



**REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE  
GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCION DEL TÍTULO  
DE:**

**INGENIERÍA EN GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA**

**TEMA:**

**“PROPUESTA DE DESARROLLO DE TURISMO  
COMUNITARIO EN LA RUTA DEL SPONDYLUS, POBLACIÓN  
AYANGUE, SECTOR PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

**AUTOR:**

**ROBERTO PAUL MEDINA BONE**

**TUTOR:**

**ARQ. JOSE BOHORQUEZ**

**GUAYAQUIL, ABRIL DEL 2017**

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Roberto Paul Medina Bone

### Declaro que:

El Trabajo de Titulación: "PROPUESTA DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA RUTA DEL SPONDYLUS, POBLACION AYANGUE, SECTOR PROVINCIA DE SANTA ELENA" previo a la obtención del Título de: **INGENIERO EN GESTION HOTELERA Y TURISTICA**, este trabajo fue realizado a través de un proceso investigativo en el cual se respetó fuentes de otros autores y sus citas originales, además de ajustarse a bibliografías modernas y correspondientes al tema.

Por lo tanto me responsabilizo en forma absoluta sobre el trabajo presentado para alcanzar el título profesional requerido.

Guayaquil, Abril del 2017

Autor

---

Roberto Paul Medina Bone

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de culminar mis estudios universitarios, a mis padres por su apoyo incondicional, paciencia y amor con el que me impulsaron a cumplir una de mis metas.

A mis amigos, profesores y demás personas especiales que me han apoyado y me han motivado a continuar.

Gracias a todas las circunstancias obstáculos y limitaciones que tuve a lo largo de estos 5 años que me ayudaron a conseguir este logro, sin ellos no tuviera la misma satisfacción y orgullo que tengo ahora.

Agradezco también a la UTEG por permitirme vivir una de las más grandes experiencias de mi vida, educarme y prepararme para enfrentar el futuro.

---

**Roberto Paul Medina Bone**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, hermanos y novia por siempre estar a mi lado y empujarme a cumplir mis metas este logro representa el cumplimiento de una de sus enseñanzas “la perseverancia es el camino al éxito”.

---

**Roberto Paul Medina Bone**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se lo elaboró con la finalidad de realizar una “PROPUESTA DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO EN LA RUTA DEL SPONDYLUS, POBLACION AYANGUE, SECTOR PROVINCIA DE SANTA ELENA”. Este proyecto contemplo un Plan Estratégico de Marketing para establecer Objetivo General, Específicos a corto y mediano plazo que lograra posicionar a esta localidad comunitaria como uno de los puntos de mayor afluencia turística en el país, lo primero que se trató de establecer a través de un estudio metodológico de carácter analítico y deductivo, en el cual se utilizó técnicas como la encuesta y la entrevista a una población determinada de empresas que fueron seleccionados de una muestra aleatoria, una vez que se estableció esa información además de las matrices de diagnóstico como foda, matriz factores internos y externos, perfil competitivo se obtuvo una idea cabal del entorno interno y externo situacional de la comunidad. Luego de esto se planteó algunas estrategias de marketing dentro del plan estratégico que incidieron dentro del portafolio de servicios, precios, logística y comunicación publicitaria, lo ideal fue implementar la misión y la visión de la propuesta, la cual tiene como finalidad el desarrollo del turismo comunitario como una fuente de ingresos sostenible para todos los habitantes que viven del turismo en la Ruta del Spondylus.

La idea final de esta propuesta está dada en función de cada uno de los pasos que se siguió en el proceso metodológico investigativo y de análisis de cada uno de las matrices planteadas.

Esto se puntualizó en las conclusiones y recomendaciones que se realizaron al final del proyecto, en las cuales se deja claramente observar que siguiendo el plan estructural se puede alcanzar los objetivos planteados.

### **Palabras Claves:**

Ruta Spondylus, Turismo Comunitario, Economía Sostenible, Matriz Productiva Turística, Desarrollo Turístico, Capacitación Comunitaria, Divisas Turísticas, Operadores Turísticos, Mercado Potencial, Análisis del Sector.

## **ABSTRACT**

The present project was prepared with the purpose of making a "PROPOSAL FOR DEVELOPMENT OF COMMUNITY TOURISM ON THE SPONDYLUS ROUTE, AYANGUE POPULATION, SANTA ELENA PROVINCE SECTOR". This project contemplates a Strategic Marketing Plan to establish a General Objective, specific in the short and medium term that will succeed in positioning this community as one of the areas with the highest tourist influx in the country, the first thing that was tried to establish through a A methodological study of an analytical and deductive character, in which techniques such as the survey and the interview were used to a determined population of companies that were selected from a random sample, once that information was established in addition to the diagnostic matrices like swot, matrix internal and external factors, competitive profile gave a clear idea of the internal and external situational environment of the community. After this, some marketing strategies were proposed within the strategic plan that influenced the portfolio of services, prices, logistics and advertising communication. Ideally, it was to implement the mission and vision of the proposal, which has the purpose of developing tourism As a sustainable source of income for all the people living on the Spondylus Route.

The final idea of this proposal is given as a function of each of the steps that were followed in the methodological investigative process and analysis of each of the matrices raised.

This was pointed out in the conclusions and recommendations that were made at the end of the project, which clearly shows that following the structural plan can achieve the objectives.

### **Keywords:**

Spondylus Route, Community Tourism, Sustainable Economy, Productive Matrix Tourism, Tourist Development, Community Training, Tourist Currency, Tour Operators, Potential Market, Sector Analysis.

## CONTENIDO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	i
PLANTEAMIENTO DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA.....	1
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Planteamiento del Problema .....	2
1.3 Formulación del Problema.....	8
1.4 Subproblemas de Investigación.....	8
1.5 Objetivo General .....	9
1.6 Objetivos Específicos .....	9
1.7 Delimitación del Problema.....	9
CAPITULO 2.....	11
MARCO TEÓRICO .....	11
2.1 Marco Conceptual .....	11
2.2 Planes de Desarrollo .....	15
2.3 Marco Legal .....	17
2.4 Impactos Económicos, Socioculturales Y Ambientales Del Turismo.....	22
2.4.1 Impactos Económicos.....	22
2.4.2 Impactos Socioculturales.....	23
2.4.3 Impactos Ambientales.....	24
CAPITULO 3.....	25
METODOLOGIA .....	25
3.1 Enfoque y Tipo De Investigación .....	25
3.1.1 Enfoque Cuantitativo: Parte del estudio del análisis de datos numéricos, a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis. ....	25
3.1.2 Enfoque Cualitativo: Parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales. ....	25
3.1.3 Enfoque Mixto .....	25
3.2 Tipos De Investigación .....	25
3.2.1 Investigación Exploratoria .....	25
3.2.2 Investigación Descriptiva.....	25
3.2.3 Investigación De Campo .....	26
3.3 Métodos De La Investigación.....	26
3.4 Población y Muestra .....	26
3.5 Técnicas y Herramientas de Recolección de la Información .....	28
3.5.1 Encuesta .....	28
3.5.2 La Entrevista .....	28
CAPÍTULO 4.....	29
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	29
4.1 Encuesta Dirigida A Los Turistas Nacionales Y Extranjeros .....	29

4.2	Encuesta Dirigida A Los Operadores De Turismo Comunitario.....	40
4.3	Interpretación de los Resultados del Diagnostico .....	47
CAPITULO 5.....		48
MERCADO.....		48
5.1	Mercado Potencial.....	48
5.2	Mercado Objetivo .....	48
5.3	Segmento del Mercado.....	48
5.4	Análisis Situacional del Entorno.....	49
5.12	MATRIZ FODA .....	53
5.13	Matriz de Evaluación de Factores Internos y Externos .....	55
5.14	Modelo De La Fuerza De Porter .....	57
5.14.1	Poder de Negociación de los Proveedores.....	58
5.14.2	Poder de Negociación de los Clientes .....	58
5.14.3	Amenaza de Productos Sustitutos .....	58
5.14.4	Amenaza De Entrada De Nuevos Competidores.....	58
5.14.5	Grado De Rivalidad.....	59
CAPITULO 6.....		60
PROPUESTA.....		60
6.1	Factibilidad De Aplicación.....	60
6.2	Descripción.....	61
6.3	Nombre de la Propuesta.....	61
6.4	Ubicación.....	62
6.5	Slogan .....	63
6.7	Misión .....	63
6.8	Visión .....	63
6.9	Propuesta de Desarrollo de Turismo Comunitario .....	63
6.10	Desarrollo de Turismo Comunitario en la Ruta del Spondylus dentro de la población de Ayangue.....	64
<b>6.10.1</b>	<b>Oferta Turística Objetivos Específicos</b> .....	64
6.10.2	Mejoramiento de Calidad como Atractivo Turísticos.....	65
6.11	Demanda Turística .....	71
6.11.1	Información y Comunicación Turística .....	74
6.12	Planteamiento Operativo .....	75
CONCLUSIONES.....		83
RECOMENDACIONES.....		83
Bibliografía .....		85



## INDICE DE TABLAS

<b>LISTA DE TABLA</b>	<b>PAG</b>
TABLA 1 : PRESUPUESTO GENERAL DE TURISMO 2016	4
TABLA 2 : MUESTRA SELECCIONADA PARA REALIZAR LAS ENCUESTAS	26
TABLA 3 : ANALISIS FODA DE TURISMO COMUNITARIO DE AYANGUE	54
TABLA 4 : MATRIZ EFI	55
TABLA 5 : MATRIZ EFE	56
TABLA 6 : PRESUPUESTO DE ACTIVIDADES 2017 – 2019	78

<b>LISTA DE GRAFICOS</b>	<b>PAG</b>
GRAFICO 1 : ARBOL DE PROBLEMAS DEL SECTOR TURISTICO EN ECUADOR	5
GRAFICO 2 : GENERO DE LOS ENCUESTADOS	29
GRAFICO 3 : EDAD DE LOS ENCUESTADOS	30
GRAFICO 4 : PROCEDENCIA DE LOS ENCUESTADOS	31
GRAFICO 5 : ORIGEN DE LOS ENCUESTADOS	32
GRAFICO 6 : PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES DE LOS ENCUESTADOS	33
GRAFICO 7 : DESTINOS TURISTICOS DE AYANGUE	34
GRAFICO 8 : PROMEDIO DE FRECUENCIA DE VACACIONES	35
GRAFICO 9 : VISITA DE COMUNIDADES TURISTICAS EN AYANGUE	36
GRAFICO 10 : INTERES DE VACACIONES EN AYANGUE	37
GRAFICO 11 : CONCEPTO DE TURISMO COMUNITARIO	38
GRAFICO 12 : INTERES DE REALIZAR TURISMO COMUNITARIO	39
GRAFICO 13 : CONOCIMIENTO TURISMO COMUNITARIO	40
GRAFICO 14 : PERCEPCION DE LOS OPERADORES SOBRE LA INVERSION DEL ESTADO	41
GRAFICO 15 : PERCEPCION SOBRE LA CAPACITACION EN LAS COMUNAS SOBRE TURISMO COMUNITARIO	42
GRAFICO 16 : PERCEPCION SOBRE LAS VIAS DE ACCESO	43
GRAFICO 17 : VARIABLES A CONSIDERAR EN EL TURISMO COMUNITARIO	44
GRAFICO 18 : PERCEPCION DE LOS TURISTAS SOBRE EL TURISMO COMUNITARIO	45
GRAFICO 19 : TIEMPO QUE VACACIONAN LOS TURISTAS REALIZANDO TURISMO COMUNITARIO	46
GRAFICO 20 : POBLACION REFERENCIAL	72
GRAFICO 21 : DESTINOS MAS VISITADOS	72

<b>LISTA DE IMÁGENES</b>	<b>PAG</b>
IMAGEN 1 : MODELO DE DESARROLLO SUSTENTABLE	15
IMAGEN 2 : MODELO DE PLANIFICACION DE EMPRESAS COMUNITARIAS	16
IMAGEN 3 : MATRIZ FODA	21
IMAGEN 4 : FUERZAS DE PORTER	53
IMAGEN 5 : INGRESO DE EXPORTACION DE SERVICIOS TOTALES	57
IMAGEN 6 : MAPA DE AYANGUE	61
IMAGEN 7 :	62

<b>ANEXOS</b>	
ANEXO 1-2-3-4-5	86-92

## INTRODUCCION

“El Ecuador tiene fortalezas como para ser uno de los destinos turísticos más importantes de la región, por su gran diversidad cultural y natural. El turismo rural comunitario es una forma de turismo que, gestionado adecuadamente, permite el desarrollo social y económico de las comunidades rurales donde se practica” (Aranda, Palomino, Ricketts & Tapia, 2006; García, Hanco, Marca & Zea, 2009; Paredes & Bosch, 2009).

Efectivamente, los emprendimientos pioneros de turismo rural comunitario han demostrado que pueden ser una herramienta importante para incrementar el nivel de ingreso en las comunidades rurales con potencial turístico.

Por ello, el desarrollo del turismo rural comunitario en el Ecuador, y en particular en la Región Costanera que comprende la Ruta del Sol, puede impactar favorablemente en la reducción de la pobreza de las comunidades locales. La Región Costanera debe aprovechar el gran potencial de desarrollo turístico con el que cuenta, ya que posee diversos recursos históricos, ecológicos y de culturas ancestrales vivas dentro de su territorio.

La presente Propuesta, de Desarrollo de Turismo Comunitario en la Ruta del Spondylus, población Ayangue, sector provincia de Santa Elena, se da como consecuencia de la búsqueda de ingresos económicos que sustenten a las comunidades que están dentro del perfil costanero en el Ecuador.

En los últimos diez años el desarrollo del Turismo Comunitario se ha evidenciado con mayor fuerza y esto ha dado oportunidad de que estas comunidades tengan la posibilidad de desarrollar una autogestión en forma asociativa de cubrir necesidades elementales de los comuneros en esta ruta. Esta propuesta, es de carácter social y económica con la finalidad de que el desarrollo del turismo comunitario en la población de Ayangue se realice en una manera sostenida y logre darle un impulso a esta comunidad, cristalizando mejores oportunidades para sus comuneros que ven en el turismo una nueva fuente inagotable de ingresos, desarrollándose a la par con la nueva propuesta del estado de hacer el sector turístico un pilar dentro de los ejes de la matriz productiva.

# CAPITULO 1

## PLANTEAMIENTO DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA

### 1.1 Antecedentes

En las últimas décadas, el sector del turismo ha crecido en forma continua en el Ecuador, tanto que en la actualidad se ha diversificado de una manera profunda y se ha convertido en una nueva fuente generadora de divisas, hoy se habla de un sector productivo y dinámico que guarda una estrecha relación con el desarrollo económico de sus pueblos, este dinamismo se ha convertido en el motor de progreso.

En la actualidad los ingresos que genera este sector son comparables o superiores a sectores como los de la agroindustria, alimentarios o automotriz, este sector representa el 6.5% de empleo y subempleo de la población activa y económica del País, se ha convertido como uno de los actores del comercio internacional. El crecimiento del sector se debe al aumento de destinos desarrollados en el Ecuador.

En general el turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido el nexo para el desarrollo de otros sectores colaterales como el sector de la construcción (carreteras, vías de acceso, edificaciones hoteleras, etc.); microempresas relacionadas a este sector de servicios (microempresas de limpiezas, servicios de restaurantes, etc.), esto sustenta el porcentaje que se indicó de empleo en este sector.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), es la encargada de difundir y posicionar los destinos turísticos en los mercados internacionales que cada día son más exigentes y complejos. Esta organización cree firmemente que los países en vías de desarrollo tienen en este sector una alternativa viable y sostenible de ingresos, esto también lo hace referencia frente a las Naciones Unidas de la cual es parte.

Es importante señalar que la OMT indica que en el año 2016 alrededor de 980 millones de personas hicieron turismo alrededor del mundo dando como

resultado ha ingresos superiores a los 1.200 millones de dólares generados en este sector, batiendo los records que se tenía en años anteriores. Sin embargo la OMT cree que estamos muy distantes de alcanzar los objetivos planteados por esta organización, ya que se piensa que es un recurso inagotable en el cual se podría crecer entre el 3 y 4 % anualmente, con lo cual generaría un mayor ingreso en el Producto Interno Bruto (PIB) de los países dedicados a desarrollar este sector.

Entre los factores que ha hecho posible el desarrollo de este sector se encuentran la diversificación que muestra el sector turístico con destinos de Ecoturismo, Ecoaventuras, Turismo Comunitario, además del turismo clásico

## **1.2 Planteamiento del Problema**

El año 2016 el Ecuador experimento un crecimiento del 14% en comparación en los últimos dos años y se proyecta que en los próximos 5 años este sector será fundamental en el desarrollo socioeconómico del país, los sectores públicos, privados, académicos y comunitarios están marcando los pasos a seguir dentro de este proceso. Los cambios generados en el Ecuador los últimos diez años por el estado han dado lugar a un cambio radical en la Matriz Productiva de ingresos para el país, siendo este sector uno de los mayores en crecimiento, estableciéndose como la tercera fuente de ingresos no dependientes del sector petrolero.

Este crecimiento 14% se ve reflejado en el ingreso de extranjeros visitando el país, en el año 2016 se superó el 1.500.000 viajeros, lo cual fue un record de visitantes ingresados al país, frente al 1.364.000 de turistas que ingresaron en el 2015.

Los principales emisores de turistas hacia el Ecuador provienen de Colombia 333.197 (23,80%), Estados Unidos con 232.868 (16,6%), y Perú con 161.370 (11,5%).

Es importante señalar que el 63% de los ingresos al país fueron originados vía aérea y el 23% fueron registrados en ingresos terrestres por las fronteras de Tulcán y Huaquillas.

En la balanza de pagos y el ingreso de divisas por el sector turístico se ha marcado un ascenso frente a los años anteriores, y en el año 2016 se situó en 1.251,3 millones, lo que representó un aumento del 21% en comparación con el 2015.

Es indispensable que la actividad turística en el Ecuador sea difundida a todos los niveles, ofreciendo a la ciudadanía toda la información posible sobre este sector y su entorno internacional, interno, emisor, oferta turística comunitaria, etc.

La inversión privada por empresarios del sector alcanzo los 211 millones de dólares en el periodo 2016 siendo Guayas, Manabí, Pichincha y Azuay las provincias que en el sector hotelero fueron las más beneficiadas. Sin embargo hay sectores turísticos que no han sido suficientemente explotados y que pueden convertirse en destinos atractivos de inversión.

Las grandes cadenas hoteleras como Accor, Hilton, Wyndham e Intercontinental ven en el Ecuador un país con mucho potencial turístico por desarrollar, se estima que estas cadenas apostaran al país con una inversión de 700/800 millones de dólares en proyectos en el sector turístico, así lo manifiesta Arturo García, presidente de la Conferencia Sudamericana de Inversión en Hotelería y Turismo.

El Ministerio de Turismo proyecta una inversión privada de aproximadamente de 2.200 millones de dólares en desarrollo para el sector en los próximos 3 años, lo cual sería un dinamismo para el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Ecuador es un país de muchas diversidades y contrastes, en el ámbito natural, cultural, geográfico, el cual se encuentra dentro de los 20 países con mayor diversidad en el mundo según Ministerio de Turismo (MINTUR 2015).

Se han establecido áreas protegidas y reservas las cuales se han declarado Patrimonio Universales (Parque Nacional Yasuni y Reserva Marina Galápagos y el Parque Nacional Sangay). Dentro de estas áreas el país cuenta con la mayor diversidad de flora y fauna por kilómetro cuadrado.

La cartera de Estado en el Sector de Turismo, tiene a cargo promocionar la potencialidad de este sector, para tal efecto invierte la mayor parte de su presupuesto en contrataciones internacionales de régimen especial, esto se refiere a servicios requeridos por esta cartera, la ejecución de obras que se requieren por parte del Ministerio de Turismo están a cargo del Instituto de contratación, por lo tanto la gran inversión que realice el Ministerio de Turismo será en dos fases. Contratación de Publicaciones Especiales que es la encargada de promocionar las bondades de este sector turístico a través de ferias internacionales, publicidad y todo medio de comunicación. La segunda que está asignada a infraestructura física del Ministerio de Turismo

**TABLA # 1**  
**Presupuesto del Ministerio de Turismo 2016**

TEMATICA	EXPLICACION				
<b>Presupuesto General</b>	<b>Aprobado</b>	50.761.684,45		% ejecución	% presupuesto
	<b>Ejecutado</b>	45.154.595,75			
	<b>Gasto Corriente</b>	10.862.294,80	9.946.449,13	91,57%	21,40%
	<b>Gasto de Inversión</b>	4.001.248,34	3.931.247,75	98,25%	7,88%
	<b>Proyectos de Inversión</b>	35.898.141,31	31.276.898,87	87,13%	70,72%

(<http://www.produccion.gob.ec>, 2016)

El presupuesto Inicial para el Ministerio de Turismo por el período fiscal 2016 estuvo distribuido de la siguiente manera:

<b>GASTO CORRIENTE</b>	9.923.537,76
<b>INVERSION</b>	<u>40.174.897,40</u>
<b>TOTAL ASIGNADO</b>	50.098.435,16

Como se podrá observar uno de los grandes problemas que tiene la cartera de estado de Turismo, es que gran parte del presupuesto ejecutado se va a gasto corriente, y la denominada inversión no es realizada bajo un plan técnico e integral para que dé réditos a mediano y largo plazo.

Grafico # 1

### Árbol de Problemas del Sector Turístico en Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo (2015)  
Autor: Roberto Paul Medina Bone

Tal como se puede observar en el gráfico, el que fue elaborado en un proceso participativo en el que intervinieron representantes de todas las direcciones que conforman el Viceministerio de Promoción Turística, el problema central es la “**Baja Promoción Estratégica Del Ecuador**”. El Ministerio de Turismo ha venido realizando acciones de promoción, un tanto aisladas y con un enfoque más operativo, antes que estratégico. Es necesario realizar acciones mucho más amplias que puedan impactar en la sociedad ecuatoriana para mejorar la oferta turística del país y fortalecer la imagen del destino Ecuador a nivel nacional e internacional. En virtud del análisis causa efecto se puede deducir lo siguiente:

- Hasta el momento se ha observado que las estrategias turísticas de promoción han sido muy limitadas, no en su totalidad pero en la gran mayoría se las ha realizado de una manera empírica o por la solicitud emergente de las autoridades de turno de realizar una u otra actividad. No se han planteado estrategias integrales de promoción basadas en información relevante que nos permita estimar resultados

e impactos en la sociedad de una manera clara y precisa. Es decir, que como causas detectadas para que esto ocurra están el no contar con información estadística estratégica suficiente, pues el levantamiento de información ha venido realizándose de una forma divorciada respecto a las necesidades reveladoras que requiere el Ministerio.

- Un aspecto muy importante a tomar en cuenta para la generación de datos dentro del Ministerio es la coordinación o comunicación que existe entre las diferentes unidades que lo conforman. Se ha podido observar que existe una falta de comunicación entre los diferentes departamentos del Ministerio de Turismo, respecto a la generación y cruce de información, lo que dificulta una sincronización apropiada con el fin de generar los insumos correctos y que servirán para la toma adecuada de decisiones a nivel superior. Esto también ocurre a nivel interinstitucional. La relación de comunicación entre el Ministerio y otras entidades del sector público y/o privado ha sido muy limitada por lo que esas relaciones de colaboración y cruce de información no se han generado de forma eficiente, lo que genera problemas al momento de plantear actividades que puedan atender las necesidades primordiales que tiene el sector turístico. Por otro lado, también está la falta de continuidad para la ejecución de las estrategias de promoción planteadas a largo plazo.
- Se ha establecido además que no existe una clara definición de productos y mercados turísticos del Ecuador, esto debido a que no se ha trabajado en una catalogación que permita distinguir las características específicas de lo que es un producto y un atractivo turístico. Además, la difusión de estos entre los diferentes actores del turismo y cliente final no ha sido la adecuada y por ende no se ha podido dar a conocer todas las fortalezas turísticas que posee el país. Así también, se determinó que no existe una clasificación de mercados y segmentos de mercado, en los que el Ecuador debe poner mucho más énfasis en sus actividades de promoción. Ésta debe estar encaminada a fortalecer, posicionar o potencializar dichos



mercados a través de actividades de difusión y promoción turística para dar a conocer el destino Ecuador.

- Con un análisis basado en el servicio y cantidad de oferentes turísticos en el país, se determinó que la oferta del sector turístico es deficiente. Esto se debe básicamente a que no han existido estrategias que busquen el fomento a las inversiones turísticas en el país, así como tampoco existe un conocimiento adecuado de la competencia y del mercado turístico en su totalidad. Existe mucha informalidad en el sector turístico ecuatoriano lo que perjudica el nivel de servicio que se presta al turista nacional e internacional que afecta directamente el estado de la oferta turística en el país.
- El nivel de posicionamiento del Ecuador como destino turístico es bajo, es decir que los turistas internacionales en su gran mayoría, simplemente conocen una parte del país y si ya la visitaron, es muy difícil que vuelvan a repetir el viaje.

No todos los destinos, atractivos o productos turísticos cuentan con las facilidades, infraestructura y promoción adecuada que reflejen el potencial turístico que tiene el país. Es importante realizar un análisis de las políticas públicas y se determine el nivel de cumplimiento de éstas; así como también, la implementación de instrumentos que consientan la profesionalización y capacitación de todos los actores del sector turístico. Con estos antecedentes, se puede afirmar que la promoción y el mercadeo son imprescindibles para la difusión de los destinos turísticos del país, pues, direccionan los esfuerzos combinados de los organismos nacionales y los negocios del sector turístico para lograr un crecimiento mediante la maximización de la satisfacción de los turistas, y de este modo, beneficiar a los actores involucrados en este sector a nivel local, nacional e internacional. Tomando en cuenta lo mencionado, el Viceministerio de Promoción Turística a través del nuevo proyecto: “Ecuador Potencia Turística”, tiene el fin de fortalecer el sector turismo como fuente sostenible de ingresos, en el marco de la política nacional de cambio de la matriz productiva y la erradicación de la pobreza, a través del posicionamiento nacional e internacional de los destinos turísticos en términos de diversificación de productos y mercados

turísticos. El propósito del proyecto es ejecutar una promoción y un mercadeo estratégico del Ecuador como destino turístico, a través de:

- Una ampliada promoción turística del Ecuador;
- El fortalecimiento y posicionamiento de los mercados y productos turísticos existentes y futuros;
- La generación de una oferta turística competitiva y sostenible,
- La implementación de un sistema de información de inteligencia de mercados turísticos.

Es importante mencionar que existe una Gerencia de Turismo de Reuniones y que es necesario oficializarla como una unidad independiente con su propio presupuesto y equipo. El Turismo de Reuniones es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes. Es un segmento que está creciendo en todo el mundo y el gasto turístico es cuatro veces mayor que el turismo de ocio. El Turismo de Reuniones engloba la organización de congresos, ferias, exposiciones, viajes de incentivos y corporativos. Es el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década, que exhibe un gasto por visitante marcadamente más alto que el arrojado por otras actividades.

### **1.3 Formulación del Problema**

¿De qué manera incide la carencia de una propuesta de desarrollo de turismo comunitario en la ruta del Spondylus, población Ayangue, sector Provincia de Santa Elena, para los siguientes años?

### **1.4 Subproblemas de Investigación**

¿Cuál es el Marco Teórico en el que se fundamenta la propuesta de desarrollo de turismo comunitario en la ruta del Spondylus, población Ayangue, sector Provincia de Santa Elena?

¿El proceso de investigación ejecutado en la propuesta de desarrollo de Turismo Comunitario, da respuesta a través de las técnicas empleadas?

¿Se logra cubrir las necesidades que requiere la comuna de Ayangue, a través del desarrollo de Turismo Comunitario como un ingreso sostenible para la comuna?

¿Obtenido los resultados y la información de este desarrollo planteado, se establecerán procesos de gestión para el desarrollo del Turismo Comunitario en Ayangue?

¿Lograran las comunidades de la Ruta del Spondylus (Ayangue) a través de esta visión su desarrollo integral (económico, cultural, social, ambiental, etc.)?

### **1.5 Objetivo General**

Presentar una Propuesta de Desarrollo de turismo comunitario en la ruta del Spondylus, población Ayangue, sector Provincia de Santa Elena, estableciendo ingresos sostenidos para la comunidad, basados en la conservación de su entorno natural y cultural, generando un proceso de servicios turísticos que garanticen la satisfacción de los visitantes.

### **1.6 Objetivos Específicos**

- a)** Desarrollar una base de fundamentos conceptuales, a través de la investigación literaria actualizada sobre el objeto de estudio
- b)** Determinar la situación actual del turismo comunitario basado en investigación científica de la Ruta del Spondylus población Ayangue en la Provincia de Santa Elena.
- c)** Formular estrategias que permitan en la población de Ayangue y competir con otros destinos de turismo comunitario en el Ecuador y toda la región Costera del Pacífico.

### **1.7 Delimitación del Problema**

La principal delimitación de este estudio es la dificultad para obtener información actualizada y sistematizada del sub-sector de turismo rural comunitario, dado que para analizar las variables de estudio se requiere de cifras oficiales o confiables que permitan establecer estrategias coherentes y relevantes.

## **1.8 Viabilidad del Estudio**

Para el desarrollo de la presente propuesta, se cuenta con información disponible en instituciones del Estado y otros entes privados. El financiamiento está a cargo del autor.

## **1.9 Justificación**

En el Ecuador existe un gran potencial para generar inversiones orientadas a crear una nueva y variada oferta turística, debido al abundante y variado patrimonio turístico cultural y gastronómico, así como a una mega diversidad que favorece el turismo de aventura y ecoturismo. Según palabras de la Directora del Ministerio de Turismo: “Se estima que el Ecuador tiene más de 1000 km de playas y elementos naturales por rescatar distribuidos a lo largo de todo el perfil costanero” (Bákula, 2007) Por otro lado, desafortunadamente el Ecuador también posee numerosas zonas con comunidades pobres que, debido a la falta de medios de capacitación e información, no tienen la posibilidad de aprovechar eficientemente los recursos naturales y culturales que poseen.

Es así que en el Ecuador, y en particular en la Región Costanera, se han venido realizando emprendimientos de turismo comunitario que tienen por finalidad la creación de capacidades y desarrollo de oportunidades para beneficio de las comunidades que lo practican. Según estudios de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en la actualidad, se están presentando cambios graduales en el comportamiento y el deseo de nuevas experiencias que estén más cerca de la naturaleza y de la cultura de los países en donde se realiza la visita por parte de los turistas (OMT, 2003). Estas tendencias han originado una oferta que a la fecha no ha sido objeto de un estudio sistemático en el Ecuador. En tal sentido, es importante elaborar políticas y estrategias que permitan que las comunidades puedan poner en valor los diferentes atractivos turísticos con los que cuentan y desarrollar programas eficientes de turismo rural comunitario en la población de Ayangué, provincia de Santa Elena.

## CAPITULO 2

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Marco Conceptual

En el proceso de establecer las normas que rigen el sector del Turismo Comunitario, deberemos de observar tres puntos esenciales:

- El entorno natural y cultural que rodea las comunidades a estudiarse y desarrollarse.
- La integración social de todos los involucrados en la propuesta de desarrollo.
- El desarrollo sostenible económico de la propuesta y el control sobre la misma.

En el Ecuador desde aproximadamente desde el año 2000, el turismo comunitario se ha venido desarrollando como la oportunidad que tienen las comunas y sus habitantes como un medio de ingresos sostenidos para cubrir necesidades básicas en su población, generando un intercambio cultural y social entre los comuneros y los visitantes.

Estos procesos se basan en la autogestión y participación de las comunidades en relación de todas las actividades turísticas que se pueden desarrollar en las zonas del entorno, ya que la naturaleza es vital en el desarrollo de esta actividad.

El turismo clásico se ha visto complementado con una serie de actividades que apuntan a conservar los entornos del medio ambiente, los cuales apuntan a la sostenibilidad de las economías de estas comunidades.

Lo que se propone a través de esta propuesta es desarrollar el turismo comunitario en la ruta de Spondylus de la comunidad de Ayangue para que a través de este proceso genere una conciencia turística en todos sus comuneros y además se desarrolle un crecimiento en otro polo de la economía que no sea la pesca artesanal.

En el Ecuador el turismo puede ser visto desde diferentes ángulos, sin embargo el concepto de turismo comunitario es relativamente nuevo y se lo ve de diferentes perspectivas.

Walter Hunziker y Kart Krapf: “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”.(Walter Hunziker, 2014)

Esta definición es más completa y amplia respecto de las que ya existían, debidos a que precisa los fenómenos que se producen con ocasión de la actividad turística:

- a)**Desplazamiento,
- b)**Estancia temporal,
- c)**El viajero, (d) el lugar de estancia
- e)**Las relaciones surgidas entre todos estos elementos.

Posteriormente, (Burkart y Medlik, 2010)definieron nuevamente el concepto de turismo de la siguiente manera: “Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”. (Wall, 2012)realizaron una definición similar a la anterior: “El movimiento temporal de gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, así como las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

En 1991, la OMT estableció una nueva definición, en la que recoge los puntos más importantes de las definiciones expuestas anteriormente, a la vez que aclaran todos los aspectos de la actividad turística:

El turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos, en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y no menor a 24

horas (pernoctando en el destino), principalmente con fines de ocio, por negocios y otros (OMT, Turismo Comunitario , 2014)

Se trata de una definición amplia y flexible, que sintetiza las características más importantes del turismo. En ella, se introducen los elementos: (a) ocio, negocio y otros (motivos del viaje); (b) por un año (como período máximo); (c) superior a 24 horas con pernoctación de una noche (período mínimo); y (d) fuera de su entorno habitual. Cabe señalar que en 2010 la OMT estableció que el entorno habitual de una persona "...consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia, más todos aquellos lugares que visita frecuentemente" (OMT, 2010)

Con relación al turismo rural comunitario, se han elaborado distintos conceptos que reflejan la naturaleza y objetivos de esta actividad:

Mientras el comercio justo empieza a abrirse paso como una realidad creciente, el turismo justo, parte indispensable de ese consumo responsable, es todavía un gran desconocido. La propia terminología está todavía por definir. Turismo justo, turismo rural comunitario, turismo responsable y turismo solidario son algunos de los términos más usados. "Más allá de discusiones terminológicas y conceptuales, el turismo justo abarca una variedad de facetas, que incluyen por encima de todo el desarrollo del turismo sostenible desde el punto de vista económico, sociocultural y medioambiental, con el fin que la actividad turística beneficie a los destinos menos desarrollados y a su población"(Savia, 2012)

"El término ecoturismo comunitario lleva la dimensión social más allá. Este es un tipo de ecoturismo en el que la comunidad local tiene un control sustancial de, y participa en, su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se queda en la comunidad."(Denman, 2001)

### **2.1.1 Atractivos Turísticos**

Es el conjunto de lugares, costumbres, acontecimientos que se clasifican en sitios naturales y manifestaciones culturales y a su vez se encuentran jerarquizados de acuerdo a la capacidad de llegar a generar una demanda o en relación a sus potencialidades de desarrollo (Ricaurte, 2007)

### **2.1.2 Oferta Turística**

La oferta turística es el conjunto de elementos que llega a conformar el producto turístico al mismo que se le agrega un adecuado programa de promoción que va dirigido a los posibles consumidores, los productos son manejados por operadores turísticos y los establecimientos en dar el precio adecuado a través de las características del mercado. (Smith, 2004) Además se debe considerar tener una buena oferta amor y deseo de hacerlo, la capacidad de llegar a vender, pudiendo convencer al posible consumidor, se debe contar con el tiempo adecuado a lo que requiera el cliente.

### **2.1.3 Producto Turístico**

El autor (González, 2010) manifiesta que el producto turístico, es el conjunto de bienes y servicios demandado por el turista, siendo estos tangibles e intangibles; los mismos que se encuentran relacionados con los recursos turísticos, la infraestructura, planta turística y superestructura, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o expectativas del turista como también productos compuestos que son analizados mediante los componentes básicos que lo integran siendo atractivos, de facilidades y acceso.

Considerando la explicación de dicho autor, se puede decir que el producto turístico es el conjunto de factores que configuran el atractivo turístico, logrando con recurso una nueva alternativa e implementación de una necesidad, requerida por el turista.

### **2.1.4 Recursos Culturales**

Los recursos culturales son indicadores de la variedad de actividades con los que cuentan la sociedad ya que existen vínculos entre la historia y la evolución. Es por esto que los recursos naturales constituyen la identidad de las comunidades y de esta manera es de suma importancia cuidar ya que son únicos y representativos del patrimonio turístico que hacen posible un producto turístico de calidad. (Covarrubias, 2012)

### **2.1.5 Recursos Naturales**

Un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría



incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares (Ritchie, 2011)

## 2.2 Planes de Desarrollo.

Un Plan de Desarrollo es un instrumento de gestión usado con el fin del desarrollo social de un territorio específico, a la vez es un diseño de un futuro esperado por la población. (Carvajal, 2008) Manifiesta que: “El desarrollo es una construcción social histórica que alude a un proceso de articulación social que abarca los ámbitos material, socio-político y cultural”.

Un criterio muy acordado que aporta es el dado por (Cebrián, 2010) quien afirma que: “El Plan de Desarrollo invita al cambio de todos los actores sociales, para ser mejores y abordar objetivos para la construcción del bien común”. El Plan Estratégico como instrumento de Gestión del Desarrollo Local, se convierte en el punto de partida para empezar a unir esfuerzos y ser más competitivo y sostenible para el desarrollo integral y el mejoramiento de las capacidades humanas.

### 2.2.1 Modelos de Planes de Desarrollo Turísticos Comunitario

- **Modelo de Planificación para el progreso sustentable comunitario**

La planificación para el progreso sustentable comunitario se basa en trabajar a largo plazo, basando su proceso sobre las personas y la atención de calidad que puedan brindar, transformando el entorno en atractivos para los visitantes.

#### IMAGEN #1

#### Modelo de Desarrollo Sustentable



**Fuente: Fundación De Ecoturismo (2008)  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

- **Modelo De Planificación Para Empresas Comunitarias**

La Planeación Estratégica se encuentra dentro el ámbito de la administración, y se refiere a la "consistencia estratégica". De acuerdo con (Núñez, 2009)"existe consistencia estratégica cuando las acciones de una organización son coherentes con las expectativas de la Dirección, y éstas a su vez lo son con el mercado y su entorno".

Éste modelo partiendo de la planificación estratégica se inicia con tres fases, tal como muestra la siguiente imagen:

### IMAGEN #2

#### Modelo de Planificación de Empresas Comunitarias Turísticas



**Fuente: Núñez (2009)**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**

**El Diagnóstico Turístico:** Es la información obtenida una vez realizado la investigación y la evaluación del proceso, en esta etapa estamos en capacidad de tener una radiografía más exacta del entorno, es el nivel directo que nos hará tomar decisiones acertadas en el proceso a desarrollar en el sector turístico.

**Estrategias Turísticas.** -Es el conjunto de tácticas en forma secuencial, que llevaran a conseguir el objetivo trazado en el sector turístico, es indispensable determinar qué tipo de modelo es el que predomina en el negocio.

## **2.3 Marco Legal**

### **2.3.1 Ley de Turismo**

**Art. 5.-** Manifiesta que son consideradas actividades turísticas los que brinden Servicio de alimentos y bebidas; Transportación, las mismas que se dediquen al Foto # 9: Servidores Turísticos 34 turismo ya sea marítima, aérea o fluvial, como también al alquiler de vehículos.

**Art. 55.-** toda actividad turística deberá estar registrada la misma que deberá constar con su licencia única de funcionamiento, útil para para el respectivo funcionamiento legal de su establecimiento.

### **2.3.2 OMT**

Los desafíos pendientes planteados por la OMT para la lucha contra la pobreza a través del turismo incluyen:

- Promover el turismo como instrumento de reducción de la pobreza a través de la sensibilización de todos los actores.
- Encontrar mejores maneras de canalizar el gasto de los visitantes hacia los pobres y economías locales.
- Demostrar la eficacia del turismo en la lucha contra la pobreza con proyectos piloto y su escalamiento.

([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec), proyecto\_plandetur, 2011-2014)

### **2.3.3 Unesco**

El área urbana alberga destinos turísticos reconocidos por la UNESCO, como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca. Así mismo, las ciudades portuarias como Guayaquil y Manta han entrado en los últimos años en un proceso de renovación y modernización urbana que ofrece nuevos atractivos turísticos. Existe una amplia gama de ciudades intermedias que vinculan sus atractivos culturales con los naturales. Mientras que en la zona rural se puede apreciar la diversidad de modos de vida a pequeña escala con expresiones artísticas y culturales en las que predominan las culturas indígenas y afroecuatorianas.

Esta riqueza cultural contrasta con la imagen de que el Ecuador es un país que vive la pobreza en un entorno de abundancia. Esto se confirma al ubicarse como uno de los países con peor distribución del ingreso de la

región, caracterizado por dinámicas de exclusión social y marginalización. Las estadísticas del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), señalan que el porcentaje de la población bajo el umbral de la pobreza de ingresos alcanza el 17,7%, reflejado en las personas que viven con un dólar diario para el periodo 1990-2003.

([www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec), proyecto\_plandetur, 2011\_2014)

#### **2.3.4 Plan Nacional del Buen Vivir**

Senplades a través de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo en el XX Congreso Latinoamericano de Turismo Sostenible, expreso a través de su vocero Fander Falconí “que los países en vía de desarrollo deben hacer una apuesta a la transformación productiva a través de la economía de servicios y concretamente al turismo” todas estas aseveraciones se realizaron dentro del Congreso Interamericano de Ministros y altas autoridades de Turismo de la Organización de Estados Americanos (OEA), realizado en Quito con auspicio del Ministerio de Turismo. El vocero Falconí fue uno de los panelistas sobre las ‘Certificaciones de Sostenibilidad’, la cual sostiene que el sector del Turismo Sostenible puede generar un cambio en las estructuras productivas, ya que bajo su apreciación los países Latinoamericanos somos tan solo vendedores de productos primarios por lo tanto cada vez se nos hace más difícil mantener industrias ya que hay un factor alto de dependencia y vulnerabilidad. “Alcanzar el buen vivir es perfectamente compatible con el mejorar las condiciones de vida de la población, elementos como la estandarización o la certificación son importantes porque permiten caracterizar de mejor manera una oferta de servicios que tiene que empatarse con un ideario de transformación en nuestro país”. ([www.planificacion.gob.ec](http://www.planificacion.gob.ec), 2013)

#### **2.3.5 Ley de Turismo**

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002

Estado: Vigente

Congreso Nacional

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada,

por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

## **CAPITULO I**

### **Generalidades**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 2.-** Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad,

protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **CAPITULO II**

### **De Las Actividades Turísticas Y De Quienes Las Ejercen**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 6.-** Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

**Art. 7.-** Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra;
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

**Art. 11.-** Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que

acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

**Art. 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

(turismo.gob, 2014)

## **2.4 Impactos Económicos, Socioculturales Y Ambientales Del Turismo.**

El turismo genera grandes oportunidades económicas y socioculturales sin embargo, también genera impactos que bien pueden ser positivos o negativos, dependiendo de cómo se desarrolle y de los controles que pueda tener. Es una actividad que debe ser planificada y monitoreada permanentemente. A continuación, se exponen los diferentes impactos que Miguel Ángel Acerenza expone en su texto "Efectos económicos, socioculturales y ambientales del Turismo" junto con algunos comentarios propios.

### **2.4.1 Impactos Económicos**

El turismo contribuye al mejoramiento de la economía del destino turístico y se puede medir en cada país, a través de la balanza de pagos, considerándose esta actividad en una exportación de servicios. Esto significa que se puede analizar el aporte del turismo en relación con los flujos de dinero que pasan del turista, a la comunidad receptora, es decir que se estudian los beneficios que genera el turismo, sabiendo que los beneficios de los turistas se obtienen de las experiencias que este vive en el destino turístico. A esto se le llama el hecho económico del turismo.

Los ingresos para un país, pueden clasificarse de la siguiente manera:

- **Ingresos directos:** gastos de los turistas internacionales en el destino.



- **Ingresos indirectos:** gastos que se hacen dentro de la economía, directamente relacionados con la actividad turística, sin ser necesariamente los establecimientos turísticos de primera línea.
- **Ingresos inducidos:** salarios para las personas que trabajan en un servicio o establecimiento turístico y que se traducen en ingresos para otros sectores.

El impacto económico también puede ser negativo en el caso en que genere más costos que beneficios.

Algunos costos son:

- **Costo de oportunidad:** Consiste en usar el dinero en algo que podrías usar en otra cosa, como gastar \$2000 en dulces en vez de ahorrarlo o usarlo en tu transporte.
- **Costos derivados** de las fluctuaciones de la demanda turística.
- **Posible inflación** derivada de la actividad turística.
- **Pérdida de beneficios** económicos potenciales: dependencia de las inversiones extranjeras.
- **Distorsiones en la economía local:** Competencia por parte del sector turístico contra otros sectores económicos.

#### 2.4.2 Impactos Socioculturales

Por un lado, el turismo es la mejor ventana para conocer otras culturas y para mostrar la propia, permite la interacción entre desconocidos que generan vínculos y admiraciones, se transmiten mensajes de paz y cordialidad en la mayoría de los casos. De todas formas y a pesar de que el turismo unifica las culturas y crea encuentros entre estas, también genera impactos negativos a nivel sociocultural en cualquier territorio en el que se produzca.

Uno de los impactos es cuando el receptor observa al turista y sus costumbres y decide imitarlos, cambiando sus tradiciones propias. Otro impacto muy relacionado con el anterior es cuando los usos y los consumos de la población local se ven afectados e incluso cambiados por la manera en que los turistas realizan las mismas actividades. Un ejemplo de esto, es que si una comunidad está acostumbrada a comer alimentos directamente extraídos de la tierra y de forma natural, cambia su actitud cuando encuentra

a sus alrededores, restaurantes de comida extranjera, como hamburguesas y comidas rápidas, seguramente la costumbre de alimentarse naturalmente se perdería con el tiempo.

### **2.4.3 Impactos Ambientales**

Por un lado, a través del turismo, se puede enseñar a la gente a tener mejores prácticas en su día a día en torno al medio ambiente. Utilizar menos agua, reciclar, comprar comida orgánica, hacer compostaje, etc. Todas son buenas prácticas que se pueden conocer a través de los viajes y cuando las personas están en la mejor actitud para recibir esta información. Por otro, si bien se le conoce al turismo como la industria sin chimeneas, cuando se hace de manera descontrolada, masiva, se generan impactos negativos. Toda clase de ecosistemas se ven afectados por el sector turístico.

En los costeros la vegetación propia de este ecosistema se destruye, así como las dunas y los manglares. La contaminación de playas y del agua del mar es otro de los impactos que tiene el turismo en este ecosistema. Los recursos biológicos de las montañas se ven fuertemente afectados por actividades de alto impacto como el esquí, el uso de vehículos todoterreno el motociclismo entre otros.

También de bajo impacto como campamentos, caminatas y alpinismo. Estas actividades provocan la eliminación de la vegetación, la degradación de los bosques y la pérdida del hábitat para la fauna y flora silvestre. En los recursos hídricos de un territorio el turismo genera, así como en las costas, mucha contaminación del agua y sus alrededores. En el caso de los pantanos el drenaje es un impacto negativo muy alto.

## CAPITULO 3

### METODOLOGIA

#### 3.1 Enfoque y Tipo De Investigación

**3.1.1 Enfoque Cuantitativo:** Parte del estudio del análisis de datos numéricos, a través de la estadística, para dar solución a preguntas de investigación o para refutar o verificar una hipótesis.

**3.1.2 Enfoque Cualitativo:** Parte del estudio de métodos de recolección de datos de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales.

**3.1.3 Enfoque Mixto:** Este tipo de investigación con enfoque mixto, se da como resultado de la combinación de los métodos Cuantitativo y Cualitativo. En este proceso el investigador trata de despejar incógnitas que se originaron de la hipótesis planteada en el proceso de desarrollo. El estudio lo que trata es de describir algunas de las variantes procesadas en la investigación de campo y sostenida en la investigación bibliográfica que apueste a la propuesta del desarrollo turístico comunitario en Ayangue en los siguientes tres años

#### 3.2 Tipos De Investigación

##### 3.2.1 Investigación Exploratoria

Como el nombre lo indica, busca examinar un tema que no ha sido estudiado o que se ha estudiado muy poco con miras a ampliar la información; de tal forma que en el presente trabajo se buscara información real sobre turismo comunitario

##### 3.2.2 Investigación Descriptiva

Refiere o narra características y propiedades de un objeto, sujeto o situación específica, sin emplear juicios de valor y en procura de altos niveles de objetividad.

“Desarrollo de propuesta” es considerada una variable independiente, y se ajusta al proceso controlado y responsable de la comunidad de Ayangue, los mismos que se encargaran de planificar, ejecutar, controlar y auditar los resultados de esta propuesta impulsados por los comuneros.

### 3.2.3 Investigación De Campo

Este tipo de investigación tiene como finalidad despejar las incógnitas del estudio a través de la información obtenida a través de las encuestas de carácter Cuantitativo donde se la desarrolla con un margen de error del 0.5% y un resultado probabilístico del 95% de aceptación.

## 3.3 Métodos De La Investigación

### 3.3.1 Método Deductivo

Para establecer esta propuesta desarrollo de turismo comunitario en la Ruta del Spondylus comunidad Ayangue, se procesó un Método Deductivo que trata de ir de lo general a lo específico, es decir se refiere a un proceso donde existen reglas, procesos, controles condicionados. Para esto se llega a conclusiones finales partiendo de supuestos.

Para este desarrollo se llegó a establecer que los servidores turísticos deberán de formar alianzas estratégicas con los operadores, así en forma conjunta podrán desarrollar el turismo comunitario a través de una propuesta estratégica que asegure el objetivo y el éxito de la gestión.

## 3.4 Población y Muestra

La población y la muestra tomada para cuantificar el número de persona a encuestar se la selecciono de las diversas asociaciones de la comuna de Ayangue, para lo cual se observaron los siguientes puntos:

**TABLA # 2**

### **Muestra Seleccionada para Realizar las Encuestas**

<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>POBLACION</b>
PRESIDENTE DE LA COMUNA	1
TURISTAS NACIONALES / EXTRANJEROS	238
PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS	102
TOTAL	341

**Fuente: Investigación de Campo**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**

- La muestra tomada para establecer el número de prestadores de servicios a encuestar:

### **SERVIDORES TURÍSTICOS**

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(e^2 N) - 1 + Z^2 pq}$$

$$= \frac{1.96^2 (0.5)(0.5) 102}{0.05^2 (102 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$\frac{92.055}{1.2129} = 75.89 \sim 76$$

La muestra probabilística que arroja para ser encuestada es de 76 operadores de servicios turísticos.

- La muestra tomada para establecer el número de turistas a encuestar, da como resultado de una muestra probabilística de 147 turistas:

### **TURISTAS.**

$$n = \frac{Z^2 pq N}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5) 238}{0.05^2 (238 - 1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$\frac{228.572}{1.5529} = 147.19 \sim 147$$

## **3.5 Técnicas y Herramientas de Recolección de la Información**

### **3.5.1 Encuesta**

Una Encuesta es una representación en la que se emplea la entrevista como herramienta para su estructuración. Es un muestreo en el que la población se responden interrogantes y se añaden a una categoría en específico con el fin de arrojar un porcentaje total y varios segmentos en los que se denota cada uno de los focos de interés de la encuesta.

### **3.5.2 La Entrevista**

La etimología de la palabra entrevista proviene del latín y esta a su vez compuesta por dos palabras, “inter que significa entre” y “videre que significa ver” entonces el término en latín corresponde a “intervidere cuyo significado es verse entre sí”. Mediante una Entrevista a dos o más personas pueden informarse sobre distintos aspectos que generalmente son personales.

## CAPÍTULO 4

### ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Encuesta Dirigida A Los Turistas Nacionales Y Extranjeros

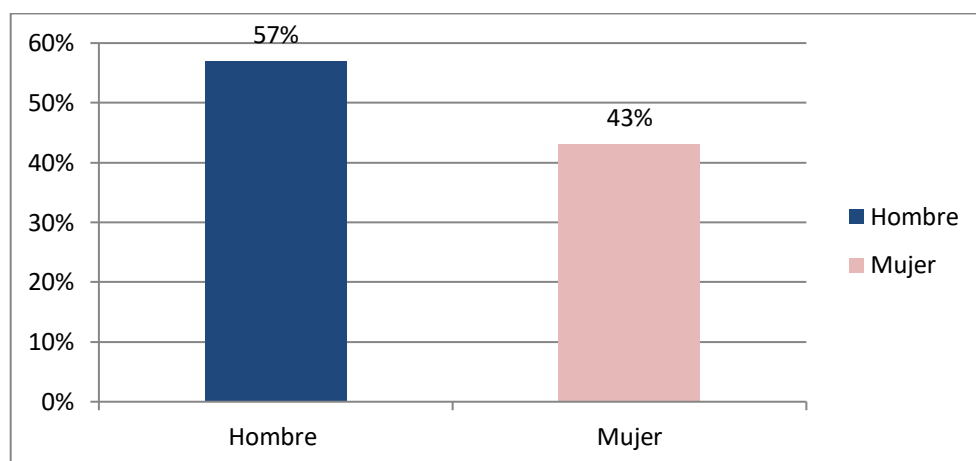
Dentro de ésta investigación se utilizaran dos instrumentos: La encuesta se aplicara al mercado de turistas nacionales y extranjeros indicado según la segmentación que se realicesobre el cálculo de la muestra, por lo que se deberá realizar 147 encuestas

##### 1. ¿Genero de los encuestados?

El 57% de personas encuestadas representa a 83.79hombres y el 43% restante equivale a 63.21 mujeres.

GRAFICO # 2

Genero de los Encuestados



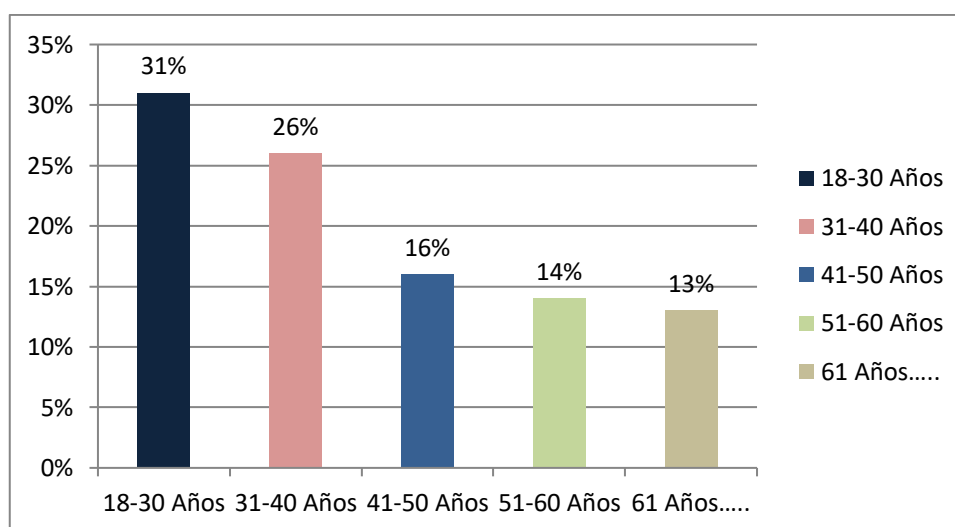
Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone

## 2. ¿Qué edad tiene?

Una vez obtenida la información sobre esta pregunta nos arroja lo siguiente: entre 18-30 años se encuentran el 31% de las personas que se realizó la encuesta; el segundo grupo en importancia se encuentran los de 31-40 años que representa el 26%; el tercer grupo en importancia se encuentra los de 41-50 años con el 16%; en el cuarto grupo están las personas encuestadas entre 51-60 años que son el 14%; en el último grupo de 61 años en adelante que son el 13% restantes.

### GRAFICO # 3

Promedio de Edad de los Encuestados



Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone

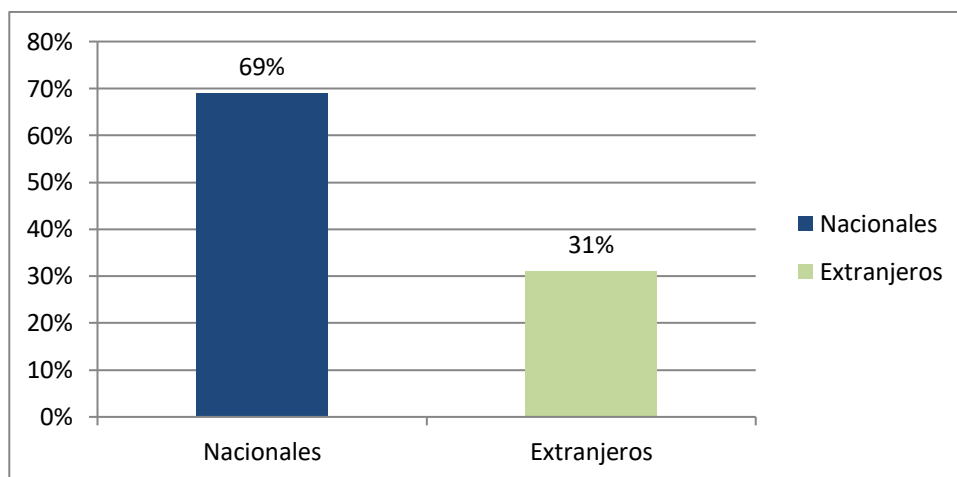


### 3. ¿Procedencia de los encuestados?

Como resultado de la encuesta tenemos que el 69% de turistas que visitan la comuna representan a 101.43 turistas nacionales y el 31 % representan a 45.57 turistas extranjeros.

**GRAFICO# 4**

**Procedencia de los Encuestados**



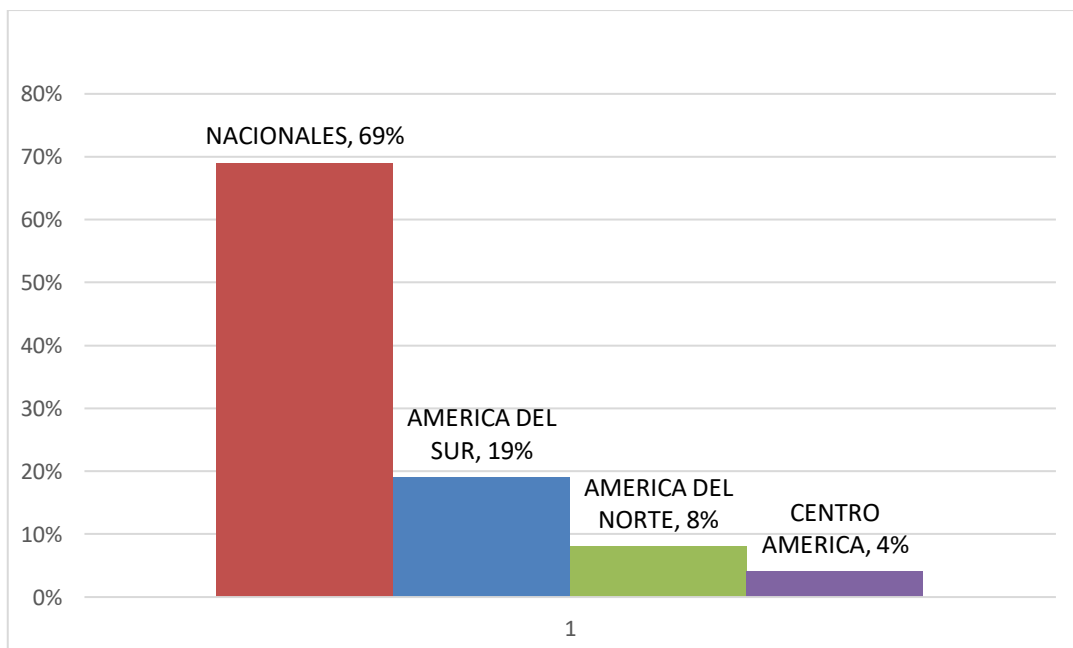
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

#### 4. ¿Origen de los encuestados?

Los resultados generados es que la mayoría de las personas encuestadas fueron Ecuatorianos con 69% ; el 19% siguiente lo constituyen turistas del resto de América del Sur con una gran afluencia de Peruanos, Colombianos y Argentinos así mismo turistas de América del Norte , Mexicanos y Estado Unidenses con 8% y con un 4% turistas de centro América

#### GRAFICO # 5

##### Origen de los Encuestados



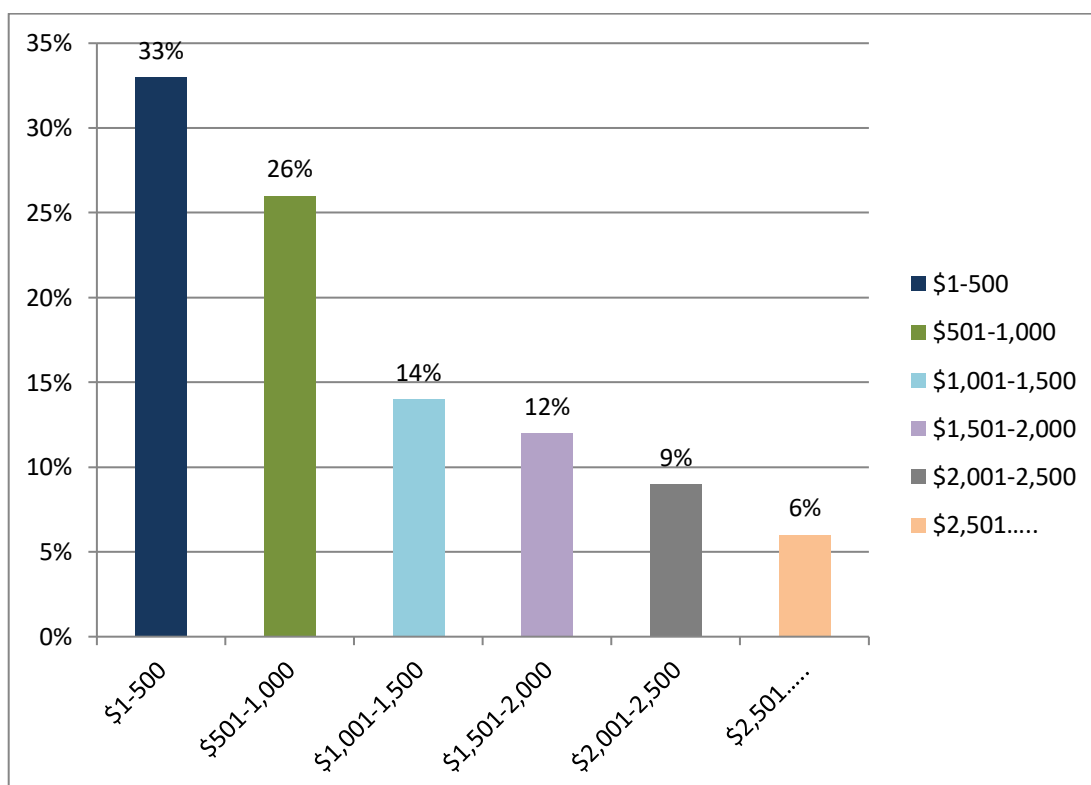
Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone

## 5. ¿De cuánto son sus ingresos mensuales aproximadamente?

El resultado obtenido de esta pregunta, arroja la siguiente información: el primer grupo de 48 turistas que representan el 33% de los encuestados tiene un nivel salarial que no supera los \$500 dólares; el segundo grupo de 38 turistas que representan el 26% de los encuestados, su nivel salarial estaría entre los \$ 501-1000 dólares; el tercer grupo de 21 turistas que representan el 14% de los encuestados, su nivel salarial está en el orden de \$1.001-1.500 dólares; el resto de los encuestados que representan el 37% su nivel salarial está por encima de los \$1.500 dólares; estas personas en su gran mayoría son gente mayor buscan un sector de turismo clásico con mayores comodidades.

**GRAFICO # 6**

### Ingresos Promedio de los Encuestados



**Fuente: Investigación De Campo**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**

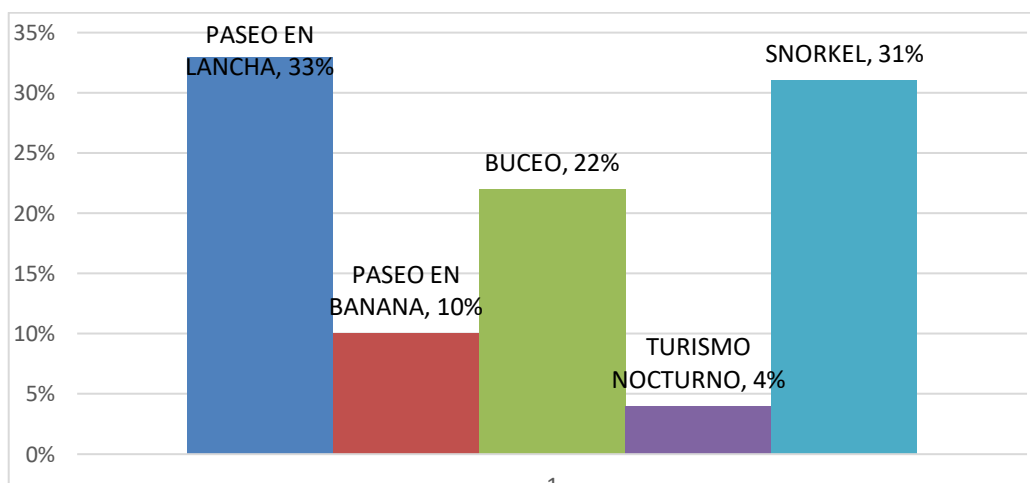
## 6. ¿Cuál de estas ofertas turísticas que ofrece Ayangue es de su preferencia?

Hay que considerar que los turistas que recorren la Ruta del Sol son personas jóvenes que no poseen grandes ingresos económicos y lo que tratan de buscar es Diversión, con Servicios Básicos y a precios económicos.

Sin embargo hay otro grupo importante que busca descanso y seguridad en las hermosas playas que hay en esta ruta combinado con algo de Ecoaventura y Deportes Acuáticos.

**GRAFICO # 7**

### Oferta Turística de Ayangue



**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

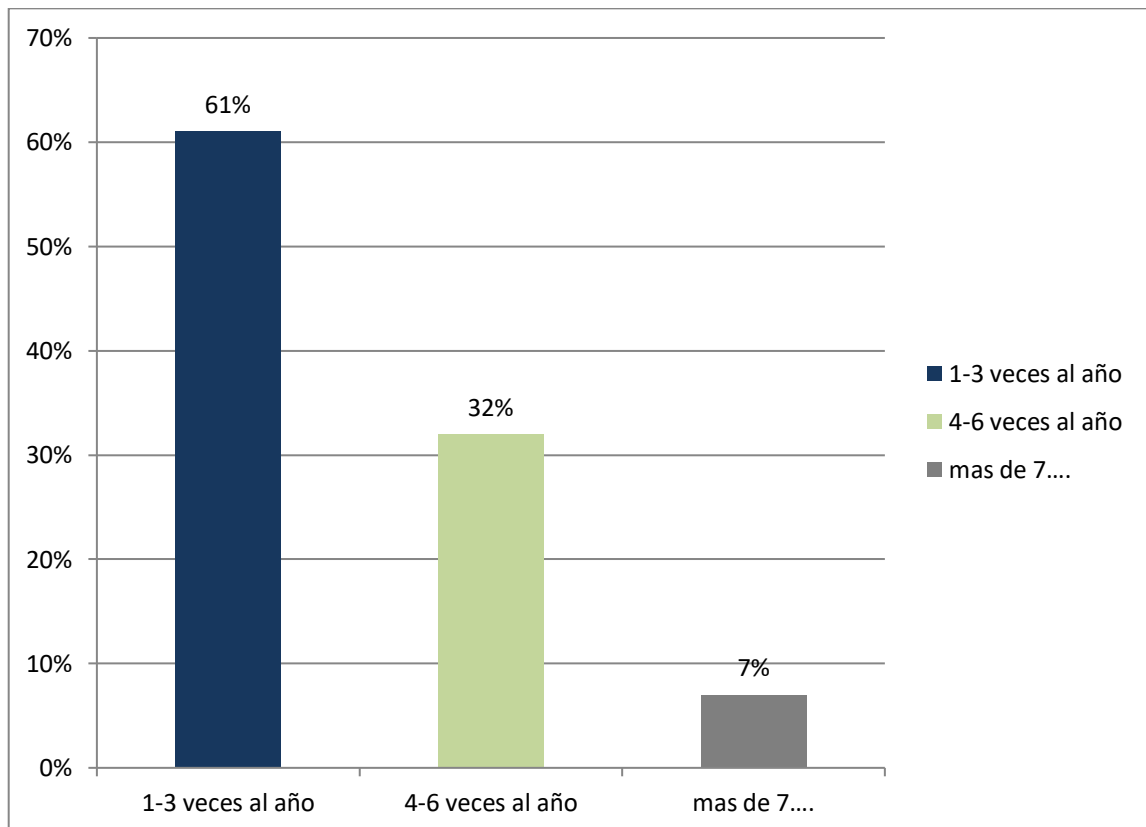
## 7. ¿Con que frecuencia usted toma vacaciones?

Las información obtenida en la encuesta por parte de los turistas nacionales y extranjeros es que el 61% de encuestados toman vacaciones de 1 a 3 veces al año, esto tiene que ver mucho con los ingresos que perciben y con la disponibilidad de tiempo que requieren para sus vacaciones. Hay otro grupo importante que toma vacaciones cortas de 4 a 6 veces en el año y que regularmente lo hace en los días feriados o días festivos.

El tercer grupo el 7% de los encuestados y son aquellos turistas que hacen regularmente del turismo un estilo de vida, por lo general son personas mayores que están jubilados y que salen a viajar y disfrutar de sus ingresos alrededor del mundo.

**GRAFICO # 8**

### Promedio de Frecuencia de Vacaciones



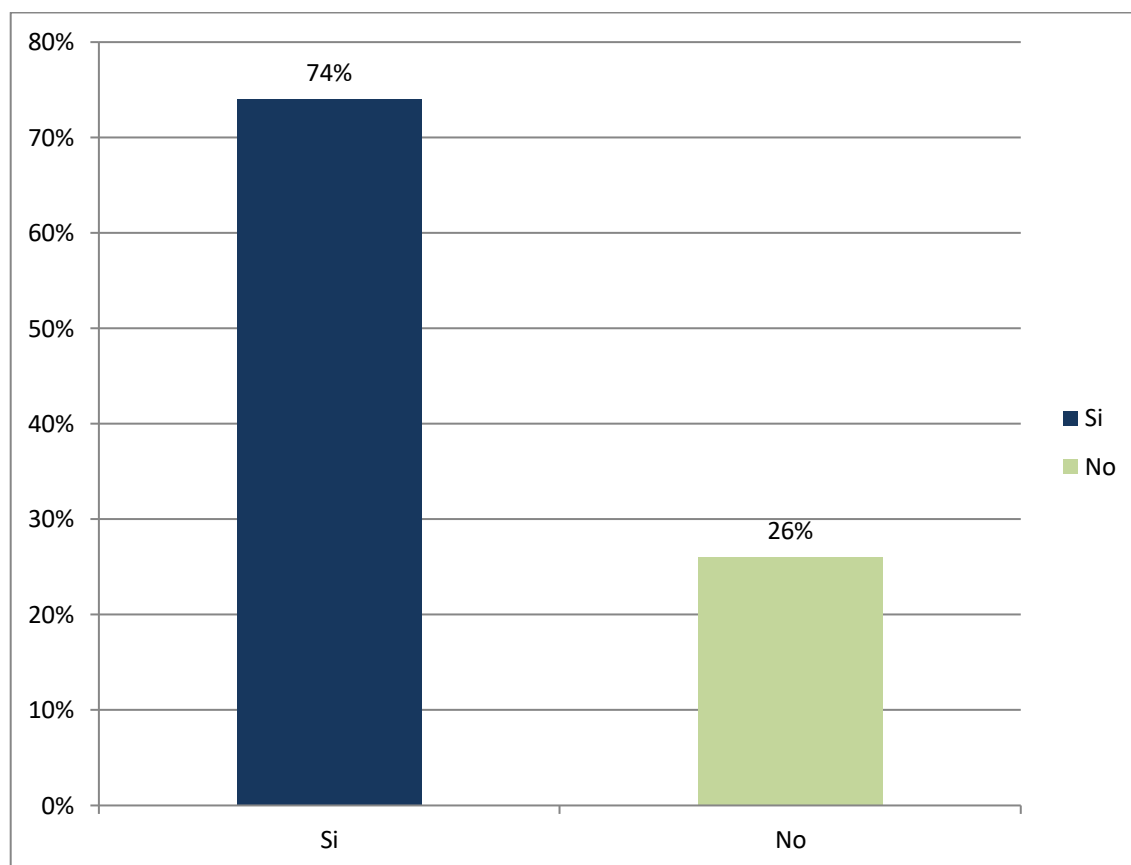
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

## 8. ¿Ha visitado alguna de las comunidades turísticas ubicadas en Ayangue?

Esta pregunta arroja como resultado que la gran mayoría de los 109 turistas encuestados que representan el 74%, en alguna ocasión ha tenido la oportunidad de visitar la Ruta del Spondylus y conoce la comunidad de Ayangue. Sin embargo hay un grupo importante de 38 turistas que representan el 26% de las personas encuestadas que no conocen la Ruta del Spondylus y particularmente la comunidad de Ayangue.

**GRAFICO # 9**

### Frecuencia de Visita Ayangue



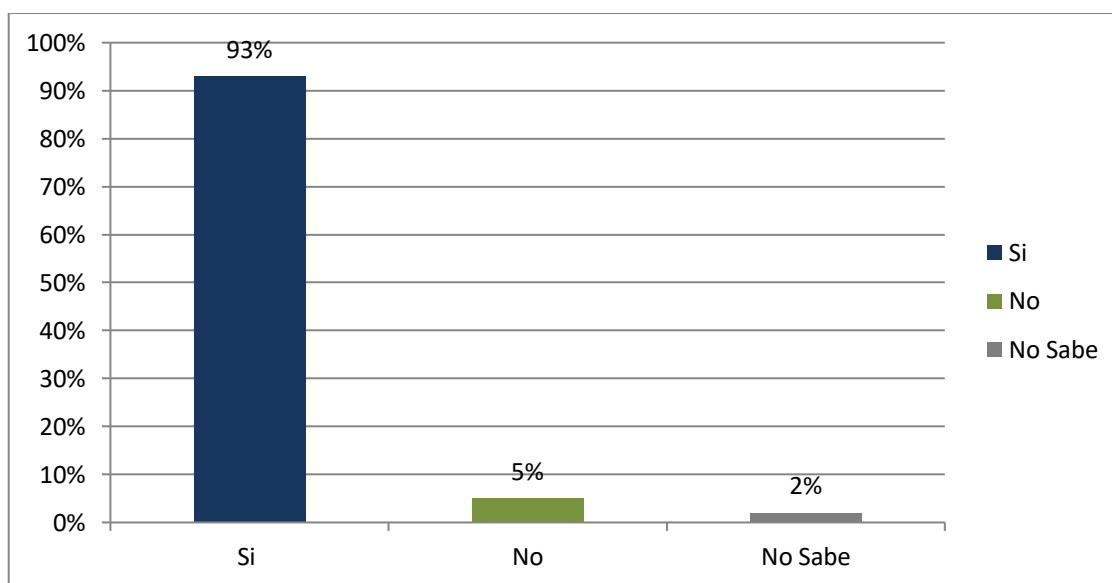
**Fuente: Investigación De Campo**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**

### 9. ¿Le interesaría disfrutar de los destinos turísticos de Ayangue?

Como resultado de la encuesta tuvimos que el 93% de los encuestados que representa a 136.71 personas les interesaría disfrutar de los destinos turísticos que ofrece Ayangue y un 5 % que representa a 7.35 personas no les interesaría conocer dichos destinos

**GRAFICO # 10**

#### **Interés de Vacacionar en Ayangue**



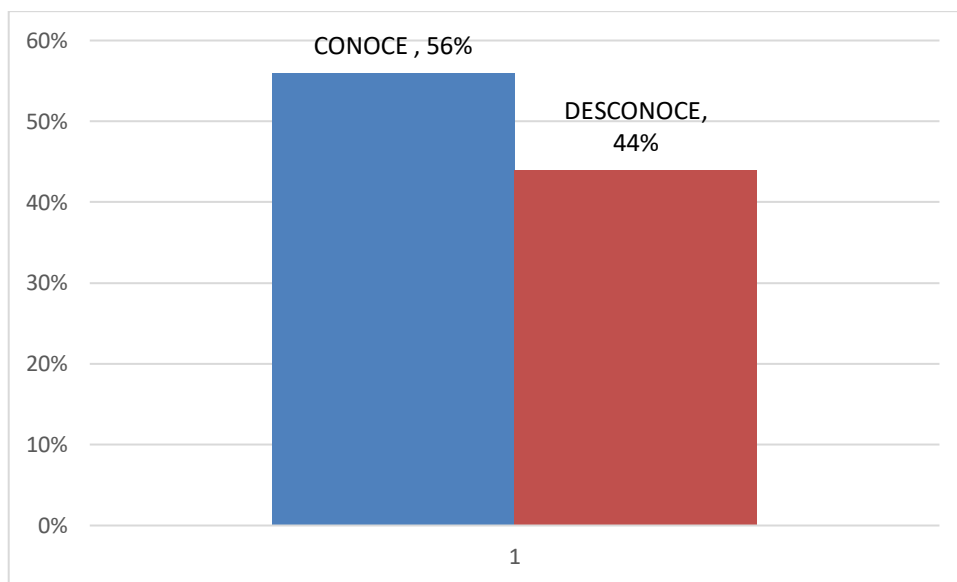
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

## 10. ¿Conoce el concepto de turismo comunitario?

De las personas encuestadas el 61% conoce o tiene idea de lo que es el concepto de Turismo Comunitario, sin embargo el 39 % de los encuestados desconoce este concepto.

**GRAFICO # 11**

### **Conocimiento sobre Turismo Comunitario**



**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**



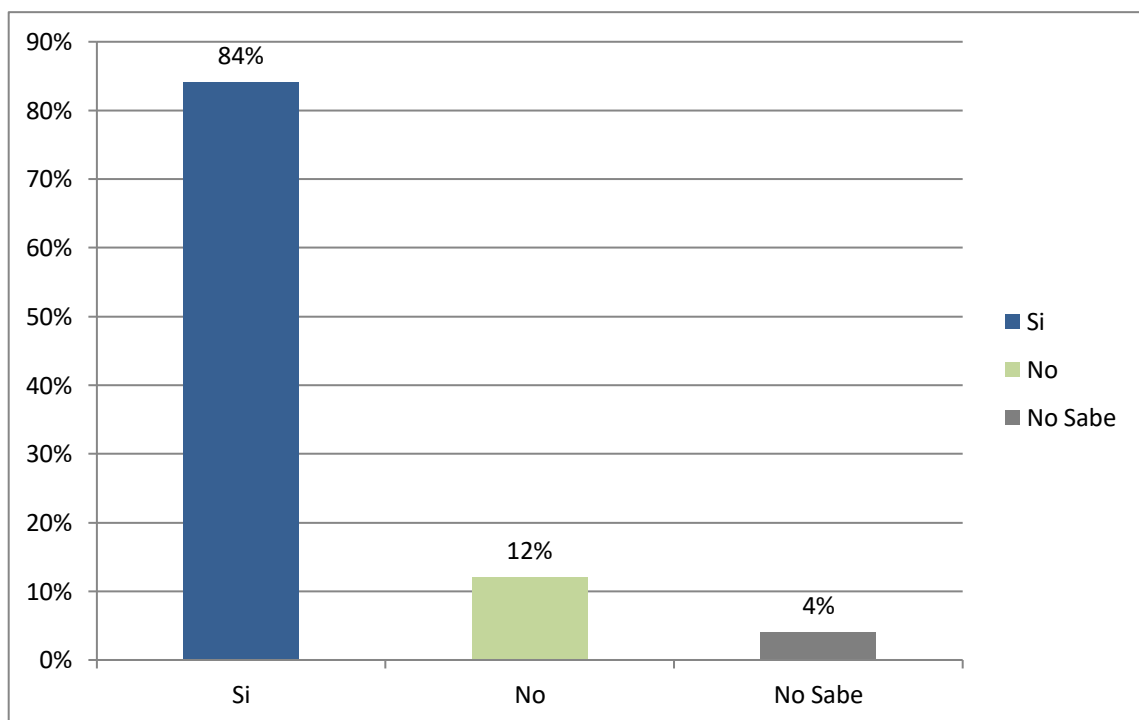
**11. ¿Estaría dispuesto hacer turismo comunitario en lugares que le brinden atención personalizada, buena alimentación, habitaciones confortables a precios razonables?**

La información obtenida de los 124 turistas encuestados que representan el 84%, indica que les agrada hacer turismo comunitario en lugares donde se les brinde todos los puntos anteriormente planteados en la encuesta.

Sin embargo tienen sus dudas de que esos parámetros se puedan cumplir a cabalidad ya que es un concepto nuevo que se viene trabajando desde aproximadamente 12 – 15 años en el Ecuador y en algunas ocasiones los servicios prometidos no se cumplen.

**GRAFICO # 12**

**Interés en Realizar Turismo Comunitario**



**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

## 4.2 Encuesta Dirigida A Los Operadores De Turismo Comunitario

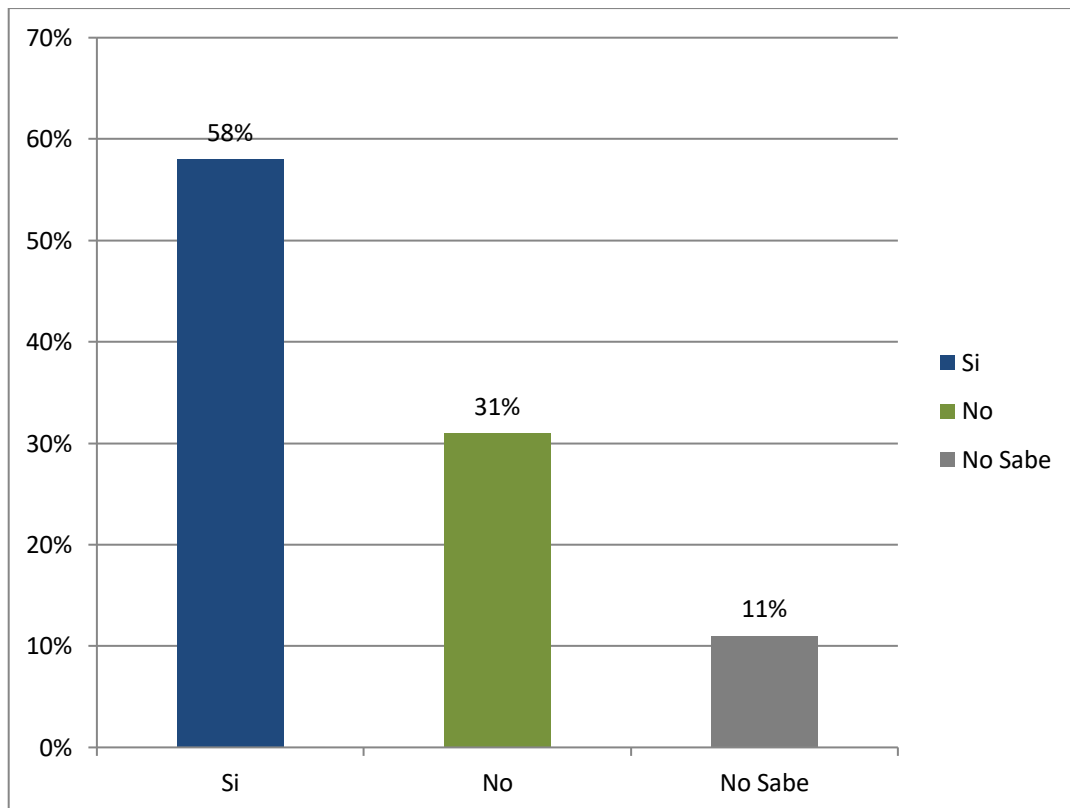
### 1. ¿Creen ustedes que las comunidades de operadores de turismo tienen claro el concepto de lo que es turismo comunitario sostenible?

Una vez realizada la encuesta a los operadores de turismo comunitario nos damos cuenta de un alto porcentaje tiene claro el concepto y está trabajando en ello.

Sin embargo el porcentaje que no tiene claro dicho concepto o que no sabe si lo tiene claro suman el 42% los cuales es un porcentaje alto si se requiere conseguir resultado a corto y mediano plazo en este segmento de turismo.

**GRAFICO # 13**

#### Conocimiento de Turismo Comunitario



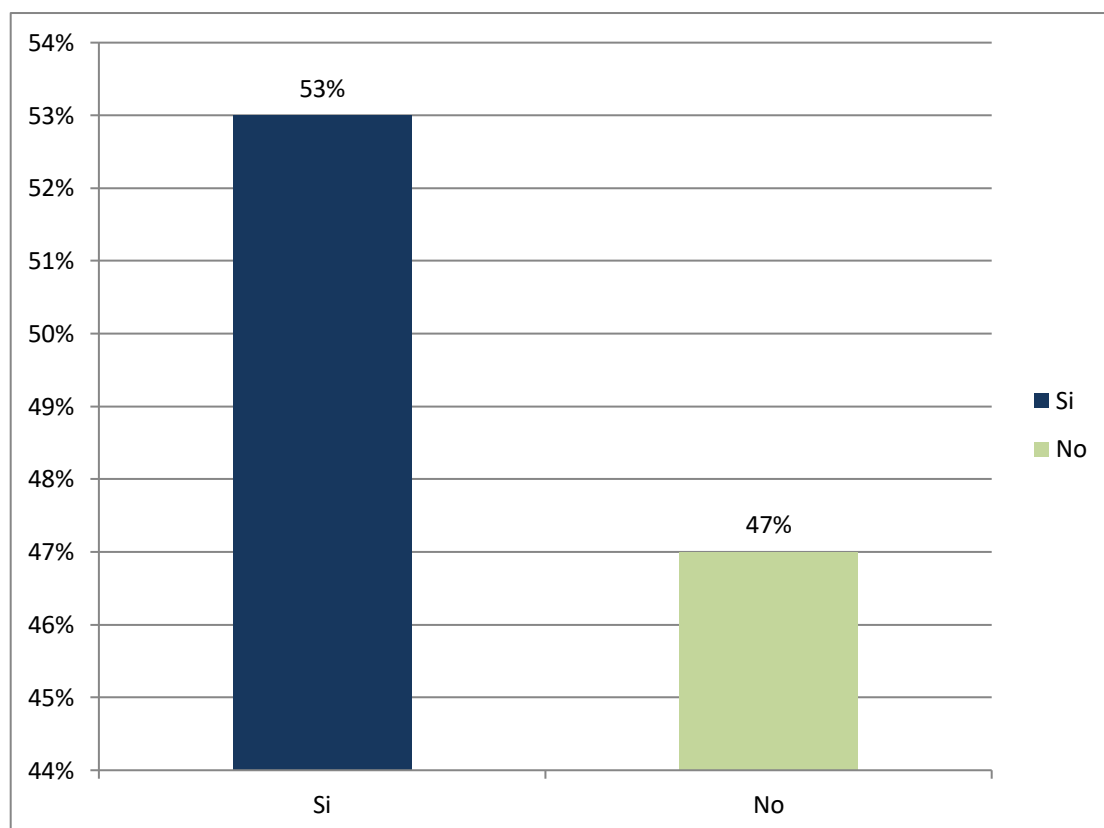
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

## 2. ¿Cree usted que el estado ha promovido suficientemente el modelo de turismo comunitario en el Ecuador?

Los operadores turísticos responden que el estado Ecuatoriano no ha promovido suficientemente que el modelo de turismo comunitario sostenible, ya que a pesar de que el 53% firman que sí, el 47% o sea casi la mitad dice no estar satisfecho con lo que ha hecho el estado.

**GRAFICO # 14**

### Percepción de los Operadores sobre la Inversión del Estado



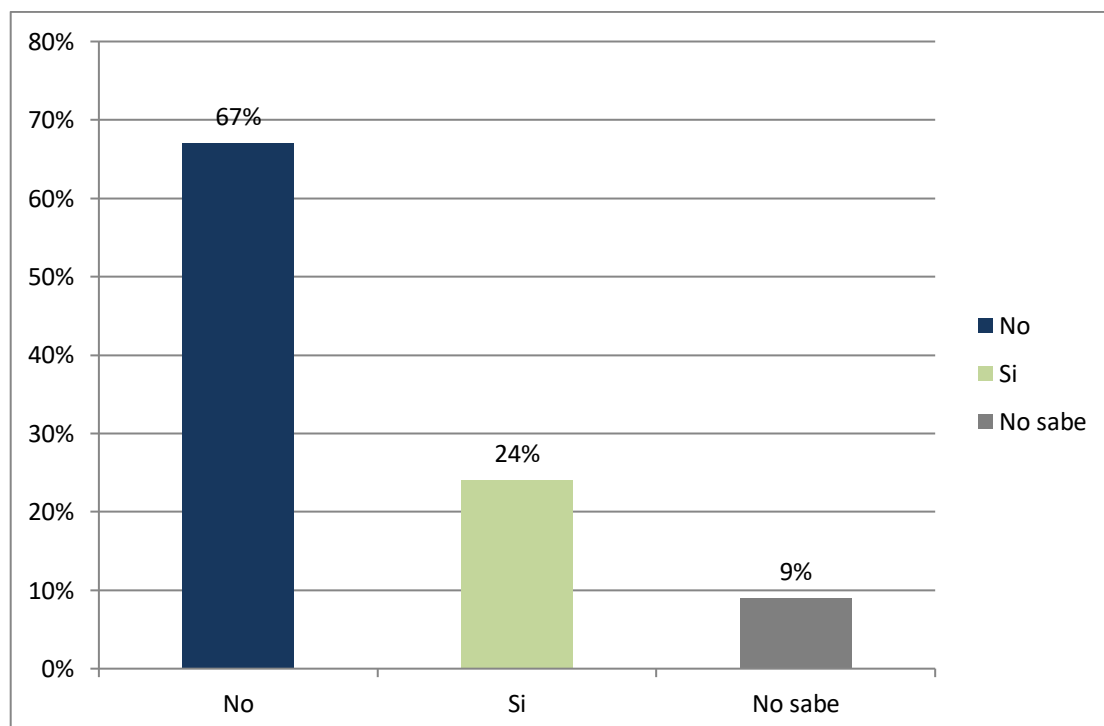
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

**3. ¿Existen centros de capacitación en las comunas que faciliten entrenamiento por parte de los operadores de turismo ya existentes o de parte del gobierno a otras personas que quieran incursionar en este modelo de turismo comunitario?**

La información obtenida en la encuesta tanto al dirigente comunal como a los prestadores de servicios turísticos de la comuna nos indicaron que no existen centros de entrenamiento y lo poco que se ha podido hacer en este proceso de desarrollo, se ha realizado por iniciativa de las propias comunidades de hecho el 67% de las encuestas dicen que no tienen mayor entrenamiento y el 24% contesta que si han tenido entrenamiento sumándose a esto el 9% que contesta que no sabe.

**GRÁFICO # 15**

**Percepción sobre la Capacitación en las Comunas sobre Turismo Comunitario**



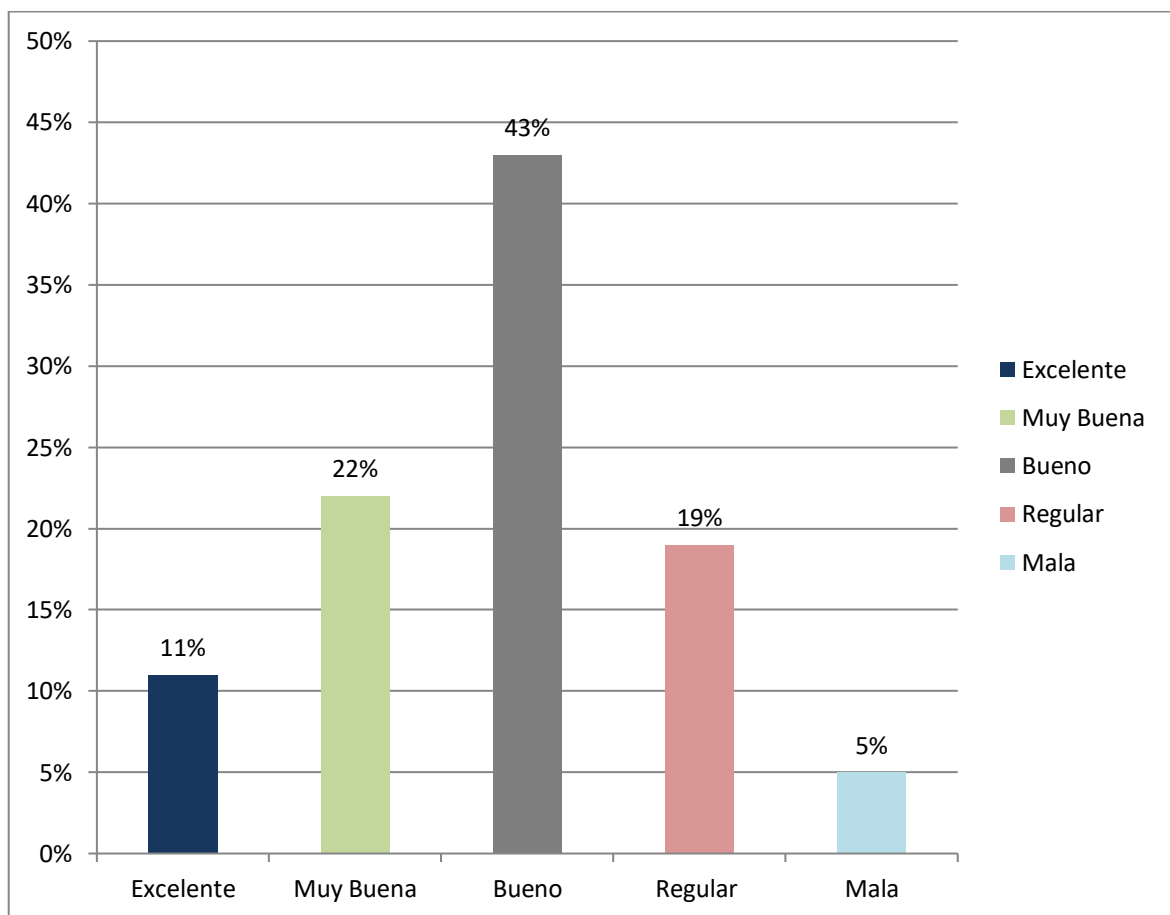
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

#### 4. ¿Cómo calificaría las vías de acceso para ingresar a Ayangue?

La información obtenida cree que este es uno de los puntos básicos en el desarrollo del turismo comunitario de la comuna Ayangue. De hecho los operadores creen que el gobierno ha hecho una buena gestión de infraestructura vial calificándola el 11% excelente, el 22% muy buena, 43% de bueno, 19% regular y 5% de mala.

**GRÁFICO # 16**

#### **Percepción sobre las Vías de Acceso**



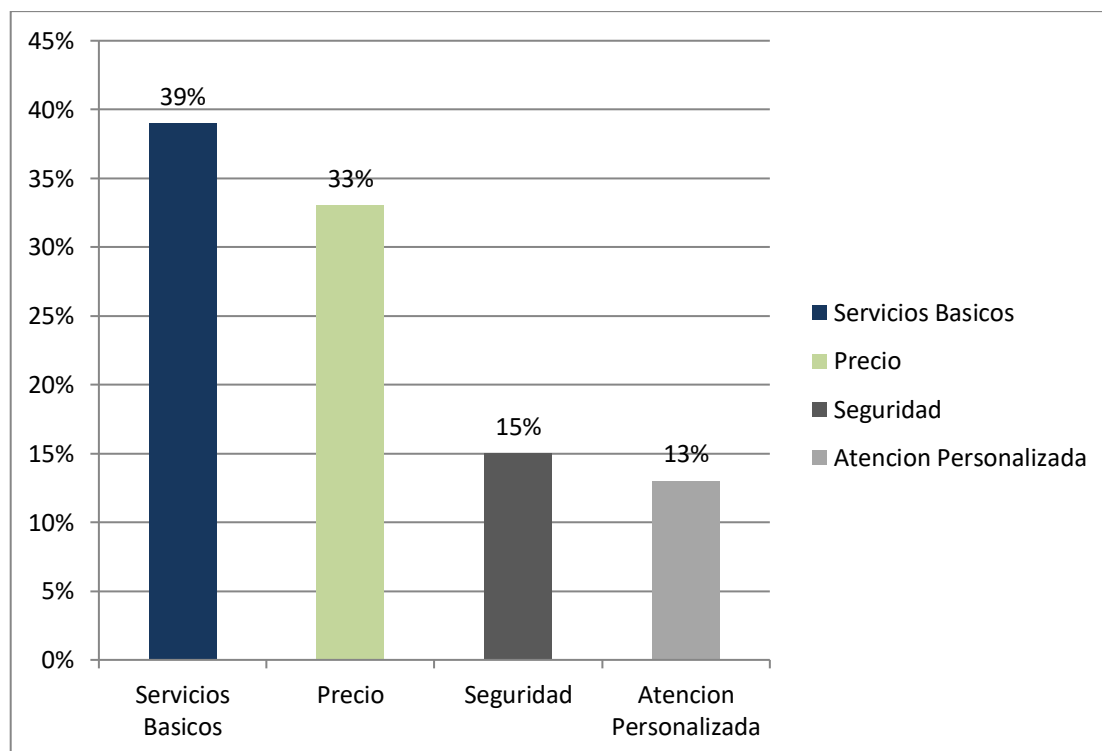
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

**5. ¿Cuál de las variables consideran los operadores de turismo comunitario que debe ser lo más importante para que los turistas converjan en esos destinos?**

Los operadores de turismo comunitario están conscientes de que una atención personalizada con buenos Servicios Básicos a Precios razonables será el apalancamiento para el desarrollo de este nuevo modelo de desarrollo en las comuna de Ayangue de hecho creen que el 39% se debe a Servicios Básicos el 33% a Precio y el 15% a Seguridad y el 13% Atención Personalizada.

**GRAFICO # 17**

**Variables a Considerar en el Turismo Comunitario**



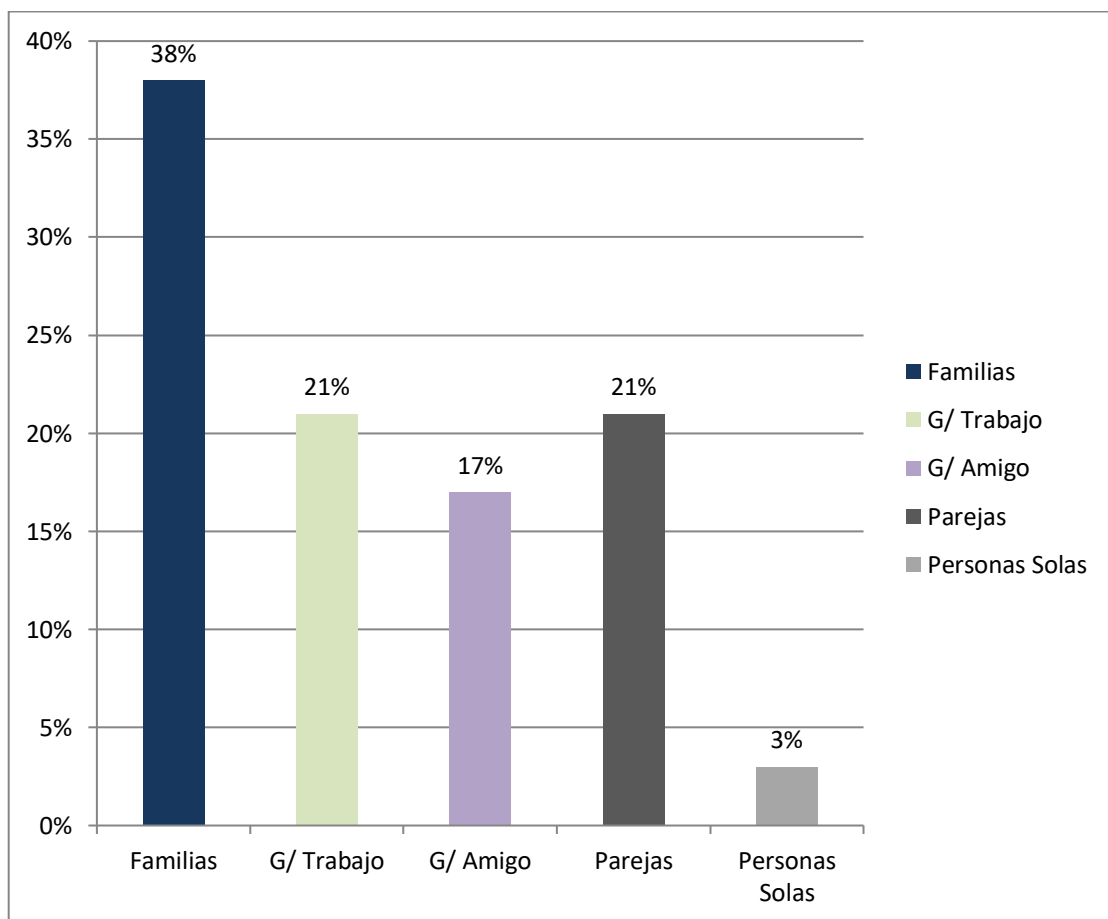
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

**6. ¿Cuáles son los grupos de turistas que mejor reciben el concepto que brindan los operadores de turismo comunitario?**

La información obtenida refleja que hay mayor grupo de recepción en los grupos de familias con un 38% seguido por el grupo de trabajo que nos dio un 21% igualándose a la cifra obtenidas en parejas, mientras el 17% está conformado por el grupo de amigos y el 3% de recepción a personas solas.

**GRAFICO # 18**

**Percepción de los Turistas sobre Turismo Comunitario**



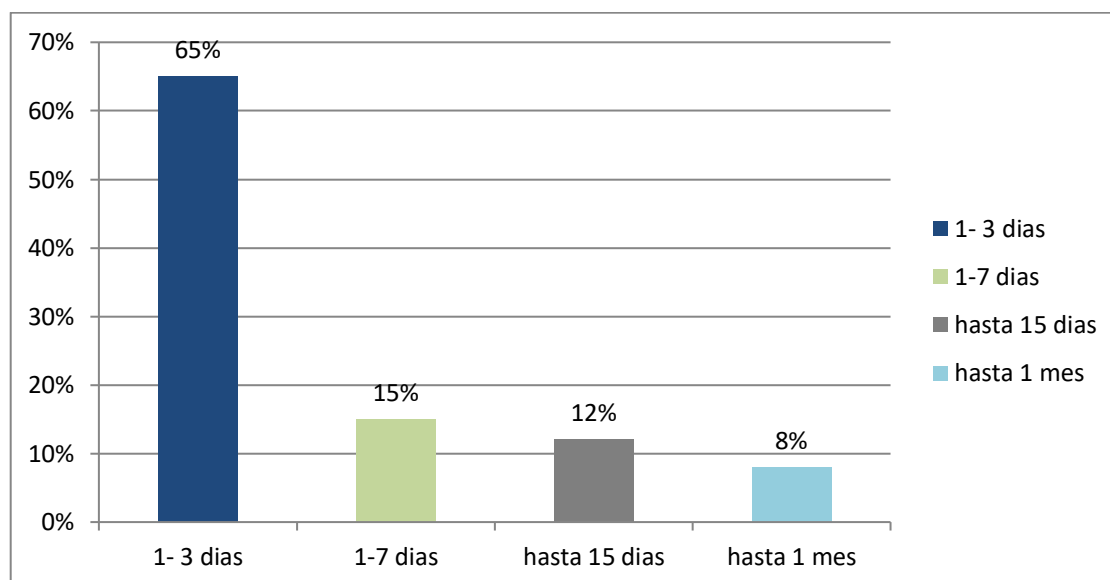
**Fuente: Investigación De Campo  
Autor: Roberto Paul Medina Bone**

## 7. ¿Cuál es el promedio de tiempo que pernoctan los turistas en los lugares donde se realizan turismo comunitario?

La respuesta obtenida de la encuesta a los operadores de turismo nos revela que el 65% de los turistas en este sector toman vacaciones de 1-3 días y solo un pequeño grupo del 15% puede tomar vacaciones hasta 7 días. Esto se debe a que hay una gran cantidad de turistas encuestados nacionales donde están directamente asociados con la parte económica.

### GRAFICO # 19

#### Tiempo que Vacacionan los Turistas Realizando Turismo Comunitario



**Fuente: Investigación De Campo**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**



### **4.3 Interpretación de los Resultados del Diagnostico**

El resultado de la encuesta fue dividida en dos partes: la primera parte tratamos de analizar el perfil de los encuestados (Turistas) a través de sus edades, sexo, nivel de ingreso, hábitos, preferencias, gustos, es decir todo el potencial que el segmento de turistas requiere para sentirse satisfecho con un destino turístico como la Ruta del Sol.

Entre las variables que más destacan es que el segmento de turistas es gente joven sin mayores ingresos que buscan un turismo económico, los puntos de mayor referencia son Montañita en la provincia de Santa Elena y Puerto López en la provincia de Manabí.

La segunda parte de la encuesta fue dirigida hacia los operadores de turismo tratando de obtener información de sus fortalezas y debilidades como facilitadores de servicios en esta operación turística.

De las cosas que más debemos anotar es que los operadores ven en el turismo comunitario una gran oportunidad de desarrollar la economía en forma sostenible de las comunidades que están a lo largo de la Ruta del Sol, pero no deja de preocupar la falta de soporte que brinda el estado en este desarrollo

## CAPITULO 5

### MERCADO

#### 5.1 Mercado Potencial

En el año 2010 el censo oficial realizado por el INEC arrojó que en el Ecuador habitarían aproximadamente 15.500.000 y que en toda América del Sur existen más de 400.000 .000 de personas.

#### 5.2 Mercado Objetivo

Según la investigación de campo realizada el mercado objetivo de turistas al cual nos dirigimos estaría comprendido en hombres y mujeres entre los 18 y 65 años, teniendo una gran incidencia las personas turistas jóvenes tanto nacionales como extranjeros de clase media baja, media, y media alta; los cuales están buscando alternativas de esparcimiento, en Ecoaventuras, y diversión.

#### 5.3 Segmento del Mercado

La segmentación del mercado de turistas nacionales y extranjeros se ha fundamentado en cuatro variables.

- ✓ **Aspecto Demográfico:** Son los determinados por variables como raza, sexo, edad, Ingreso, Tamaño de familia etc.
- ✓ **Aspecto Geográfico:** Son los que se determinan por Variables de áreas geográficas (Ciudades, Provincias y Países).
- ✓ **Aspecto Psicografico:** Son los que se determinan por variables de nivel socioeconómico, estilo de vida y características de personalidad.
- ✓ **Aspecto Conductual:** Se determinan por Variables en base en conocimientos, actitudes, uso o respuesta de los consumidores a un producto.

De la de mayor relevancia en estas cuatro variables están los estilos de vida de los turistas, hábitos y preferencias, y los ingresos que tienen para tomar destinos turísticos.

## **5.4 Análisis Situacional del Entorno**

La denominada Ruta del Spondylus atraviesa el perfil costanero del Ecuador desde la Provincia de Santa Elena hasta la Provincia de Manabí, donde se ha desarrollado una serie de elementos culturales, gastronómicos, ancestrales, que muestran gran parte de la historia Precolombina Costeña esto es fácil de observar en la arqueología de estas culturas, lo cual sumado a la exuberante flora y fauna de esta región, la gastronomía y sus reservas naturales, hacen de esta ruta un destino fascinante para el turista. El nombre de Spondylus se da en honor a la concha del mismo nombre que es de color roja y fue muy importante para los nativos de la cultura Valdivia.

Dentro de esta ruta, se encuentra la comunidad de Ayangue o denominada "Piscina del Pacífico" por sus características.

### **5.4.1 Historia de Ayangue**

El museo arqueológico precolombino ubicado en el sector de la Comunidad de Valdivia, da cuenta de hallazgos que certifican que en la zona de la comunidad de Ayangue habitaron pobladores de la cultura Valdivia, hace 3.000 años A.C.

La comunidad de Ayangue es un pueblo pequeño donde sus comuneros se dedican a la pesca, se encuentra ubicada en forma de bahía o herradura y es conocida porque sus aguas son muy tranquilas además casi siempre clara y tibia, sus playas son de arena blanca.

Ayangue es un punto extraordinario para realizar el deporte de buceo, ya que cuenta con arrecifes denominados de coral virgen, además por estar rodeada de montañas se ha incursionado en nuevas modalidades de deportes como en deportes de ecoaventura como el deporte de parapente, ciclismo de montaña, pesca deportiva, y otros atractivos como avistamiento de flora y fauna entre los que se destacan el apareamiento de las ballenas jorobadas.

#### **5.4.2 Organización Comunitaria**

La Comuna Ayangue cuenta con la casa comunal su actual directiva 2016 - 2018 está conformada por:

Presidente Sr. Luis Mariano Villón Pozo

Vicepresidenta Sra. Cinthia Elizabeth Solís Resabala

Tesorero Sr. Honorato Agustín Cochea Salinas

Síndica Sra. Blanca Seferina Espinal Choez

Secretario Sr. Pepe Enrique Salinas Tomalá

#### **Fecha de fundación de Comuna y Registro Oficial:**

La comuna Ayangue fue fundada el 19 de Julio de 1982 mediante el acuerdo ministerial N° 185 su numeración de ruc es 0991293001.

#### **5.4.3 Ubicación**

La ubicación de este destino turístico se encuentra a 150 kilómetros de Guayaquil, entre las comunas de San Pedro y Palmar; exactamente se encuentra en el kilómetro 42 de la ruta de la Provincia de Santa Elena hacia Manabí

#### **5.4.4 Clima**

Este destino turístico tiene un clima seco y agradable, con vientos que provienen de la costa del pacífico, en verano su temperatura es de 22 grados y en invierno alcanza temperaturas de hasta 26 grados.

### **5.5. Aspecto Demográfico y Socio Económico**

**5.5.1 Población.-**La población de esta comunidad alcanza los 3.500 habitantes, en su gran mayoría están dedicados a la faena de la pesca, es por este motivo que frente a los 3.100 metros cuadrados que abarca la comunidad se encuentran anclados muchos botes de mediano calado y barcos artesanales que todos los días zarpan a la pesca diaria.

#### **5.5.2 Actividades Turísticas**

Como se ha indicado una de las mayores atracciones turísticas de Ayangue es la posibilidad de hacer deporte de buceo en los arrecifes de coral practicando el submarinismo que es de primer orden para la exploración de la hermosa fauna marina encontrada en ese lugar

### **5.5.3 Artesanías**

En la actualidad gran parte de la comuna (mujeres, niños) han visto en la fabricación de artesanías una posibilidad de ingresos adicionales para el sustento de sus familias, realizando productos sacados de las conchas, piedras y huesos que se encuentran en el entorno marino de sus arrecifes.

### **5.5.4 Gastronomía**

La gastronomía del lugar está basada en la variedad de mariscos que se encuentran en sus playas (pescado, langosta, camarón, pulpo, calamar, concha, etc.) pero tal vez el plato más apetitivo del lugar es la variedad y el tamaño de langostas que se encuentra en la zona, convirtiendo su gastronomía en uno de los puntos fuertes de atracción turística comunitaria. Toda esta gastronomía se encuentra en los 80 locales rústicos ubicados junto al mar, con una variedad de precios al alcance de la economía del turista.

## **5.6 Lugares De Atractivos Turísticos**

**Las islas de las cuevas de aguas profundas de El Viejo y El Pelado:** para llegar a estos puntos, se requiere viajar aproximadamente 20 minutos en bote, desde estos puntos se puede bucear y observar los arrecifes de coral y toda su fauna marina (tortugas, langostas, tiburones blancos, mantarrayas, delfines, anguilas, peces diversos, etc.). Algunas de especies se pueden observar en buceos más profundos, es por esto que el snorkeling es otro de los atractivos turísticos.

**Portete Grande:** Es una playa que tiene gran acogida entre los turistas por su arena blanca y sus aguas cristalinas y templadas está ubicada a 15 minutos de la comunidad, en los últimos 5 años se han comenzado a construir pequeños caseríos.

**Las Playas de Ingaguet y la Leona:** Estas playas son casi vírgenes y no son muy conocidas por los turistas, por cuanto solo se puede dar en bote.

**Playa Rosada, Lobo Marina, Las Iguanas:** Son otras de las playas atractivas de la comunidad de Ayangue que en los últimos años están siendo visitadas por los turistas nacionales y extranjeros, son menos conocidas que las anteriores.

**Cumbres de Ayangue:** Esta es una hostería de primer orden que esta al filo del acantilado, teniendo una vista privilegiada asea el océano este lugar cuenta con 22 cabañas, servicio de piscina, jacuzzi, bar, discoteca que cubre las necesidades y gustos más exigentes.

### **5.7 Fiestas Patronales**

Fiestas Patronales del 24 de Mayo en honor a María Auxiliadora.

Fiestas Patronales del 22 de Septiembre Exaltación de la Cruz.

### **5.8 Centros de Educación**

La comuna cuenta con tres centros de educación de carácter fiscal:

Provincia del Carchi N° 4 que funciona desde1956 y cuenta con una capacidad de 1.500 alumnos, las instalaciones del edificio se han modernizado a través del tiempo, pero sigue teniendo déficit en cuanto a equipos tecnológicos y de computación

### **5.9 Salud y Salubridad**

La comunidad cuenta con un Subcentro de Salud que ha sido creado con el aporte de la junta comunitaria y la prefectura de la provincia de Santa Elena, este Subcentro le da atención a las comunidades aledañas.

### **5.10 Viabilidad Interna**

Los barrios que conforman la comuna de Ayangue son:

Barrió María Auxiliadora, Primero de Mayo, San Francisco, Virgen de Fátima Narcisa de Jesús, Virgen de Guadalupe.

### **5.11 Servicios Básicos**

La comunidad de Ayangue al igual que la mayoría de las comunidades que están en la ruta del Spondylus cuentan con los servicios básicos de agua suministrado por AGUAPEN, luz suministrado por CNEL, alcantarillado sanitario y fluvial, además de comunicación suministrado por (CNT).

A pesar de que cuentan con suministros de servicios básicos, no es menos cierto que estas entidades públicas no son totalmente eficientes como es el caso del agua y la luz que dan servicios por horas y en alta temporada de afluencia al turista se causa un gran malestar.

## 5.12 MATRIZ FODA

Esta matriz es una herramienta que nos hará observar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de todo el sector turístico del país, a través de estas variables se podrá diagnosticar la propuesta del mejoramiento económico y sostenible en el desarrollo del turismo comunitario en la comunidad de Ayangue

### IMAGEN #3

#### FODA



Fuente: <http://tusimagenesde.com/imagenes-de-foda/>

**TABLA # 3**

**Análisis FODA de Turismo Comunitario en Ayangue**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
El 67% de turistas nacionales y extranjeros conocen el destino de la comunidad de Ayangue	Falta capacitación y entrenamiento del Recurso Humano que realiza el turismo comunitario
Diversidad en flora y fauna del sector ecológico Ayangue	Falta de conocimiento de administración moderna en los operadores de turismo comunitario
Diversión variada para todos los gustos (Ecoaventuras, deportes extremos, deportes acuáticos)	Falta capacidad de financiamiento para nuevos proyectos o emprendimientos en el sector de turismo comunitario
Diversidad gastronómica y cultural de su comuna	Muchas de las comunidades en la Ruta del Spondylus como Ayangue cuentan con los servicios básicos (agua potable, alcantarillado, luz, etc.) en forma deficiente
sistema vial en buen estado	El Estado no ha realizado un proyecto serio y sostenible en estas comunidades de la Ruta del Spondylus
Destinos turísticos a precios razonables	Ausencia de un plan estratégico para captar la demanda interna y externa de turistas hacia la Ruta del Spondylus y la comunidad de Ayangue
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Cambio de modelo en la matriz productiva orientado al sector turístico como ingreso de divisas al país	Demasiadas barreras burocráticas para iniciar emprendimientos de turismo
Posicionamiento del producto turístico Ecuatoriano como fuente de diversidad en la flora y la fauna del planeta	Falta de política similares entre las 28 comunidades que comprenden los destinos turísticos de la Ruta del Spondylus
Alto crecimiento de llegadas de turistas extranjeros al Ecuador promovidos por el Ministerio de Turismo	Ausencia de planes de financiamiento a largo plazo por parte del Estado para emprendimientos de estos sectores
Aprovechamiento de los nuevos aeropuertos internacionales de Guayaquil y Quito como entrada al país	Carencia de infraestructura turística en la comunidad de Ayangue frente a comunas vecinas como Montañita, Olon, Manglaralto
Aprovechamiento de la alta inversión en campañas publicitarias y promocionales realizadas por el Gobierno ( All you need Ecuador, The Royal Tour Ecuador)	Desorganización en el crecimiento turístico comunitario por falta de capacitación en sus comuneros
Difusión y aprovechamiento de los documentales realizados por líderes de opinión en el sector turístico internacional como Peter Greenber, National Geographic	La apreciación del dólar, hace que el Ecuador no sea un destino turístico barato frente a alternativas más económicas
Aprovechamiento del recurso humano para realizar turismo comunitario en Ayangue y establecer una fuente de ingresos sostenible	Países como Costa Rica, República Dominicana, entre otros tienen mucha más experiencias en este sector

**Fuente: Investigación De Campo**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**



## 5.13 Matriz de Evaluación de Factores Internos y Externos

### 5.13.1 Factores Internos (MEFI)

La Matriz de Evaluación de Factores Internos determina variables internas en la toma de decisiones estableciendo estrategias dentro del aparato de Debilidades y Fortalezas que ayudan en el desarrollo de evaluación y planificación en el ámbito de mercadeo, finanzas, producción, recursos humanos, etc.

Esta matriz a pesar de no tener un carácter científico, no deja de ser una herramienta de análisis objetivo cuando se lo hace en forma acertada.

**TABLA #4**  
**Matriz Evaluación Factor Interno (EFI)**

FORTALEZAS	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Conocimiento de la Comunidad Ayangue	5				
Diversidad de Flora y Fauna	5				
Diversión variada		4			
Diversidad gastronómica		4			
Buen sistema vial			3		
Destinos turísticos económicos			3		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>6</b>		
<b>Gran Total</b>	<b>24/6 = 4 ( el valor de la Fortaleza es una variable alta)</b>				

DEBILIDADES	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Recurso Humano		4			
Falta de capacitación operadores			3		
Falta de financiamiento		4			
Falta de servicios básicos		4			
Alta de soporte del Estado			3		
Ausencia de plan estratégico			3		
<b>Total</b>	<b>12</b>		<b>9</b>		
<b>Gran Total</b>	<b>21/6 = 3.5 ( el valor de la Debilidad es una variable media)</b>				

**FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO**  
**AUTOR: ROBERTO PAUL MEDINA BONE**

### 5.13.2 Factores Externos (MEFE)

La Matriz de Evaluación de Factores Externos, permite visualizar el entorno externo y su información dentro de las variables, políticas, ambientales, competitivas, que se encuentran en forma externa.

Esta matriz a pesar de no tener un carácter científico, no deja de ser una herramienta de análisis objetivo cuando se lo hace en forma acertada.

**TABLA # 5**  
**MatrizEvaluación Factor Externo (EFE)**

OPORTUNIDADES	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Cambio de modelo matriz productiva		4			
Posicionamiento del producto turístico	5				
Alto crecimiento de turistas		4			
Aprovechamiento de nuevos aeropuertos		4			
Aprovechamiento de campañas promocionales	5				
Difusión de documentales		4			
Aprovechamiento recurso humano	5				
Total	15 16				
Gran Total	31/7 = 4.4 ( el valor de la Oportunidad es una variable alta)				

AMENAZAS	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo
Barrera burocrática		4			
Falta de política			3		
Ausencia de financiamiento			3		
Carencia de infraestructura		4			
Desorganización del crecimiento turístico			3		
Apreciación del dólar	5				
Países con experiencia		4			
Total	5	12	9		
Gran Total	26/7 = 3.8 ( el valor de la Amenaza es una variable media)				

**FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO**  
**AUTOR: ROBERTO PAUL MEDINA BONE**

## 5.14 Modelo De La Fuerza De Porter

Según (Porter, 2006)“la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente”.

### IMAGEN #4

#### Modelo de las Fuerzas de Porter



**Fuente: Investigación De Campo**  
**Autor: Roberto Paul Medina Bone**

Para hacer un análisis sistematizado de la posición del Ecuador dentro de la industria del turismo y, en especial, del turismo rural comunitario, se utiliza el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter el cual contempla tres factores en su eje vertical:

- (a) la existencia o amenaza de productos sustitutos
- (b) la entrada de potenciales nuevos competidores
- (c) la propia rivalidad de las empresas ya establecidas.

**Además, considera dos factores de en su eje horizontal:**

- (a) el poder de negociación frente a proveedores,
- (b) el poder de negociación frente a clientes.

Todos estos factores influyen en la rivalidad o intensidad de la competencia en la industria o un sector en particular, lo que determina, por consiguiente, su grado de atractivo

#### **5.14.1 Poder de Negociación de los Proveedores**

Se considera como parte fundamental y que tienen un poder sobre la industria ya que sube o baja dependiendo de los factores como la cantidad de proveedores, volumen de compra, cantidad de materia prima sustituta, entre otros. Debemos estimar que en el Ecuador existen alrededor 351 prestadores de servicios, sin embargo ninguno de ellos tiene una absoluta participación en este mercado, siendo este un mercado de servicio los prestadores de servicios basan su eficiencia en la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros captados por cada uno de ellos.

#### **5.14.2 Poder de Negociación de los Clientes**

El turismo es considerado como una fuente de servicio, que trata de brindar variables como confort, seguridad, diversión, etc. Dentro de este mercado, existe una gran variedad de clientes potenciales que se inclinan a tomar sus destinos turísticos en base a hábitos, gustos y preferencias que pueden ir desde turismo ecológico, turismo de aventuras extremas, turismo comunitario, etc. Cada uno de estos subgrupos de turistas busca una satisfacción individual sobre sus preferencias.

#### **5.14.3 Amenaza de Productos Sustitutos**

Los productos o servicios sustitutos terminan siendo un limitante dentro del sector, la industria turística a nivel del mundo es muy grande y cada día crece más, por lo tanto hay nuevas alternativas que se están ofertando dentro del sector a estos se suman que los hábitos y preferencias de los turistas están cambiando. Esto tiene que ver con el avance tecnológico que hace cada vez más exigente al mercado potencial que tiene conocimiento previo de las ofertas que recibe todos los días.

#### **5.14.4 Amenaza De Entrada De Nuevos Competidores**

Todos los mercados atractivos que están generando ganancias a largo plazo crean expectativas para nuevos competidores que desean entrar al sector. Esto trae como consecuencia que todos los involucrados deban maximizar sus refuerzos para lograr proteger el mercado que ya tienen cautivo.

En la actualidad el Ecuador ha entrado con fuerza a ofrecer sus destinos turísticos a nuevos continentes como Europa y Asia. Además que se ha dado mucha información al mercado que hace turismo interno, concientizándolo que conozca el Ecuador primero y luego el exterior.

#### **5.14.5 Grado De Rivalidad**

Sobre este factor giran las cuatro variables anteriores, la finalidad es asegurar su participación y posicionamiento en el mercado; sobre esta variable seguramente se establecerán la planificación estratégica, puesto que sobre ella se analiza precios, imposición de barreras, barreras de salida, entre otros.

En este vértice, Porter hace referencia a dos aspectos que inciden en la competitividad de los destinos turísticos: el efecto empresa y el efecto industria. Por efecto empresa nos referimos a la dirección, organización y estrategias específicas de las empresas turísticas localizadas en los destinos, sobre las cuales va a descansar una parte muy significativa de la competitividad de los mismos

## CAPITULO 6

### PROPUESTA

#### 6.1 Factibilidad De Aplicación

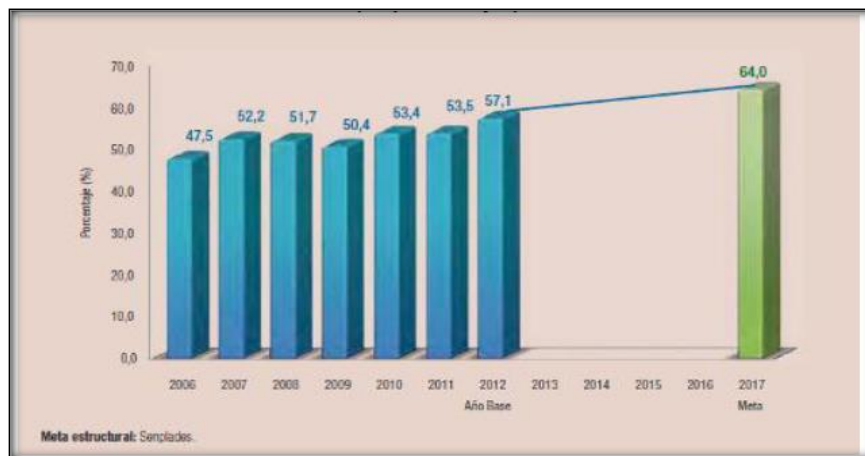
Hoy por hoy, en el Ecuador se ha catalogado al eje turístico como una oportunidad importante de dinamización para la economía del país, es así que en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, siempre y cuando no desplace las iniciativas locales y en concordancia con la Constitución de la República se establezcan propuestas que reconozcan los derechos de la naturaleza y las bases para un desarrollo sostenible.

De esta misma manera, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, indica que a través de los sectores priorizados, en este caso el turismo, se debe buscar alternativas que contribuyan a la transformación de la matriz productiva, favoreciendo al desarrollo sostenible, respetando las características naturales y culturales de cada región, beneficiando a los encadenamientos productivos, el turismo comunitario e incorporando a la cadena de valor el patrimonio cultural existente en el país, es decir impulsando un turismo consciente, ético, responsable e incluyente.

El turismo en el Ecuador muestra gran dinamismo en la última década, entre el año 2002 y 2013, las visitas internacionales pasaron de 682.962 a 1.366.269 (tasa de crecimiento anual del 6.51%) lo que financieramente significa un incremento de los ingresos de US\$ 449 a US\$ 1.251,3 millones en el rubro de turismo, según cifras publicadas por el Banco Central del Ecuador. En lo que respecta al PIB turístico, éste se estima en 1,8% al año 2002 y para el año 2007 (último disponible) se estima 5,2% la participación del valor agregado turístico en el valor agregado total. Cabe señalar q la estructura ´productiva de los referidos años es diferente dados los años base considerados para su estimación.

En estos aspectos, la meta que se ha impuesto SENPLADES para el año 2017 según consta en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, es de incrementar al 64% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales; lo que indica que todas las acciones que el Ecuador realice a través del MINTUR deben estar direccionadas a contribuir con el cumplimiento de esta meta, tomando en cuenta que para ello se requiere de un turismo de mayor gasto y menor impacto.

**IMAGEN #5**  
**INGRESOS DE TURISMO SOBRE EXPORTACIONES DE SERVICIOS TOTALES**  
*(En porcentajes)*



**Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017**  
**Elaborado por: SENPLADES**

**Ecuador Potencia Turística Pag, 11 – 12**

## **6.2 Descripción**

## **6.3 Nombre de la Propuesta**

La presente Propuesta de Desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue en el corredor de la Ruta de Spondylusen la provincia de Santa Elena, se establece como una posibilidad de esta comunidad a hacer del turismo comunitario una fuente de ingresos sostenible que le permita cubrir sus necesidades económicas, sociales, culturales, a los comuneros de Ayangue

## 6.4 Ubicación

La ubicación de este destino turístico se encuentra a 150 kilómetros de Guayaquil, entre las comunas de San Pedro y Palmar; exactamente se encuentra en el kilómetro 42 de la ruta de la Provincia de Santa Elena hacia Manabí

### IMAGEN #6

#### Mapa de Ubicación de Ayangue



<https://www.google.com.ec/search?q=google.com%7D&oq=google.com%7D&aqs=chrome..69i57j0i5.2644j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=UBICACION+DE+AYANGUE>



## 6.5 Slogan

“Campamento de Dios, ven al paraíso terrenal”

“Ayangue te espera”

## 6.6 Logotipo



<https://www.google.com.ec>

## 6.7 Misión

Somos el destino turístico del Ecuador, promovemos el turismo comunitario y rural sostenido, creando una actividad económica y social que brinda beneficios de desarrollo de la comunidad de Ayangue

## 6.8 Visión

Para el año 2022 nos estableceremos como el primer destino turístico del Ecuador y Sur América, promoviendo el desarrollo del turismo comunitario y rural, a través de servicios turísticos de calidad, creando procesos de estabilidad económica en un marco de responsabilidad social, ambiental, cultural, fomentados por el recurso humano de la comunidad de Ayangue.

## 6.9 Propuesta de Desarrollo de Turismo Comunitario

La Propuesta de Desarrollo en espacios turísticos de interior requiere de un enfoque particular que responda a las necesidades y expectativas del mundo rural. Asimismo, la planificación turística del interior debe contemplar necesariamente la integración de otros espacios como las ciudades intermedias que ayudan a articular y jerarquizar el territorio (capitales comarcales, nodos industriales y comerciales, etc.), y el medio natural donde

deben primar los criterios de gestión medioambiental y la sostenibilidad. Por todo ello, la presente investigación pretende identificar empíricamente las líneas estratégicas claves y los aspectos de preferente atención para la planificación efectiva de los espacios turísticos de interior, manteniendo en todo momento como premisas fundamentales el desarrollo local, la competitividad turística y la sostenibilidad territorial.

La Cartera de Turismo en los últimos años ha tratado de desarrollar esta actividad y desarrollarla en forma sostenible a través de un Plan Estratégico, el cual regule esta actividad mediante la gestión promocional y la difusión de sus planes llevando un estricto control de todo el sector.

El Ministerio de Turismo se ha puesto como objetivo tres variables:

- La Oferta (Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo)
- La Demanda (Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador)
- Gestión de Información y Comunicación para el Sector.

(Santos, 2011)

## **6.10 Desarrollo de Turismo Comunitario en la Ruta del Spondylus dentro de la población de Ayangue**

### **6.10.1 Oferta Turística Objetivos Específicos**

Dentro de los objetivos específicos a plantearse de la oferta turística para el desarrollo de un turismo comunitario en la población de Ayangue, se pueden anotar los siguientes elementos.

- Los destinos turísticos deberán de interactuar mejorando su calidad como atractivo turístico.
- Los inversionistas en este sector deberán de ser atraídos mediante la sostenibilidad de la balanza en el negocio.
- Los sistemas de información deberán ser ampliados y mejorados en su accesibilidad.

Para llegar a cumplir los objetivos que se trazan en esta propuesta, se deberá de generar estrategias planificadas y controladas como las siguientes:

- Deberán mejorar los servicios y la calidad ofertada en los puntos turísticos.

- El recurso humano deberá ser entrenado y capacitado para que mejore sus conocimientos en la prestación de este servicio.
- Se deberá generar oportunidades para los nuevos inversionistas de este sector.
- La información turística generada deberá ser atractiva y de calidad para enganchar a los turistas.

El Ministerio de Turismo que es la entidad encargada de promover todos estos destinos, deberá de ejecutar este plan para que aproximadamente en tres años se puedan establecer resultados, bajo tres objetivos principales: Mercado Potencial Turístico, Puntos de Destinos Turísticos Priorizados y Zonas Determinadas como Áreas Protegidas de Conservación Turística.

#### **6.10.2 Mejoramiento de Calidad como Atractivo Turísticos.**

El objetivo para que se establezca este mejoramiento dentro del Desarrollo del Turismo Comunitario en la comunidad de Ayangue, será concluir algunos proyectos que se encuentran en fase de desarrollo:

##### **Señalización**

- Terminar la consultoría contratada para el periodo 2016 – 2019, en cuanto se refiere a servicio de señalización con una inversión que supera los 143 mil dólares.
- 60 comuneros de Ayangue están siendo entrenados para manejar el manual de este proyecto de señalización.
- 27 puntos de señalización con información han sido instalados dentro de los 3.100 metros que bordea la comunidad de Ayangue.

##### **Capacitación**

- Se extenderá la capacitación a los comuneros que han incursionado en el sector del turismo comunitario en la Ruta del Spondylus, específicamente en Ayangue que son aproximadamente 80 personas.
- Se implementara el uso de equipos tecnológicos y herramientas destinadas a ampliar la capacitación de las personas que están teniendo competencias laborales de turismo comunitario, esto se lo hará a través de una inversión del Ministerio de Turismo de aproximadamente \$12.000 dólares.

- De los cuatro centros de capacitación permanente que existen dentro de la Ruta del Spondylus, se estableció que uno de estos centros se encuentren localizados en la Comunidad de Ayangue, con lo cual esta comunidad y sus alrededores garantizan una constante capacitación, esto se lo hará con una inversión de \$15.000 dólares anuales.

### **Regulación y Control**

- Para establecer un control sobre los establecimientos que brindan un servicio turístico dentro de la comunidad de Ayangue, se propondrá realizar como mínimo doce operativos de auditoria a estos establecimientos durante el año, es decir mínimo uno al mes.
- Con el ánimo de actualizar el censo registrado en el año 2009, se procederá en este año en curso (2017) a establecer cada uno de los locales que brindan servicios de turismo, en este censo deberá de constar nombre del establecimiento, nombre del dueño o responsable, permisos de funcionamiento actualizados.
- La comunidad de Ayangue deberá de estandarizar los programas de acción y control en el cobro de fondos de autogestión, esto se lo hará bajo la supervisión y coordinación del Ministerio de Turismo, según registro (-LUAFF-1X1.00-GUIAS)
- La junta comunitaria deberá coordinar con los comuneros dedicados a este desarrollo de turismo comunitario que cumplan con las disposiciones que están enmarcadas dentro de los reglamentos expedido de acuerdos interministeriales: 2012002 Reglamento Sustitutivo para el Control y Funcionamiento de los Servicios Higiénicos y Baterías Sanitarias en Establecimientos Turísticos entre MINTUR-MSP, 2012001 Acuerdo para instrumentar mecanismos de cooperación y coordinación interinstitucional entre MINTUR – MRNNR, Acuerdo 2385 Normas para el Control y funcionamiento deservicios higiénicos y baterías sanitarias ubicadas en estaciones de servicio – gasolineras. (.produccion.gob.ec, 2013)

### **Servicio Civil Ciudadano**

- El proyecto de desarrollo de turismo comunitario para la comunidad de Ayangue, será sustentable siempre que sus comuneros se involucren cien por ciento en una acción social organizada, para lo cual deberán registrar a todos los ciudadanos inmersos dentro de este sector turístico, logrando formarlos como los mejores anfitriones y brigadistas del turismo comunitario.

### **Viabilidad**

- El desarrollo del sector turístico dentro del país, va de la mano con el desarrollo del sistema vial. La ruta del Spondylus no es la excepción, por lo tanto la junta comunal de Ayangue deberá de hacer el esfuerzo necesario con la Prefectura de la Provincia de Santa Elena para que sus vías de acceso se encuentre en óptimas condiciones.

### **Seguridad**

- La comuna de Ayangue deberá apoyarse y proteger a los turistas a través del servicio que brinda la Policía Nacional y la Intendencia de la Provincia de Santa Elena en otorgar seguridad y control a todos los visitantes a esta localidad turística.

### **6.10.3 Generación Atractiva para Inversionistas Mediante la Sostenibilidad del Negocio**

El Ministerio de Turismo asistió a todo el sector turístico con créditos para inversión de aproximadamente dos millones de dólares durante el año 2016. Durante el año 2016 el Ecuador ha desarrollado una serie de propuestas de inversión turística en este sector, esto se da como una posibilidad de que el turismo se convierta en un motor dinámico en el PIB Producto Interno Bruto. Misiones provenientes de Qatar, Estados Unidos y China han visitado el país con la finalidad de invertir en zonas como la Ruta del Spondylus, dando como resultado beneficios a futuro a la comunidad de Ayangue.

#### **6.10.4 Generación de Información de Calidad sobre la Comunidad de Ayangue**

Se deberá establecer dentro de las estrategias una generación en cuanto a la información turística que se oferta como atractivo en forma clara, precisa y sobre todo de calidad.

#### **6.10.5 Información Turismo Ecológico y Ambiental de la Comunidad de Ayangue**

Dentro de la información que se realice deberemos de establecer el tipo de turismo que se oferta, los lugares más atractivos, las actividades turísticas que se realizan dentro de este destino y todas las generalidades que se ofertan, en coordinación con el MAE.

En el caso de la comunidad de Ayangue lo más destacado a informar como atractivo turístico son los siguientes puntos:

- **Las islas de las cuevas de aguas profundas de El Viejo y El Pelado:** para llegar a estos puntos, se requiere viajar aproximadamente 20 minutos en bote, desde estos puntos se puede bucear y observar los arrecifes de coral y toda su fauna marina (tortugas, langostas, tiburones blancos, mantarrayas, delfines, anguilas, peces diversos, etc.). Algunas de especies se pueden observar en buceos más profundos, es por esto que el snorkeling es otro de los atractivos turísticos.
- **Portete Grande:** Es una playa que tiene gran acogida entre los turistas por su arena blanca y sus aguas cristalinas y templadas está ubicada a 15 minutos de la comunidad, en los últimos 5 años se han comenzado a construir pequeños caseríos.
- **Las Playas de Ingaguet y la Leona:** Estas playas son casi vírgenes y no son muy conocidas por los turistas, por cuanto solo se puede dar en bote.
- **Playa Rosada, Lobo Marina, Las Iguanas:** Son otras de las playas atractivas de la comunidad de Ayangue que en los últimos años están siendo visitadas por los turistas nacionales y extranjeros, son menos conocidas que las anteriores.

- **Cumbres de Ayangue:** Esta es una hostería de primer orden que esta al filo del acantilado, teniendo una vista privilegiada asea el océano este lugar cuenta con 22 cabañas, servicio de piscina, jacuzzi, bar, discoteca que cubre las necesidades y gustos más exigentes.
- **Cristo de las Aguas:** a este punto de referencia se llega a través del alquiler de las lanchas que están frente a la comuna, este punto se encuentra ubicado a unos doce kilómetros de la playa con dirección hacia las cuevas del Pelado, para poder fotografiar la estatua sumergida, se deberá descender aproximadamente quince metros de profundidad.

#### **6.10.6 Información De Turismo De Aventura en la Comunidad de Ayangue**

La Comunidad de Ayangue, le ofrece al turista que busca aventuras una serie de posibilidades únicas, para lo cual los comuneros del sector de Turismo Comunitario han realizado un mapa estratégico de cada una de estas actividades:

- **Descenso en Montaña:** en la Ruta del Spondylus esta actividad ha tomado mucha fuerza, en la actualidad algunas comunidades como San Pablo, Ayangue, Montañita, Olon, son puntos de referencia para practicar este deporte, en el caso de Ayangue se lo practica desde el cerro Pacoa, del cual descienden aproximadamente trescientos metros en forma vertiginosa.
- **Vuelo en Parapente:** la Comuna de Ayangue tiene en esta actividad una de sus atracciones turísticas, ya que se realizan vuelos de parapente en solitario y vuelos de parapente en biplaza, esta actividad cada vez tiene más acogida entre los turistas los cuales lo practican desde el Cerro donde se encuentra la Hostería de Cumbres de Ayangue, que por su ubicación y altitud permite tener una visión extraordinaria del Océano.
- **Deportes Acuáticos:** por la tranquilidad de sus aguas llamada Piscina del Pacifico los deportes que se practican en Ayangue es el

paseo en ciclonauta, esquí acuático, jet ski, snorking, paseo en banana, etc.

Todos estos deportes son un atractivo para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la comunidad de Ayangue.

El buceo o submarinismo son los deportes acuáticos de mayor trascendencia en la localidad, para lo cual se han instalado escuelas que le permiten al turista recibir clases de una a dos horas para practicar este deporte, el cual puede sumergir a los practicantes entre veinticinco y treinta metros de profundidad.

#### **6.10.7 Información de las Actividades Turísticas en la Comunidad de Ayangue**

- **Artesanías**

En la actualidad gran parte de la comuna (mujeres, niños) han visto en la fabricación de artesanías una posibilidad de ingresos adicionales para el sustento de sus familias, realizando productos sacados de las conchas, piedras y huesos que se encuentran en el entorno marino de sus arrecifes.

- **Gastronomía**

La gastronomía del lugar está basada en la variedad de mariscos que se encuentran en sus playas (pescado, langosta, camarón, pulpo, calamar, concha, etc.) pero tal vez el plato más apetitivo del lugar es la variedad y el tamaño de langostas que se encuentra en la zona, convirtiendo su gastronomía en uno de los puntos fuertes de atracción turística comunitaria.

Toda esta gastronomía se encuentra en los 80 locales rústicos ubicados junto al mar, con una variedad de precios al alcance de la economía del turista.

#### **6.10.8 Información Y Planificación Turística A Través De Las Rutas Emblemáticas**

La cartera de estado de Turismo realizó una intervención donde señala los sitios y destinos turísticos agrupados según las especialidades, señalando



los circuitos turísticos en cada una de las rutas emblemáticas del Ecuador, para esto el Ministerio de Turismo realizó una puntualización prioritaria en cada uno de estos destinos.

Este diagnóstico fue realizado en el circuito de la Ruta del Spondylus, señalando a la Comunidad de Ayangue como uno de los atractivos turísticos dentro de esta ruta o circuito.

En la actualidad esta cartera de estado cuenta con la información geográfica de cada uno de los puntos relevantes como atractivo turístico de la ruta.

### **6.11 Demanda Turística**

El ministerio de turismo para el año 2017-2019 se ha planteado como objetivo algunos puntos relevantes como meta:

- Elevar la cantidad de turistas que recorren el país
- Desarrollar mercados potencialmente nuevos en el sector turístico
- Desarrollar el turismo nacional interno fortaleciendo este sector

Para cristalizar estos objetivos, el Ministerio de Turismo en coordinación con todos entes privados del sector han establecido las siguientes estrategias:

- Establecer una diversificación de los mercados desde su origen
- Realizar una desconcentración de turistas sobre destinos visitados

La demanda en este sector turístico es el resultado de la proporcionalidad de bienes y servicios que los turistas consumen.

Las cifras de población de referencia para el proyecto han sido tomadas en función de las llegadas de extranjeros al país durante el año 2013, de acuerdo al siguiente detalle:

## GRAFICO # 20

### Población de Referencia Internacional

#	País nacionalidad	Llegadas	Part. %
1	Colombia	344.363	25,2%
2	Estados Unidos	250.785	18,4%
3	Perú	150.805	11,0%
4	Venezuela	102.317	7,5%
5	España	65.245	4,8%
6	Argentina	49.575	3,6%
7	Chile	40.945	3,0%
8	Alemania	28.486	2,1%
9	Canadá	28.257	2,1%
10	Cuba	24.609	1,8%
11	Gran Bretaña	23.479	1,7%
12	México	21.280	1,6%
13	Francia	20.326	1,5%
14	Brasil	19.445	1,4%
15	China Popular (Pekin)	14.735	1,1%
	Otras nacionalidades	181.617	13,3%
	<b>Total 2013</b>	<b>1.366.269</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Coordinación de Estadística e Investigación  
Elaborado por: Dirección de Planificación

PROYECTO ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA PAG, 34-35

La concentración de turistas a los principales destinos del país, se distribuyó de la siguiente manera:

## GRAFICO # 21

### Destinos más Visitados en el País

Principales destinos	Concentración
Quito	58,09%
Guayaquil	37,28%
Cuenca	11,89%
Santa Elena	11,85%
Baños de Agua Santa	9,73%
Salinas	8,40%
Galápagos	8,31%
Otavalo	7,96%
Ibarra	7,86%
Tulcán	6,51%

Fuente: Coordinación de Estadística e Investigación  
Elaborado por: Dirección de Planificación

PROYECTO ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA PAG, 34-35

La Cartera de Turismo, para el año 2015, desarrollo y promociono algunas actividades a nivel interno y externo tratando de posesionar el turismo hacia el País. Esto dio como resultado un incremento del 21% en relación a años anteriores, entre los más importantes podemos anotar;

53 eventos internacionales, en 23 países, 53 ciudades; con 376 operadores turísticos ecuatorianos y se realizaron 80 proyectos de promoción, en cinco mercados objetivos, a través de 49 ferias y eventos, otorgando 556 espacios a coexpositores, beneficiando a 92 empresas, con visibilidad ante un público de 970 mil personas.

Realización de 15 viajes de familiarización, con la asistencia de 120 operadores extranjeros invitados de 13 países y generación de espacios de negocios el ámbito turístico para 334 empresas ecuatorianas y 17 viajes de prensa que involucraron a 78 medios internacionales de 12 países.

Realización de 15 viajes de familiarización, con la asistencia de 120 operadores extranjeros invitados de 13 países y generación de espacios de negocios el ámbito turístico para 334 empresas ecuatorianas y 17 viajes de prensa que involucraron a 78 medios internacionales de 12 países.

Esta estrategia de comercialización ha contribuido para que nuestro país sea merecedor de varios premios y reconocimientos en el 2012 (MINTUR, Documento de diagnóstico sectorial, 2014)

- Virtuoso Travel Advisor, calificó a Ecuador así, “Ecuador se prepara para ser el lugar de América Latina al que se debe “Ir hacia allá”.
- Lonely Planet ubicó a Ecuador en el 4to lugar de su lista “Mejor en Viajes” para 2013. Ecuador está precedido por Sri Lanka (Pacífico Sur) que ocupa el primer lugar, Montenegro (Europa del Este) en el segundo y Corea del Sur (Asia) en la tercera posición, lo que ubica a nuestro país como el primer destino a elegir en toda América.
- International Living calificó a Cuenca como el “Paraíso para jubilados retirados” y lo distinguió con el primer lugar en su Índice Anual de Retiro 2012, seguido por México, Panamá, España y Nueva Zelanda.
- USTOA, la Asociación Estadounidense de Operadores Turísticos eligió en enero del 2012 a Ecuador como el tercer nuevo destino más importante del mundo, precedido por Vietnam en el primer lugar; La

India como el segundo, y ubicando justo detrás a la República Popular China.

- World Travel Awards galardonó a Ecuador como el “Mejor Destino Verde del Mundo”. Este reconocimiento se hizo en la 19na edición de los WTA, que son liderados por el diario estadounidense The Wall Street Journal.
- Diario El País de España El rotativo ibérico publicó en su edición web un resumen de los diez mejores lugares de Lonely Planet para el 2013, en el cual Ecuador figuraba como primer país para descubrir en toda América. El libro Best in Travel divide a los diez más reconocidos en las categorías, Mejores Países, Mejores Regiones y Mejores Ciudades.
- National Geographic En la edición Diciembre 2012 – Enero 2013 de la revista Traveler de National Geographic, su portada declara que Quito es el Mejor Lugar por Descubrir de todo el Mundo en el 2013. Además se hizo un reconocimiento oficial en el evento inaugural de la II Bolsa de Turismo Sostenible del Ecuador.
- World Travel Awards “Mejor destino verde en el mundo”.
- FACEBOOK “Ecuador, Caso de éxito”.
- Travel+Leisure “Galápagos 2012 World Best City and Island by region”

(MINTUR, 2014)

### **6.11.1 Información y Comunicación Turística**

De forma transversal, el Ministerio ejecuta acciones de difusión de su gestión a la ciudadanía y empresa turística.

Los objetivos de información y comunicación son:

- Difundir las acciones de desarrollo y de promoción de los destinos, atractivos y productos turísticos a través de nuevos canales informativos.
- Registrar y difundir la gestión turística a través de videos y fotografías.
- Delinear políticas de información y comunicación; de concienciación y sensibilización ciudadana para el uso y el cuidado de los bienes

turísticos nacionales para generar en la población una cultura turística consciente.

- Coordinar la producción de insumos comunicacionales como impresos, memorias.

Dentro de este contexto, en el año 2012 se ejecutaron los siguientes productos comunicacionales que contribuyeron al cumplimiento de los objetivos antes mencionados.

- Programa de Televisión Ecuador Ama la Vida
- Videos Turísticos
- Canal Turístico de Televisión Online Amalavida.tv
- Revista “Ecuador Ama la Vida”
- Call Center
- Eventos Turísticos Internacionales “Turismo Consciente”
- Campañas de Concienciación “Playas Limpias” y “Baños Limpios”
- Viajes de Prensa
- Sitio Web Ecuador.travel
- Periódico Digital [www.thamay.com](http://www.thamay.com)
- Página Web Turismo Consciente

(MINTUR, 2014)

## **6.12 Planteamiento Operativo**

El plan operativo para desarrollar el turismo comunitario en la comunidad de Ayangue estará basado en cuatro variables, donde cada una tendrá sus actividades a desarrollarse, enmarcadas dentro de un presupuesto con sus respectivos responsables que se realicen en un determinado tiempo y espacio.

### **Variable 1.**

#### **Constitución Jurídica de Empresas de Turismo Comunitario**

La constitución de Empresas de Turismo en el sector Comunitario de Ayangue, se dará bajo la premisa de ser una empresa comunal, que tendrá personería jurídica la misma que se formara sin fines de lucro, estarán dirigidas por los dirigentes comunales, y podrá asociarse toda persona que viva en la comuna de Ayangue y que desee realizar un emprendimiento

económico sustentable que beneficie al conjunto de la comunidad. Dentro de sus responsabilidades estará velar por los intereses de los asociados así como velar por el desarrollo de la comunidad que realiza esta actividad.

#### **Variable 2.**

##### **Mejoramiento de Servicios Turísticos**

Esta variable es tal vez la más importante, ya que de ella dependerá la percepción que tenga el turista interno y externo cuando visite la comunidad de Ayangue, lo importante será readecuar todos los lugares que brinden servicios turísticos comunitarios como restaurantes y lugares de alojamiento. Esto deberá mejorar a través del concurso de la Junta Comunal, Prefectura de Santa Elena, Ministerio de Turismo, Ministerio de Obras Públicas y Organizaciones sin fines de lucro (ONG).

#### **Variable 3.**

##### **Mejoramiento de Herramientas y Equipos**

Esta variable tiene relación con el mejoramiento y compra de nuevos equipos que dan recreación a los turistas de la comunidad de Ayangue, para lo cual tendrán que conformar comisiones entre los operadores turísticos comunitarios y las entidades Públicas y Privadas para adquirir todo lo necesario. Dentro de los equipos de recreación están los botes de avistamiento de ballenas, botes de kayak, equipos de parapente, tablas de surf, equipos de buceo, etc. Además de adquirir equipos tecnológicos (computadoras, impresoras, para cada una de las Operadoras de Turismo Comunitario), esto con el fin de que los turistas sientan el confort de las instalaciones que los alberga.

#### **Variable 4.**

##### **Mejoramiento de Estrategias de Promoción y Publicidad**

A través de esta variable, se desarrollara un sistema de información y comunicación para poder mercadear todos los productos y servicios turísticos que ofrece la comunidad de Ayangue, puesto que no tendría ningún efecto todas las variables anteriores sino se comunica adecuadamente todas las bondades y beneficios que ofrecen este sector de

la Ruta del Spondylus a través del desarrollo del Turismo Comunitario en la Comunidad de Ayangue.

Es necesario que el concepto de comunicación publicitaria vaya acorde entre lo que transmiten los Operadores de Turismo Comunitario, los Operadores de Turismo Tradicional, el Ministerio de Turismo, la junta comunal de Ayangue, Prefectura de Santa Elena y todos los entes que tienen incidencia directa en el sector turístico. Sin embargo el desarrollo del Turismo Comunitario deberá de tener una ventaja diferencial sobre el tradicional, que deberá estar basado en el comportamiento, la calidad humana, precios, flexibilidad, y servicios que generan las personas de esta comunidad que están dentro de este proceso de desarrollo sostenible.

Para efecto de visualizar estas variables es necesario que lo grafiquemos en un cuadro de desarrollo de este proceso con sus respectivas actividades, presupuestos, responsables, plazos, etc.

**TABLA #6**  
**PRESUPUESTO ACTIVIDADES PERIODO 2017 – 2019**

PRESUPUESTO	2017		2018		2019		TOTAL	RESPONSABLE	PLAZO
	1S	2S	1S	2S	1S	2S			
<b>CREACIÓN DE LA EMPRESA DE TURISMO COMUNITARIO</b>									
Desarrollar los servicios del turismo comunitario que presenten falencias en calidad de sus productos	10.000						10.000	Ministerio de Turismo	3 meses
Capacitación en ambiente y manejo de recursos naturales.	3.000		3.000		3.000		9.000	Ministerio de Turismo	Trimestralmente
Capacitación en turismo comunitario.		3.000		4.000		5.000	12.000	Ministerio de Turismo	Trimestralmente
<b>MEJORAMIENTO DE SERVICIOS TURISTICOS</b>									
Readecuar los locales de gastronomía mediante el apoyos de la Junta Comunal, Prefectura y Ministerio de Turismo	30.000		40.000		50.000		120.000	Ministerio de Turismo	Semestral
Regenerar los establecimientos que brindan servicios de alojamientos para mayor expectativa del turismo	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	90.000	Ministerio de Turismo	Anualmente
<b>MEJORAMIENTO DE HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>									
Compra de equipos para oferta de servicios turísticos(botes de kayak equipo de parapente tablas de surf etc.		6.000		6.000		6.000	18.000	Operadores Turísticos	Semestral
Compra de equipos tecnológicos para dotar a cada una de los operadores turísticos	7.000		7.000		7.000		21.000	Presidente de la Junta Comunal	Semestral
<b>MEJORAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>									
Mantenimiento de campañas publicitarias (prensa, radio, material POP)	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	240.000	Ministerio de Turismo Operadores Turísticos	Semestral
Creación de la página Web de información sobre el desarrollo de turismo comunitario en Ayangue	3.000						3.000	Operadores turísticos	Primer semestre 2017
Ferias comunales en Ayangue	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	12.000	Operadores turísticos	Semestralmente



## CONCLUSIONES

Las conclusiones que se establecen luego de revisar los Objetivos Específicos en los cuales se determinan que hay que desarrollar fundamentos conceptuales, determinar la situación actual del turismo comunitario y formular estrategias para que el sector de Ayangue pueda competir con otros destinos turísticos son las siguientes:

- Los fundamentos conceptuales, en base al estudio realizado dan como resultado que los procesos desarrollados en el Turismo Comunitario dentro del Ecuador han sido escasos, sin embargo en los últimos diez años ha habido una evolución de la demanda en el sector de la Ruta del Spondylus se ha desarrollado con mayor fuerza, es por esto que para la comunidad de Ayangue se presenta como una oportunidad para el desarrollo de su turismo comunitario.
- La situación actual sobre el turismo comunitario en la Región de la Ruta del Spondylus tiene un fuerte posicionamiento, frente a otras regiones turísticas del País, es por este motivo que el 67% de las personas encuestadas conocen la localidad de Ayangue, sin embargo en la investigación del proyecto hace ver la posibilidad de una mayor oportunidad, si es que la comunidad toma conciencia de que este es un proyecto sustentable que mejorara las condiciones de vida de todos los comuneros.
- En esta Región la mayoría de los emprendimientos de Turismo Comunitario se han dado por iniciativa de sus comuneros en forma empírica, recién en los últimos 10 años, el Estado está interviniendo como complemento de este desarrollo económico sustentable para estas sociedades.
- Las estrategias planteadas y descritas dentro del proyecto de mercadeo en el sector turístico comunitario, creando una Misión y una Visión de todo el proyecto en el que se plantean objetivos a corto y mediano plazo, como mejorar los servicios turísticos, capacitar a los comuneros, explotar los recursos naturales de la comunidad, informar adecuadamente todos los beneficios que brinda el destino turístico, han llevado un concepto claro del proceso de Turismo Comunitario,

más bien las Agencias de Turismo Tradicional ven como una competencia indirecta a la oferta de sus paquetes demandados por los turistas.

- Una de las mayores falencias que tiene el Turismo Comunitario es la inadecuada o casi nula capacitación que tienen las personas que realizan esta actividad, aunque en los últimos años esto ha ido mejorando por iniciativa del estado.
- El Ecuador por su Biodiversidad de clima y fauna, además de sus regiones naturales, en la actualidad es uno de los puntos de mayor demanda turística, sin embargo no se ha podido consolidar en el sector frente a otros países de la Región como República Dominicana, Colombia, Costa Rica, Cuba entre otros.
- El Gobierno a través de todas sus entidades del Sector apunta que el turismo sea uno de los ejes principales en la Nueva Matriz Productiva, que llegue a generar las nuevas fuentes de divisas de dólares que ingresen al país, y que este sector impacte directamente en el Producto Interno Bruto (PIB) en los próximos cinco años.

## RECOMENDACIONES

Una vez terminada las conclusiones a la que se han llegado de acuerdo al proyecto, es necesario establecer las recomendaciones correspondientes que se harán en base a las mismas conclusiones:

- Es imprescindible que el concepto de turismo comunitario sea promulgado y difundido entre todas las organizaciones del sector turístico (Ministerio de Turismo, Operadores Turísticos Nacionales y Extranjeros, Comunidades en la Ruta del Spondylus, Habitantes de la Comunidad de Ayangue.
- Se recomienda la creación de Empresas de Turismo Comunitario en cada una de las comunidades de la Ruta del Spondylus, especialmente en la comunidad de Ayangue, dándole la posibilidad a los comuneros de crecer asociadamente y velar porque se cumplan los objetivos de desarrollo de la comunidad.
- Es necesario visualizar e identificar los productos y servicios adecuados que el Desarrollo del Turismo Comunitario en comunidades como la de Ayangue, ayuden a sus comuneros a priorizar en cuidar el medio ambiente, además de vivenciar las costumbres y tradiciones de la comunidad.
- Deberá existir un estricto control de contaminación cultural y ambiental en las comunidades que realicen la actividad de Turismo Comunitario, ya que de no ser así se puede salir de control y ocasionar pérdida de competitividad en el sector, este control deberá de ser ejercido por las entidades del Gobierno y las propias autoridades de las comunas.
- El desarrollo del Turismo Comunitario en Ayangue deberá de tener una gestión encadenada entre todos los entes que se encuentran en el sector turístico, ya sean estos de carácter privado o estatales, solo así se garantizara que estos emprendimientos tengan el éxito deseado.
- El Ministerio de Turismo deberá de coordinar la participación de los Gobiernos seccionales, Prefectura de Santa Elena, Dirigentes de la

Comuna de Ayangue, para que en forma coordinada se pueda realizar una gestión de calidad, solo así se hará un plan integral cubriendo las necesidades básicas de los turistas (luz, agua, seguridad, teléfono, alcantarillado, etc.)

- El Ministerio de Turismo deberá de tomar la responsabilidad de informar con una buena gestión promocional las bondades que ofrece este destino, para lo cual deberá de establecer campañas publicitarias que vayan acorde al objetivo planteado.
- La junta Comunal de Ayangue y todos sus comuneros deberán de asociarse en forma ordenada y realizar convenios con operadores de servicios de turismo que busquen mecanismo para impulsar este proyecto de turismo comunitario en el sector de Ayangue.

## Bibliografía

- .produccion.gob.ec. (2013). *Informe-Rend-Cta*. Ecuador.
- Bákula. (2007). *Turismo Comunitario*.
- Berenson, M., Levine, D., & Krehbiel, T. (2006). *Estadística para administración*. México: Pearson.
- Burkart y Medlik. ( 2010). *Definicion de Turismo* .
- Carvajal. (2008). *Plan de Desarrollo* .
- Cebrián. (2010). *Plan de Desarrollo*.
- Covarrubias. (2012). *Recursos Naturales*.
- Denman. (2001). *Ecoturismo Comunitario*.
- Gonzáles. (2010). *Producto Turístico*.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- <http://www.produccion.gob.ec>. (2016). */Informe-Rend-Ctas-MINTUR.pdf*. Ecuador.
- MINTUR. (2014). *diagnóstico sectorial*. Pág. 6.
- MINTUR. (2014). *Documento de diagnóstico sectorial*. 6.
- MINTUR. (2014). *ECUADOR POTENCIA TURISTICA*.
- Núñez. (2009). *Empresas Comunitarias*.
- OMT. (2010). *Importancia del Turismo*.
- OMT. (2014). *Turismo Comunitario* .
- Perez. (2009). *Guía metodológica para anteproyectos de investigación*. . Caracas – Venezuela.: Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Libertador 3era Edición .
- Porter, M. &. (2006). *Estrategia y sociedad*.Harvard business review: 42-56.
- Ricaurte. (2007). *Atractivo Turístico*.
- Ritchie, G. y. (2011). *Recursos Naturales del Turismo*.

- Santos, D. (2011). *La planificación en espacios turísticos de interior*. Ecuador: investigaciones turísticas 70-93.
- Savia. (2012). *Turismo Rural*.
- Smith. (2004). *Oferta Turística*.
- turismo.gob. (2014). *LEY-DE-TURISMO*.
- Wall, M. y. (2012). *Necesidades del Turista*.
- Walter Hunziker, K. K. (2014). *Escuela Universitaria de Murcia* . España.
- www.planificacion.gob.ec. (2013). *el-buen-vivir-como-alternativa-para-un-turismo-consciente*.
- www.turismo.gob.ec. (2011\_2014). *proyecto\_plandetur*.
- www.turismo.gob.ec. (2011-2014). *proyecto\_plandetur*.

# **ANEXOS**

## **ANEXO 1**

**Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:**

**a. Alojamiento;**

**b. Servicio de alimentos y bebidas;**

**c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;**

**d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;**

**e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;**

**f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.**

## **ANEXO 2**

**Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.**

**Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.**

## **ANEXO 3**

### **Plan Nacional Del Buen Vivir**

El Plan Nacional para el Buen Vivir es un primer paso para la construcción del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa, que tiene como finalidad descentralizar y desconcentrar el poder para construir el Estado Plurinacional e Intercultural. En este afán, y siguiendo las disposiciones constitucionales, el Plan Nacional para el Buen Vivir deja abiertas las puertas e invita a la construcción de 14 Planes de Vida de los diferentes pueblos y nacionalidades del país, así como a la elaboración del Plan de la circunscripción territorial especial de la 161 Amazonía. De la misma forma, y en el marco de sus autonomías, recomienda a los gobiernos

autónomos descentralizados la articulación con este Plan y la actualización de sus instrumentos de planificación y prioridades de intervención territorial. En consecuencia, los objetivos actualizados del Plan Nacional para el Buen Vivir son:

Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.

Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

Objetivo 5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Objetivo 7. Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.

Objetivo 8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.

Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política.

Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Objetivo 12. Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

Este Plan no es concebido como la suma de partes y elementos dispersos. Tiene una mirada integradora, basada en un enfoque de derechos que van más allá de la entrada sectorialista tradicional, y tiene como ejes la sostenibilidad ambiental y las equidades 162 generacional, intercultural, territorial y de género. La armonización de lo sectorial con los objetivos nacionales supuso un gran esfuerzo de coordinación y articulación interestatal para conjugar la problemática, las políticas y las visiones sectoriales con los grandes intereses nacionales.

## **ANEXO 4**

### **Régimen De Desarrollo**

#### **Capítulo Primero**

#### **Principios Generales**

**Art. 275.-** El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay. El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente. El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza. **Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los



siguientes objetivos: 1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución. 2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. 163 3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público. 4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural. 5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial. 6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado. 7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

**Art. 277.**-Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado: 1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza. 2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo. 3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento. 4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos. 5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley. 6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

## **Anexo 5**

### **1) ¿genero de los encuestados?**

Hombre..... Mujer.....

### **2) ¿En qué rango de edad se encuentra usted?**

20-30 años..... 31-40 años..... 41-50años.....

51-60 años.....más de 61 años.....

### **3) ¿Procedencia de los encuestados?**

a) Nacional..... b) Extranjero.....

### **4) ¿Origen de los encuestados?**

a) Nacionales..... c) América del Sur.....

b) América del Norte..... d) Centroamérica.....

### **5) ¿De cuánto son sus ingresos mensuales aproximadamente?**

0-500..... 501-1.000..... 1.001- 1.500.... 1.500-2000.....

2.001-2.500..... +2.500.....

### **6)¿Cuál de estas ofertas turísticas que ofrece Ayangue es de su preferencia?**

a) Paseo en lancha \_\_\_\_\_ b) Paseo en banana \_\_\_\_\_

c) Turismo Nocturno \_\_\_\_\_ c) Buceo \_\_\_\_\_

Snorkel \_\_\_\_\_

### **7) ¿Con que frecuencia al año usted toma vacaciones?**

a) 1-3 \_\_\_\_\_ b) 4-6 \_\_\_\_\_

c) + 7 \_\_\_\_\_

**8) ¿Ha visitado alguna de las comunidades turísticas ubicadas en Ayangue?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_

**9) ¿Le interesaría disfrutar de los destinos turísticos de Ayangue?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_ c) No sabe \_\_\_\_\_

**10) ¿Conoce el concepto de turismo comunitario?**

a) Conoce \_\_\_\_\_ b) Desconoce \_\_\_\_\_

**11) ¿Estaría dispuesto hacer turismo comunitario en lugares que le brinden atención personalizada, buena alimentación, habitaciones confortables a precios razonables?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_