la gente hacia los viajes' ha permitido que el turismo prospere. Por lo tanto, las economías emergentes proporcionarán no solo mercados de origen en crecimiento, sino también nuevos destinos que atraerán a los turistas a sus atracciones y eventos [27, 28].

Si bien el nivel de ingresos disponibles afecta la demanda, también lo hace el costo absoluto del viaje. Una influencia en el costo son las fluctuaciones en los tipos de cambio y un país que depende en gran medida de un mercado de origen puede, en consecuencia, ser susceptible cuando hay cambios significativos en el tipo de cambio entre los dos países. Los turistas tienden a ser más conscientes de los tipos de cambio con un país que planean visitar que del precio de los bienes y servicios en su destino de vacaciones. Si bien los cambios en los tipos de cambio afectan la demanda turística, también afectan sustancialmente a las empresas turísticas, muchas de las cuales

optan por protegerse contra las fluctuaciones extremas de los tipos de cambio para proteger sus márgenes de costos. Por ejemplo, los operadores turísticos pueden necesitar pagar a las aerolíneas y hoteles en dólares cuando sus ventas son en euros, por lo que acordar un contrato a plazo para fijar el tipo de cambio entre las dos monedas puede minimizar el riesgo [25].

4. Temas contemporáneos

En las últimas décadas se ha prestado mayor atención a las responsabilidades de las empresas turísticas, en particular en lo que respecta a su impacto en el medio ambiente y en las comunidades de acogida. En consecuencia, se ha prestado una atención significativa a la responsabilidad social empresarial (RSE), el comportamiento ético y la sostenibilidad. Aunque los consumidores europeos se dan cuenta de que las operaciones sostenibles pueden ser difíciles de lograr, un número cada vez mayor de turistas ahora espera que los proveedores al menos intenten implementar prácticas sostenibles [29]. Además, el creciente número de trotamundos significa que los sistemas de transporte sostenibles son importantes para controlar el nivel general de emisiones y los impactos del turismo y, en consecuencia, más aerolíneas están informando sus esfuerzos por lograr la sostenibilidad. También se han establecido objetivos comunes para reducir las emisiones de carbono de las aeronaves y mejorar la eficiencia del combustible. A pesar de tales mejoras, el tráfico aéreo aumentó en un 80% entre 1990 y 2014 y en ese momento se dijo que era responsable de aproximadamente el 2% de las emisiones de carbono provocadas por el hombre. En consecuencia, las ganancias de eficiencia ambiental por pasajero-kilómetro se han visto eclipsadas debido a los impactos ambientales totales que han aumentado sustancialmente en los últimos 25 años [30].

A medida que las empresas turísticas se interesan más por la sostenibilidad, hay un número creciente de empresas que ofrecen certificación de sostenibilidad. Éstas incluyen: Comprobación de la tierra, Globo verde, Rainforest Alliance, Sistema de sostenibilidad Travelife, Bandera azul

Los esquemas de certificación son desarrollados por organizaciones sin fines de lucro, organizaciones privadas de turismo, grupos de interés y gobiernos. Por ejemplo, el plan de turismo ecológico del Reino Unido está gestionado por una asociación sin ánimo de lucro y cuenta con el apoyo de las oficinas de turismo nacionales del Reino Unido para animar a los proveedores de atracciones y alojamiento a mejorar sus credenciales de sostenibilidad. Con más de 100 esquemas de certificación reconocidos para la industria del turismo que operan a nivel internacional, hay muchas oportunidades para obtener acreditación y reconocimiento. Sin embargo, hay algunas críticas a muchos esquemas que se enfocan en mejorar los procesos operativos de las empresas, o la forma en que miden, administran e informan los esfuerzos para operar de manera más sostenible, en lugar de lograr el nivel más alto de sostenibilidad [31–34].

Pasando de la sostenibilidad a la responsabilidad ética, la industria del turismo ha desarrollado con frecuencia códigos de conducta. El Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT proporciona un marco de referencia para fomentar el turismo responsable. Los principios clave fomentan el respeto mutuo entre sociedades; proporcionar oportunidades positivas para las personas evitando la explotación de los demás; respetar el patrimonio artístico, arqueológico y cultural; proporcionar beneficios equitativos para las comunidades locales; promover la libertad de viajar; y proteger los derechos de los trabajadores de la industria del turismo. Se fomenta la aplicación de estos principios a través de la legislación nacional o la difusión a través de las organizaciones nacionales de turismo. Sin embargo, el carácter voluntario de este código ha moderado su aplicación más amplia [35–37].

Si bien aún se encuentra en una etapa relativamente temprana, el rápido crecimiento de la economía colaborativa requerirá una revisión continua de la legislación por parte de los gobiernos locales y nacionales. Para muchas empresas turísticas, competir con la economía colaborativa es solo otro de los muchos cambios que reflejan la naturaleza dinámica de la industria del turismo [16, 35, 38].

5. Conclusiones

Este documento ha destacado que el turismo es una industria en rápida expansión, ya de una escala tal que eclipsa a muchos otros sectores. Por ejemplo, en términos de PIB directo, el turismo duplica el tamaño de la industria automotriz mundial y en términos de empleo es dos veces más grande que la industria mundial de las comunicaciones. La expansión del turismo está siendo impulsada tanto por las economías desarrolladas como por las emergentes, con patrones de demanda que varían debido a una variedad de factores de atracción y atracción, cambios demográficos e influencias migratorias.

Junto a estos cambios en la demanda, la industria está experimentando y respondiendo a una variedad de problemas contemporáneos que están cambiando las prácticas operativas. Se exige la implementación de prácticas de gestión sostenibles y éticas, mientras que la inestabilidad causada por el terrorismo, las fluctuaciones económicas y el aumento de la competencia continúan ejerciendo presiones adicionales sobre las empresas de viajes y turismo. Si bien la tecnología puede ayudar al ofrecer posibilidades para algunas eficiencias, el nivel de inversión requerido y la velocidad del cambio tecnológico pueden desafiar a todas las empresas, excepto a las más avanzadas.

En conclusión, se prevé que el movimiento de personas por motivos de negocios, ocio y VFR continúe su ascenso meteórico (se prevé que las llegadas de turistas internacionales alcancen los 1.800 millones en 2030, lo que requerirá una mayor oferta de transporte, alojamiento, y otros servicios turísticos. Es de primordial importancia cómo las cambiantes características, deseos y expectativas del mercado darán forma a la oferta futura.

Contribución de autores: Las autoras participaron en todos los procesos investigativos.

Financiamiento: Los autores financiaron a integridad el estudio.

Conflictos de interés: Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Referencias

1. Sparks B, Bowen J, Klag S (2003) Restaurants and the tourist market. *Int J Contemp Hosp Manag*
2. Pearce PL, Wu M-Y, De Carlo M, Rossi A (2013) Contemporary experiences of Chinese tourists in Italy: An on-site analysis in Milan. *Tour Manag Perspect* 7:34–37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.04.001>
3. Cooper C, Hall CM (2008) Chapter 3 – Contemporary tourists, tourist behaviour and flows. In: Cooper C, Hall CMBT-CT (eds). Butterworth-Heinemann, Oxford, pp 51–76
4. Zhong L, Sun S, Law R (2019) Movement patterns of tourists. *Tour Manag* 75:318–322. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.05.015>
5. Harris LC, Pressey A (2021) Dirty work or working dirty? Deceiving cruise tourists. *Ann Tour Res* 88:103183. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103183>
6. Pearce PL (2020) Tourists' perception of time: Directions for design. *Ann Tour Res* 83:102932.

- <https://doi.org/10.1016/j.jannals.2020.102932>
7. Bhandari K (2013) Travels in Scotland 1788–1881: A Reflection from Contemporary Tourist Journals. *Tour Manag* 38:2. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.008>
 8. Seric N, Perisic M (2012) Branding Strategy for Specialist Tourism Products BT – Cruise Tourism and Society: A Socio-economic Perspective. In: Papathanassis A, Lukovic T, Vogel M (eds). Springer Berlin Heidelberg, Berlin, Heidelberg, pp 39–46
 9. Mestanza-Ramón C, Pranzini E, Anfuso G, et al (2020) An Attempt to Characterize the “3S” (Sea, Sun, and Sand) Parameters: Application to the Galapagos Islands and Continental Ecuadorian Beaches. *Sustain*. 12
 10. Shakhovska N, Shakhovska K, Fedushko S (2018) Some aspects of the method for tourist route creation. In: International Conference of Artificial Intelligence, Medical Engineering, Education. Springer, pp 527–537
 11. (2021) UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, March 2021. UNWTO World Tour Barom (English version) 19:1–32. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.2>
 12. Kularatne T, Wilson C, Lee B, Hoang V-N (2021) Tourists’ before and after experience valuations: A unique choice experiment with policy implications for the nature-based tourism industry. *Econ Anal Policy* 69:529–543. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eap.2021.01.002>
 13. Morgan R (1999) A novel, user-based rating system for tourist beaches. *Tour Manag* 20:393–410. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00015-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00015-1)
 14. Ingram C, Themistocleous C, Rickly JM, McCabe S (2021) Marketing ‘Literary England’ beyond the special interest tourist. *Ann Tour Res Empir Insights* 2:100018. <https://doi.org/10.1016/j.jannale.2021.100018>
 15. Mestanza-Ramón C, Sanchez Capa M, Figueroa Saavedra H, Rojas Paredes J (2019) Integrated Coastal Zone Management in Continental Ecuador and Galapagos Islands: Challenges and Opportunities in a Changing Tourism and Economic Context. *Sustain*. 11
 16. Mestanza-Ramón C, Jiménez-Caballero JL (2021) Nature Tourism on the Colombian—Ecuadorian Amazonian Border: History, Current Situation, and Challenges. *Sustain*. 13
 17. Melián Alzola L, Fernández Monroy M, Hidalgo Peñate M (2015) El Sector Turístico en Contextos de Crisis: Análisis de Situaciones de Riesgo e Implicaciones Directivas para el Sector Hotelero en Canarias. *Universia Bus Rev* 110–129
 18. Mestanza C, Saavedra HF, Gaibor ID, et al (2018) Conflict and impacts generated by the filming of Discovery Channel’s reality series “Naked and Afraid” in the Amazon: A Special case in the Cuyabeno Wildlife Reserve, Ecuador. *Sustain* 11:.. <https://doi.org/10.3390/su11010050>
 19. Ministerio de Turismo del Ecuador – MINTUR. (2014) Programa Nacional para la Excelencia Turística. Quito – Ecuador
 20. Sánchez Capa M, Mestanza-Ramón C, Sánchez Capa I (2020) Perspectiva de conservación del suelo en la Amazonía ecuatoriana. *Green World J* 3:009. <https://www.greenworldjournal.com/doi-022-wgj-2020>
 21. Ramon CM, Capa MS, Garcia AC, et al (2019) Community Tourism In Ecuador: A Special Case In The Rio Indillama Community, Yasuní National Park. *Int J Eng Res Technol* 08:5
 22. Lokhandwala S, Gautam P (2020) Indirect impact of COVID-19 on environment: A brief study in Indian context. *Environ Res* 188:109807. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.envres.2020.109807>
 23. Mestanza-Ramón C, Henkanaththegedara SM, Vásquez Duchicela P, et al (2020) In-Situ and Ex-Situ Biodiversity Conservation in Ecuador: A Review of Policies, Actions and Challenges. *Divers*. 12
 24. Xiang C, Xiao qin J, Yin L (2020) Study on the rural ecotourism resource evaluation system. *Environ Technol Innov* 20:101131. <https://doi.org/10.1016/j.eti.2020.101131>
 25. Pulido-Fernández DM, Pulido-Fernández IJ (2019) Is There a Good Model for Implementing Governance in Tourist Destinations? The Opinion of Experts. *Sustain*. 11
 26. Mestanza C, Llanos D, Herrera Jaramillo RV (2019) Capacidad de carga turística para el desarrollo sostenible en senderos de uso público: un caso especial en la reserva de producción de fauna Cuyabeno, Ecuador. *Caribeña Ciencias Soc*
 27. Goodwin H (1996) In pursuit of ecotourism. *Biodivers Conserv* 5:277–291.

- <https://doi.org/10.1007/BF00051774>
28. Mestanza C, Botero CM, Anfuso G, et al (2019) Beach litter in Ecuador and the Galapagos islands: A baseline to enhance environmental conservation and sustainable beach tourism. *Mar Pollut Bull* 140:573–578. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2019.02.003>
 29. Tsai CTS (2016) Memorable Tourist Experiences and Place Attachment When Consuming Local Food. *Int J Tour Res* 18:536–548. <https://doi.org/10.1002/jtr.2070>
 30. Mosquera-Laverde WE, Vásquez-Bernal OA, Gomez-E. CP (2019) Eco-touristic foresight in the Colombian post-conflict for the sustainability of the tourist service with emphasis on ecological marketing. Buenaventura case. In: *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. pp 2428–2436
 31. Moreno-Luna L, Robina-Ramírez R, Sánchez MS, Castro-Serrano J (2021) Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain. *Int. J. Environ. Res. Public Heal.* 18
 32. Higgins-Desbiolles F (2018) Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tour Manag Perspect* 25:157–160 <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
 33. Wang L, Zhang H (2019) The Impact of Marine Tourism Resources Development on Sustainable Development of Marine Economy. *J Coast Res* 94:589–592. <https://doi.org/10.2112/SI94-117.1>
 34. Paunović I, Dressler M, Mamula Nikolić T, Popović Pantić S (2020) Developing a Competitive and Sustainable Destination of the Future: Clusters and Predictors of Successful National-Level Destination Governance across Destination Life-Cycle. *Sustain.* 12
 35. McCombes L, Vanclay F, Evers Y (2015) Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environ Impact Assess Rev* 55:156–168. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2015.07.002>
 36. Simancas Cruz M, Peñarrubia Zaragoza PM (2019) Analysis of the Accommodation Density in Coastal Tourism Areas of Insular Destinations from the Perspective of Overtourism. *Sustain.* 11
 37. Paunović I, Jovanović V (2017) Implementation of Sustainable Tourism in the German Alps: A Case Study. *Sustain.* 9
 38. Škare M, Soriano DR, Porada-Rochoń M (2021) Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technol Forecast Soc Change* 163:120469. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>

Reseña de la autora:



Rita Sulema Lara Vásconez. Investigadora y profesora en la Facultad de Recursos Naturales de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Se formó a nivel de pregrado como ingeniera en ecoturismo y a nivel de posgrado como Magister en turismo sostenible y desarrollo local; Mención Proyectos; Diplomado Superior en gestión del aprendizaje universitario; Guía Profesional de Turismo, Suficiencia en idioma inglés y francés. Ha realizado varias publicaciones relacionadas con el turismo, y el ambiente.



© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>