



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ  
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

**DIRECCIÓN DE CARRERA: INGENIERÍA TURISMO**

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN  
PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
EN TURISMO**

**MODALIDAD:**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL  
TURISMO COMUNITARIO EN ZONAS AFECTADAS POR EL  
TERREMOTO- COSTA DE MANABÍ.**

**AUTORA:**

**DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**

**TUTOR:**

**ING. NELSON GARCÍA REINOSO, M Sc.**

**CALCETA, DICIEMBRE 2019**

## **DERECHOS DE AUTORÍA**

**DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

---

**DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**

## **CERTIFICACIÓN DE TUTOR**

**ING. NELSON GARCÍA REINOSO, MSc**, certifica haber tutelado el proyecto **MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN ZONAS AFECTADAS POR EL TERREMOTO- COSTA DE MANABÍ**, que ha sido desarrollado por **DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**, previa la obtención del título ingeniera en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN ESPECIAL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

**ING. NELSON GARCÍA REINOSO, MSc.**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaramos que hemos **APROBADO** el trabajo de titulación **MODELO DE EMPRENDIMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN ZONAS AFECTADAS POR EL TERREMOTO- COSTA DE MANABÍ**, que ha sido propuesto, desarrollado por **DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**, previa la obtención del título de Ingeniera en turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

---

Mg. WASHINGTON F. VELOZ CAMEJO

**MIEMBRO**

---

PHD. ZOILA D. ULACIA OVIEDO

**MIEMBRO**

---

Mg. IVAN O. MENDOZA MONTESDEOCA

**PRESIDENTE**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, que me dio la oportunidad de crecer como ser humano a través de una educación superior de calidad y en la cual he forjado mis conocimientos profesionales día a día;

A Dios por ser mi guía espiritual quien orienta mis pasos para poder cumplir mis sueños.

A mis padres quienes me han brindaron su apoyo y amor incondicional durante mi vida permitiéndome crecer personal y profesionalmente.

A mi tutor Ing. Nelson García Reinoso por su dedicación y orientación profesional, me guio con sus conocimientos para poder realizar mi trabajo de investigación.

A las personas que de alguna manera me han ayudado y brindado apoyo emocional y cariño durante mi vida universitaria.

¡Muchas gracias!

**DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de titulación se lo dedico en especial a mis padres, quienes se merecen recibir todos mis logros y metas, de esta manera quiero retribuirles su dedicación y agradecerles por ser el motor que día a día me impulsa a cumplir mis sueños con el amor que me brindan.

**DANIELA PAOLA GARCÍA SALAZAR**

## CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA .....	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
CONTENIDO GENERAL.....	vii
CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS.....	ix
CONTENIDO DE CUADROS.....	ix
CONTENIDO DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES .....	1
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN .....	7
1.2.1. TEÓRICA.....	7
1.2.2. METODOLÓGICA.....	7
1.2.3. PRÁCTICA.....	8
1.2.4. LEGAL .....	8
1.2.5. SOCIOECONÓMICA .....	8
1.2.6. AMBIENTAL .....	9
1.3. OBJETIVOS .....	10
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	10
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
1.4. IDEA A DEFENDER.....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. DESARROLLO DEL TURISMO EN ECUADOR .....	11
2.1.1. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR.....	15
2.1.2. TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR.....	17
2.1.3. MERCADO DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR.....	22

2.1.4. POTENCIALIDADES DEL TURISMO COMUNITARIO EN MANABÍ	26
2.2. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN EL ECUADOR.....	28
2.2.1. GOBERNANZA Y POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS .....	30
2.2.2. EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO EN EL ECUADOR .....	32
2.2.3. FORMAS TIPOS Y SUBSISTEMAS DE EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS.....	34
2.2.4. ANÁLISIS DE MODELOS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS.....	35
CAPITULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO .....	37
3.1. METODOLOGÍA .....	40
DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL DE COSTA DE MANABÍ.....	41
ESTUDIO DE MERCADO EN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.....	42
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA COSTA DE MANABÍ.....	42
DISEÑO DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.....	42
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
4.1. FASE I.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COSTA DE MANABÍ .	43
4.1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL TERRITORIO.....	43
ASPECTO POLÍTICO .....	44
ASPECTO SOCIOECONÓMICO.....	47
ASPECTO AMBIENTAL .....	51
4.1.2. ANÁLISIS DE LA NORMATIVA Y LEYES QUE RIGEN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS. ....	54
4.1.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA ZONA.....	64
4.2. FASE II.- ESTUDIO DE MERCADO EN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.....	68
4.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA-POTENCIALIDADES Y LIMITACIONES .....	68
4.2.1.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	68
4.2.1.2. ANÁLISIS DE POTENCIALIDADES Y LIMITACIONES.....	84
4.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA.....	93

4.2.2.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	103
4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	105
4.3. FASE III. ANÁLISIS ESTRATÉGICO SECTOR TURÍSTICO COMUNITARIO-COSTA MANABÍ.....	107
4.3.1. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	109
PROBLEMA ESTRATÉGICO .....	110
SOLUCIÓN ESTRATÉGICA.....	110
4.4. FASE IV.- DISEÑO DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO. .....	111
4.4.1. MISIÓN.....	112
4.4.2 VISIÓN.....	112
4.4.3. OBJETIVOS.....	113
4.4.4. DETERMINACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL SUBSISTEMA EMPRENDEDOR. ....	113
4.4.5. IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS EN EMPRENDIMIENTO. ....	113
4.4.6. DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS, ELEMENTOS E INDICADORES QUE FORMAN EL MODELO.....	114
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	119
5.1. CONCLUSIONES.....	119
5.2. RECOMENDACIONES: .....	120
BIBLIOGRAFÍA .....	122

## CONTENIDO DE CUADROS Y FIGURAS

### CONTENIDO DE CUADROS

<b>Cuadro 01:</b> 03.01 Metodologías para la elaboración de un modelo de, emprendimiento turístico comunitario.....	39
<b>Cuadro 02:</b> 03.02. Matriz de integración de criterios.....	40
<b>Cuadro 03:</b> 03.03. Leyenda de criterios.....	40
<b>Cuadro 04:</b> 03.04. Desarrollo metodológico.....	41
<b>Cuadro 05:</b> 04.01. Ficha de caracterización.....	44
<b>Cuadro 06:</b> 04.02. Normativas que rigen el emprendimiento turístico.....	56
<b>Cuadro 07:</b> 04.03. Nivel profesional.....	70
<b>Cuadro 07:</b> 04.04. Segmentación de los emprendimientos.....	71

<b>Cuadro 08:</b> 04.05. Situación legal de los establecimientos.....	71
<b>Cuadro 09:</b> 04.06. Personal profesional.....	72
<b>Cuadro 10:</b> 04.07. Nivel de inglés.....	72
<b>Cuadro 11:</b> 04.08. Número de trabajadores.....	73
<b>Cuadro 12:</b> 04.09. Temporada de afluencia turística.....	74
<b>Cuadro 12:</b> 04.10. Nivel económico de los turistas.....	74
<b>Cuadro 13:</b> 04.11. Duración de la visita.....	75
<b>Cuadro 15:</b> 04.12. Nivel de recuperación turística.....	75
<b>Cuadro 16:</b> 04.13. Conocimiento sobre el PDOT.....	76
<b>Cuadro 17:</b> 04.14. Participación en el diseño del PDOT.....	76
<b>Cuadro 18:</b> 04.15. Agrupaciones de empresarios turísticos.....	77
<b>Cuadro 19:</b> 04.16. Asesoramiento del Departamento de Turismo.....	77
<b>Cuadro 20:</b> 04.17. Conocimiento de normas de construcción.....	78
<b>Cuadro 21:</b> 04.18. Prevención de desastres naturales .....	78
<b>Cuadro 22:</b> 04.19. Programa o proyectos comunitarios.....	79
<b>Cuadro 23:</b> 04.20. Incentivos financieros.....	79
<b>Cuadro 24:</b> 04.21. Políticas y ordenanzas.....	80
<b>Cuadro 25:</b> 04.22. Evaluación a las instituciones públicas y oferta.....	81
<b>Cuadro 26:</b> 04.23. Evaluación de impactos del turismo.....	82
<b>Cuadro 27:</b> 04.24. Definición de caracteres. ....	85
<b>Cuadro 28:</b> 04. 25. Definiciones de atributos.....	86
<b>Cuadro 29:</b> 04.26. Matriz de potencialidades.....	86
<b>Cuadro 30:</b> 04.27. Resultado de potencialidades.....	87
<b>Cuadro 31:</b> 04.28. Edad del turista.....	95
<b>Cuadro 32:</b> 04.29. Nacionalidad.....	96
<b>Cuadro 33:</b> 04.30. Provincia de residencia.....	96
<b>Cuadro 34:</b> 04.31. País de residencia.....	97
<b>Cuadro 35:</b> 04.32. Nivel de estudios.....	97
<b>Cuadro 36:</b> 04.33. Ocupación principal.....	98
<b>Cuadro 37:</b> 04.34. Medio de información.....	99
<b>Cuadro 38:</b> 04.35. Factores de motivación de viaje.....	99
<b>Cuadro 39:</b> 04.36. Número de personas que viajan.....	100
<b>Cuadro 40:</b> 04.37. Duración de la visita.....	101

<b>Cuadro 41:</b> 4.38. Número de visitas.....	101
<b>Cuadro 42:</b> 04.39. Gasto promedio.....	101
<b>Cuadro 43:</b> 04.40. Percepción de precios.....	102
<b>Cuadro 44:</b> 04.41. Valoración de la oferta turística.....	103
<b>Cuadro 45:</b> 04.42. Compartir la experiencia.....	103
<b>Cuadro 46:</b> 04.43. Visita de retorno.....	103
<b>Cuadro 48:</b> 04.44 Recomendación del destino.....	104
<b>Cuadro 49:</b> 04.45. CKMO y prueba de Bartlett.....	104
<b>Cuadro 50:</b> 04.46. Matriz de componentes rotados.....	105
<b>Cuadro 51:</b> 04.47. Matriz del perfil del turista.....	105
<b>Cuadro 52:</b> 04.48. Matriz de perfil competitiv.....	107
<b>Cuadro 53:</b> 04.49. Matriz FODA del sector turístico comunitario-Costa Manabí.....	109
<b>Cuadro 54:</b> 04.50. Valores para ponderación.....	109
<b>Cuadro 56:</b> 04.51. Cuadrantes de la Matriz FODA.....	110
<b>Cuadro 57:</b> 04.52. Estrategias de reorientación del sector turístico comunitario-costa Manabí.....	111
<b>Cuadro 58:</b> 04.53. Programa para el fomento de emprendimientos.....	116
<b>Cuadro 59:</b> 04.54. Programa para la calidad de servicio.....	117
<b>Cuadro 60:</b> 04.55. Programa para la cooperación comunitaria.....	118
<b>Cuadro 61:</b> 04.56. Programa para el posicionamiento productos y servicios.....	119

## **CONTENIDO DE FIGURAS**

<b>Figura 01:</b> 02.01. Actividades ofertadas por las comunidades.....	25
<b>Figura 02:</b> 04.01. Mapa político de la zona costera de Manabí.....	46
<b>Figura 03:</b> 04.02. Condiciones Básicas para el ejercicio actividades turísticas en PANE.....	60
<b>Figura 04:</b> 04.03. Requisitos para el funcionamiento de centros de turismo comunitario.....	62
<b>Figura 05:</b> 04.04. Principales factores que afectan a los emprendimientos turísticos comunitarios.....	66
<b>Figura 06:</b> 04.05. Ponderación de fortalezas, debilidades, oportunidades amenazas.....	110
<b>Figura 07:</b> 04.06. Modelo de emprendimiento comunitario.....	112

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como objeto diseñar un modelo de emprendimiento con la finalidad de contribuir al desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto de la costa de Manabí. El tipo de investigación adoptada fue mixta basada en un enfoque descriptivo y analítico, en la que se plantearon cuatro objetivos. El primero estuvo direccionado al diagnóstico situacional, para esto se realizó una caracterización general del territorio a través de la utilización de una ficha de caracterización, seguido por el análisis de las normativas y leyes que rigen el desarrollo de los emprendimientos turísticos, además se logró identificar los principales factores que afectan el emprendimiento turístico en la zona, a través de la aplicación de entrevistas. El segundo objetivo se enfocó en un estudio de mercado para el análisis de la oferta, demanda y competencia mediante la aplicación de encuestas y entrevistas. En la tercera etapa, se realizó un análisis estratégico mediante la matriz FODA. La cuarta fase correspondió al diseño del modelo de emprendimiento turístico comunitario, a través de la investigación bibliográfica y revisión de documentos. Finalmente se logró diseñar un modelo que consta de 4 componentes y 4 estrategias; presentadas en programas y proyectos, las cuales se integran cíclicamente en un proceso administrativo, que permite una medición y evaluación constante a través del cumplimiento de indicadores que tributan al desarrollo del turismo comunitario en la costa de Manabí.

## **PALABRAS CLAVE**

Modelo de emprendimiento; desarrollo turístico; turismo comunitario; desarrollo local.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to design an entrepreneurial model with the purpose of contributing to the development of community tourism in the areas affected by the earthquake on the coast of Manabí. The type of research adopted was mixed based on a descriptive and analytical approach, in which four objectives were raised. The first one was directed to the situational diagnosis, for this a general characterization of the territory was made through the use of a characterization sheet, followed by the analysis of the regulations and laws that govern the development of tourism ventures, in addition it was possible to identify the main factors that affect tourism entrepreneurship in the area, through the application of interviews. The second objective focused on a market study for the analysis of supply, demand and competition through the application of surveys and interviews. In the third stage, a strategic analysis was carried out using the SWOT matrix. The fourth phase corresponded to the design of the community tourism entrepreneurship model, through bibliographic research and document review. Finally, it was possible to design a model that consists of 4 components and 4 strategies; presented in programs and projects, which are cyclically integrated into an administrative process, which allows constant measurement and evaluation through compliance with indicators that contribute to the development of community tourism on the coast of Manabí.

## **KEY WORDS**

Entrepreneurship model; tourism development; community tourism; local development.

# **CAPÍTULO I. ANTECEDENTES**

## **1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El turismo se establece como uno de los principales sectores en la economía mundial, su contribución es de 2,3 billones de dólares y genera más de 1.200 millones de puestos de trabajo, de acuerdo con cifras de la Organización Mundial de Turismo (OMT) (citado por Morales, 2017). A más del importante aporte en la economía, con el paso de los años su crecimiento se ha direccionado hacia a la búsqueda de la sostenibilidad del territorio donde se practica. En el año 1992 en la Cumbre de Río, inicia a una nueva tendencia cuyo enfoque pretende integrar el desarrollo sostenible en la actividad turística, de esta manera surge el turismo sostenible, como aquel que “tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2018).

En las últimas décadas el turismo se ha visto involucrado en un importante proceso que busca incentivar la participación de las comunidades locales a través del turismo comunitario, ya que esta es una actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el adecuado manejo del patrimonio natural, el turismo comunitario tiene como base el principio de equidad en la distribución de los beneficios (García, 2016). Según lo expuesto por Palomino, Gasca y López (2016), este movimiento social inicia en la década de los ochenta en espacios rurales de países menos desarrollados de África, Asia y América Latina, tomando en cuenta a las comunidades campesinas y pueblos nativos, por lo tanto se puede concebir que este tipología turística es utilizada como una herramienta que busca disminuir la pobreza y desigualdad de las comunidades.

Existen diferentes emprendimientos y redes de turismo comunitario en distintas partes del mundo, en Latinoamérica los emprendimientos se encuentran en un proceso de fortalecimiento, destacan emprendimientos de países como; Chile que posee la Red de Parques Mapulahuall, Llaguepulli y EcoRed Lickan Antay, también la Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC), la Red

Boliviana de Turismo Solidario y Comunitario (TUSOCO) y la Red Tur Comunitario de Perú (Turismo Comunitario, 2018). Todas estas redes conformadas por habitantes de las comunidades, buscan efectuar un turismo solidario que permita la redistribución de riqueza económica y el adecuado aprovechamiento su identidad cultural.

De acuerdo con Sampaio y Hernández (citado por Pilquimán, 2016) existen impactos favorables en la economía de las familias involucradas en estas comunidades, de acuerdo con lo expuesto por Manyara y Jones (citado por Pilquimán, 2016) existe un aporte mayor en el desarrollo socioeconómico y ambiental en estos territorios lo que más se ve reflejado es la conservación de la naturaleza, biodiversidad y la conservación de modos de vida comunitaria tradicional, gracias a la puesta en valor de las mismas. En el Ecuador el turismo comunitario se encuentra respaldado por el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020), herramienta que buscaba consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del país.

Sin embargo el alcance real que ha tenido esta planificación es poco relevante, se presenta únicamente como un documento pero no se evidencian resultados específicos que favorezcan al turismo comunitario. A pesar de esto el turismo comunitario en el Ecuador se ha convertido desde los años noventa en una actividad estratégica para muchas comunidades, gracias al apoyo, gestión y organización de pueblos y nacionalidades, agrupados en la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), dicha entidad trabaja en la promoción y el reforzamiento de diferentes emprendimientos comunitarios, busca el desarrollo sostenible mejorando la calidad de vida y conservación de la identidad cultural de pueblos ecuatorianos (García,2016).

De acuerdo con los datos presentados por el estudio de caso de la Iniciativa Ecuatorial del Programa de las Naciones Unidas (2012) la FEPTCE ha contribuido al desarrollo de las diferentes comunidades miembro y los principales resultados se reflejan en beneficios socioeconómicos a las 106 familias que viven en las comunidades y que además ha beneficiado directamente a alrededor de 34 mil habitantes. Conjuntamente se han

generado importantes impactos ambientales, como la reforestación de árboles nativos en más de 2,000 hectáreas, la reducción de prácticas pesqueras no sustentables, cacería y pesca ilegal de especies endémicas. Sin dejar de lado la puesta en valor y retomo de prácticas ancestrales de las comunidades receptoras.

Según Ledesma y Peñaloza (2017), quienes toman como referencia el registro del Ministerio de Turismo del año 2016, existen 76 centros comunitarios oficialmente registrados en el territorio ecuatoriano; la región Costa cuenta con 13 centros de turismo comunitario, en la Sierra existen 30, mientras que en la Amazonía se establecen 36, siendo esta la región con el mayor número de emprendimientos. Además se han creado redes comunitarias, gracias a la unión entre comunidades que trabajan en la actividad turística, estas buscan establecer lazos de conexión entre sus emprendimientos, cabe mencionar a La Red Sumak Pacha; La Corporación para el desarrollo del turismo comunitario del Chimborazo (CORDTUCH); La Red Pakariñan; Red de turismo de Cañar; Red Sevilla Don Bosco entre otras.

Se debe señalar que existe un modelo de gestión para el turismo comunitario elaborado por la Fundación CODESPA en el año 2011, aplicado en tres países andinos siendo Ecuador uno de ellos, en donde se tomó en cuenta a la CORDTUCH, para ser parte y beneficiario de este proyecto, los resultados obtenidos fueron de gran beneficio para las comunidades involucradas, dado en el incremento de la demanda y mejoramiento de la oferta. Sin embargo y de acuerdo a la revisión bibliográfica realizada, se pudo evidenciar que no existen otros modelos exitosos a nivel nacional que hayan sido aplicados y replicados en las comunidades rurales, si bien existen diferentes trabajos de investigación acerca de modelos de gestión comunitaria o modelos de emprendimiento comunitario estos son únicamente propuestas establecidas por parte de instituciones educativas que no son tomadas en cuenta por los organismos públicos y privados para su ejecución.

La Provincia de Manabí se caracteriza por ser una de las más importantes para desarrollo económico del país, a la vez posee una amplia diversidad de recursos naturales cuenta con 350 kilómetros de playa, montañas, cascada y

ríos, además la tradición y cultura de su gente (Álava, 2018). Analizando desde el punto de vista turístico y según datos de la (FEPTCE), en su actualización de registro comunitario del año 2011, la provincia cuenta con 5 emprendimientos de turismo comunitario; Agua Blanca, Isla Corazón, Las Tunas, Red Spondylus y Salango (Ledesma y Peñaloza, 2017). Las comunidades antes mencionadas han aprovechado sus recursos naturales y culturales, con la finalidad de obtener beneficios económicos a través del turismo comunitario. Sin embargo esto no es suficiente, ya que pese a de todas las ventajas que presenta el turismo comunitario, se puede evidenciar un deficiente desarrollo de emprendimientos a nivel provincial, los centros comunitarios se han visto estancados por diferentes problemáticas existentes, como la inadecuada planificación y débil gestión turística en las comunidades.

Sumándose a las problemáticas antes expuestas, un acontecimiento que sin duda cambió la vida de los habitantes de la provincia, fue el sismo de 7.8 grados en la escala de Richter ocurrido el 16 de abril del 2016, Manabí fue una de las provincias más afectadas del país, según lo expuesto por García (2017), dicho suceso ocasionó pérdidas considerables al sector turístico manabita, colapsaron 78 establecimientos hoteleros, el terremoto afectó la infraestructura, equipamiento y servicios básicos. Todo esto repercutió en el decrecimiento de la oferta turística, afectando a la economía provincial. La planta turística no presentaba seguridad para el turista ni la totalidad de servicios básicos. Los emprendimientos turísticos de las zonas afectadas, hasta la actualidad presentan problemas, por lo tanto se hace necesaria una evaluación de dichos emprendimientos para analizar el estado en el que se encuentran.

A pesar de contar con un amplio territorio y un alto potencial turístico en sus 22 cantones el desarrollo turístico en la provincia de Manabí es incipiente, existen diversos factores sumados al fenómeno natural antes mencionado, que afectan directa e indirectamente a la actividad turística en la provincia. Un aspecto importante que se evidencia es la deficiente gestión de los gobiernos autónomos descentralizados, afectando a que no se explore todas las potencialidades que poseen los territorios, obstaculizando el posicionamiento del turismo como una opción para el desarrollo con enfoque sostenible. (Proaño y Ramírez, 2017). De acuerdo con García (2017) la planificación

estratégica e infraestructura no presentan una evolución, la inexistencia de planes de acción y la escasa aplicación de modelos de gestión que apoyen la participación activa de las comunidades, repercuten en que el desarrollo turístico no sea el deseado.

Cabe mencionar que uno de los principales problemas que enfrentan las comunidades manabitas es la carencia de servicios básicos, según datos del censo realizado en el año 2010 por el Instituto de Estadísticas y Censo (INEC, 2010), de un total de 400.879 viviendas, solo 172.163 cuentan con abastecimiento de agua y 302.661 con servicio eléctrico, aspectos indispensables para la vida diaria y que influye de manera negativa en la calidad de los servicios turísticos. La inadecuada infraestructura en las comunidades rurales las cuales en su mayoría no cuentan con centros de salud propios y los hospitales se encuentran lejos de la zona, los caminos no se encuentran en buen estado y ni con la debida señalética turística, incurriendo en un problema de accesibilidad para los habitantes y dificultando la llegada de futuros turistas a los sitios.

La desorganización comunitaria es otra problemática, de acuerdo con Azeglio, Barreto y Lizurek (2018), provocada por el alto grado de fragmentación y dispersión en el territorio, es así que hasta el momento no se puede evidenciar coordinación y complementariedad, que permita que los emprendimientos comunitarios trabajen plenamente. De acuerdo con el estudio realizado por Arroyo (2018) en el que se mide la calidad de los servicios turísticos en las comunidades manabitas, la falta de confort en los alojamientos es presenciado como el problema principal para los turistas, debido al mal estado de la infraestructura turística y falta inversión privada e innovación en los establecimientos. Además, se evidencian problemas de inseguridad por la deficiente vigilancia y control en los sitios turísticos.

Existe insatisfacción en calidad de atención, como consecuencia a la falta de capacitación turística en las comunidades y profesionalización en el sector turístico a nivel provincial. El incremento desorganizado de negocios ambulantes de comida en espacios naturales, sumándose la falta de conciencia ambiental por parte de los visitantes y locales, provocando contaminación y destrucción de recursos turísticos. Otros factores que afectan al desarrollo de

emprendimientos turísticos comunitarios según lo estipulan Bayas y Mendoza (2018), es la falta de incentivo y apoyo económico, ya que los actores locales organizan exclusivamente la ejecución de actividades como ferias, talleres y festivales, pero no se ven involucrado en potenciar los de emprendimientos turísticos.

Otro aspecto que menciona Contreras, Mancheno y Cifuentes (2018) es la falta de promoción de actividades turísticas, las estrategias de comercialización de productos comunitarios son deficientes, impidiendo a las comunidades potencializar el turismo a través de ofertas direccionadas al público objetivo. Todas las problemáticas evidenciadas propician se identifique como problema de esta investigación el siguiente:

¿Podría un modelo de emprendimiento contribuir al desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto- Costa de Manabí?

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

### **1.2.1. TEÓRICA**

La presente investigación se justifica de manera teórica, debido a que se respalda de información confiable adquirida de bibliografía consultada y fuentes oficiales, permitiendo así la construcción de un marco teórico referencial conformado de epígrafes en relación a la temática de modelo y desarrollo turístico, de manera que sustente el diseño de la propuesta desde la perspectiva de diversos autores que consideran la importancia de un modelo de emprendimiento en el desarrollo del turismo comunitario, Duarte & Ruiz (2009), señalan que el emprendimiento es importante para el desarrollo local, el cual es planteado como el beneficio que la sociedad recibe al afrontar de una forma más eficiente la satisfacción de las necesidades y la solución de los problemas con prontitud de las respuestas a las demandas de la comunidad”. Además aportará como un documento bibliográfico que servirá como referencia para próximas investigaciones relacionadas con el desarrollo turístico en las comunidades.

### **1.2.2. METODOLÓGICA**

De igual manera, desde este punto de vista, se justificó metodológica puesto a que en la presente investigación se establecieron directrices que permitieron orientar el camino a seguir para el respectivo alcance los objetivos planteados en la propuesta. Además para alcanzar los objetivos planteados en la presente investigación se tomaron como referencia las metodologías aplicadas por los autores González & Gálvez (2008), Duarte & Ruiz (2009), Chávez & Salvatierra (2018) y Ortega, Carrillo y Reyes (2018) las cuales incluyen los diferentes métodos, técnicas y herramientas, las mismas que sirvieron para la recopilación de información necesaria, se coincidió con los autores Chávez & Salvatierra (2018), quienes incorporaron actividades que fueron un referente para la elaboración de la metodología de la presente investigación que tributó al diseño de un modelo de emprendimiento turístico para el desarrollo del turismo comunitario.

### **1.2.3. PRÁCTICA**

Mediante el diseño de un modelo de emprendimiento turístico comunitario en la costa de Manabí, se contribuye con una herramienta de gestión en la que los principales beneficiarios serán los habitantes de las comunidades receptoras. Se establecen estrategias e indicadores direccionados a los emprendimientos turísticos comunitarios, crea nuevas oportunidades de trabajo, promueve el desarrollo del turismo comunitario, y garantizar un aprovechamiento óptimo de las potencialidades turísticas de atractivos culturales y naturales que posee el territorio, asegurando un servicio de calidad en base a las necesidades y motivaciones de los turistas nacionales y extranjeros.

### **1.2.4. LEGAL**

Desde el punto de vista legal esta investigación se justifica, ya que el modelo de emprendimiento se adecuará las normas legales que existen en el país para la creación de emprendimientos, tales como; La Ley de Turismo del Ecuador del año 2002, que fomenta el desarrollo de este tipo de actividad turista, además el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios creado por el (MINTUR, 2010) con la finalidad de apoyar y orientar a las comunidades que decidían emprender en este ámbito. De esta forma se trabajará bajo las normativas ecuatorianas que respaldan y establecen diferentes requisitos que permitan la adecuada creación de un modelo de emprendimiento para el desarrollo del turismo comunitario. Además se ve respaldada legalmente por la Ley de Fomento Productivo 2018, que impulsa la creación de nuevos emprendimientos turísticos comunitarios a través de la exoneración de impuestos.

### **1.2.5. SOCIOECONÓMICA**

La presente investigación está basada en los principales aspectos que intervienen dentro de las comunidades tales como: el aspecto social, económico y ambiental, indispensables para el desarrollo local. Busca que la economía se dinamice, mediante la creación de emprendimientos con la finalidad de combatir el desequilibrio económico que sufren las comunidades de la costa de Manabí, el modelo de emprendimiento permite a los pobladores

fortalecer las capacidades empresariales en el ámbito de los emprendimientos turísticos lo cual ayuda a frenar la migración rural, a través de la creación de nuevas fuentes de trabajo que favorecen a mejorar el nivel de vida de cada uno de los habitantes. Además, contribuye a dinamizar la oferta turística, bajo el buen uso de sus recursos naturales y culturales, garantizando así el desarrollo sostenible de las comunidades involucradas.

#### **1.2.6. AMBIENTAL**

Desde la perspectiva ambiental se justifica puesto que el modelo de emprendimiento turístico a diseñar estará enmarcado dentro de los parámetros de la sostenibilidad basado en la Ley Forestal y de Conservación de áreas naturales y vida silvestre (2004), la misma que asegura el buen uso y protección de las áreas naturales y su biodiversidad, de esta manera las comunidades hacen uso responsable de los recursos naturales en la ejecución actual de la actividad, sin poner en riesgo las posibilidades del desarrollo y disfrute de la misma en un futuro.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un modelo de emprendimiento para el desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto- Costa de Manabí.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional de la costa de Manabí, con énfasis en los emprendimientos turísticos comunitarios.
- Elaborar un estudio de mercado en emprendimiento turístico, evaluando la relación y satisfacción entre oferta y demanda.
- Establecer un análisis estratégico del emprendimiento turístico comunitario de la costa de Manabí.
- Identificar las estrategias e indicadores en los procesos claves que sustenten el modelo de emprendimiento turístico para el desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto- Costa de Manabí.

## **1.4. IDEA A DEFENDER**

Si se diseña un modelo de emprendimiento entonces se podría contribuir al desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto - Costa de Manabí.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. DESARROLLO DEL TURISMO EN ECUADOR**

El desarrollo turístico permite a los pueblos reconocer y potenciar la identidad cultural, y el interés de sus habitantes en la participación y planificación de la actividad turística local para la producción sustentable de bienes y servicios (Palafox & Anaya, 2007). Por lo tanto, para que exista desarrollo turístico es muy importante que todos los actores involucrados sepan reconocer los beneficios que este puede traer consigo, de esta forma existirá motivación por impulsar el turismo en la zona. El desarrollo turístico sin duda alguna repercute de manera positiva en el desarrollo local, ya que este permite que exista la actuación de los organismos públicos y privados, la participación y pertinencia de la sociedad para organizar y direccionar sus potencialidades, destacando sus prioridades e incrementando el valor competitivo en mundo globalizado (Boisier citado por Varisco, 2008).

Entonces al hablar del desarrollo en el turismo se debe tomar en cuenta cuanto este ha beneficiado al desarrollo local, muchos países han tomado en cuenta al turismo como sector generador de riquezas que permite mejorar su economía. En el Ecuador el desarrollo turístico está en constante crecimiento, gracias a los atributos naturales con los que cuenta el país, conocido gracias a la gran diversidad con la que cuenta, de acuerdo con Caiza & Molina, (2012), esto le permite estar categorizado como uno de los 17 países más diversos del mundo. El territorio ecuatoriano se encuentra atravesado por dos de los hot spots de mayor diversidad endémica del planeta el Chocó de Darién y Andes Tropical, haciendo del Ecuador un destino privilegiado para turistas interesados en descubrir la flora y fauna.

De esta forma se puede decir que el país gracias a sus riquezas naturales es una potencia turística y el turismo debe ser considerado como un eje de gran importancia para la dinamización de la economía ecuatoriana. Es así que el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, prioriza al turismo como uno de los sectores más importantes, que permite incentivar la inversión nacional y extranjera, todo esto sin olvidar los esfuerzos para impulsar el desarrollo del turismo sostenible, que garantice el uso adecuado de la naturaleza y mejore la

calidad de vida de los ciudadanos es decir se prioriza la actividad basados en la Constitución de la Republica, (Loor, Alonso, & Pérez, 2018).

El turismo en el Ecuador ha crecido durante los últimos 10 años, de acuerdo con el registro del Ministerio de Turismo (MINTUR,2014), desde el año 2002 hasta el 2013, los arribos internacionales incrementaron de 682.962 a 1.366.269, representando una tasa de crecimiento 6.51%, este crecimiento trajo consigo beneficios económicos para el país, desde entonces el sector turístico tomó mayor importancia y fue visto como un eje que debía ser impulsado a través de políticas, para convertirse en una herramienta que permita el desarrollo económico a nivel nacional. Con respecto al año 2014, de acuerdo con Segura (2015), hubo un incremento del 14,1 % en las llegadas de visitantes extranjeros, fueron 1'557.006 de arribos internacionales. De esta cifra el 58% está integrado por turistas de América, mientras que el 16% corresponde al mercado europeo, es decir el Ecuador era un destino que se encontraba ubicado dentro de un mercado cercano.

El mismo año el turismo generó beneficios económicos que representó el 1.5% del PIB (Producto Interno Bruto) total. Este aporte le permitió al turismo escalar posiciones en el PIB, estableciéndose como una de las principales actividades generadoras de divisas, según lo expuesto por Castillo, Martínez & Vázquez (2015), el desarrollo del turismo en el Ecuador ha permitido que este sector se ubique en el tercer lugar de exportaciones no petroleras, antecedido por exportaciones de banano y camarón. Debido a su importancia como herramienta de desarrollo para el Ecuador y en busca de potenciar dicha actividad el gobierno nacional en abril del año 2014, lanzó una de las estrategias de promoción turística más grandes llamada: All You Need Is Ecuador, esta campaña buscaba mostrar los cuatro mundos que posee el país, llamando así a las regiones; Costa, Los Andes, Amazonia y Galápagos (Segura, 2016).

A través de las famosas letras que llevaban el mensaje alrededor del mundo, se quería consolidar al país como destino a nivel internacional. Dicha estrategia generó un importante impacto por su rápida difusión en los medios de comunicación nivel mundial, atrayendo consigo el interés más de 455 millones de personas alrededor del mundo según datos del MINTUR (2014) ese año se

presentó un incremento del 16,3% en comparación con el año 2013 tomando en cuenta el periodo que va desde enero a mayo, llegaron al país 620.958 turistas extranjeros. Cabe mencionar que la mayoría de los visitantes fueron colombianos con un total de 161.965 turistas, seguido por los visitantes estadounidenses con un total de 99.823 y además Perú con 70.022 visitantes.

Sin embargo, el mercado colombiano en su totalidad no visita al país únicamente por turismo, en muchas ocasiones las llegadas al país se dan por casos de inmigración, ya que estas personas dejan su país en busca de mejores oportunidades en el Ecuador, de esta forma se puede relacionar el mercado peruano en un porcentaje menor, ya que al ser países cercanos existen casos de viaje por cuestiones laborales. En cuanto respecta al mercado estadounidense se vio un incremento del 21% en relación al año anterior tratándose de un mercado turístico mucho más real.

Existen muchos aspectos que expertos critican sobre esta campaña de acuerdo al análisis realizado uno de ellos fue la falta de información complementaria al turista, además que no supo aprovechar los beneficios de la campaña bajo un planificación, además debido a su alto nivel de inversión que fue de \$ 44,17 millones de acuerdo información presentada por El Universo (2018), se puede decir que la campaña no se logró mantener en el tiempo impidiendo un posicionamiento real, si bien después de la campaña se incrementó de interés por el país a nivel internacional estos resultados fueron efímeros y no se pudo trabajar de manera continua para así seguir conquistando mercados extranjeros.

Un hecho que sin duda alguna repercutió de manera negativa en el desarrollo turístico del Ecuador, fue el terremoto ocurrido el 16 de abril del año 2016, golpeando principalmente las provincias de Manabí y Esmeraldas, este desastre natural afecto directamente al sector turístico, las llegadas de turistas decayeron las personas perdieron la confianza al visitar esta zona turística. A pesar de esto, el esfuerzo coordinado entre la ciudadanía y el gobierno a través de medidas gubernamentales como el Plan de Reconstrucción y Reactivación Productiva, permitió potenciar el sector en los años siguientes.

De acuerdo con la información presentada en el portal de MINTUR (2018), el país en el año 2017 salió del estancamiento en que se encontraba durante los años anteriores. El número de llegada de turistas extranjeros incremento, en el 2017 llegaron 1'617.914 turistas, representando un crecimiento del 14% con respecto al 2016. Cabe destacar que la actividad turística es una fuente generadora de empleo, en el 2017 los puestos de trabajo por turismo fueron 498.385, representando un 6,4% del total de empleados en la economía nacional. De esta forma el turismo se establece como una de las industrias económicas que más contribuye al empleo nacional, además la actividad turística es transversal y crea aportes económicos a muchos otros sectores del país.

Por otro lado, cabe mencionar que Ecuador está posicionando su nombre en los rankings turísticos mundiales, el MINTUR (2018) señala que en el año 2017 gracias los diferentes esfuerzos por potenciar el turismo sostenible, Ecuador fue ganador de 14 premios en los World Travel Award 2017 (WTA), de las 26 categorías a las fue nominado a nivel Sudamérica, siendo el país sudamericano más premiado. Además, por quinto año consecutivo, se convirtió en "Destino Verde Líder del Mundo". Este tipo de reconocimientos confirman la potencialidad turística del país, e incrementa la llegada de turistas ya que se promociona indirectamente, además de esta forma se atrae el interés a nuevas inversiones internacionales en el sector turístico.

De acuerdo con el boletín presentado en el mes de marzo por el MINTUR (2018) a través de la Coordinación General de Estadísticas e Investigación, en un periodo que va desde el mes de enero a marzo, se ha registrado el arribo de 567.893 personas si comparamos con cifras del mismo periodo del año 2017, existe un crecimiento del 47%. Por lo tanto, el Ecuador de acuerdo con las cifras analizadas se encuentra en constante desarrollo turístico, es un país lleno de riquezas naturales y culturales que deben ser aprovechadas de manera sustentables, es importante considerar que a pesar de que el país está incrementado año a año la llegada de turistas extranjeros, se debe trabajar desde la planificación para ser así convertirse en destino organizado y preparado para recibir muchos más visitantes.

### **2.1.1. PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR**

De acuerdo con Godfrey & Clarke (citado por Velasco, 2016) la planificación turística es un proceso racional y ordenado que tiene como objetivo principal potenciar del desarrollo turístico, buscando beneficios económicos como; el aumento en la entrada de divisas, creación de nuevas fuentes de trabajo trayendo consigo el desarrollo local y beneficios sociales, otro aspecto que busca mejorar la planificación en el turismo es que se garantice el uso adecuado de recursos naturales y culturales, además la adecuada distribución de actividades en la zona en que se planifique. Se puede evidenciar que de alguna manera la planificación está encaminada a la sostenibilidad, porque claramente para el autor expone que la planificación busca beneficios económicos, sociales y ambientales tres aspectos básicos de la sostenibilidad.

Otro concepto relacionado con lo expuesto anteriormente, es el definido por SECTUR (citado por Medina & Rosado, 2014) quienes aseguran que para pensar a futuro se necesita como base la planeación turística, siendo este el único modo de asegurar una economía a largo plazo basada en el turismo y permite manejar los atractivos con criterios sostenibles evitando el agotamiento de los mismo, teniendo en cuenta que la sobreexplotación trae consecuencias que lleven al fracaso. Por lo tanto, para que exista el desarrollo turístico es necesario que se implemente en el sector un proceso de planificación que permita organizar, dirigir y controlar diferentes aspectos del ámbito turístico. En busca de los beneficios antes mencionados el Ecuador cuenta con una planificación turística, fundamentada a través del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador (PLANDETUR) con visión al 2020, esta fue una iniciativa del Ministerio de Turismo.

Se basa en una de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en los diferentes espacios de actuación con la finalidad de hacer un uso adecuado de los recursos y beneficiar a la sociedad ecuatoriana. Es así que se diseñó el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 en función de consolidar el turismo sostenible como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, este plan buscaba integrar la participación del

sector público y la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las cámaras de turismo, los gremios y las comunidades locales.

De acuerdo a la revisión del documento PLANDETUR (2020), se identificaron 6 ejes en los que se buscaba trabajar; la Gobernanza, Desarrollo de Destinos, Marketing, Capacitación, Fomento de inversión, y Medidas transversales, todas están conformados por 22 programas y 78 proyectos. Si bien en el plan se exponen diferentes aspectos en los que se tenía en mente actuar y a tan solo dos años de que el plazo establecido por el plan termine, se puede decir que existen falencias en el cumplimiento de los literales expuesto dentro la visión del PLANDETUR 2020. Puesto que aún no se presencia que el turismo sostenible sea manejado en su totalidad como una herramienta para el desarrollo integral y rentable para la sociedad.

Si bien el turismo genera empleos y mejora la calidad de vida de los ecuatorianos aún existe mucho desequilibrio económico en el sector no siempre las comunidades son las más beneficiadas. Lo que respecta al posicionamiento como destino líder el Ecuador ha avanzado posiciones, pero el turismo en el país se encuentra aún en etapa de crecimiento. Sin embargo, algo en lo que si se ha visto mayor alcance es que existe mucha más gestión en cuento al manejo y buen uso de áreas protegidas y recursos culturales, cada vez existen más proyectos que involucren las riquezas naturales y la cultura desde un punto de vista sostenible.

Entonces se puede decir que esta herramienta ha permitido encaminar la actividad turística desde la sostenibilidad, pero no se ha cumplió con la visión establecida y tan solo un año de cumplirse la fecha límite, aun no se encuentra consolidado el turismo sostenible como una herramienta que eficaz que genere rentabilidad social al país, ni se ha posicionado al país como destino sostenible líder a nivel mundial. Y es que el desarrollo sostenible en el turismo no depende únicamente de instrumento, se debe manejar bajo una adecuada gestión de las autoridades encargadas y el empoderamiento de la sociedad que utilice de manera óptima sus recursos.

De acuerdo al análisis y en respuesta al bajo desempeño de la planificación anterior, en el año 2017 el Gobierno Nacional presentó la Política Nacional de

Turismo, cuyo reto principal era cambiar la historia y convertir al país en una verdadera potencia turística, esta alternativa busca rescatar las metas incumplidas y trabaja bajo tres ejes básicos de gestión: fomentar el turismo interno: haciendo que los 16 millones de ecuatorianos se conviertan en turistas que viajan y se enamoran de su país, siendo sus principales embajadores turísticos; además aumentar la llegada de turistas extranjeros, buscando la ambiciosa meta del 1x1 (un turista por cada ecuatoriano). Es así que se crearon estrategias direccionadas al cumplimiento de los ejes, en lo que respecta al turismo interno la creación de la Gran feria turística y programas de incentivos y capacitación.

Por su parte en el turismo receptor se trabajó a partir de la promoción digital, participación en ferias internacionales, gestión de paquetes turísticos competitivos, mejorar la conectividad con cielos abiertos, y la ejecución de proyecto gastronómico Ecuador a la Carta (MINTUR, 2017). Existen estrategias que se han logrado cumplir como el proyecto Ecuador a La Carta, creando un mapa gastronómico y entregando 20.000 ejemplares en diferentes eventos turísticos a nivel nacional e internacional (Ramírez, 2018). Sin embargo metas como el 1x1, se ha convertido en un reto muy grande para el país ya que a pesar de cada año el porcentaje de llegadas de visitantes incrementa el número de ingreso de extranjeros aún es muy lejano a la cantidad planteada ya que esta el año 2018 según el MINTUR (2018) la cifra no supera los 3 millones de arribos, que en comparación a los 16 millones planteados, nos deja ver que aún existe mucho camino por recorrer para llegar a conseguir lo antes estipulado.

### **2.1.2. TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR.**

La concepción del turismo comunitario fue planteada por Murphy en el año 1985, en esta época el turismo se encontraba en un momento de crecimiento donde la extravagancia formaba parte de los viajes, y la competencia de productos turísticos era cada vez más fuerte, es así como surge la idea del turismo comunitario como una contraparte del turismo convencional de esa época, pensado desde un contexto ecológico y de participación de las comunidades en países subdesarrollados. Este autor focalizó su interés en la

creación de un manejo estratégico, que permitiera incentivar la participación local a través de los beneficios y que el turismo sea desarrollado de manera armónica con el ambiente y cultura de la zona. (Murphy citado por Bravo & Mendoza, 2018).

Según Inostroza (2018), el turismo comunitario busca promover un desarrollo integral en las comunidades, a través de la creación de empleos y generación de ingresos por la actividad turística, de esta forma disminuye la pobreza e impide que las personas emigren a otros territorios en busca de oportunidades, es así como se mantiene la cultura de los pueblos, además el turismo comunitario pretende que las comunidades aprovechen los recursos naturales sin perjudicar la conservación ambiental del territorio . Por lo tanto, el turismo comunitario es una alternativa ideal para que los pueblos y nacionalidades que atraviesan por momentos de pobreza puedan mejorar su calidad de vida desde el punto de vista económico, social y ambiental. Siendo ellos quienes administren adecuadamente sus recursos dentro de la actividad turística, todo esto debe ser trabajado de manera colectiva integrando a todos los miembros de la comunidad.

El turismo comunitario se ha convertido en una de las tendencias más relevantes en los últimos años. En el Ecuador empieza a ejecutarse a partir de los años 80, crece como mecanismo de lucha frente a la exclusión en la que se encontraban las comunidades, quienes se sentían objeto de apreciación, y no sujeto en el desarrollo del turismo dentro de sus territorios (Cabanilla, 2014). El turismo comunitario empieza a tomar fuerza y potenciarse a inicios de la década de los 90, el país es considerado un ícono del turismo comunitario en Latinoamérica al ser uno de los primeros en el desarrollar esta modalidad turística desde la base comunitaria, es importante mencionar que el país fue pionero en la creación de la primera red de turismo comunitaria llamada Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE), (Cabanilla & Garrido, 2018).

Cabe mencionar que el turismo comunitario crece de la mano del turismo sostenible, y sobre todo en el Ecuador siendo un país megadiverso que posee según el Ministerio del Ambiente (MAE, 2016), 51 áreas protegidas donde

habitan 26 nacionalidades indígenas. Por lo tanto al desarrollarse el turismo en estas zonas se han creado vínculos que integran la participación de las comunidades en la actividad turística, es así que el interés por el turismo en sus habitantes creció y también se crearon normativas y organizaciones para el desarrollo del turismo comunitario. De esta manera en el año 2002, es incluido como oferta turística en Ley Nacional de Turismo para su legal ejecución.

Otro suceso importante para el avance del Turismo Comunitario se da en el año 2006, cuando se expidió el Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, mediante un común acuerdo entre FEPTCE y el MINTUR (Duran, citado por Roux, 2013). De tal forma la actividad turística comunitaria ha sido orientada por estos dos organismos quienes conciben dentro de la actividad turística al turismo comunitario como herramienta importante para el crecimiento socioeconómico de las comunidades que se ven involucradas en la prestación de servicios, además que el turismo comunitario se orienta en base al PLANDETUR 2020. El turismo comunitario es planteado como una estrategia de desarrollo para los pueblos y forma parte de la oferta turística del país.

Una organización que sin lugar a duda ha defendido el valor del turismo comunitario es la FEPTCE, conformada por diferentes agrupaciones de pueblos y nacionalidades ecuatorianas, quienes gracias a los esfuerzos realizados han posicionado el concepto de turismo comunitario en el país. De acuerdo con Rodas, Ullauri & Sanmartín (2015), la FEPTCE maneja el turismo comunitario bajo principios ambientales, sociales, culturales, económicos y políticos. Uno de los aspectos a los que destina mayor esfuerzo es el social, se busca que el turismo comunitario se practique de manera integrada, mejorando el nivel organizativo de las comunidades para que sean ellos los encargados de manejar adecuadamente sus recursos, además el turismo comunitario permite incrementar su autoestima a través de un proceso donde se pone en valor a la comunidad involucrada.

Por lo tanto, es necesario conocer cómo se maneja el turismo comunitario en el país, Roux, (2013) menciona que la FEPTCE reconoce únicamente tres formas de gestión en las comunidades; La participación directa de una sola

comunidad, es decir que toda la comunidad trabaja de manera coordinada para crear un producto turístico comunitario en la zona. La asociación entre dos o más comunidades que ofertan un solo producto turístico, este tipo de gestión requiere de una comunicación activa entre los actores involucrados que permita coordinar esfuerzos en conjunto y así empaquetar todo en un solo producto comunitario. La participación de un grupo familiar nativo: en este caso no se involucra toda la comunidad sin embargo es necesario que las familias que van desarrollar la actividad tengan el respaldo y autorización de toda la comunidad, si esto no se da entonces se estaría dejando de lado los principios del turismo comunitario.

A partir de esta clasificación las comunidades pueden organizarse para encaminar su desarrollo turístico en la zona, sin embargo, lo más importante dentro de la gestión de este tipo de turismo es que exista colaboración dentro y fuera los pueblos y nacionalidades para que estén puedan trabajar en conjunto por el potenciamiento de la actividad en sus territorios. La FEPTCE organiza su labor a través de un plan de cinco años, con marco jurídico y tres estrategias. La primera busca crear una base sólida que permita fortalecerse como institución a nivel regional. Otra estrategia trata sobre la promoción de un turismo comunitario de calidad, preocupado por la atracción de nuevos mercados. Finalmente busca con el turismo comunitario la creación de un negocio sustentable para las comunidades, que se posicione y se mantenga en el tiempo como un producto diferenciado. (Iniciativa Ecuatorial, 2011).

Bajo estas estrategias la institución trabaja con las comunidades a partir de la capacitación turística para los integrantes de los pueblos con iniciativas de desarrollo turístico, brinda ayuda para que puedan organizarse y establecerse jurídicamente, además trabaja en la promoción y posicionamiento de productos turísticos comunitarios. Es decir que la FEPTCE es el aliado principal para las comunidades interesadas en trabajar en el ámbito turístico, las orienta hacia la revalorización y potenciación de sus patrimonios culturales y naturales a través del turismo, es importante decir que el aporte de esta institución es más bien técnico y no económico, ya que presta asesoría en cuanto a organización para el desarrollo del turismo comunitario en los pueblos y nacionalidades.

Sin embargo esta institución no realiza financiamiento, siendo este un factor clave para su desarrollo se requiere de una inversión que permita construir facilidades turistas dentro de los centros comunitarios y de esta forma mejorar la calidad de servicio a través de beneficios tangibles. La FEPTCE en el año 2002, asoció a ocho redes de turismo comunitario, con un total de 158 operaciones, de las cuales el 28% está consolidado y 44% en proceso de consolidación (Rodas *et al.*, 2015). De acuerdo con Salvador (2016) en el año 2007 en el país existían más de 30 proyectos de turismo comunitario entre los cuales estaban: el Centro Turístico Runa Huasi, Chuva Urco, Río Negro, Galeras, Salazar Aitaca, Capirona, Pacto SumacoHuasilaTalag, Valle Hermoso Pavacachi, Curaray “Liquino”, CotocochaSharayi, miembros de la FEPTCE, los proyectos de turismo comunitario más exitosos en la Amazonía son Ricancie, Napo Lodge, Kapawy, y Pavacachi.

Al 2010 la lista de los programas de turismo comunitario ya había aumentado considerablemente en busca de atender a un mercado de 10.000 turistas en el país. Hasta el año 2013 en el Ecuador existían 158 operaciones de turismo comunitario a nivel nacional, de estas 121 estaban asociadas con la FEPTCE; solo 44 se encontraban consolidadas, en condiciones óptimas para recibir visitantes; 61 estaban en proceso de consolidación; 27 en iniciación, 7 se encontraban estancadas y del restante no se evidencian resultados (Roux, citado por Reyes, *et al.*, 2017). Estos datos permiten analizar que, a pesar de que ha pasado un tiempo considerable desde sus inicios hasta en la actualidad, el turismo comunitario en el país se encuentra en estancamiento.

Si bien existen comunidades exitosas como Agua Blanca en la provincia de Manabí y otras en auge como las comunidades amazónicas quienes reciben el 11,6% de los visitantes totales del Ecuador, las cuales han forjado su crecimiento a través de una adecuada organización comunitaria, y mejoramiento continuo de su oferta turística, según datos del MINTUR citado por (Reyes *et al.*, 2017). Pero el territorio ecuatoriano cuenta con muchas otras comunidades con invaluable recursos naturales y culturales, que hasta el momento no potencian su desarrollo a través del turismo. Es así que según cifras del MINTUR en el 2011, solo un 1,3% de turistas extranjeros practicaron

actividades de turismo comunitario en comparación con un 2,5% de visitas nacionales a los centros comunitarios.

El MINTUR informó para el año 2011 que el 1,3% de turistas no residentes realizaron actividades de turismo comunitario, frente al 2,5% de visitantes nacionales que sí visitaron Centros de Turismo Comunitario (MINTUR citado por Rodas et al., 2015). Entonces se evidencia que el estado del turismo comunitario requiere del apoyo y priorización de las organizaciones públicas a través de políticas que permitan fortalecer la gestión turística. Existen otro tipo de problemas como situaciones de conflictos internos entre pobladores de las comunidades esto impide un trabajo integrado que permita brindar un servicio de calidad, además otros factores como la falta de financiamiento y deficiencia de servicios básicos por lo que en muchas comunidades aún no se puede que trabajar bajo parámetros de calidad como los establecidos por las normas ISO que permita la atracción de mercados internacionales.

Si bien los resultados por turismo comunitario en el país no son los esperados, esta es sin duda una herramienta de desarrollo sostenible para las comunidades que lo practican, el impacto que genera es mayormente social ya que las comunidades al verse involucradas en su propio desarrollo incrementan su autoestima, revalorizan su cultural y los impulsa a formarse en el campo turístico. Aunque los efectos económicos de esta actividad aun no representan un peso considerable dentro del sector turístico hay que considerar que este tipo de modalidad está en auge y el interés por ella incrementa día a día, por lo que es necesario gestionarla y potenciarla para atraer muchos más turistas, generando así un aporte económico esperado dentro del desarrollo sostenible del país.

### **2.1.3. MERCADO DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR.**

El mercado turístico es el estado y evolución de la oferta y demanda turística, es importante considerar que en este mercado no se intercambian productos tangibles sino servicios, por lo tanto el factor intangible es el condicionante

mayor para la actividad turística (Olmos & García, 2016). Entonces el mercado turístico requiere la intervención permanente del recurso humano para la prestación de servicios en este sector, al ser un recurso intangible es imposible que este pueda ser almacenado por lo que el estudio tiene muchas condicionantes que varían de acuerdo a situaciones. Entendiendo que el mercado turístico toma en cuenta a la oferta y la demanda, es preciso analizar cada uno de sus componentes.

La oferta de turismo comunitario en el Ecuador es considerada un producto específico, novedoso, que nace en oposición al turismo convencional, esta oferta necesita la prestación de servicios propiciados por la comunidad receptora. En ocasiones anteriores se ha mencionado que los inicios de este tipo de turismo aproximadamente desde los años ochenta. Para estudiar la oferta se toma como referencia lo antes expuesto por Roux (citado por Reyes., et al, 2017) quienes señalan que hasta el año 2013 en el Ecuador existían 158 operaciones de turismo comunitario a nivel nacional, de este número 121 estaban asociadas con la FEPTCE.

Sin embargo, para Cabanilla, Lastra & Pazmiño, (2017) hasta el año 2015 en el país se establecieron 231 emprendimientos, de estos tan solo 99 se encuentran activos, debido a que no todas las operaciones comunitarias han legalizado su actividad, y no existe un registro actualizado de los emprendimientos es difícil caracterizar la oferta turística de manera concreta, a pesar de esto y bajo consideración propia, en relación con lo expuesto por los autores anteriores se concluye que en el Ecuador existen alrededor de 100 centros comunitarios que conforman la oferta de esta tipología turística.

En el estudio realizado por Vargas et al. (2018), menciona que el trabajo en la oferta turística en los centros comunitarios está desarrollado en un 51% por mujeres de esta manera se está promoviendo así la equidad de género en los pueblos y nacionalidades ecuatorianas. Entre los servicios turísticos prestados por lo CTC (Centros de Turismo Comunitario) están los siguientes:

- Alojamiento: Este servicio es en un 32% dado en las casas de los pobladores, otro 28% se maneja por cabañas de alojamiento de la comunidad, existe otro tipo de alojamiento como el camping. Los

establecimientos ofertan habitaciones individuales, dobles y triples, la mayoría cuentan con baño privado o baño compartido, y en porcentaje mejor aún usan letrinas.

- Guianza: El 40% de los guías se encuentran capacitados, otro 27% tienen Licencia aprobada por el Ministerio de Turismo y el porcentaje restante trabajan de empíricamente.
- Alimentación: Fortaleza en uso de comedores (78.18%).
- Transportación: Dependiente de transportes de terceros en su gran mayoría.

En cuanto a los precios por alojamiento se establecen desde los \$10 hasta \$30 por noche, cabe resaltar que el servicio de alimentación está incluido dentro del servicio de alojamiento debido a que al ser turismo comunitario busca que los turistas vivan una experiencia completa, es así que las familias residentes brindan alimentación en las casas. Además, los pobladores exhiben y venden sus las artesanías elaboradas por ellos, venden sus productos primarios y también los elaborados como licores, dulces etc. Las actividades turísticas en las comunidades son poco variadas según señala la FEPTCE en un estudio realizado en el 2010, donde precisa que se debe incrementar actividades extras como visitas a termas o sitios arqueológicos, para así incrementar competitividad (De la Torre 2010). Mientras que Vargas *et al.* (2018) señala que las principales actividades ofertadas por las comunidades son:

<b>Turismo de naturaleza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• observación de flora y fauna</li> <li>• aviturismo</li> </ul>
<b>Turismo de aventura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• caminatas,</li> <li>• paseos a caballo,</li> <li>• ciclismo</li> </ul>
<b>Turismo cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• convivir con las familias</li> <li>• participación en fiestas locales y juegos</li> </ul>
<b>Agroturismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• actividades agropecuarias</li> <li>• participación en procesos artesanales y agroindustriales</li> </ul>
<b>Turismo místico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• visita a lugares con valor espiritual,</li> <li>• rituales shamánico</li> <li>• medicina ancestral</li> </ul>

**Figura 02.01.** Actividades ofertadas por las comunidades  
**Fuente:** Elaboración propia, a partir de Vargas et al. (2018)

Todos los servicios y actividades antes mencionados forman parte de la oferta en los CTC, se puede observar que las comunidades han utilizado elementos de su entorno para la prestación de servicios turístico, y se evidencia que se han incrementado ciertas actividades que permiten complementar la oferta turística, aunque se debe tener presente que el turismo evoluciona constantemente y se debe seguir incrementando productos que poseen ideas novedosas que permitan al turista vivir una experiencia única así mejorar la competitividad a nivel mundial.

Si bien se ha presentado datos acerca de la oferta, es importante conocer información acerca de la demanda del turismo comunitario en el país, según Cabanilla (2004) en el año 2002 la llegada de turistas por actividades comunitarias fue considerable representado el 3.67% de total de llegadas al Ecuador. Los mercados potenciales en ese entonces eran Canadá, Países Bajos, Bélgica, Suiza y Japón. Los CTC recibían mayoritariamente la visita de turistas extranjeros representada en un 65%, mientras que el turismo interno alcanzaba un 35%, los visitantes locales por lo general realizan actividades de turismo comunitario en poblaciones cercanas a sus territorios locales.

De la Torre (2010) presenta información más actualizada, este autor toma como referencia a la FETCE quien hace un cálculo de la demanda turística comunitaria a nivel mundial en aproximadamente 10 millones de turistas por año, es decir un 1% del porcentaje total del turismo, bajo este cálculo y tomado como referencia al (MINTUR, 2018), quien señala que 1'617.914 turistas llegaron al país, se puede interpretar entonces que son alrededor de 16 mil de estos turistas potenciales del turismo comunitario por año. Vargas et al. (2018) presenta información acerca de la procedencia de los turistas, quienes en su mayoría son estadounidense, españoles, franceses y alemanes.

Entonces en comparación con los datos presentados en el año 2002, se presencia un cambio en los mercados extranjeros, de acuerdo con la Corporación Procasur (2012) el primer emisor es Europa (28%), seguido de América del Norte (24%), Latinoamérica (15%), y otras participaciones de Asia, Oceanía y África. Cabe mencionar que estas no son datos oficiales es necesario que exista información actualizada por parte de organismos nacionales con datos precisos que permitan analizar de manera óptima la

demanda turista en el turismo comunitario, para así consolidar la oferta en base a mercados reales y potenciales.

De acuerdo con el análisis de mercado realizado se puede decir que la oferta turística aún requiere ser manejada bajo estándares de calidad internacional que permitan atraer nuevos mercados, si bien los CTC presentan diferentes actividades en sus localidades, pero estas deben ser diversificadas a través de productos novedosos que permitan al país ser un referente de turismo comunitario. Por otro lado, un factor que estanca el desarrollo de la oferta turista en los diferentes pueblos y nacionalidades es la carencia de servicios básicos y accesibilidad, si bien el turismo comunitario busca que los visitantes vivan experiencias que los conecten a un estilo de vida diferente, se debe tener claro que la calidad y comodidad no debe ser menor a la de cualquier otro tipo de turismo.

#### **2.1.4. POTENCIALIDADES DEL TURISMO COMUNITARIO EN MANABÍ**

Manabí posee 350 kilómetros de playa, y un clima ideal que oscila entre los 25 grados centígrados, es por esto que es conocida como uno de los destinos de sol y playa nacionales más visitados. Pero la provincia manabita no es solo un destino ideal para el turismo de playa, posee otros recursos naturales y culturales como su identidad, gastronomía, patrimonio histórico, además actividades agropecuarias y de pesca las cuales pueden ser potencializadas para el desarrollo de turismo sostenible en la provincia.

Entre los atractivos turísticos potenciales se encuentra la reserva ecológica Mache-Chindul, el estuario de Cojimíes, el Cerro “Pata de Pájaro”, bosque húmedo Pacoche, además el Refugio de vida silvestre Isla Corazón, sitio Chagualú y Garrapatilla, también el balneario Dos Bocas, el humedal la Segua, la presa la Esperanza. También existen sitios como el Centro Recreacional “Café color tierra La Rumelia, Río Muchacho. Existen otras potencialidades como la elaboración de artesanías en barro y paja toquilla en Montecristi, otro sitio conocido por sus artesanías es la Pila donde los pobladores trabajan sus productos en cerámica y hierro (Gobierno Provincial de Manabí, 2016).

La identidad manabita se ha construido con el pasar de los años y es conocida a nivel nacional por sus creativas manifestaciones, como los conocidos amorfinos, mitos y leyendas, la caracterización de la casa montubia, las artesanías en barro, mocora, y el famoso sombrero de paja toquilla. Un referente de la cultura manabita es sin duda su gastronomía tradicional, conocida por su exquisito sabor, gracias a las técnicas de elaboración y utilización de diversos productos que crecen en la zona debido a su suelo y clima ideal para la agricultura es también una de las provincias de mayor producción agropecuaria. (Paz, Cedeño & Macías, 2016).

Al referirnos al turismo comunitario en la provincia de Manabí es importante mencionar comunidades que trabajan su desarrollo a través de este tipo de turismo, tales como Agua Blanca y Salango ambas ubicadas en el sur de la provincia en el cantón Puerto López, existen otras comunidades en la provincia vinculadas con esta modalidad, sin embargo, son pocas las que han sabido mantenerse y ser un referente del turismo comunitario en el país como las dos comunidades antes mencionadas. Existen emprendimientos turísticos como Café Color Tierra, La Estancia de Don Vicho, Río Muchacho que vinculan su actividad hacia un turismo sostenible, sin embargo, estas son iniciativas privadas que, si bien generan empleos para la comunidad, no son 100% turismo comunitario.

El territorio manabita es amplio y está compuesto por diferentes áreas rurales, según una ficha presentada por el Gobierno Provincial de Manabí (2013), existen 53 parroquias rurales, en estas aún se conservan las tradiciones ancestrales y los recursos naturales tales como; cascadas, ríos, montañas y bosques. Gracias a esto y a todos los aspectos antes mencionados, Manabí es una de las provincias que cuenta con diversos atributos como alta potencialidad es así que se debe tener en cuenta el aprovechamiento oportuno de estos, para ser desarrollos dentro del turismo comunitario aportando al crecimiento de la economía y mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes mediante el buen uso de sus recursos.

## **2.2. EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN EL ECUADOR.**

El emprendimiento es un término poliédrico, que se relaciona con la acción del ser humano, por lo tanto, abarca actitudes y pensamientos que son parte de una persona, que confía en sí misma, es creativa e innovadora y sabe controlar situaciones de riesgo, sin miedo al fracaso (Salinas, Osorio, 2012). Entonces para que el emprendimiento se lleve a cabo, se necesita del emprendedor el cual es una persona que posee iniciativas innovadoras, que le permitirán surgir y desarrollarse, debe ser arriesgado sin miedo a fracasar, y a la vez responsable para que así su idea de negocio crezca y pueda posicionarse en el mercado como una empresa consolidada.

En el Ecuador el emprendimiento se presenta a través de las Pymes (pequeñas y medianas empresas), estas dinamizan la economía a través de su ejecución, ya que no requieren un alto nivel de inversión. Por lo general las Pymes nacen como emprendimientos familiares, quienes buscan crear empresas propias que les permitan independizarse. En el Censo Nacional Económico 2010, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC, 2010), divide a las Pymes según su conformación las micro empresas se establecen a partir de 1 a 9 personas, las pequeñas a partir de 10 hasta 49 empleados, las medianas desde 50 a 199, las organizaciones que sobrepasen este número de trabajadores son consideradas grandes empresas. De acuerdo a la revisión se puede analizar que las grandes empresas generan más ingresos, pero las más pequeñas aportan a la creación de más empleo.

Según información presentada por INEC, en el 2011 las Pymes representaban el 84,3 % del total de organizaciones, además representaban el 37.7% de empleados a nivel nacional y su aporte al PIB era del 13%. Hasta ese año existían 179.830 empresas de estas la mayoría se dedican a la prestación de servicios en un 63% (Yance, Solís, Burgos, Villamar & Hermida, 2017). Es así que las Pymes tienen una alta participación en la dinamización del mercado y en la economía nacional, gracias a su existencia el Ecuador se fomenta la matriz productiva, mejorando el nivel socioeconómico y permitiendo fortalecer el mercado desde la competitividad.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (citado por la Alianza para el Emprendimiento e Innovación, 2014) en el Ecuador el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), corresponde a un 36%; es decir de 1 de cada 3 adultos había tenido una negocio propio o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses. Pese a esto, el 22.7% afirmaron haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras 12.1% lo hicieron por necesidad. Esto refleja que la tasa emprendedora en innovadora en el país es considerable, las ideas un negocios no son sostenibles y sustentables impidiendo que estas perduren en el mercado de manera rentable, muchas veces las iniciativas emprendedoras nacen como respuesta a una necesidad económica, sin ser del todo una idea que genere convicción y pasión por lo que se hace, es por eso y la falta de planificación que mucho de los negocios no duran más 3 años.

Con respecto al emprendimiento turístico (Audretsch & Phillips, citado por Oyarvide, Nazareno, Roldán & Ferrales, 2016), estipulan que este debe ser estimulado a través de creación de pequeñas y grandes empresas por parte de organismos públicos y privados, de esta forma se generara beneficios socio-económico que aporten a la economía nacional y fortalezca el mercado interno, mediante el crecimiento e integración de las cadenas de valor del sector turístico. Entonces el emprendimiento, aunque nace de una iniciativa individual, desde la imaginación y entusiasmo del ser humano, en el turismo debe ser apoyado por organismos nacionales como Ministerio de Turismo y otras entidades, para que pueda desarrollarse de manera óptima, ya que la creación de emprendimientos en el sector mejora la oferta turística e impulsa la participación de los ciudadanos en el turismo.

De acuerdo con Pérez (2017), quien toma coma como referencia el Censo Nacional Económico del año 2010, los servicios se dividen en Transporte y Almacenamiento; Alojamiento y Servicios de Comida; y Artes, entretenimiento y recreación. De acuerdo con el boletín expresado por el MINTUR (2018) donde se presenta información acerca de los establecimientos turísticos registrados oficialmente en país, 21.372 de estos son microempresas, 2.448 pequeñas, 102 medianas y 11 grandes empresas, sumando un total de 23.933

establecimientos en el país. De estos la mayoría se dedican a la prestación de servicios de alimentación y bebidas seguidos por el alojamiento.

Según información presentada por el MINTUR (2016) en ese año el emprendimiento turístico a nivel nacional fue asesorado y asistido de manera técnica a través de unión de acciones con instituciones públicas y privadas para conseguir financiamiento de emprendimientos turísticos solo en Pichincha se impulsó el desarrollo de 44 emprendimientos y 199 en el resto del país. Además, luego del terremoto del 16 A. el MINTUR colaboro mediante incentivos al turismo, se llevó a cabo el levantamiento de información en las zonas afectadas para proceder a crear acciones de contingencia y reactivación de la economía, se activaron 5 rutas turistas relacionadas con turismo de aventura.

Es importante señalar que el Ecuador es catalogado por la organización Global Entrepreneurship Monitor como el segundo país que más emprende en el mundo, pese a esto existen problemáticas en cuenta a la innovación el país se encuentra en la posición 97 (Ekos, 2018). Por lo tanto, se puede visualizar que existen muchos emprendimientos en el país que se desarrollan de manera empírica, si una debida investigación que les permita crear productos que satisfagan las necesidades y preferencias del consumidor a través de la innovación, es por eso que a pesar de que cada día hay más emprendimientos no se fortalece aun la economía en el país.

### **2.2.1. GOBERNANZA Y POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS**

Es importante considerar que para el desarrollo del turismo comunitario existen diferentes leyes y políticas en el Ecuador. Un instrumento legal que sin duda fomento el desarrollo de este tipo de actividad turista fue, la Ley de turismo del Ecuador (2002) en donde se reconoce la participación de las comunidades indígenas en el turismo además se reconoció a la FEPTCE como un actor clave para el turismo comunitario.

De acuerdo con Rodas *et al.*, (2015), en el año 2009 el MINTUR expidió el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario (CTC), y en el año

2010, el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios estos instrumentos se crearon con la finalidad de apoyar y orientar a las comunidades que decidían emprender en este ámbito. El marco legal del turismo comunitario en el Ecuador también se encuentra respaldado por RETANP, Reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas, este documento respalda la participación de las comunidades para el mejoramiento de su estilo de vida además incentiva la capacitación en temas que permita a las comunidades revaloricen sus prácticas ancestrales.

En el COOTAD, Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización en el Art.54 señala que, dentro de las funciones de los gobiernos municipales, estos deben promover el desarrollo del turismo, a través de la asociación de organizaciones y creación de empresas comunitarias, (COOTAD, 2010). Es decir que los municipios locales tienen la responsabilidad de impulsar el desarrollo de empresas en las comunidades que ellos administran, para fortalecer el turismo en el territorio.

Además, el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, esta planificación busca en cambio de cambio de la matriz productiva en el país es así que dentro de sus lineamientos se toma en cuenta el fomento del turismo comunitario. Así mismo el PLANDETUR 2020, resalta la importancia del turismo comunitario y su desarrollo comunidades a través de programas y proyectos como el de “Consolida Turismo Comunitario”, que tiene por objeto mejorar el producto turístico comunitario a través del apoyo a las comunidades en asistencia técnica, capacitación, calidad y promoción; no obstante, para ser beneficiarios del programa, la comunidad debe estar legalmente reconocida tanto por la Secretaría de Pueblos y Nacionalidades como por el MINTUR.

Según el estudio realizado por Vargas *et al.*, (2018) la condición jurídica de los centros de turismo comunitario en un 62% se encuentran legalizados, mientras que el porcentaje restante aun no lo han hecho o se encuentran en proceso de aquello, esto muestra un aspecto positivo ya que la mayoría están registrados finalmente, sin embargo se debe hacer énfasis y asistir a las comunidades para que estén debidamente legalizadas. Como se pudo observar para la ejecución del turismo comunitario en el país existen diferentes leyes y políticas sin embargo hacen faltas políticas que permitan que el turismo comunitario

potencie su desarrollo, de acuerdo a las capacidades que posee, es importante que las comunidades hagan valer sus deberes y derechos y que las autoridades controlen y apoyen la gestión turística.

### **2.2.2. EMPRENDIMIENTO COMUNITARIO EN EL ECUADOR**

De acuerdo con Cabanilla y Garrido (2018) quienes hablan sobre la evolución de los emprendimientos turísticos comunitarios, mencionan que en el Ecuador en el boom petrolero, se vivió una época en la que se dejó de lado las demás operaciones productivas, es por eso y en vista de la acelerada destrucción del medio ambiente, las poblaciones nacionales empiezan a organizarse con la finalidad de ser actores involucrados en el desarrollo local. Desde ese entonces el turismo comunitario ha venido atravesando un proceso de cambios dividido en tres etapas, que se han ido fortaleciendo a medida que pasa el tiempo para lograr un desarrollo sostenible en el país.

Primeramente, existió una fase preoperativa; esta etapa se denominada así porque era un momento en el que, si bien existían emprendimientos estos aun no estaban reconocidos por el Estado, en esta época el turismo empieza a surgir, las comunidades empezaron a prestar ciertos servicios turísticos de manera empírica, también grandes cadenas hoteleras y operadores turísticos se refuerzan. En el turismo comunitario empiezan a efectuarse las primeras llegadas de visitantes a las comunidades, de la Amazonia, Agua blanca, y Otavalo, aunque estas un no contaban con la prestación de servicios de manera formal empezaron a organizarse.

Luego la fase de institucionalización: como su nombre lo dice en esta fase se fortalece el turismo comunitario a través de su legalización que empieza desde el año 2001 bajo la declaración de Otavalo hasta el registro de centros comunitarios en el 2006. Es aquí cuando empiezan a surgir los primeros emprendimientos; en la región amazónica RICANCIE, Kapawi, Unión Guacamayos. En la sierra Runa Tupari que nace como una operadora turística y también se constituye como alojamiento, Palacio Real Sumak Kawsay con su propio restaurante llamado Sumak Kawsay. Además, la red "Saraguro Rikuy". En la costa empiezan a emprender comunidades afroecuatorinas de la Bilsa,

Las Manchas, Mompiche, Daule y Bolívar además en la región litoral el Proyecto de Desarrollo Ecoturístico PRODECOS.

Finalmente se habla de la fase de crecimiento y normalización: esta etapa comienza a partir del 2006 hasta el año 2014, donde el turismo comunitario tiene mayor relevancia y ya se encuentra dentro de un proceso normativo. Es aquí cuando el turismo comunitario es reconocido por el PLADETUR 2020, gracias a esto se crean diferentes redes como la Red Solidaria de Turismo en las Riveras del Río Napo (REST), la Red de Turismo Huataraco Suno (RETHUS), la Red Pakariñan, la Red Saraguro, CORDTUCH. En esa época la FEPTCE y otras redes de turismo comunitario empezaron a tomar fuerza, de los emprendimientos el 56,25% eran parte de la FEPTCE, mientras que el porcentaje restante eran independientes a esta (Cabanilla y Garrido, 2018).

De acuerdo con Roux, (2013) los datos en el turismo comunitario necesitan ser actualización oficialmente, que permita hacer análisis de la situación actual de los emprendimientos turísticos, sin embargo hasta que eso suceda puede tomar como referencia a la FEPTCE quien hasta el 2013 identifica la operación de 158 emprendimientos comunitarios, de los cuales solo 121 están asociados con esta organización, de estas solo 30 operaciones son denominadas consolidadas es decir están aptas para recibir visitantes a través de alojamiento y la comunidad posee conocimientos turísticos. La FEPTCE asocia a ocho redes comunitarias; CORTUS, CORTUCH, RICANCIE, Red de los Centros Turísticos Comunitarios del Cantón Arajuno, Red de turismo de Muisne, Sumak Pacha, Saraguro Rikuy y Runa Tupari.

Las redes antes mencionadas son aquellas que han logrado consolidarse en el mercado turístico y su labor es fundamental para la coordinación y unión de diferentes pueblos y nacionalidades involucradas con el turismo. De acuerdo con Vargas et al.,(2018) a nivel nacional el turismo comunitario tiene mayor desarrollo y participación en la región Sierra, seguido por la Amazonia y la Costa. Existen muchos factores que han repercutido de manera positiva y negativa en la creación de emprendimientos turístico comunitarios, entre los principales aspectos positivos se puede evidenciar que existe el reconocimiento de esta actividad por parte de los diferentes planes nacionales como un dinamizador de la economía en territorios que atraviesan por desequilibrios

económicos, por lo tanto diferentes fundaciones y organismos incentivan la creación de empresas comunitarias.

Sin embargo, existen muchas otras limitantes como la falta de coordinación interna en las comunidades ya que el emprendimiento como se mencionó anteriormente debe surgir como iniciativa propia de los autores principales es decir la comunidad, y ser impulsada por actores públicos y privados. En este sentido existe apoyo por parte de organismos el país, pero este más encaminado hacia la asistencia técnica dejando de lado la inversión o financiamiento. El Ecuador posee innumerables potencialidades que deben ser desarrolladas a través del emprendimiento turístico en las comunidades para que así desde pequeños territorios se refuerce el cambio de matriz productiva.

### **2.2.3. FORMAS TIPOS Y SUBSISTEMAS DE EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS.**

De acuerdo con el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios dentro de sus normas generales en el Art.2 establece las actividades que los CTC, pueden efectuar tales como; alojamiento, alimentos y bebidas, transportación turística, operación, organización de eventos, congresos y convenciones. Dichas actividades deberán ser realizadas como operaciones dentro de los CTC, es decir que se reconoce su legalidad siempre y cuando se desarrolle dentro de los límites de las comunidades.

Respecto a la personalidad jurídica de Los Centros de Turismo Comunitarios, el Art. 4 de dicho reglamento señala que los CTC, deben ser establecidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente. De acuerdo con Arboleda & Zabala, (citado por Mendoza & Loja, 2018) existen dos tipos de emprendimientos. El emprendimiento tradicional: Son emprendimientos orientados a fabricar o comercializar un producto con el objetivo único de conseguir ganancias para los socios. El emprendimiento social: Diseñado para generar valor social, se consideran actividades relacionadas con los sectores de la producción, la oferta de servicios o la comercialización, adoptan diversas formas de organización y se prioriza la innovación.

Los emprendimientos sociales se relacionan con la creación de redes comunitarias, este tipo de emprendimiento requieren el desarrollo de habilidades de liderazgo, coordinación y positivismo. Se necesita que los emprendedores sepan cómo lidiar con situaciones adversas y crear vínculos con la comunidad, organismos públicos, empresas y otros emprendimientos. Buscan responder a las necesidades sociales, a través de su creación promueven y mantienen los valores, los conocimientos y recursos al servicio de la sociedad. En Ecuador existen varias formas de emprendimientos sociales en el sector turístico, relacionados al turismo alternativo donde se ve involucrado el turismo comunitario, las principales actividades que se ofrecen son: alojamiento, alimentación, guías y transporte, es así que a través de este tipo de emprendimientos se generan beneficios de manera directa e indirecta.

#### **2.2.4. ANÁLISIS DE MODELOS DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS.**

Para la creación del modelo de emprendimiento turístico comunitario es necesario revisar diferentes de investigaciones que estén vinculadas con el tema de estudio. Existe un trabajo de titulación realizado por Ledesma y Peñaloza (2017) llamada “Propuesta de un Modelo de Gestión para el Turismo Comunitario en el Ecuador” esta investigación surge con la finalidad de proponer un modelo de gestión para el turismo comunitario en el Ecuador, que permita mejorar la estructura organizacional de los emprendimientos comunitarios. Se llevó a cabo a través de una investigación de campo en las diferentes comunidades. Y se trabajó en base a tres objetivos específicos, primero el análisis del turismo comunitario en el Ecuador, segundo la evaluación de experiencias económicas sociales y ambientales aplicadas en el turismo comunitario en el país y finalmente se elaboró un modelo de gestión que pueda ser aplicado en los CTC.

Existe otra tesis de grado llamada “Modelo de emprendimiento comunitario para el desarrollo socioeconómico de las mujeres del sector barrial “riveras del mar”, Anconcito 2014”. Este trabajo fue desarrollado por Bodero, (2015) en la Libertad provincia de Santa Elena. Ejecutado con la finalidad de asesorar el emprendimiento de manera técnica para la creación de empleos, de este modo

se diseñó un modelo de emprendimiento comunitario que contribuya al desarrollo socioeconómico de las mujeres del sector barrial “Riveras del Mar”. Para esto se trabajó en base a tres objetivos la determinación de los aspectos teóricos del emprendimiento comunitario. Además, el análisis de la situación socioeconómica de las mujeres del sector. Y se elaboró un modelo de emprendimiento comunitario que permita el desarrollo socioeconómico de la mujer del barrio “Riveras del Mar” de la parroquia Anconcito.

Otro trabajo de investigación importante es Modelo de gestión del turismo comunitario rural de la Fundación CODESPA (2011), e modelo es el resultado de más de cinco años de trabajo en la región andina y se enmarca en el proyecto “Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes”, intervención realizada directamente por Fundación CODESPA con el objetivo de que las comunidades indígenas generen recursos propios a partir del aprovechamiento de sus atractivos turísticos. Consta de cuatro fases, iniciando con la instalación y metodología de intervención, luego hace una selección del territorio y fortalece el tejido organizacional, en la tercer fase se realiza la consolidación y diseño de productos, finalmente se establece la consolidación desde la comercialización. A pesar de que este modelo no se encuentra directamente enfocado al emprendimiento, se destaca por ser un trabajo que ha sido aplicado y del cual se han obtenido resultados favorables en el desarrollo sostenible de las comunidades en tres países andinos como Ecuador, Perú y Bolivia.

De las tesis antes presentadas se puede analizar que en ambos casos se trabaja bajo un análisis de la situación o tema de estudio, que les permite identificar las problemáticas y factores a trabajar. Por otro lado el trabajo presentado por la fundación CODESPA presenta otras fases desde el punto de vista práctico y aplicativo, si bien todos los trabajos presentados se desarrollan en espacios y dimensiones diferentes todos buscan mejorar el nivel de vida de los habitantes, mediante la creación de modelos que les permiten a las comunidades desenvolverse en el ámbito turístico.

## **CAPITULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO**

La presente investigación tiene como propósito contribuir al desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto de la costa de Manabí, diseñando un modelo de emprendimiento comunitario que tuvo como criterio el desarrollo local. El tipo de investigación adoptada fue mixta basada en un enfoque descriptivo ya que permitió describir la situación del objeto de estudio y enfoque analítico porque se enfocó en la descomposición de un todo para determinar la naturaleza, causa y efecto del tema de estudio. Para la elaboración del modelo de emprendimiento turístico comunitario, se tomaron en consideración los 10 cantones de la zona costera de Manabí, los mismos que se encuentran vinculados por el turismo de sol y playa y en los cuales se busca diversificar la oferta a través del desarrollo del turismo comunitario. Para llevar a cabo el desarrollo metodológico se tomaron como referencia las siguientes investigaciones:

### **I: Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes Empresariales- González y Gálvez (2008).**

La propuesta de formulación del Modelo de Emprendimiento en Red –MER, intentó adaptar algunos pasos de modelos previstos para la creación de una empresa independiente o aislada al entorno de las redes empresariales, y se convirtió en una guía para este tipo de emprendedores. En la adaptación señalada se tuvieron en cuenta los resultados obtenidos en los estudios de prospectiva tecnológica e industrial, realizados por el Opticor<sup>1</sup> en los sectores del Cuero y Calzado, Confecciones y Metalmecánica en la ciudad de Cali.

### **II: Emprendimiento, una opción para el desarrollo - Duarte y Ruiz (2009).**

En este artículo, se presentaron algunas teorías y supuestos fundamentales para el desarrollo de una cultura emprendedora, como justificación para potenciar procesos creativos e innovadores, capaces de generar productividad y desarrollo a partir de la creación de nuevos entes económicos a nivel local, regional y nacional. El propósito fue incluir algunas bases teóricas claves para implementar un programa de emprendimiento.

### **III: Modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí- Chávez y Salvatierra (2018).**

El objetivo principal de la investigación fue diseñar un modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí, la cual es de tipo descriptivo- exploratoria. Para llevar a cabo lo propuesto se plantearon tres objetivos específicos: El primero estuvo direccionado al diagnóstico de la gestión en los emprendimientos rurales, mediante una ficha de caracterización para conocer la condición actual del área de estudio tanto en el ámbito demográfico como infraestructura y servicios básicos, además de realizar un análisis FODA y el inventario de los recursos naturales y culturales. El segundo objetivo se enfocó en el análisis de las potencialidades turísticas rurales mediante la aplicación de la matriz de potencialidades, el tercer objetivo se centró en la estructuración del modelo de gestión detallando, la misión, visión, estrategias, objetivos y actividades que se deben realizar para hacer efectiva la gestión dentro del área turística rural, las mismas que serán evaluadas y controladas por cada uno de los actores, para la mejora en la gestión de los emprendimientos rurales en la zona centro de Manabí.

### **IV: Emprendimientos de turismo rural en el cantón Pastaza (Ecuador): iniciativas y oportunidades- Ortega, Carrillo y Reyes (2018).**

Esta investigación se fundamentó en la sistematización de la oferta de turismo rural del cantón Pastaza, se basó en un diagnóstico del territorio que identifica servicios, recursos y atractivos turísticos disponibles, para lo cual se identificaron 6 emprendimientos comunitarios que ofertan servicios en torno al turismo rural, y un total de 30 atractivos turísticos dentro de las 14 parroquias que conforman el cantón, los cuales corresponden mayoritariamente a la jerarquía II; además se definió el perfil de la demanda que visita esta zona mediante la aplicación de encuestas en sitios estratégicos de la ciudad.

**Cuadro 3.1.** Metodologías para la elaboración de un modelo de emprendimiento turístico comunitario.

<b>González y Gálvez, 2008</b>	<b>Duarte y Ruiz, 2009.</b>	<b>Chávez y Salvatierra, 2018.</b>	<b>Ortega, Carrillo y Reyes, 2018.</b>
1. Conocimiento de las redes empresariales	1. Motivación y determinación	1. Diagnóstico situacional.	1. Diagnostico turístico del territorio.
2. Adquisición de la motivación e idea de negocio	2. Idea y mercado	2. Potencialidad turística rural.	2. Análisis de la situación actual del turismo en el territorio.
3. Validación de la idea	3. Recursos	3. Modelo de gestión de emprendimientos turísticos)	3. Análisis de servicios turísticos disponibles.
4. Definición de la escala de operación e identificación de los recursos necesarios	4. Habilidades		4. Inventario y jerarquización de emprendimientos de turismo rural.
5. Negociación del ingreso al mercado			5. Análisis de atractivos turísticos en el territorio.
6. Nacimiento o creación de la empresa			6. Perfil de la demanda turística
7. Supervivencia			

**Fuente:** Elaboración propia.

Se realizó un análisis comparativo de las metodologías propuestas por los autores antes mencionados, en una matriz de integración de criterios expuesta en el cuadro 3.02 con la finalidad de comparar las fases desarrolladas por los autores e identificar las más apropiadas para la presente investigación.

**Cuadro 3.2.** Matriz de integración de criterios.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	Total
<b>González y Gálvez, 2008</b>	X		X			X			X			X	X		X	7
<b>Duarte y Ruiz, 2009</b>			X			X			X	X						4
<b>Chávez y Salvatierra, 2018</b>		X		X			X									3
<b>Ortega, Carrillo y Reyes, 2018.</b>		X		X	X			X			X			X		6

**Fuente:** Elaboración propia.

Chávez y Salvatierra coincidieron con Ortega, Carrillo y Reyes en aplicar un diagnóstico situacional y en analizar la potencialidad turística de la zona, mientras que Gonzales y Gálvez coincidieron con Duarte y Ruiz en las fases de adquisición de motivación e idea de negocio, validación de idea y definición de recursos como actividades a realizar dentro del proceso metodológico.

### **Leyenda:**

Para la realización del análisis, fueron establecidas 15 fases detalladas en el siguiente cuadro:

**Cuadro 3.3. Leyenda de criterios**

<b>A</b> Conocimiento de las redes empresariales	<b>F</b> Validación de la idea	<b>K</b> Inventario y jerarquización de emprendimientos de turismo rural.
<b>B</b> Diagnóstico situacional.	<b>G</b> Modelo de gestión de emprendimientos turísticos)	<b>L</b> Negociación del ingreso al mercado.
<b>C</b> Adquisición de la motivación e idea de negocio	<b>H</b> Análisis de servicio turísticos disponibles	<b>M</b> Nacimiento o creación de la empresa
<b>D</b> Potencialidad turística rural	<b>I</b> Definición de la escala de operación e identificación de los recursos necesarios	<b>N</b> Perfil de la demanda turística
<b>E</b> Análisis de la situación actual del turismo en el territorio	<b>J</b> Habilidades	<b>O</b> Supervivencia

Fuente: Elaboración propia

### 3.1. METODOLOGÍA

A continuación, se muestra el diseño metodológico elaborado por el autor de la actual investigación, una vez que se han considerado no solo las propuestas o modelos planteados anteriormente, sino también las características de la zona de intervención en este caso la costa norte de la provincia de Manabí, así como la finalidad del modelo de emprendimiento turístico comunitario.

**Cuadro 3.4. Desarrollo metodológico**

#### METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO

FASES	ACTIVIDADES	HERRAMIENTAS
		INSTRUMENTOS
<b>FASE I</b> <b>DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LA COSTA DE MANABÍ</b>	a) Caracterización general del territorio desde lo socioeconómico, político y ambiental b) Análisis de la normativa y leyes que rigen el desarrollo de los emprendimientos turísticos. c) Identificación de los principales factores que afectan emprendimiento turístico comunitario en la zona.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación bibliográfica</li> <li>Análisis de documentos</li> <li>Ficha de caracterización</li> <li>Entrevistas a los actores del turismo en la zona.</li> </ul>
<b>FASE II</b> <b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	a) Análisis de la demanda turística-su segmentación. b) Análisis de la oferta-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Método descriptivo y observación científica,</li> </ul>

<b>EN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO</b>	potencialidades y limitaciones c) Análisis de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario de Encuestas, Entrevistas.</li> <li>• Matriz de potencialidades.</li> <li>• Matriz del perfil competitivo.</li> </ul>
<b>FASE III</b>		
<b>ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO COMUNITARIO-COSTA MANABÍ</b>	a) Determinación de puntos fuertes. b) Determinación de puntos débiles c) Posicionamiento estratégico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método analítico-sintético.</li> <li>• Matriz FODA</li> <li>• Análisis de los resultados estadísticos y trabajo de campo.</li> <li>• Análisis bibliográfico</li> </ul>
<b>FASE IV</b>		
<b>DISEÑO DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO</b>	a) Determinación de los componentes del subsistema emprendedor. b) Identificación de procesos e indicadores en emprendimiento c) Determinación de estrategias, elementos e indicadores que forman el modelo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación bibliográfica</li> <li>• Revisión de documentos</li> <li>• Esquematizar el modelo</li> <li>• Procesos del modelo</li> <li>• Matriz de programas y proyectos</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

El diseño metodológico tuvo como propósito diseñar un modelo de emprendimiento para el desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto- Costa de Manabí. Fue una investigación mixta basada en un enfoque descriptivo y analítico, consta de cuatro fases, cada una de ellas cuenta con sus respectivas actividades y herramientas (técnicas e instrumentos), las mismas que se desarrollarán de manera ordenada y secuencial.

## **DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL DE COSTA DE MANABÍ.**

Esta primera fase tuvo como objetivo evaluar la situación actual de la costa de Manabí. Para esto, se realizó una caracterización general del territorio desde lo socioeconómico, político y ambiental, a través de la utilización de herramientas como; investigación bibliográfica y ficha de caracterización, además se analizaron las normativa y leyes que rigen el desarrollo de los establecimientos turísticos, mediante el análisis de documentos oficiales. Además, se realizó la identificación de los principales factores que afectan el emprendimiento turístico en la zona, se aplicaron entrevistas que fueron dirigidas a los principales actores del turismo comunitario en los diferentes cantones de la costa de Manabí.

## **ESTUDIO DE MERCADO EN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.**

La segunda fase tuvo como objetivo estudiar los componentes que hacen parte del mercado en emprendimientos turísticos comunitarios, se realizó un análisis de la demanda turística y su segmentación, se trabajó bajo el método descriptivo y de observación científica, mediante la elaboración de un cuestionario de encuestas y aplicación de la mismas, dirigida a los turistas visitan la zona de estudio. Además se realizó el análisis de la oferta de potencialidades y limitaciones, que fue presentada a través de una matriz de potencialidades. Finalmente se analizó la competencia en cuanto los emprendimientos turísticos comunitarios del territorio, utilizando como herramienta la matriz de perfil competitivo.

## **ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURÍSTICO DE LA COSTA DE MANABÍ.**

La tercera fase tuvo como objetivo analizar el sector turístico de la zona de estudio relacionándolo con el desarrollo del turismo comunitario, a través del método analítico sintético, se aplicó como instrumento la matriz FODA, que sirvió para determinar los puntos fuertes y débiles, y permitió conocer el posicionamiento estratégico del sector, mediante el análisis de resultados estadísticos y de campo.

## **DISEÑO DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.**

En la cuarta y última fase se establecieron los diferentes requerimientos que permitieron diseñar un modelo de emprendimiento turístico comunitario. Se determinaron los componentes del subsistema emprendedor a través de la investigación bibliográfica y revisión de documentos, además se identificaron los procesos e indicadores en emprendimiento, utilizando procesos de modelo. Finalmente se determinaron las estrategias, elementos e indicadores que formaron parte del modelo, utilizará una en un matriz de programas y proyectos y la esquematización del modelo.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. FASE I.- DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COSTA DE MANABÍ

Se realiza un diagnóstico turístico situacional de la zona de estudio, con la finalidad de conocer la situación actual de los cantones de la costa de la provincia de Manabí, el mismo que es desarrollado bajo tres aspectos; político, socio-económico y ambiental todos vinculados al sector turístico del territorio.

#### 4.1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL TERRITORIO

La caracterización se lleva cabo con la finalidad de conocer los aspectos más importantes del territorio, es así que se elabora una ficha de caracterización, que permite la identificación de los datos más relevantes en el ámbito político, socioeconómico, y ambiental de la costa de Manabí.

Cuadro 04.01. Ficha de caracterización.

CARACTERIZACIÓN DE LA COSTA DE MANABÍ	
<i>Aspecto Político</i>	Extensión: <b>350 km</b> Cantones: <b>10 cantones</b> Mayor extensión: <b>Pedernales 1.932 km<sup>2</sup></b> Menor extensión: <b>Jaramijo 96.80 km<sup>2</sup></b> Ruta principal: <b>E15</b>
<i>Aspecto Socioeconómico</i>	Población: <b>900 mil habitantes</b> Analfabetismo: <b>10,2% del total de la población ecuatoriana</b> Actividades productivas: <b>Agricultura; Ganadería; Pesca, Turismo</b> Numero de MIPYME: <b>99.7%</b> Turismo: <b>289 establecimientos.</b> CTC: <b>(5) Agua Blanca, Salango, Las Tunas, Refugio de vida Silvestre Isla Corazón y El Pital</b>

*Aspecto Ambiental*Temperatura: **24 a 26 grados**Altitud: **0 - 800 msnm.**Áreas protegidas: **(4) Parque Nacional Machalilla; Reserva Ecológica Mache Chindul; Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragatas; y Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pachoche.**Problemas ambientales: **Contaminación del aire y playas.**

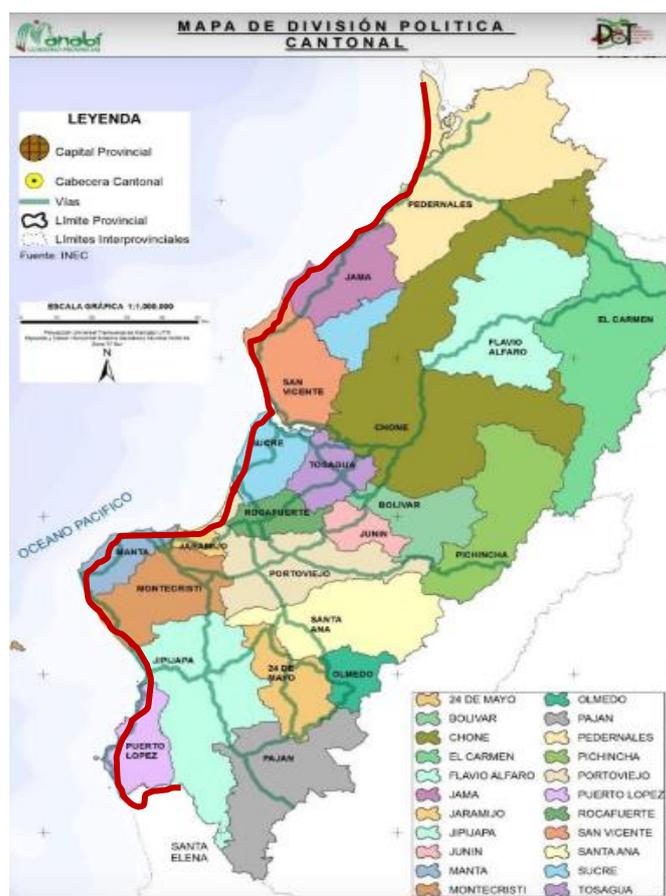
Fuente: Elaboración propia.

**ASPECTO POLÍTICO****División territorial**

La provincia de Manabí fue creada el 25 de junio de 1824, es una de las 24 provincias del Ecuador, se encuentra ubicada al noroccidente del país en la región Costa, limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas y al oeste con el Océano Pacífico (Gobierno Provincial de Manabí, 2019). Debido a sus 19.427,60 km<sup>2</sup>, representa el 7,36% del total del territorio ecuatoriano, Manabí se divide en 22 cantones y 53 parroquias rurales, cada uno con sus municipalidades y juntas parroquiales, la ciudad de Portoviejo es la capital provincial, y es donde se encuentran las diferentes instituciones públicas provinciales como la Gobernación y Prefectura de Manabí. De acuerdo con el PDOT Manabí, (Plan de Ordenamiento Territorial de Manabí, 2017) su territorio se divide en tres zonas y seis microrregiones distribuidas así por sus características y particularidades.

La zona norte con la microrregión Oriental con los cantones El Carmen, Flavio Alfaro y Chone. Y la microrregión Costa Norte con los cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre. La zona centro con la microrregión Centro Norte donde se encuentran los cantones Pichincha Tosagua Junín, Bolívar y Rocafuerte. La microrregión Metropolitana con los cantones Manta, Montecristi, Jaramijó y Portoviejo. La zona sur dividida en microrregión Centro Sur donde se ubican los cantones Santa Ana, 24 de Mayo y Olmedo. Y la microrregión Sur con los cantones Jipijapa, Paján y Puerto López.

Manabí posee una extensa línea costera con una extensión de 350 km, que representa el 32% del total del perfil costanero del Ecuador. El litoral Manabita bordea los cantones; Pedernales, Jama, San Vicente, Sucre, Manta, Portoviejo, Jaramijo, Montecristi, Jipijapa y Puerto López, (PDOT Manabí, 2017). EL cantón Pedernales ubicado en el norte de la provincia, es el cantón de mayor extensión de la costa manabita con 1.932 km<sup>2</sup>, dividido por 4 parroquias; Pedernales, 10 de Agosto, Atahualpa y Cojimíes (Gobierno Provincial de Manabí, 2016). Otro de los cantones con mayor extensión es el cantón Jipijapa con 1420 km<sup>2</sup>, ubicado en la zona sur de la provincia posee 10 parroquias divididas en 3 parroquias urbanas y 7 rurales (PDOT, Jipijapa 2015). Mientras que Jaramijó posee menor extensión con tan solo 96.80 km<sup>2</sup>, localizado en el centro del litoral manabita (Gobierno Autónomo Descentralizado de Jaramijó, 2019).



**Figura.04.01** Mapa Político de la Zona Costera De Manabí

Fuente: PDOT Manabí, (2017)

## **Infraestructura**

El litoral manabita es atravesado por una red vial arterial de nivel nacional, la E-15 o también conocido como la ruta del Spondylus que inicia en la provincia de Santa Elena y recorre Manabí de sur a norte, pasando por Puerto López, Puerto Cayo, Manta, Rocafuerte, Bahía de Caráquez, San Vicente, Jama y Pedernales. Esta red vial conecta con la transversal central (E30) que se enlaza con Portoviejo y con Latacunga, al sur de Manta el trayecto de la Troncal del Pacífico (E15) atraviesa por las playas de Puerto Cayo y Puerto López. El sistema vial de la provincia mejoró durante los últimos 15 años, se crearon y mejoraron diferentes vías que le permitieron los habitantes de Manabí contar con carreteras principales en óptimo estado.

Sin embargo, después del terremoto del 16 A, que dejó alrededor de 663 muertos y muchos daños en la infraestructura; alrededor de 7 puentes fueron afectados, las redes viales de la provincia de Manabí y Esmeraldas sufrieron afectaciones en 297 km, presentando hundimientos, grietas, pérdida de estructura vial, desprendimiento de las cunetas. En la zona costera manabita los tramos afectados fueron; Vía Portoviejo-Cruz Verde-Crucita, Vía Pedernales-Chamanga, Vía Pedernales-Cojimíes, Vía Pedernales-San Vicente, Puente Los Caras, entre otros, sumando un aproximado de 8 zonas y tramos afectados a nivel costa Manabí, (Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva, 2017). Todos estos daños perjudicaron la conectividad sobre todo en la costa norte de la provincia, zona donde se encuentra el cantón Pedernales epicentro del pasado sismo.

El Gobierno Nacional expedido 6 decretos de emergencia para atender la situación en Manabí, creó el Comité de la Reconstrucción encargado de velar por la reconstrucción de obras por el terremoto 2016, se tenían como proyectos la rehabilitación y mejoramiento de vías como la vía Montecristi - Jipijapa - La Cadena, rehabilitación de la vía Manta-San Mateo, construcción del acceso a la ciudad de Bahía de Caráquez, entre otras (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2018). Luego de tres años transcurridos el proceso de reconstrucción se ha visto estancado por presuntas irregularidades y anomalías como tráfico

de influencias, peculado, obras con incremento de costo, inadecuado estudio técnico de las carreteras entre otros. Es así que existen obras inconclusas como la carretera de acceso a Bahía de Caráquez y otras sin iniciar como el Hospital de Chone, Bahía de Caráquez y Pedernales, (El Telégrafo, 2019).

Si bien Manabí es una de las provincias más grandes del país y posee gran parte de la línea costera del Ecuador, existen aspectos políticos negativos como la inadecuada infraestructura; escuelas, vías, hospitales, entre otros. Que perjudican el nivel de vida de los habitantes impidiendo su desarrollo social y económico, debido la inadecuada gobernanza y falta de coordinación entre entidades públicas. Manabí y su zona costera poseen un alto potencial turístico que hasta la actualidad se ve limitado por la falta infraestructura turística, accesibilidad y conectividad. Es importante considerar que el turismo es una herramienta que aporta a mejorar el nivel de vida de los pueblos, pero para que esta pueda ejecutarse con efectividad se necesita una adecuada superestructura e infraestructura que permita potenciar los recursos turísticos en territorio.

## **ASPECTO SOCIOECONÓMICO**

### **Demografía**

Manabí cuenta con una población aproximada de 1'400.000 habitantes, esta cifra la convierte en la tercera población más numerosa del país (Revista de Manabí, 2016). La zona costera de Manabí conformada por 10 cantones posee una población aproximada de 900 mil habitantes, Portoviejo es el cantón más poblado con 280.000 habitantes los cuales se encuentran distribuidos en sus 6 parroquias, SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo 2014). A su vez Manta es el segundo cantón más habitado con una población aproximada de 247.463 de acuerdo con el (PDOT Manta, 2019). Mientras que Jaramijó es el cantón menos poblado, cuenta con 18.500 habitantes (SENPLADES, 2014). Puerto López cuenta con 20.451 habitantes, según datos del PDOT Puerto López (2015), lo que lo convierte en el segundo cantón menos poblado de la costa de Manabí.

De acuerdo con el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010) los habitantes en su mayoría se concentran en edades jóvenes, el promedio es 28 años, un 50,3% son de sexo masculino y un 49,7% femenino, la población se considera mestiza, aunque existe presencia de otros grupos étnicos como montubio y cholo manabita. El nivel de analfabetismo, es de un 10,2% del total de la población ecuatoriana, lo que hace que Manabí sea una de las provincias con mayor índice de analfabetismo del Ecuador. Pedernales presenta el mayor porcentaje de analfabetismo de la zona costera con el 17,1% del total de la provincia. El nivel de pobreza de la provincia representa el 12,1 % del país, pese a esto la tasa de natalidad de la provincia es una de las más altas, la población en su mayoría se ubica en las zonas rurales de la provincia, y es ahí donde se da el mayor déficit de cubrimiento de servicios básicos.

### **Cobertura de servicios básicos**

Entre los principales servicios básicos que carecen las comunidades rurales son abastecimiento de agua potable, alcantarillado, recolección de desechos sólidos entre otros, (INEC, 2010). Manabí registra una de las tasas más elevadas de emigración y las provincias que reciben sus emigrantes son principalmente Guayas y Pichincha, donde existe gran presencia de manabitas, (Gobierno Provincial de Manabí ,2019). Sin embargo, esto contrasta con los datos del INEC, (2016), que presenta a Manabí como una de las 5 provincias donde se concentran el mayor número de empresas, ocupando el 8,0% a nivel nacional antecedida por Guayas y Pichincha. Según la información presentada por el Observatorio de la PyME (Pequeñas y Medianas Empresas), el PIB provincial es \$ 5.613.533.000, y el PIB per cápita: \$ 4.098.

### **Actividades productivas**

Las principales actividades económicas son: la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con el 33.1%, el comercio 18,0%, industrias manufactureras 8,8%, INEC (citado por SENPLADES, 2014). El 99.7% de los establecimientos Manabí son MIPYME (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas), de estas las microempresas representan el 94%, las pequeñas un 5% y las medianas un 1%. Las empresas ubicadas en Manabí se encuentran en su mayoría en los cantones Portoviejo y Manta, las empresas se concentran principalmente en el

sector de comercio, seguido por la industria manufacturera, la agricultura ganadería y pesca. Las grandes empresas en su mayoría son de industria manufacturera, mientras que las MIPYME se dedican al comercio y prestación de servicios (Observatorio de la PyME, 2010).

De acuerdo con el censo del (INEC, 2010) el 26,4% de la PEA (Población Económicamente Activa), trabaja por su propia cuenta y un 24,6% son empleados privados. En la costa de la provincia y de acorde con su ubicación este territorio se caracteriza por ser una zona donde se realizan actividades productivas relacionadas con la pesca, agricultura, y turismo. La pesca aporta el 7% al PIB nacional, cifra que prueba el alto potencial pesquero, desde el año 2000, las empacadoras de atún y mariscos generan cerca de 30.000 plazas de trabajo de estas el 70% de la capacidad de producción nacional está en Manabí, (El Telégrafo, 2016).

En la costa norte, se debe mencionar la producción camaronesa en los cantones Jama, Sucre, San Vicente y Pedernales, ya que esta industria genera importantes aportes económicos en la zona norte. En el centro de la costa manabita resalta la ciudad de Manta, la misma que posee la industria atunera más importante del país y emplea alrededor de 12.000 personas, solo en este cantón existen más de 300 embarcaciones industriales que junto con los barcos camarones hacen de Manta el cantón con la mayor flota pesquera del Ecuador (El Telégrafo, 2016). En la zona sur, prevalecen actividades productivas como la agricultura se puede mencionar al cantón Jipijapa, conocido a nivel nacional como la “Sultana del Café”, ya que ha sido uno de los lugares preponderantes donde se ha cultivado este producto desde 1860.

Cabe mencionar que Manabí aporta con el 43% del café a nivel nacional según la APRIM (Agencia de Promoción Regional de Inversiones de Manabí, 2019). Además de su alto nivel dentro de la producción y comercialización de otros productos agrícolas como el maíz, arroz entre otros. Estos productos son trasladados en su mayoría a las diferentes provincias del país para su venta. Sin embargo Manabí no solo es producción pesquera, agrícola y manufacturera posee muchos atractivos turísticos conocidos a nivel nacional e internacional, sobre todo en la zona costera debido a sus 350 km de playa.

## **Turismo**

Manabí es una de las provincias más visitadas por los turistas según datos del MINTUR (Ministerio de Turismo, 2018) en la costa de la provincia las pernoctaciones suman 5'860.682 millones de turistas por noche, tomando en cuenta el turismo interno la mayoría de los visitantes provienen de la provincia de Pichincha y Guayas. En Manabí se encuentran oficialmente registrados 305 establecimientos de hospedaje, en los cantones del litoral manabita existen; 59 hoteles, 54 hosterías, 161 hostales, 11 casa de huéspedes, 4 campamentos turísticos sumando un total de 289 establecimientos, (MINTUR, 2018). Dentro de la costa manabita los sitios más destacados turísticamente son; en la zona norte: Bahía de Caráquez, San Vicente, Cojimíes, Pedernales, Jama, El Matal, Canoa, Briceño.

En la zona centro sur: Puerto Cayo, San Clemente, Crucita, playa el Murciélagos, Santa Marianita, San Lorenzo, Machalilla, Los Frailes, Puerto López, Salango y Ayampe. La playa más visitada es Los Frailes, ubicada en el cantón Puerto López, esto se debe a que es una de las pocas en el país que posee arena blanca y también a que se encuentre ubicada dentro del Parque Nacional Machalilla una de las áreas protegidas más importantes del Ecuador. Se debe destacar el desarrollo urbanístico de Manta y que cuente con uno de los puertos más importantes del país, lo que ha permitido la llegada de grandes cruceros turísticos que dinamizan la actividad turística en la zona según cita El Telégrafo (2016), en ese año arribó al puerto de Manta el crucero Zaandam que trajo a bordo a 904 turistas, sumándose a este el arribó del Silver Explorer con 155 pasajeros, la llegada de estos barcos dio inicio a la temporada del turismo de trasatlánticos en Manabí 2016-2017.

Hasta el 2017 llegaron 6.100 personas a bordo de tres barcos, el puerto de Manta posee todas las facilidades necesarias para la llegada de los cruceros y capacidad suficiente de 400 metros por muelle, con un área de delantal de 9

mil m<sup>2</sup>, para recibir a 2 cruceros al mismo tiempo, dichas condiciones son óptimas para la llegada de las embarcaciones durante el año, (Autoridad Portuaria de Manta, 2017). En cuanto al turismo comunitario en la zona costera de Manabí, se encuentran activos cinco emprendimientos comunitarios, la mayoría de estos se ubican en la zona sur de la provincia, sobre todo en el cantón Puerto López, es así que se destacan comunidades como Agua Blanca; Salango; Las tunas y El Pital. En la zona centro no resalta algún tipo de centro turístico comunitario relevante y reconocido por la FEPTCE, mientras que en la zona norte únicamente destaca la existencia del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón situado en la comuna Portovelo del cantón San Vicente.

Por lo tanto se puede evidenciar que a pesar de que el territorio cuente con gran número de atributos turísticos, el turismo comunitario en la provincia aún no se ha visto desarrollo de manera eficiente como herramienta sostenible para las comunidades de la zona. El turismo es una actividad que debe ser impulsada aprovechando todos los recursos turísticos que posee la costa de la provincia, si bien en la parte litoral de la provincia existen ciudades con un nivel aceptable de facilidades turísticas, hay otras que tienen mucho potencial y sin embargo se encuentran olvidadas, es por eso que se debe potenciar turísticamente la parte rural de la zona costera, sin dejar de lado la importancia de otras actividades productivas como la agricultura y pesca que son parte fundamental del desarrollo económico provincial.

Todas las actividades productivas en el territorio costero son importantes y se deben impulsar a su crecimiento de esta manera se frenaría la emigración de los pobladores rurales a otras ciudades del país y permitiría mejorar la calidad de vida de los habitantes de una de las provincias más pobladas del Ecuador.

## **ASPECTO AMBIENTAL**

### **Clima**

La provincia de Manabí al estar ubicada en la costa ecuatoriana posee escasas elevaciones, su altura va desde el nivel del mar hasta los 800 m. en la Cordillera Central de la Costa. El clima en la provincia varía entre seco a tropical húmedo, las temperaturas cambian según la temporada por la llegada

de las corrientes del Niño y la de Humboldt, existen dos sub zonas climáticas la cálida a fresca seca desde Manta hasta la isla Puná, y la cálida húmeda en el interior de la costa llegando hasta la Cordillera Occidental, la temperatura promedio en todo el territorio manabita es de 24 a 26 grados centígrados. Las precipitaciones oscilan entre los 400mm/año y alcanzan los 2500 mm/año la temporada lluviosa se da en los meses que van de enero a abril, (PDOT Manabí, 2017).

### **Recursos hídricos**

En Manabí se han identifica 22 cuencas hidrográficas, el río Chone y el río Portoviejo son las redes fluviales más relevantes de la provincia. Las cuencas hidrográficas se encuentran divididas en cuencas: del Norte; de la Zona Central; Zona Suroeste; Orientales; del Sur. En la franja costera manabita existen varios accidentes geográficos como la península de Cojimíes, los cabos Pasado, San Mateo y San Lorenzo; las bahías de Caráquez y de Manta; las ensenadas: Jama, Crucita, Puerto Cayo o Machalilla. Cerca de la costa de Puerto Cayo se encuentra la Isla de la Plata con una superficie de 14 km<sup>2</sup>. el cantón Pedernales también posee una isla llamada Cojimíes conocida por su alto nivel de flora y fauna. (PDOT Manabí, 2015).

### **Tipos de ecosistemas**

Entre los ecosistemas existentes en la provincia encontramos: Matorral desértico Tropical; Monte espinoso tropical; Bosque muy seco tropical ; Bosque seco tropical; Bosque Húmedo tropical; Bosque seco premontano; Manglares y humedales. Muchos de estos ecosistemas se han visto amenazados por el deterioro, sobreexplotación de recursos naturales, contaminación entre otros que sin duda alguna advierte con destruir la gran variedad de flora y fauna manabita. De acuerdo con el (PDOT Manabí, 2015), el Patrimonio Nacional de Áreas Naturales del Estado (PANE), reconoce 4 áreas naturales en Manabí: Parque Nacional Machalilla; La reserva Ecológica Mache Chindul; Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragatas; y el Refugio de Vida Silvestre Marino Costero Pacoche.

## **Áreas protegidas**

En la zona costera manabita se encuentra el Parque Nacional Machalilla, esta es una de las primeras áreas protegidas del país desde 1979, tiene una superficie de 41754 hectáreas terrestres y 14430 hectáreas marinas, posee ecosistemas de bosque seco y semis secos, y ambiente marino costero de la zona sur de la provincia, dentro de esta área se localizan los islotes Salango, Horno de Pan, El Sombrerito y la Isla de la Plata. Además del importante valor ambiental, en este parque se encuentran piezas que son patrimonio arqueológico prehispánico de la cultura Manteño Huancavilca, MAE (Ministerio del Ambiente, 2015).

En la costa de Manabí, podemos encontrar diferentes ecosistemas y tipos de suelo desde tierras muy áridas hasta muy fértiles, existen diferentes características climáticas, pero por lo general el clima es cálido tropical, posee importantes recursos naturales a lo largo del borde costero desde la costa sur podemos encontrar islotes, la playa los Frailes, la llegada de ballenas a Puerto López, el Parque Machalilla con todas sus especies naturales. Acercándose al norte encontramos el Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragata, entre los cantones San Vicente y Sucre, además la reserva Biológica Punta Gorda donde se puede observar diferentes especies de flora y fauna, en Pedernales se encuentra la isla de Cojimés y la importante presencia de bosques húmedos y secos en toda la extensión costera.

## **Problemas ambientales**

En el perfil costero de la provincia existen diferentes problemas ambientales como la contaminación de las fuentes hídricas y destrucción de remanentes de bosques en Mache Chindul, (PDOT Manabí, 2017), además el Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragata sufrió alteraciones en su ecosistema luego del terremoto del 16 A, (Negrete, 2018). Otro aspecto negativo que afecta el ambiente son los malos olores y contaminación ambiental en el cantón Manta, debido a la presencia de industrias pesqueras que emanan malos olores y contaminan esteros y ríos como el río Muerto en Montecristi, con la descarga anti técnica de aguas servidas, además el colapso de alcantarillas por el

crecimiento poblacional y lluvias (Revista de Manabí, 2017). Sin duda alguna la contaminación de playas, esteros y ríos a en la zona costera es evidente y se da en muchos casos por la falta de educación ambiental de los habitantes.

La zona costera de Manabí, cuenta con innumerables recursos naturales que se encuentran amenazados por los diferentes problemas ambientales que se presentan a lo largo del territorio, sin duda el aspecto ambiental es muy importante para el desarrollo del turismo en la zona ya que es una de los principales motivaciones para los turistas, pero problemas como la contaminación del aire en Manta que a pesar de los años transcurridos no se logra erradicar, limita la captación de un mayor número de visitantes. En la zona costera las playas se ven afectadas por la presencia de basura en los mares lo que afecta directamente a la destrucción del ecosistema marino, y el deterioro paisajístico de los diferentes sitios turístico, es por eso que es importante fomentar una cultura ambientalista no solo en los pobladores sino también en las personas que visitan los sitios para así cuidar este recurso.

#### **4.1.2. ANÁLISIS DE LA NORMATIVA Y LEYES QUE RIGEN EL DESARROLLO DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.**

A continuación se presentan las diferentes normativas y leyes que rigen el desarrollo de los emprendimientos turísticos en el Ecuador, a través del análisis se busca demostrar la relación que existe entre cada una de ella y su cumplimiento. Se analizan un total ocho leyes tomando en cuenta los artículos más relevantes, en primera instancia se presenta la Constitución Nacional del Ecuador y a partir de esta se estudian las leyes y normativas que rigen a la creación y funcionamiento de emprendimientos en el sector turístico sobre todo en las comunidades, además se analizan otras leyes que abarcan de manera más amplia la creación de emprendimientos en el Ecuador.

**Cuadro 04.02.** Normativas que rigen el emprendimiento turístico.

<b>NOMBRE NORMA</b>	<b>TIPO DE NORMA</b>	<b>ARTÍCULOS</b>
Constitución de la Republica	Ley	Art.57-283
COOTAD	Ley Orgánica	Art. 54.

Ley de Turismo 2002	Ley	Art. 5 - 8-12.
Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas	Decreto	Art. 3-8
Reglamento de Centros Turísticos Comunitarios 2010	Acuerdo ministerial	Art. 5
Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios 2010	Acuerdo ministerial	Art. 2-3-4
Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria 2011	Ley orgánica	Art. 16-17
Ley de Fomento Productivo	Ley orgánica	Art. 36

**Fuente:** Elaboración Propia

Para llevar a cabo un adecuado análisis de las normativas que rigen el emprendimiento turístico en el Ecuador, es importante empezar tomando en cuenta la Carta Magna del país considerada la máxima ley del territorio. La Constitución de la República señala en el art. 57 reconoce y garantiza a las comunas, comunidades pueblos y nacionalidades indígenas, y señala que estas deben conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y entorno ambiental, además menciona que el estado establecerá programas con la participación de las comunidades para asegurar la conservación y utilización sustentable de los recursos. Además señala en el art. 283 que la economía popular y solidaria se regulara de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativos asociativos y comunitarios.

Estos apartados de la Constitución son los más relevantes en cuanto al desarrollo de actividades en las comunidades, los mismos que en su conjunto dan valor a las comunidades y les permiten ser parte importante del manejo de sus recursos, es por eso que varias comunidades de la Amazonía presentan iniciativas empresariales como Kapawi en Pastaza las cuales se desarrollan a través de participación comunitaria. A partir de este documento, en el estado se desprenden otras leyes que rigen el emprendimiento turístico en el país. La actividad turística demanda una enorme responsabilidad en el uso del territorio, es por eso que los GADs se ven comprometidos a impulsar y crear ordenanzas que buscan regular, planificar y fomentar la actividad turística de la localidad.

Respaldados por La Constitución de la República del Ecuador, específicamente en el Art. 264, las 14 competencias municipales y en el Art. 276, del Régimen de Desarrollo. Es necesario analizar el Código Orgánico de Organización Territorial COOTAD (2010), que señala como funciones de los gobiernos en el Art. 54 literal g) "regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo". El Consejo Nacional de Competencias reguló las facultades y atribuciones de los gobiernos municipales, provinciales y parroquiales, respecto al desarrollo de actividades turísticas. A los GADs provinciales les corresponde fomentar las actividades productivas y agropecuarias, de su circunscripción territorial, en coordinación con los demás GADs, a los GADs parroquiales rurales se les otorga el deber de fomentar la inversión y el desarrollo de la economía popular y solidaria, en áreas productivas como la agricultura y turismo, en coordinación con los demás.

Por su parte a los GADs municipales les compete regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística a nivel cantonal en colaboración con los demás GADs, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo, CNC (Consejo Nacional de Competencias, 2017). El COOTAD existe para otorgar competencias específicas a los GAD, y busca que los estos trabajen de manera conjunta, pero la realidad en territorio es otra ya que cada gobierno mantiene sus ideales políticos lo que en muchos casos impide un trabajo coordinado como establece el COOTAD. Los GADs municipales tienen dentro de sus competencias fomentar la creación de empresas comunitarias, pero no crean ordenanzas o incentivos que favorezcan directamente a cumplir con este objetivo, por lo que el nivel de emprendimientos comunitarios es muy bajo y débil.

Existen ordenanzas municipales que no son seguidas al pie de la letra por los establecimientos y estos llegan a funcionar sin la adecuación óptima de sus instalaciones que les permita brindar un servicio turístico de calidad, (Pionze,

2019). Tomando como referencia la ordenanza de creación de tasas en el cantón Portoviejo, se puede constatar que; la tasa anual para locales turísticos varía según su categoría por ejemplo, un hotel de lujo paga alrededor de \$16 por habitación, mientras que uno de cuarta categoría \$ 3,89. Para los establecimientos de alimentos y bebidas el pago se calcula de acuerdo al número de mesas un restaurante de lujo paga el valor de \$13,37 por mesa y uno de cuarta \$4,72, las agencias de viajes deben pagar \$425. Además, el pago del uno por mil de los activos y otros requisitos como; copia de nombramiento del representante legal, plan de contingencia, permiso de cuerpo de bomberos, contrato anual de arriendo, registro por parte del Ministerio de Turismo, certificado de capacitación por parte de la Dirección de Turismo, entre otros. (GAD Portoviejo, 2015).

Cabe mencionar que las ordenanzas entre municipalidades varían, el trámite burocrático es extenso y lento en algunos casos esto limita la creación de nuevos emprendimientos turísticos, se debe de agilizar este proceso para que sea mucho más sencillo. Todas estas problemáticas desencadenan a que se dé la informalidad en el área de alimentos y bebidas, es así que en algunos cantones manabitas existen restaurantes improvisados y carretillas de comidas en cualquier ubicación generando el desorden público y contaminación visual. Los gobiernos cantonales deben de preocuparse por crear ordenanzas de acorde con sus funciones y hacer que estas se cumplan con el fin de facilitar el ordenamiento territorial y un óptimo desarrollo del sector turístico cantonal.

Además del COOTAD, es importante considerar las leyes y normativas que rigen el desarrollo de los establecimientos turísticos en el país, la ley Turismo del Ecuador 2002, tiene como función establecer el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del estado, las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. En el art.5 de esta ley se reconoce como actividad turística, el alojamiento, servicio de alimentos y bebidas; operación, intermediación, casinos, por lo que al iniciar la creación de un establecimiento se debe tener claro qué tipo de actividad turística se va dedicar. El art.8 de la misma indica que para la ejecución de actividades turísticas es necesario obtener el registro de turismo y

la licencia anual de funcionamiento, que garantice el cumplimiento de normas técnicas y de calidad, (MINTUR, 2002).

El registro de turismo se realiza previo a la ejecución de la actividad y por una sola vez, básicamente es una inscripción por parte del prestador de servicio turístico, donde se reconoce como persona natural o jurídica, dicho proceso se realiza en el Ministerio de Turismo y se debe de cumplir con los requerimientos de acuerdo al tipo de actividad, además dicha entidad clasificara y categorizara el establecimiento según sus características. Mientras que la licencia será el permiso anual que será otorgado para su libre funcionamiento ya sea por los municipios o consejos provinciales que tengan la facultad conceder licencia a los establecimientos. Los aspectos positivos que otorga esta licencia permiten: acceder beneficios tributarios; dar publicidad a su categoría; no tener que sujetarse a otro tipo de licencias, sin embargo, no excluye a las licencias ambientales obligatorias en muchos casos.

La Ley de Turismo es necesaria para regular la ejecución correcta de las diferentes actividades turísticas, sin embargo, no todos los prestadores de servicios conocen sobre ellas, es decir existe desinformación y falta de interés por parte de las empresas turísticas en el correcto seguimiento de todas las leyes y ordenanzas. El Ministerio de Turismo establece diferentes categorías dentro de la actividad y una serie de requisitos para registrarse sin duda alguna muchos de estos que son necesarios para un adecuado funcionamiento, pero existen otros que imposibilitan la legalización de los establecimientos. Existen establecimientos que usan una categoría que según el cumplimiento de indicadores técnicos no les corresponde, (Pionze, 2019). Esto puede dar a notar el evidente desorden y falta de coordinación municipios-ministerio, se debe incentivar al cumplimiento de estas políticas públicas que regulen la actividad, evitando la informalidad y mal uso de categorías.

Es necesario analizar el Reglamento especial de turismo en Áreas Naturales Protegidas del MINTUR (2016) debido a que por lo general las comunidades se encuentran dentro de áreas naturales protegidas por el estado, es así que el art.3 menciona las políticas nacionales para las actividades turísticas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE (PANE). Entre las cuales se

destaca como debe ser maneja la promoción según la categoría del territorio, estipula que la educación ambiental debe ser propinada a la comunidad como

Condiciones Basicas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejercer la actividad de acuerdo a las directrices de los Planes de Manejo               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Respetar la capacidad admisible de visitantes en el área protegida</li> </ul> </li> <li>• Contar con un enfoque de educación ambiental, conservación y sostenibilidad.</li> <li>• En el caso de operación turística, se deberá contar con el acompañamiento de guías debidamente autorizados.</li> <li>• Actividades turísticas que generen impactos ambientales, deberá regularizarse mediante el Sistema Unico de Información Ambiental SUIA</li> </ul>

instrumento de gestión importante para la gestión turística, asegura además la participación en los benéficos sociales, económicos del turismo, se deja claro que los recursos naturales deben ser conservados y se debe minimizar los impactos negativos resultantes de la actividad turística. En el art. 8 se plantean las condiciones básicas para el ejercicio de diferentes actividades turísticas:

**Figura. 04.02.** Condiciones Básicas para el ejercicio actividades turísticas en PANE.  
Fuente: Elaboración propia, a partir de (MINTUR, 2016)

De esta forma quedan claro las condiciones necesarias para la ejecución de emprendimientos en las comunidades que se encuentren asentadas en el PANE, necesarias para garantizar el buen uso y conservación del medio ambiente. De acuerdo con el trabajo de campo, existen comunidades establecidas dentro de las áreas protegidas las cuales están conscientes de haber recibido charlas de educación ambiental por parte del MAE, pero estas no siempre van en función al buen uso de los recursos para la ejecución de la actividad turística, únicamente se enmarca desde el punto ambiental sin tomar en cuenta sostenibilidad local, por lo tanto se hace necesario que se utilicen mecanismos que permitan guiar a las comunidades a desarrollarse a través de estrategias sustentables.

Con respecto a la prestación de servicio turísticos en las comunidades, el art. 12 de la ley de Turismo establece que; estas recibirán del Ministerio de Turismo todas las facilidades para el desarrollo de actividades turísticas, las que tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios es decir delimitan su ejecución dentro de la comunidad y establece que estas se

sujetarán a lo dispuesto en ésta ley y a los reglamentos respectivos (MINTUR, 2002). Es aquí donde debe existir la unión estratégica entre el MAE y el MINTUR que permita a ambas instituciones trabajar en conjunto por el turismo sostenible. Para el desarrollo de la actividad turística en las comunidades, existe también el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios del año 2010, que tiene como objetivo normar el ejercicio turístico, este documento establece que los CTC (Centros de Turismo Comunitario), pueden realizar actividades relacionadas con el alojamiento; alimentos y bebidas; transportación turística; operación; organización de eventos; congresos y convenciones.

También delimita su ejecución dentro del territorio de las comunidades, y señala que los CTC deben velar por el interés común, revalorizar su identidad y asegurar el uso sostenible de los recursos naturales y culturales, haciendo del turismo una actividad de desarrollo local que permita el intercambio cultural entre la comunidad anfitriona y el visitante a través de la prestación de servicios. De acuerdo con este reglamento los CTC deben constituirse como personas jurídicas para iniciar su actividad en el sector turístico. Además, señala en el Art. 5 que la gestión de la actividad turística en el territorio estará a cargo de la comunidad, pero dado el caso en el que existan empresas turísticas privadas dentro de la comunidad no involucradas con el centro comunitario, están deben respetar y acatar las normas comunitarias relacionadas con el uso de los atractivos turísticos de la comunidad, (MINTUR, 2010).

Cabe mencionar que las comunidades están en derecho de prestar los servicios de manera directa con el turista, por lo tanto podrán ellos ser quienes ofrezcan y comercialicen sus productos turísticos. En el momento en el que una comunidad quiere formarse como Centro de Turismo Comunitario, debe cumplir con una serie de requisitos y documentos para su legal funcionamiento:

<b>REQUISITOS</b>	Documento que compruebe la personalidad jurídica de la comunidad.
	Nombramiento que acredite la representación de la petición.
	Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo.
	Documentos de responsables de servicios a prestarse por la comunidad capacitados profesionalmente en turismo, estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
	Pago del valor de registro establecido por el MINTUR.
	Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, con objetivo a la prestación de servicios turísticos
	Informe técnico que justifique la calidad comunitaria del emprendimiento presentado por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

**Figura 04.03.** Requisitos para el funcionamiento de centros de turismo comunitarios.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de (MINTUR, 2010)

El Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios 2010, es mucho más específico ya que detalla los diferentes estándares para el registro, por ejemplo, sobre las instalaciones las cuales deben estar construidas sin causar distorsión visual, es decir con materiales de la zona sin utilizar especies en extinción. Además, señala como debe estar establecida la señalización en el área, se hace necesario que todas los CTC cuenten con áreas de uso común y otras indicaciones de ambientación, decoración, mobiliario, cultura y las condiciones básicas para las habitaciones de alojamiento (MINTUR,2010). Una vez la comunidad reúna toda esta serie de requisitos debe llevar la solicitud al Ministerio de Turismo y esperar hasta que dicha institución otorgue una fecha para la inspección a la comunidad con la finalidad de verificar que todos los parámetros sean los adecuados para su funcionamiento.

Luego de este proceso se concede un certificado del registro, que se entregara antes del pago uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la tarifa de registro por un valor de 80 dólares. Por lo tanto, que para una comunidad pueda ejercer como centro de turismo comunitario debe obtener su respectivo certificado de registro y licencia de funcionamiento anual, para que este

reconocida y legalizada como actividad turística del Ecuador. Dentro de la comunidad los guías nativos, con licencia otorgada son quienes podrán dirigir a los grupos de turistas que llegan a la comunidad, para ser guías nativos deben cumplir con un proceso de acreditación, deben certificar que son residentes por al menos 3 años, pagar una tasa para la obtención de la credencial, necesitan tener un título de bachiller y haber aprobado el curso de capacitación, (MINTUR, 2019).

Si bien el Ministerio de Turismo es el encargado de prestar la capacitación para los nuevos guías, estas no son permanentes debido a que se realizan una vez al año, aunque cabe mencionar que existen capacitaciones online más frecuentes, pero ciertamente las comunidades no están informadas. Un aspecto importante que dificulta el cumplimiento de las normativas en los centros comunitarios es el requisito de título de bachiller que se exige a los guías locales, ya que en muchas comunidades existen personas con altos conocimientos ancestrales y con experiencia en guianza, pero no puedan obtener su licencia porque no poseen todos los niveles de educación necesarios para ser guías legalmente reconocidos por el Ministerio de Turismo.

Existen otras leyes que rigen la creación emprendimientos turísticos como la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) creada en el 2011, la misma que en el art. 16, estipula que la estructura interna de las organizaciones del sector comunitario, que debe ser establecida de acuerdo a las costumbres, prácticas y necesidades basadas en un modelo de desarrollo económico, es decir da la potestad a las comunidades de tomar las decisiones de organización interna. En el art. 17 menciona como debe estar establecido el fondo social el cuál debe ser social variable y constituido con los aportes de sus miembros, en numerario, trabajo o bienes, evaluados por su máximo autoridad de gobierno, a esto se sumará los recursos económicos obtenidos mediante donaciones, aportes o contribuciones.

Cabe mencionar al emprendimiento dentro de los establecimientos turísticos ya que muchos de estos son emprendimientos, es así que en el art. 75, de la (LOEPS) se reconoce como emprendimientos unipersonales, familiares y

domésticos a las personas o asociaciones que realicen actividades económicas de producción, comercialización o prestación de servicios en pequeña escala ejecutados por trabajadores o pequeños núcleos familiares. (Superintendencia De Economía Popular Y Solidaria, 2011). Por lo tanto, el emprendimiento turístico se ve respaldado bajo esta ley, a pesar de esto la normativa no es específica para emprendedores, existen muchas peticiones por parte del sector emprendedor para la creación de una ley de emprendimiento que permita fomentar este sector.

Cabe mencionar a Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal, vigente desde el año 2018, es una ley que favorece al emprendimiento y entre sus principales beneficiarios se encuentran el sector turístico, esta ley reformo el Código Orgánico de Producción, y estipula que las micro pequeñas y medianas empresas, turismo comunitario y asociativo tienen exoneración de impuestos a la renta por 20 años. En el art 36 del Código Orgánico además se agregó que de acuerdo con información presentada por el portal de la Presidencia de la República del Ecuador (2018) esta ley ha beneficiado a 350 mil contribuyentes quienes recibieron la remisión de intereses esto ha permitido que los pequeños medianos y grandes empresas retomen su actividad productiva, la aplicación de esta medida permitió recaudar 1270 millones de dólares.

La ley exonera del impuesto a la renta, a las nuevas inversiones destinadas en otros puntos del país que no sean Quito y Guayaquil por 12 años mientras que dentro de estas la exoneración es de (MINTUR,2018). Esta ley además simplifica el proceso de regulación ambiental en actividades productivas, siempre y cuando se cumplan con los requisitos de rigor establecidos. Iniciativa como estas generan un contraste dentro del marco legal, ya que esta ley beneficia de manera positiva al emprendimiento en el Ecuador, y favorece a través de incentivos económicos, factor clave para el desarrollo de las PYMES, es muy importante el enfoque de esta normativa la cual prioriza el 8 años crecimiento del emprendimiento turístico gracias a la exoneración de impuestos y busca descentralizar las inversiones de las grandes ciudades (Quito y Guayaquil), priorizando zonas estratégicas de desarrollo.

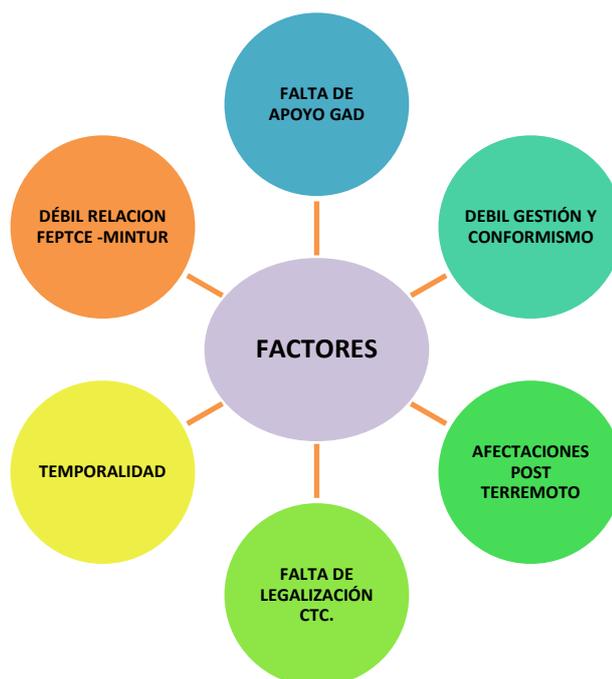
De acuerdo con la revisión de leyes relacionadas con el emprendimiento turístico, se evidencia que las normativas presentan ciertas falencias en su cumplimiento, la falta de coordinación entre instituciones públicas hacen que se pasó por alto normas y requisitos necesarios para asegurar la calidad turística. Desde territorio se percibe descoordinación entre municipios y Ministerios, no existe un camino claro que seguir cada entidad trabaja de manera aislada. El surgimiento de nuevos emprendimientos se ve imposibilitado por la cantidad de trámites burocráticos que entorpecen el proceso. Se debería sintetizar todo en una nueva ley o normativa que sea dirigida únicamente al desarrollo de PYMES en el sector turístico, y agilite el proceso de planificación y ejecución de las mismas.

Pese a todas las falencias antes expuestas, cabe resaltar la existencia de iniciativas como la Ley de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal, la misma que deja claro el interés del Gobierno Nacional, en recuperar la confianza del sistema emprendedor y lo incentiva a crecer en todo el territorio nacional, si bien esta ley no fue elaborada como una ley guía para emprendedores necesaria en estos momentos, juega un papel clave en el desarrollo de los emprendimientos turísticos ya que motiva a través de estímulos económicos a la creación de los mismos.

#### **4.1.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA ZONA.**

Para la identificación de los principales factores que afectan a los emprendimientos en la Costa de Manabí se realizaron entrevistas (Anexo.1,2, 3) , dirigidas a los principales actores en el sector turístico. En el cantón Sucre se entrevistó al Tecnólogo Sergio Zambrano- Jefe de Desarrollo Productivo del cantón, y al Sr. Alfredo Zambrano- Presidente de la Comunidad Portovelo donde se ubica el CTC “Isla Corazón y Fragatas”. En el cantón Puerto López se entrevistó al Ing. Wilter Pionze - Promotor Turístico de la Dirección de Turismo del cantón, además al Sr. Leopoldo Ventura- Guía local y Dirigente de actas y

comunicación de la comunidad Agua Blanca, también se entrevistó a la Sra. Luz Vaque- Coordinadora de alojamiento del CTC “Salango”. Finalmente se realizó una entrevista al Sr. Hugo Asunción- Presidente de la FEPTCE Regional Costa. La aplicación de este instrumento permitió recopilar información de acuerdo con los criterios de cada actor, que fueron analizados con la finalidad de identificar los principales factores que afectan al sistema emprendedor en la costa de Manabí, presentados en síntesis a continuación.



**Figura 04.04.** Principales factores que afectan a los emprendimientos turísticos comunitarios.

**Fuente:** Elaboración propio

Es evidente que la falta de apoyo por parte gobiernos locales y provinciales, es una de las problemáticas que más afecta a los emprendimientos, en su mayoría un (80%) de las comunidades se sienten olvidadas, la relación con los GAD cantonales es muy lejana en su mayoría. Sobre este problema surgen otros que conllevan a que las comunidades no logren desarrollar turísticamente. La inexistencia de programas y proyectos locales dirigidos específicamente al emprendimiento comunitario es uno de ellos, por parte de los funcionarios públicos manifestaron que existen, pero no de manera específica es decir no se preocupan por este sector, mientras que las comunidades no sienten que sean tomadas en cuenta se sienten discriminadas

y requieren que se cree un dirección o jefatura que trabaje de manera real con emprendimientos comunitarios.

Otro problema es la falta de créditos o incentivos financieros para las comunidades, en su mayoría los funcionarios de los GAD desconocen de algún tipo ayuda económica a este sector, no existe presupuesto destinado para el emprendimiento turístico, por su parte las comunidades están seguras que lo que causa este desinterés y falta de apoyo se debe a que las comunas no aportan con el pago de tasas municipales amparados por la ley por lo tanto no son tomadas en cuenta. Este problema afecta directamente en la creación de emprendimientos turísticos ya que muchas personas pueden tener en mente diferentes tipos de ideas a realizar, pero por el bajo nivel económico desisten al momento de empezar con un nuevo negocio.

El desinterés por parte de los gobiernos locales no afecta solamente en lo económico, sino también en la falta de capacitación técnica que muchas comunidades requieren, en algunas comunidades existe desconocimiento técnico sobre el turismo. Los departamentos y direcciones de turismo no realizan visitas técnicas al área rural, y no conocen cuales son las comunas que trabajan con turismo comunitario, lo que no les permite identificar las falencias de conocimientos sobre emprendimientos turísticos. La deficiente promoción turística es uno de los problemas que más presentan las comunidades, ya que no permite que sean visitadas.

Si bien las comunidades que trabajan con turismo dirigen este problema a la inexistencia de difusión, publicidad y comercialización turística por parte de los GAD. Un 80% de las comunidades no trabajan en mejorar este aspecto, poseen páginas webs pero estas no se encuentran actualizadas, no existe personal encargado únicamente de dar información por redes sociales lo que causa que no puedan comercializar sus servicios turísticos, se debería implementar nuevas técnicas de marketing turístico de parte y parte, es decir los gobiernos locales deben mejorar la promoción turística sobre los atractivos que posee el cantón sin dejar de lado el turismo comunitario, y las comunidades deben de capacitarse en la actualización de herramientas de

promoción difusión para así mejorar la competitividad dentro del sector turístico.

De los emprendimientos comunitarios la totalidad un (100%) no están debidamente legalizados y reconocidos por el Ministerio de Turismo, causado por la desinformación legal por parte de los representantes comunitarios, la mayoría piensa que está registrado como centro comunitario, pero realmente no lo están, de acuerdo con la revisión bibliográfica. En las comunidades se desconoce el proceso de registro y también las ventajas que genera encontrarse dentro del catastro turístico, muchas veces confunden la autorización de ciertos permisos con otros. A criterios de los actores las comunidades que están en proceso de legalización pasan por muchas trabas burocráticas y manifiestan que todo se maneja bajo intereses políticos y existe desigualdad de atención en los procesos. Otro impedimento es que a veces las leyes y normas no se acercan a la realidad del territorio solo se direccionan a escala mayor y no aterrizan en las comunidades, existen requisitos que imposibilitan la total legalización de los emprendimientos.

Las comunidades que deben constituirse como centros comunitarios deben limitar su territorio y en muchas ocasiones el total de sus tierras no están legalizadas, esta es otra traba que limita el registro oficial. Los problemas también se dan dentro de la comunidad, uno de los problemas que se pudo constatar es la falta de gestión y conformismo por parte de los pobladores ya que son ellos quienes deben exigir ser escuchados y buscar aliados estratégicos que les permita desarrollarse. La desorganización y falta de interés por toda la comunidad no permite que esta se potencie en su totalidad, muchas personas no ven en el turismo una herramienta de desarrollo social y económico, o simplemente no se interesan en esta actividad.

El bajo nivel de inglés en los emprendimientos comunitarios limita el servicio de atención, tan solo una o dos personas por emprendimiento comunitario maneja el idioma inglés, a estas comunidades llegan muchos turistas extranjeros y necesitan de guías nativos con conocimientos en otros idiomas, pero son pocos, esto conlleva a que a las operadoras turísticas que llevan grupos de visitantes tengan con sus propios guías durante la estadía. La temporalidad es

un aspecto que afecta sin duda a los emprendimientos comunitarios, existen temporadas marcadas como la de junio- agosto, donde las llegadas son permanentes y reciben un gran número de visitas sin embargo esto varía durante otros meses y hace que decaiga el sistema financiero. Además, los centros comunitarios en su totalidad trabajan de manera aislada, no unen fuerzas con otras a través de redes comunitarias, que les permita fortalecer el turismo comunitario en la zona costera de Manabí.

Las afectaciones post terremoto, es una problemática evidente en la costa norte, los emprendimientos sufrieron muchos daños en su infraestructura, y a pesar de que llegaron muchas ayudas humanitarias a esta zona, y programas de reconstrucción luego del “16 A, todo se quedó en el olvido y aun la infraestructura y viviendas en las comunidades siguen el mismo estado. Este fenómeno también afecto en la llegada de visitantes durante esos años lo que limito la actividad turística. Además a nivel nacional, existe una débil relación entre organizaciones comunitarias como la FEPTCE y el MINTUR, los grupos comunitarios no se sienten atendidos ni apoyados, ellos manifiestan que trabajan en programas y planificación del turismo comunitario, para ser presentados como propuesta al Ministerio de Turismo pero no son tomados en cuenta y manifiestan falta de presupuesto.

## **4.2. FASE II.- ESTUDIO DE MERCADO EN EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO**

### **4.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA-POTENCIALIDADES Y LIMITACIONES**

#### **4.2.1.1. Análisis de la oferta**

De acuerdo a la información obtenida desde el catastro turístico nacional del MINTUR (2018), se determinó que la zona costera de Manabí cuenta con una oferta basada en recursos e infraestructuras, los cuales están disponibles en el mercado para ser consumidos por los turistas. Entre estos estos se pudo identificar 348 establecimientos turísticos, distribuidos en los 10 cantones de la zona costera manabita, que forman parte de emprendimientos familiares. Del total de establecimientos se aplicó encuestas a un 30% de estos con la

finalidad de conocer la situación actual se tomaron en cuenta criterios de gestión y operación de los emprendimientos turísticos del litoral manabita, (Anexo.4).

Se entrevistó a los propietarios de los establecimientos turísticos ver (Anexo.6), utilizando una ficha de encuesta con preguntas sobre el nivel profesional de los trabajadores, número de trabajadores por emprendimiento, el nivel de recuperación del destino luego del terremoto y preguntas relacionadas con la evaluación a instituciones públicas locales. A continuación se presentara los resultados de las encuestas que fueron tabulados mediante el programa estadístico SPSS.

### **Nivel profesional**

La primer interrogante trata sobre el nivel profesional de los dueños o encargados de los emprendimientos, la misma arrojo los siguientes resultados; un 42% menciona que no cuenta con ningún título profesional, seguido por un 30,8% que manifestaron tener otro título profesional, en este caso eran en su mayoría profesiones vinculadas con el área contable, sin embargo el nivel de personas con títulos de la rama turística es muy bajo. Por lo tanto, se estos porcentajes reflejan que los emprendimientos turísticos en su mayoría se crean de manera empírica sin la previa preparación académica de sus propietarios.

**Cuadro 04.03. Nivel profesional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Turismólogo	4	3,8	3,8	3,8
	Chef	6	5,8	5,8	9,6
	Administrador	15	14,4	14,4	24,0
	Guías locales	3	2,9	2,9	26,9
	Otro	32	30,8	30,8	57,7
	Ninguno	44	42,3	42,3	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### **Segmentación de los emprendimientos.**

De acuerdo con el siguiente cuadro los emprendimientos encuestados en su mayoría son emprendimientos que brindan servicio de alojamiento con un 38,5% seguido por el servicio de restauración en un 37,5%, estos porcentajes

mantienen una relación muy cercana en la costa manabita existe una oferta basada en hoteles y restaurantes, mientras que otras actividades turísticas como la recreación e intermediación mantienen porcentajes menores en cuanto a emprendimientos, esto se debe muchas veces a la falta de conocimiento e incertidumbre sobre otro tipo de emprendimientos que no sea únicamente restauración y hospedaje.

**Cuadro 04.04. Segmentación de los emprendimientos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alojamiento	40	38,5	38,5	38,5
	Recreación	17	16,3	16,3	54,8
	Restauración	39	37,5	37,5	92,3
	Intermediación	8	7,7	7,7	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### **Situación legal de los establecimientos**

A través de la siguiente interrogante se pretendió conocer la situación legal de los emprendimientos y la relación con el ente rector de la actividad turística como lo es el Ministerio de Turismo, del total de establecimientos encuestados un 65,4 % aseguro si estar registrado en el MINTUR sin embargo, un 34,6% menciona que no lo estaba. Estos resultados nos permiten analizar que a pesar de que el porcentaje de los emprendimientos que si se encuentran registrados es mayor aún existe un porcentaje que no lo hacen, los encuestados supieron mencionar que muchas veces es por falta de conocimiento legal y por evitar trámites burocráticos que muchas veces implican gastos.

**Cuadro 04.05. Situación legal de los establecimientos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	68	65,4	65,4	65,4
	No	36	34,6	34,6	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia

### Personal profesional en los emprendimientos

De acuerdo con la información presentada en el siguiente cuadro, del total de emprendimientos encuestados sobre la profesionalización turística de sus empleados un 52,9% respondió que el personal no posee algún título relacionado con turismo, seguido por un 36,5 % que dijo que un 20% de sus trabajadores si eran profesionales en turismo. Lo que demuestra la falta de personal capacitado turísticamente en los emprendimientos que desencadena muchas veces en la débil calidad de atención en los establecimientos, los dueños de los negocios supieron manifestar a que el porcentaje se debía a que en muchas ocasiones las ganancias no bastan para poder pagar el sueldo de un profesional.

**Cuadro 04.06.** Personal profesional.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ninguno	55	52,9	52,9	52,9
	20%	38	36,5	36,5	89,4
	50%	5	4,8	4,8	94,2
	80%	1	1,0	1,0	95,2
	100%	5	4,8	4,8	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Nivel de inglés de los trabajadores

Tomando en cuenta los datos obtenidos en la siguiente pregunta, un 48,1% de los establecimientos encuestados cuentan con un 20% de sus empleados que hablan inglés, sin embargo y no muy lejano a este porcentaje un 30,8% menciona que ninguno de sus empleados tiene conocimiento sobre este idioma. De esta manera se puede observar a pesar de que existen emprendimientos con personal que practica el inglés, este es muy bajo a nivel general, sin duda alguna esta se convierte en una falencia que presentan los emprendimientos turísticos ya que no les permite estar preparados para recibir la llegada de visitantes internacionales.

**Cuadro 04.07.** Nivel de inglés.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ninguno	32	30,8	30,8	30,8
	20%	50	48,1	48,1	78,8
	50%	15	14,4	14,4	93,3
	80%	6	5,8	5,8	99,0
	100%	1	1,0	1,0	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Número de trabajadores

La variable a continuación se creó con la finalidad de conocer cuál era el número de trabajadores promedio por establecimiento, en un 62,5% los establecimientos se encuentran conformados de 2 a 4 personas, mientras que en un 35,6% menciono que eran constituidos de 5 a 10 personas. Este resultado refleja la realidad en la que se encuentran los emprendimientos que en su mayoría poseen poco personal, y se caracterizan muchas veces por tener dentro de sus empleados a familiares y amigos, ya que es de esta forma en la que empiezan la mayoría de emprendimientos

**Cuadro 04.08.** Número de trabajadores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	de 2 a 4	65	62,5	62,5	62,5
	5-10	37	35,6	35,6	98,1
	16-20	2	1,9	1,9	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia

### Temporada de afluencia turística

El análisis de cuadro siguiente nos permite conocer que un 71,2 % de los establecimientos encuestados supieron manifestar que la temporada de mayor afluencia turística está dada en los meses de julio a octubre ya que al estar ubicados en la zona costera de Manabí, reciben la llegada de turistas nacionales provenientes de la sierra por ser esta la temporada de vacaciones de esta región y además estos son los meses en los que llegan a las costas

manabitas gran cantidad de turistas extranjeros con la finalidad de realizar el avistamiento de ballenas jorobadas sobre todo en el cantón Puerto López.

**Cuadro 04.09.** Temporada de afluencia turística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Enero-abril	20	19,2	19,2	19,2
	Julio-octubre	74	71,2	71,2	90,4
	Noviembre-diciembre	10	9,6	9,6	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia

### Nivel económico de los turistas

De acuerdo con los datos obtenidos en esta interrogante, se pudo saber cuál era el nivel económico que según los propietarios de los emprendimientos posee el turista, es así que un 78,8% de los entrevistados menciono que el nivel económico de los turistas es medio, y existe otro tipo de emprendimientos representados en un 10,6% que manifestaron poseer una demanda de alto poder adquisitivo y de la misma otro porcentaje similar de emprendimientos que asegura que sus clientes son de bajo nivel económico. Por lo tanto la demanda turística a nivel de emprendimientos se considera media en su mayoría por lo que se deben crear productos accesibles para este tipo de clientes sin descuidar la calidad del mismo.

**Cuadro 04.10.** Nivel económico de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bajo	11	10,6	10,6	10,6
	Medio	82	78,8	78,8	89,4
	Alto	11	10,6	10,6	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia

### Duración de la visita

El tiempo de estadía de los turistas, según la perspectiva de los prestadores de servicios fue obtenido a través de la siguiente interrogante , un 52,9% manifestó que los turistas en la costa de Manabí por lo general se quedan de 2 a 4 noches, sobre todo en los fines de semana, un 27,9% dijo que se quedan un solo día esto se da en casos donde los sitios turísticos se encuentran cercanos al lugar de residencia de los turistas.

**Cuadro 04.11. Duración de la visita.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 día	29	27,9	27,9	27,9
	2 a 4 noches	55	52,9	52,9	80,8
	de 5 a 7 noches	12	11,5	11,5	92,3
	más de 7 noches	8	7,7	7,7	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Nivel de recuperación turística

Los resultados de las encuestas arrojaron que el nivel de recuperación turística después del terremoto, se ha visto reflejado muy débilmente uno de los aspectos que mayormente los encuestados ven que se han recuperado con una media de 6,37 son los servicios básicos, indispensables para el desarrollo de cualquier actividad, seguido por el nivel de recuperación que ha tenido el equipamiento turístico con una media de 6,34 sin embargo estos valores no son óptimos dentro de una escala del 1 al 10, en cuanto al nivel de recuperación de servicios complementarios al turista e infraestructura este es bajo, lo que refleja el nivel de recuperación luego de 3 años del terremoto no ha sido el mejor y ha tardado más de lo esperado. Cabe mencionar que a nivel de la costa de Manabí existen cantones más afectados sobre todo los ubicados en la parte norte como son Pedernales, San Vicente y Sucre, los cuales cuentan aún edificaciones e infraestructura en mal estado, incapaz de alcanzar un desarrollo turístico adecuado en estos cantones.

**Cuadro 04.12.** Nivel de recuperación turística

	N	Míni mo	Máxi mo	Media	Desv. típ.
Infraestructura (caminos, puentes, carreteras, comunicaciones, etc)	104	2,00	9,00	6,057 7	1,61802
Servicios Básicos (agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, recogida de desechos, etc.)	104	1,00	9,00	6,375 0	1,81786
Equipamiento Turístico (restaurantes, alojamientos, camping, etc.)	104	1,00	10,00	6,346 2	1,81027
Servicios Complementarios (comercios en general, cajeros automáticos, correos, transporte)	104	1,00	9,00	5,807 7	1,97596
N válido (según lista)	104				

Elaboración propia

### Conocimiento sobre el PDOT

Se realizó la pregunta del cuadro siguiente, con la finalidad de conocer si los emprendedores tienen o no conocimiento sobre el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT del cantón en el que se encuentran, a lo que supieron responder que un 76,9% no conoce sobre el mismo, este resultado deja claro que no existe una adecuada socialización por parte de los GAD cantonales sobre este tema y además la falta de pertinencia de los prestadores de servicio sobre este documento.

**Cuadro 04.13.** Conocimiento sobre el PDOT

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaj e válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	24	23,1	23,1	23,1
	No	80	76,9	76,9	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Participación en el diseño del PDOT

De la misma forma un 94,2 % de los encuestados no ha participado en el diseño del PDOT, ya que no tienen conocimiento sobre este documento y en muchas ocasiones no conocen que significan estas siglas, en gran parte del territorio existe una gran brecha entre las instituciones públicas locales y los prestadores de servicios turísticos que hace que no existe interés por parte de ambas partes en unir esfuerzos para el mejoramiento de la gestión turística.

**Cuadro 04.14.** Participación en el diseño del PDOT.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	6	5,8	5,8	5,8
	No	98	94,2	94,2	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Agrupaciones de empresarios turísticos

De acuerdo con la pregunta planteada, un 61,5% dijo que contesto de forma afirmativa la interrogante sobre si conocían agrupaciones de empresarios turísticos locales, mientras que un 38,5% menciona que no conocía. En la mayoría de establecimientos los propietarios sabían que existían agrupaciones como la cámara de turismo, asociación de hoteles entre otros, sin embargo son muy pocos lo que forman parte de estas agrupaciones.

**Cuadro 04.15.** Agrupaciones de empresarios turísticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	64	61,5	61,5	61,5
	No	40	38,5	38,5	100,0
	Tota	104	100,0	100,0	

I

Elaboración propia.

### Asesoramiento del Departamento de Turismo

Los resultados sobre la ayuda asesoramiento que han recibido los establecimientos por parte de los GAD cantonales, fue en su mayoría negativa ya que un 60,6% de los encuestados dijeron que no habrían recibido algún tipo de visita o ayuda por parte del Departamento de Turismo, es decir no existe acercamiento e interés por parte de las autoridades encargadas en brindar asesoramiento y ayuda técnica a los emprendedores. Sin embargo existe un porcentaje menor representado en un 39,4% quienes si han recibido la asesoría y ayuda por parte de este departamento, estos en su mayoría son cursos de capacitación en atención al cliente y supieron mencionar que se dan una o dos veces máximo por año. Cabe mencionar que esta situación varía de

acuerdo al territorio en el que se encuentren los establecimientos ya que cada gobierno maneja la gestión turística de forma diferente.

**Cuadro 04.16.** Asesoramiento del Departamento de Turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	41	39,4	39,4	39,4
	No	63	60,6	60,6	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Conocimiento de normas de construcción

De acuerdo con el siguiente cuadro, los resultados sobre el conocimiento que tienen los propietarios de los establecimientos sobre las normas de construcción existe un porcentaje de 54,8% que dijo si conocer sobre las normas de construcción de los establecimientos sin embargo y no muy lejano a este porcentaje existe un 45,2% menciona no conocer sobre este tema, vale resaltar que los propietarios que conocen sobre normas de construcción son quienes han construido sus instalaciones basados en las normas municipales, el otro porcentaje no tiene algún tipo de conocimiento sobre esto ya que en muchas ocasiones los emprendimientos son formados de manera empírica y sin la asesoría técnica y el cumplimiento de las normas de construcción.

**Cuadro 04.17.** Conocimiento de normas de construcción.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	57	54,8	54,8	54,8
	No	47	45,2	45,2	100,0
	Total	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Prevención de desastres naturales

La siguiente pregunta fue elaborada con la finalidad de conocer sobre qué tan preparados se encuentran los establecimientos al momento en el que ocurra algún desastre natural como el del pasado 16 de abril, en esta interrogante un 81,7 % mencionó que si han recibido información sobre prevención de desastres naturales, esto se debe a que después del terremoto ocurrido en

Manabí se crearon programas de prevención que fueron ejecutados por parte del departamento de gestión de riesgos de los GAD municipales con la colaboración de otras instituciones como Cuerpo de Bomberos.

**Cuadro 04.18.** Prevención de desastres naturales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	85	81,7	81,7	81,7
	No	19	18,3	18,3	100,0
Total		104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Programa o proyectos comunitarios

De acuerdo con el cuadro anterior, del total de encuestados un 82,7% no conoce sobre algún programa o proyecto dirigido al desarrollo del turismo comunitario en el cantón donde se encuentran, es decir que el desarrollo de esta modalidad turística no es conocido por parte de los prestadores de servicios, no existe interés por parte de las autoridades en crear e informar sobre planes de turismo comunitario, así como tampoco por parte de empresarios en fomentar el turismo comunitario.

**Cuadro 04.19.** Programa o proyectos comunitarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	18	17,3	17,3	17,3
	No	86	82,7	82,7	100,0
Total		104	100,0	100,0	

: Elaboración propia.

### Incentivos financieros

Los resultados obtenidos a partir de la siguiente interrogante fueron negativos ya que un 84,6% no conoce sobre incentivos financieros públicos para la inversión turística, supieron mencionar que para el desarrollo de sus emprendimientos han tenido que realizar préstamos a instituciones financieras, pero que no existe algún tipo de incentivo que le permita invertir en su negocio.

Esta es sin duda una gran traba para la creación de emprendimientos turísticos a nivel de la costa manabita, ya que el recurso financiero es un elemento fundamental al momento de emprender en el sector turístico.

**Cuadro 04.20.** Incentivos financieros.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	16	15,4	15,4	15,4
	No	88	84,6	84,6	100,0
	Tota	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Políticas y ordenanzas

La información obtenida a través la siguiente pregunta nos permitió conocer la opinión de los prestadores de servicios turísticos sobre las políticas y ordenanzas públicas con relación a la gestión sostenible de sus emprendimiento, un 71,2% considera que las políticas y ordenanzas creadas por parte de los GAD locales son creadas sin pensar en la sostenibilidad de los emprendimientos, cabe mencionar que en algunos casos las personas contestaron de manera negativa por falta de conocimiento sobre que las ordenanzas municipales, lo que demuestra la falta de interés político de los microempresarios.

**Cuadro 04.21.** Políticas y ordenanzas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	30	28,8	28,8	28,8
	No	74	71,2	71,2	100,0
	Tota	104	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Evaluación a las instituciones públicas y oferta

El siguiente cuadro permitió a los prestadores de servicios turísticos evaluar la calidad de las instituciones públicas y servicios turísticos de la zona donde se encuentran, se crearon 12 enunciados con diferentes aspectos que fueron calificados en una escala del 1 al 5, se pudo constatar que la media más alta fue dada para las empresas de alojamientos y para las empresas de servicios gastronómicos, seguidos por el transporte público que ellos consideran se

encuentran en un estado aceptable. Por otro lado los puntos más críticos de esta evaluación fueron para la “eficacia de los incentivos financieros públicos para la inversión turística” y el “apoyo de Instituciones Financieras para el desarrollo del emprendimiento”, los resultados obtenidos nos permiten constatar que existe es deficiente el apoyo financiero por parte entidades públicas y privadas que impide que el sector turístico crezca a nivel de emprendimientos.

**Cuadro 04.22.** Evaluación a las instituciones públicas y oferta

	N	Míni mo	Máxi mo	Media	Desv. típ.
Planes y programas turísticos impulsados por el municipio	104	1,00	5,00	2,6154	1,01740
Eficacia de los incentivos financieros públicos para la inversión turística	104	1,00	5,00	2,1058	,85807
Calidad de gestión y dirección del Departamento de Turismo	104	1,00	5,00	2,5865	,97154
Programas de capacitación en turismo	104	1,00	5,00	2,5769	1,05841
Calidad de la información turística	104	1,00	5,00	2,5385	1,12278
Recursos turísticos potenciales (no explotados)	104	1,00	5,00	2,3942	1,16100
Oferta de atractivos turísticos naturales	104	1,00	5,00	2,6346	,99570
Oferta de atractivos turísticos culturales	104	1,00	5,00	2,5673	,97308
Oferta de actividades turísticas	104	1,00	5,00	2,6923	,96619
Oferta de excursiones turísticas	104	1,00	5,00	2,5385	1,17352
Desarrollo turístico del destino	104	1,00	5,00	2,6250	1,06295
Promoción turística	104	1,00	5,00	3,0481	4,37420
Apoyo de Instituciones Financieras al desarrollo del emprendimiento	104	1,00	5,00	2,2308	1,10805
Infraestructura (comunicación, vías, caminos, accesos) a sitios turísticos	104	1,00	5,00	2,9038	1,06597
Transporte público	104	1,00	5,00	3,3654	,98590
Servicios complementarios al turista (mercados, bancos, salud, etc)	104	1,00	5,00	3,1058	,91289
Empresas de alojamientos (hoteles, hostales, cabañas, hosterías, camping)	104	1,00	5,00	3,4904	,84756
Empresas de servicios gastronómicos (restaurantes, cafeterías, etc)	104	1,00	5,00	3,4712	,86974
Atención al cliente	104	1,00	5,00	3,2212	1,10565
Disposición de la comunidad local al desarrollo del turismo	104	1,00	5,00	3,1154	1,04564
Seguridad de los sitios turísticos	104	1,00	5,00	3,2019	1,14383
N válido (según lista)	104				

Elaboración propia.

## Evaluación de impactos del turismo

En siguiente cuadro se establecieron 10 ítems que permitieron conocer cuál es la percepción que tienen los prestadores de servicios turísticos sobre los impactos que tiene el turismo en la zona. Se logró identificar que la contribución del turismo al empleo es uno de los aspectos positivos que los encuestados consideran más relevantes y también que contribuye de manera positiva al desarrollo de otras actividades como el comercio. Los impactos negativos que ha dejado el turismo en las zonas encuestadas han sido en su mayoría el aumento de precios de terrenos y viviendas, esta es una realidad que se percibe a nivel de la costa manabita ya que por encontrarse en territorios de alto nivel turístico los terrenos se venden por precios muy elevados.

**Cuadro 04.23.** Evaluación de impactos del turismo.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. tip.
Contribución del turismo a los ingresos municipales y fiscales	104	1,00	5,00	3,2404	0,88674
Contribución del turismo al empleo	104	2,00	5,00	3,4808	0,92412
Contribución del turismo al desarrollo de otras actividades (comercio)	104	1,00	5,00	3,3365	0,96150
Contribución del turismo a frenar la migración	104	1,00	5,00	2,9904	1,05660
Contribución del turismo en la recuperación de la cultura, recursos culturales y patrimoniales	104	1,00	5,00	2,7692	1,05417
Oportunidades nuevas de recreación para la población (eventos ferias)	104	1,00	5,00	2,9327	1,04523
Aumento en los precios de bienes y servicios (mercaderías, combustibles)	104	1,00	5,00	2,9423	0,97370
Aumento en los precios de terrenos y viviendas	104	2,00	5,00	3,9135	0,91493
Contribución del turismo en la congestión de personas y transporte	104	1,00	5,00	2,7788	0,92387
Contribución del turismo en la imagen general del destino	104	1,00	9,00	3,8365	1,13301
N válido (según lista)	104				

Elaboración propia.

Sin lugar a duda la oferta turística de un lugar es determinada como un aspecto de suma importancia cuando se desea promocionar y desarrollar el potencial turístico existente, la oferta permite cubrir las necesidades de los turistas, ya

que por medio de esta el visitante podrá pernoctar por una o más noches además de poder satisfacer la necesidad de alimentación y recreación. Luego de haber analizado todos los datos obtenidos a través de la encuesta dirigida para los emprendimientos turísticos en la costa de Manabí, se puede concluir con lo siguiente; los emprendimientos en su mayoría pertenecen al segmento de alojamiento y restauración, el número de establecimientos de recreación e intermediación es mucho menor, incluso en algunos cantones de la costa de Manabí no existen emprendimientos de este tipo.

La actividad de alojamiento y restauración es mucho más común y cada vez crece más, las personas deciden invertir en este tipo de negocio y no en los de otro tipo porque aseguran que son mucho más rentables. La mayoría de los establecimientos están registrados en el MINTUR, lo que demuestra que existe se está cumpliendo con este requisito para su legal funcionamiento, sin embargo, existe un grupo, aunque menor que trabaja de manera aislada y que cumple con requisitos y permisos únicamente municipales para poder funcionar. En estos establecimientos no se cumplen con los parámetros establecidos por parte del MINTUR para el legal funcionamiento, muchas veces por la falta de conocimiento y bajo nivel de inversión a los microempresarios se les dificulta cumplir con todas las normas e indicadores que les permita registrarse oficialmente y disfrutar de los beneficios de pertenecer al Catastro Turístico Nacional de establecimientos turísticos.

Los emprendimientos turísticos están conformados por un grupo pequeño de trabajadores que varían entre 2 a 4 personas por establecimiento, esto se debe a que en la mayoría de los casos estos son negocios familiares en donde se trata de involucrar a los miembros de la familia, además el bajo nivel adquisitivo con el que muchas veces se emprende un negocio, impide a los propietarios sobrecargarse de personal y pagar roles muy extensos. El estudio de variables sobre la formación profesional nos permitió conocer qué; existe un déficit en el nivel académico de los propietarios y empleados de los establecimientos, la mayoría de los negocios turísticos son creados y ejecutados de forma empírica, sin la debida preparación en el ámbito turístico.

Los puestos de trabajo no están siendo ocupados por profesionales en la rama turística, el nivel de inglés es muy bajo, los empleados y empleadores no

manejan otro idioma más que el español, todos estos resultados repercuten en que la atención brindada al cliente no sea de excelencia. Los prestadores de servicio turístico a nivel de la línea costera de Manabí reconocen su demanda como un turista de nivel adquisitivo medio, que pernocta por lo general de 2 a 4 días siendo estos fines de semana y feriados, los meses de mayor afluencia turística en el litoral manabita se da entre julio a agosto, este periodo del año está muy bien identificado ya que esta es la temporada en donde se reciben visitas de turistas nacionales sobre todo de la región Sierra quienes visitan la provincia para disfrutar del periodo de vacaciones y el público extranjero que llega al país para realizar actividades como el avistamiento de ballenas jorobadas.

Luego del fenómeno natural ocurrido hace tres años en la provincia de Manabí, y de acuerdo con los resultados de la encuesta el nivel de recuperación no se ha cumplido al 100%, sin embargo lo que más se perciben los entrevistados se ha recuperado han sido los servicios básicos y el equipamientos turísticos como restaurantes y hoteles, gracias a los préstamos y beneficios que recibieron para su recuperación por parte de entidades financieras, muy contrario a esto se encuentran los servicios complementarios y la infraestructura en lo que aún falta mucho por recuperar y mejorar. Además, los emprendimientos no se ven integrados a la gestión turística local, existe desinterés por parte de propietarios en el PDOT, no conocen sobre este documento ni le dan la debida importancia.

Es evidente la débil relación que existe entre los establecimientos y los GAD locales, la mayoría de los encuestados aseguran no haber recibido asesoramiento y capacitación por parte del Departamento de Turismo, mencionan que únicamente se acercan para recordar el pago de tasas municipales. Con respecto al emprendimiento comunitario no es de conocimiento de los encuestados que se esté trabajando en esta área y de acuerdo a entrevistas anteriores realizadas en los GAD municipales la iniciativa e interés en desarrollar esta modalidad turística es pobre. Como puntos positivos se pudo constatar que las capacitaciones de prevención de desastres si han sido dadas, no específicamente en los establecimientos pero si de

manera general a la población, lo que se puede identificar como un punto a rescatar.

A nivel de instituciones y servicios turísticos, los hoteles y restaurantes ostentan los puntajes mayores, pese a esto su evaluación es regular, se consideran deficiente la eficacia de los incentivos financieros para la inversión turística, los valores no varían mucho, de forma general se puede observar que el sector turístico a nivel de la costa de Manabí tiene muchas falencias y su estado no es el mejor. Por otro lado, la percepción que tiene los servidores sobre los impactos del turismo, nos dejan claro que existen impactos positivos y negativos, entre ellos el aumento de precios de los terrenos que en ocasiones son totalmente exagerados e impide a la población local adquirir nuevos espacios, por esta razón se puede observar que en muchas ocasiones los dueños de los grandes establecimientos sean extranjeros.

Por otro lado los encuestados reconocen que el turismo si contribuye a la imagen general del destino, saben un territorio es conocido por sus recursos naturales y culturales, además reconocen que el turismo gracias a ser un eje transversal, genera fuentes empleo para los pobladores y no tan solo para el personal que trabaje en este sector sino que también permite que se desarrollen de otras actividades como el comercio, esto genera más empleo aportando así al desarrollo económico de toda la población, por lo que los encuestados aunque reconocen que el territorio no está en la mejor situación , se sienten motivados y ponen todas sus esperanzas en el turismo para mejorar su estilo de vida.

#### **4.2.1.2. Análisis de potencialidades y limitaciones**

En la costa de Manabí existen diferentes centros de turismo comunitario, para ello se realizó la matriz de potencialidades, por lo tanto fue necesaria la observación científica, revisión bibliográfica y visitas de campo, con la finalidad de identificar los recursos con mayor posibilidad hacia el desarrollo turístico comunitario, los cuales se detallan en el cuadro (04.24 ). Para la realización de la matriz se valora la metodología de forma cualitativamente teniendo en cuenta el carácter cultural, ambiental, paisajístico y/o deportivo del sitio, estableciendo una escala del 1 a 3 considerando que moderado (C1)

importante (C2) muy importante (C3). A continuación, en el cuadro se detalla el aspecto a considerar de cada uno de los recursos turísticos para posteriormente dar valor a cada uno de ellos.

**Cuadro 04.24.** Definición de caracteres.

<b>CARÁCTER</b>	<b>DEFINICIÓN</b>
Cultural	Presencia de elementos y/o aspectos culturales (restos arqueológicos, monumentos, sitios históricos, museos, valores gastronómicos, artesanía, etc.) de reconocido interés turístico, evaluándose éste
Ambiental	Abundancia o presencia cuantitativa y/o cualitativa de elementos y/o efectos ambientales (climáticos, hídricos, forestales, etc.) de interés turístico.
Paisajístico	Abundancia o presencia cuantitativa y/o cualitativa de elementos de valor paisajístico y posibilidades de observación (escenarios atractivos, miradores, singular confirmación física, etc.)
Deportivo	Posibilidades o existencia de prácticas y/o eventos deportivos de cualquier tipo, pero de interés turístico, evaluándose éste (en la tabla de inventario).

**Fuente:** Villegas 2000.

La segunda tabla de variables consideradas se ha centrado en una serie de atributos que se entiende oportunos y de evaluación factible. Se determina pertinente la clasificación del 1 al 4 en la valoración de atributos, según los siguientes criterios: Dinámica, utilización, accesibilidad, equipamiento turístico, donde (d1) emergente (d2) consolidada (d3) consolidada y en expansión (d4), tal como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 04. 25.** Definiciones de atributos.

<b>Atributos</b>	<b>Definición</b>
Dinámica	Situación actual y perspectivas de la actividad turística del lugar considerado.
Utilización	Afluencia potencial o real de visitantes o usuarios del recurso turístico del lugar considerado.
Accesibilidad	Posibilidades actuales de acceder al lugar turístico considerado en función de la red viaria, principalmente, aunque en ciertos casos se tenga en cuenta otros medios (ferrocarril, puerto, aeropuerto).
Equipamiento turístico	Nivel dotacional con que se cuenta en la actualidad en el lugar considerado

**Fuente:** Villegas, 2000

Unas veces determinado los aspectos y el valor que se va a considerar en la matriz de potencialidades, y de esta manera conocer el recurso con mayor interés turístico. A continuación, se detalla en el cuadro 4.26.

**Cuadro 04.26.** Matriz de potencialidades.

N°	Centro comunitario	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	d	U	a	e	
1	Isla Corazón Y Fragata	1	3	3	2	2	3	3	3	20
2	Agua Blanca	3	2	3	2	4	4	4	4	26
3	Salango	3	2	3	2	2	2	4	3	21
4	Las Tunas	1	2	2	1	2	1	2	1	12
5	El Pital	1	3	2	1	1	2	1	2	13

**Fuente:** Elaboración propia

Una vez evaluados cada uno de los aspectos en consideración, se procede a la elaboración del siguiente cuadro, mediante el cual se toman en cuenta los atractivos y/ o recurso con mayor relevancia y potencial para la práctica del turismo comunitario. Teniendo presente que si el puntaje es mayor o igual a catorce se lo denomina con mayor potencial, mientras que los menores o igual a trece se los considera en potencial emergente. Tal como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 04.27.** Resultado de potencialidades.

Recurso	Valor	Potencialidad
Agua Blanca	26	Potencialidad mayor
Salango	21	
Isla Corazón Y Fragata	20	
El Pital	13	Potencialidad emergente
Las Tunas	12	

**Fuente:** Elaboración propia.

Como se ha podido identificar en el cuadro anterior la mayor prioridad debido a las facilidades que pueden ofrecer a los turistas que acudan a cada uno de estos recursos se encuentra en los centros comunitarios; Agua Blanca, Salango e Isla Corazón y Fragata, seguido de las comunidades con menor

índice de desarrollo turístico, tales como: El Pital y Las Tunas, ubicadas en el cantón puerto López.

A continuación, se detallan las actividades que se realizan en cada uno de las comunidades con mayor potencial:

### **Comunidad Agua Blanca**

La comunidad Agua Blanca se encuentra ubicada al sur de la costa de Manabí, en el cantón Puerto López, a 2 km de la carretera E15, que conecta la ruta Spondylus. En la actualidad son 78 familias las que habitan en esta comunidad, alrededor de 300 personas, de estas un 50% se encuentran vinculadas con la actividad turística, el otro porcentaje restante se dedican a otras actividades como agricultura, ganadería, producción de carbón entre otras. El proyecto de turismo comunitario empezó su actividad desde el año 1986 con la casa comunal, luego de esto se llevó a cabo la creación de la “Casa Museo” de la comunidad construida en 1990. Uno de los principales obstáculos que se les presentaron para la ejecución del Centro de Turismo Comunitario, fue la creación del Parque Nacional Machalilla, ya que por esta dentro de esta área protegida existían muchas prohibiciones por parte del Ministerio del Ambiente que les impedía construir facilidades turísticas como el museo.

A pesar de esto y gracias a la autogestión de sus pobladores, quienes buscaron financiamiento para este proyecto a través de préstamos bancarios y tras haber ganado un juicio a la Compañía de Construcción Techint, cuyas ganancias económicas fueron invertidas en este proyecto comunitario. No recibieron ningún tipo de ayuda por parte de instituciones públicas, ONG o autoridades para su creación. Sin embargo con el paso del tiempo y de modo que este centro comunitario crecía, estas se han vinculado de cierta forma al proyecto. Han recibido ayuda por parte de ONG como; Ayuda en Acción, CPR (Centro de Promoción Rural), quienes ha aportado con la dotación de elementos para la construcción de restaurante comunitario, uniformes para los guías, menaje para cabañas de hospedaje, construcción del spa, maquinarias para artesanías y capacitaciones.

Su organización administrativa se maneja a través de un Consejo de Gobierno, que es electo cada dos años por votación popular en la comunidad, donde se

eligen 7 dignidades las cuales son; Presidente, Vicepresidente, Dirigente de economía y finanzas, Dirigente de actas y comunicación, Dirigente de territorio, Dirigente de juventud y familia, Dirigente de defensa de las mujeres. Dentro de este Consejo de Gobierno se garantiza la participación de la mujer, contando con al menos 2 integrantes de sexo femenino dentro de sus dirigentes. El CTC Agua Blanca se constituye como empresa comunitaria, dentro de ella existen diferentes directivas de; guías, artesanos y hospedaje. Las cuales manejan su grupo de trabajadores comunitarios.

### **Servicios ofertados:**

- Museo Comunal
- Restaurante comunitario
- Hospedaje
- Paseos a caballo
- Spa
- Artesanías
- Renta de bicicletas

Comercializan sus servicios con operadoras turísticas de la ciudad de Manta, como; American Tour, Delgado Travel. La comunidad también oferta de manera directa sus servicios a través de su página web, fan page, WhatsApp que les permite dar a conocer sus servicios a nivel nacional e internacional. Además existen alianzas con universidades del país que llevan grupos de estudiantes a la comunidad. Reciben un promedio de 1.500 visitantes al mes, en los meses de mayor afluencia agosto y julio esta cifra puede llegar hasta 4.000 visitas, Agua Blanca recibe alrededor de 20.000 turistas al año.

El costo de ingreso es de \$5 cuyo valor incluye el recorrido de aproximadamente 2 horas con guías locales a las áreas turísticas. Las ganancias obtenidas de estos \$5 son distribuidas, \$1 para fondo de la comuna, este fondo permite llevar a cabo procesos de; mantenimiento, capacitación, promoción, eventos culturales, proyectos y ayuda social cuando se dé el caso. Los otros \$ 4 restantes se dividen para los 25 guías locales, quienes trabajan en turnos rotativos cada 10 días, recibiendo así 16 ctvs., por cada turista que

ingresa a Agua Blanca. Por familia solo debe existir una persona que se dedique a la guianza de esta forma se garantiza la participación equitativa en esta actividad.

A pesar de los obstáculos que se presentaron en sus inicios por estar dentro del Parque Nacional Machalilla, este aspecto representa ahora su mayor ventaja, ya que repercute positivamente en la promoción de este CTC y su cercanía con la playa Los Frailes que permite diversificar la oferta en el territorio con recursos naturales y culturales. Se debe reconocer que Agua Blanca es una comunidad pionera dentro del turismo comunitario lo que permite en la actualidad ocupar un espacio importante dentro de los CTC del país y apoyada por la FEPTCE, siendo esta una de sus ventajas competitivas. Además de contar una adecuada estructura organizativa les ha permitido llevar a cabo este proyecto durante años, la división de directivas hace posible que se trabaje de manera correcta coordinando y garantizando el respaldo de todos los servicios creando un producto turístico reconocido a nivel nacional.

Las principales limitaciones que se presentan en la Comuna Agua Blanca son, la falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y autoridades, que les impide mejorar su infraestructura como ampliación de vía de acceso ya que aunque esta se encuentre en buen estado les hace falta la ampliación y habilitación de una ciclo vía que permita el traslado seguro de las personas que utilizan este medio de transporte, mantenimiento de la laguna sulfurosa, mejoramiento de facilidades turísticas como espacios de descanso y mejorar los espacios verdes.

Existen problemas para la legalización como CTC en el Ministerio de Turismo, ya que no poseen vida jurídica que les permita seguir con este proceso. Otra limitación es la falta de promoción turística por parte del Ministerio de Turismo y de la Dirección de Turismo del cantón Puerto López. La repercusión del turismo en la comunidad ha sido positiva, los pobladores están de acuerdo en su mayoría con el desarrollo de la actividad turística en el territorio, ya que les ha permitido mejorar sus condiciones de vida a través de los ingresos económico que deja el turismo.

### **Comunidad Salango**

Salango es una comunidad perteneciente al cantón Puerto López ubicada a 13 minutos de la cabecera cantonal Puerto López, en año de 1979 gracias a la llegada de arqueólogos extranjeros este lugar fue descubierto como territorio importante arqueológico y en el año 1987 el estadounidense Presley Norton fundo el “Museo Salango” con la ayuda extranjera, desde un inicio fue donado para la comunidad, con el paso de los años han recibido ayuda de diversas fundaciones para la adecuación de las cabañas con fundaciones como Ayuda en Acción se fueron mejorando las instalaciones turísticas como cabañas de alojamiento que hasta el momento son 11 y un área de comedor comunitario.

### **Servicios turísticos**

- Museo arqueólogo
- Museo histórico
- Tours la isla Salango
- Visita al mirador
- Recorrido apareamiento de tortugas
- Hospedaje en cabañas
- Restaurante

El centro comunitario comercializan sus servicios de forma directa con los turistas, no existen alianzas establecidas con agencias a nivel nacional que les permita atraer mayor número de turistas. A pesar de ser un centro comunitario reconocido a nivel nacional no se encuentra aún registrado como centro comunitario en el catastro del MINTUR. La relación entre la comunidad y el municipio local no fue la mejor ya que existe interés por parte de la administración anterior en quitar el poder administrativo a la comunidad. Una de las principales molestias que se perciben en la comunidad es la presencia de la empresa pesquera Polar, que deteriora el aspecto ambiental de este lugar ya que contamina el ecosistema.

Esta comunidad es conocida por su importancia cultural ya que posee 245 piezas arqueológicas muy importantes de las culturas Valdivia, Machalilla, Chorrera, Bahía, Guangala y Manteña, que datan desde el año 1500 d.C. , gracias a esto recibe la llegada de estudiantes extranjeros y nacionales que visitan este sitio con la finalidad de realizar estudios arqueológicos en el Centro

de Investigaciones Salango durante el año, sumándose a esto la presencia de actividades recreacionales como tours a la isla Salango, donde se puede practicar snorkel y buceo. (Salango, 2019)

La gestión administrativa se lleva a cabo por la comunidad en colaboración con el Instituto de Patrimonio Nacional, en este centro comunitario laboran cuatro personas entre ellas se encuentra el administrador, ama de llaves, personal de limpieza y cocina, encargado del museo. Si bien el número de habitantes involucrados en esta actividad turística no es significativo para el número de habitantes de la comunidad, el centro comunitario trabaja de manera conjunta con los dirigentes de la comunidad ya que es de propiedad comunitario por lo tanto del total de los ingresos mensuales se deposita \$ 100 para fondo de la comunidad, que se invierten en mantenimiento de las instalaciones como la casa comunal entre otros.

### **Isla Corazón y Fragata**

Se encuentra ubicado en el sector Puerto Portovelo, entre los cantones San Vicente y Sucre, en el área protegida por el Ministerio del Ambiente, Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragata. Esta comunidad se ve vinculada al turismo desde el año 1997, gracias al Programa de Manejo de Recursos Costero, que buscaba ayudar a las comunidades costeras (PMRC), a mejorar su estilo de vida. En la comunidad habitan 14 familias, un total de 40 personas de estas 20 trabajan con la actividad turística es decir un 50% de la población. El porcentaje restante se dedica a la pesca y agricultura. En la comunidad existe un Presidente, un Gerente de la Institución, Presidente de Guías y personal que forma parte del Ministerio del Ambiente. Existen 8 guías locales, que forman 2 grupos divididos en jornadas de trabajo de 15 días, en el área de restauración trabajan alrededor de 4 personas, las otras personas trabajan en información turística, guarda parques y otros cargos vinculados también con el área protegida.

#### **Servicios ofertados:**

- Información turística
- Guianza

- Restaurante comunitario
- Hospedaje en las casas de la comunidad.
- Recorridos en botes
- Kayak

Reciben alrededor de 200 visitantes al mes, los meses de mayor afluencia son julio y agosto donde llegan mayor cantidad de turistas hasta 500 al mes. La mayor potencialidad de esta comunidad son los recursos naturales que posee, los mismos que les permiten estar ubicada dentro del Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón y Fragata, y hacen de esta comunidad un punto de visita no solo para turistas sino también para estudiantes y científicos. Pese a esto la comunidad no recibe la cantidad de visitas deseada que permita involucrar a más personas dentro de esta actividad, una de las principales limitaciones de la comunidad Isla Corazón y Fragata, es la escasa comercialización sus servicios ya que se lo hace de manera directa al turista, y los visitantes llegan en su mayoría por recomendaciones de amigos o familiares.

Aunque reciben vistas de grupos por agencias, no existen alianzas establecidas con operadoras turísticas de la zona que les permita incrementar sus visitas de manera estratégica, además la aplicación de marketing turístico digital es nula, sus redes sociales y páginas webs no se encuentran actualizadas y se desconoce de procesos de comercialización online. La comunidad se siente desatendida por las autoridades locales, no existe coordinación entre los de GAD de Sucre y San Vicente, al momento de los pobladores gestionar ayuda en dichas instituciones ambos se desentienden y muestran falta de interés.

La comunidad no pertenece a ninguna Red de Turismo Comunitario, ni existe acercamiento con la FEPTCE, si bien pertenecen al MAE como Área de Refugio de Vida Silvestre, la parte turística se deja de lado ya que aún no se constituyen como CTC registrado en el Catastro Turístico Nacional. El terremoto del 16 A destruyó gran parte de la infraestructura turística; accesos, el muelle antiguo, cabañas de alojamiento, y senderos dentro de la isla. La falta de financiamiento público limita su desarrollo como Centro Comunitario, e

impide a la comunidad reconstruir e incrementar las facilidades y servicios turísticos.

Las ganancias son distribuidas para cubrir gastos operativos dentro de la actividad turística, y un 20 % se destina para fondo de la institución y el restante se divide para los guías. Esta distribución no garantiza el mejoramiento del estilo de vida de manera equilibrada en la comunidad, aspecto que impide que se ejecute correctamente el turismo comunitario. A pesar de esto la comunidad está de acuerdo con la actividad turística, y es consciente que ha permitido mejorar el nivel económico y calidad de vida de los pobladores ya que con el paso de los años los pobladores se han hecho mucho más responsables con sus recursos naturales.

#### 4.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Para determinar el perfil de turista que visita los centros comunitarios de la costa de Manabí se realizó una encuesta, ver (Anexo.5), a 196 turistas mediante una población desconocida, ya que no existe estadísticas del número de turistas que llegan a la zona de estudio sobre las cuales se podría realizar la muestra. Para mayor entendimiento a continuación se mostrará la fórmula realizada:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2} \quad (4.1.)$$

En dónde;

- **Z** = nivel de confianza, 1,96
- **P** = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- **Q** = probabilidad de fracaso 0,5
- **D** = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,07

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2} =$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0049} = 196$$

$$n = 196 //$$

Estas encuestas se las aplicaron durante los fines de semana del mes de junio del 2019, ya que en estos días existe mayor afluencia turística en los centros de turismo comunitario de la costa manabita, ver (Anexo 7.) Se la realizó con la finalidad de conocer las preferencias del visitante y el gasto promedio que estos realizan al momento de escoger un destino y en base a esto se creen nuevos emprendimientos que fomenten el desarrollo local. Dicha información se tabuló con la ayuda del programa estadístico SPSS dando como resultado lo siguiente:

### Edad del turista

Los primeros resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes en los centros comunitarios de la costa de Manabí, fueron los datos sobre la edad se determinó que el visitante promedio se encuentra entre 26-36 años de edad representado en el 37,8% seguido por edades de 18 a 25 años con un 34,7%. Entre ambos valores existe una diferencia mínima, por lo que se puede determinar que el rango de edad del turista que visitan los centros comunitarios se encuentra entre jóvenes y adultos jóvenes. Sin embargo, existe también una demanda de adultos y adultos mayores que se ve representada en porcentajes menores, pero no por esto dejan de ser importante ya que son ellos los que mayor nivel adquisitivo en su mayoría son personas jubiladas.

Cuadro 04.28. Edad del turista.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 18 a 25 años	68	34,7	34,7	34,7
	de 26 a 36 años	74	37,8	37,8	72,4
	de 36 a 50 años	28	14,3	14,3	86,7
	más de 51 años	26	13,3	13,3	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Nacionalidad del turista

Se logró identificar la nacionalidad de los turistas, la misma que se ve expuesta en el siguiente cuadro, donde se demuestra que en su mayoría son turistas de nacionalidad ecuatoriana representada en un 65,8%, mientras que el público extranjero se ve representado en un 34,2%. Es válido mencionar que existen comunidades en la que este resultado se mantiene y otras como el Pital o las Tunas en las que el número de extranjeros es mayor, sin embargo, haciendo un sondeo general y tomando en cuenta todas las comunidades los visitantes en su mayoría son ecuatorianos.

**Cuadro 04.29.** Nacionalidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ecuatoriana	129	65,8	65,8	65,8
	Extranjero	67	34,2	34,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### **Provincia de residencia del turista**

La mayoría de los turistas nacionales provienen de la provincia de Pichincha representado en un 18,4%, seguido por los visitantes la provincia de Guayas con un 14,3% muy cercano a este porcentaje se encuentran los turistas de la provincia de Manabí con un 13,8%. Los valores obtenidos nos permiten reconocer que existe una demanda establecida por personas de la provincia de Pichincha sobre todo de la ciudad de Quito, quienes disfrutan de las playas manabitas y aprovechan la cercanía de los centros comunitarios para visitarlos durante su estadía.

**Cuadro 04.30.** Provincia de residencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos		67	34,2	34,2	34,2
	Manabí	27	13,8	13,8	48,0
	Pichincha	36	18,4	18,4	66,3
	Guayas	28	14,3	14,3	80,6
	El Oro	4	2,0	2,0	82,7
	Azuay	10	5,1	5,1	87,8
	Orellana	8	4,1	4,1	91,8

Santa Elena	2	1,0	1,0	92,9
Santo Domingo	12	6,1	6,1	99,0
Esmeraldas	2	1,0	1,0	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### País de residencia del turista

De acuerdo con el siguiente cuadro la mayoría de los turistas son ecuatorianos, sin embargo en esta ocasión se analizarán los países de residencia de los turistas extranjeros que visitan los centros comunitarios en la costa de Manabí los cuales provienen en su mayoría de Alemania y Estados Unidos con porcentajes similares, seguidos por turistas de Francia y Polonia, por lo tanto se puede decir que el público extranjero es en su mayoría europeo, ya que existe una gran variedad de países perteneciente a este continente dentro de la lista de visitas en los centros turísticos comunitarios.

**Cuadro 04.31.** País de residencia.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ecuador	119	60,7	60,7	60,7
	Francia	8	4,1	4,1	64,8
	México	4	2,0	2,0	66,8
	Colombia	4	2,0	2,0	68,9
	Holanda	5	2,6	2,6	71,4
	Bélgica	4	2,0	2,0	73,5
	Estados Unidos	10	5,1	5,1	78,6
	Argentina	2	1,0	1,0	79,6
	Canadá	4	2,0	2,0	81,6
	Alemania	10	5,1	5,1	86,7
	Polonia	8	4,1	4,1	90,8
	Italia	2	1,0	1,0	91,8
	Australia	4	2,0	2,0	93,9
	Ecuador	10	5,1	5,1	99,0
	Perú	2	1,0	1,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia

### Nivel de estudios del turista

De acuerdo con el cuadro, el nivel de estudios completos de los encuestados es universitarios, con un 62,8%, seguido por un 24,5% de encuestados los cuales mencionaron tener un nivel de estudio primario y secundario. Por lo tanto se puede decir que el turista que visita los centros comunitarios en la

costa de Manabí, es una persona de un nivel académico medio- alto, son personas profesionales que visitan los centros con la finalidad de disfrutar y nutrir sus conocimientos.

**Cuadro 04.32.** Nivel de estudios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primarios y secundarios	48	24,5	24,5	24,5
	Medios-Técnicos	25	12,8	12,8	37,2
	Universitarios	123	62,8	62,8	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia

### Ocupación principal

De acuerdo con los resultados obtenidos en la siguiente variable, la ocupación principal de los visitantes es empleado privado con un 31,6%, seguido por un 21,4 % quienes son estudiantes en su mayoría universitarios los cuales visitan los centros comunitarios a través de excursiones universitarias realizadas por los docentes durante el año. El porcentaje mayor nos permite concluir con que el turista promedio es una persona que trabaja en un empresa privada por lo tanto viaja según su horario, por lo que es evidente que llegaran a los centros comunitarios sobre todo durante los fines de semana y tiene un poder adquisitivo medio.

**Cuadro 04.33.** Ocupación principal.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estudiante	42	21,4	21,4	21,4
	Comerciante	12	6,1	6,1	27,6
	Empleado público	26	13,3	13,3	40,8
	Ama de casa	6	3,1	3,1	43,9
	Empresario	18	9,2	9,2	53,1
	Jubilado	17	8,7	8,7	61,7
	Empleado privado	62	31,6	31,6	93,4
	Desempleado	13	6,6	6,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

## Medios de información

El visitante promedio en los centros comunitarios obtuvo información sobre el destino por medio de amigos o familiares con un 40,8% seguido por agencia de viajes con un 24,5 % la mayoría de encuestados seleccionaron esta opción fueron extranjeros quienes visitan los sitios bajo la asesoría de operadoras y agencias turísticas sobre todo en el cantón puerto López. Muy pocos se informaron por ferias turísticas lo que deja claro el bajo nivel de promoción turística que se le da a los centros comunitarios en este tipo de evento, también se percibe un deficiente aprovechamiento de herramientas tecnológicas para la promoción como son las redes sociales y el internet en sí, ya que el turista aseguro llegar al sitio gracias a las indicaciones y sugerencias de sus amigos es decir promoción de boca en boca.

**Cuadro 04.34.** Medio de información.

		Frecuen cia	Porcent aje	Porcentaje válido
Válidos	Por una agencia de viaje	48	24,5	24,5
	Por medio de amigos o familiares	80	40,8	40,8
	Redes sociales	29	14,8	14,8
	Internet, buscadores	35	17,9	17,9
	Ferias Turísticas	4	2,0	2,0
	Total	196	100,0	100,0

Elaboración propia.

## Factores de motivación de viaje

Los factores que motivaron a las personas a realizar la visita a los centros comunitarios en la costa de Manabí fueron; por la naturaleza el paisaje atractivo, fue el principal motivo que tuvieron los turistas al visitar estos lugares, muchos de los centro comunitarios se encuentran rodeados por la naturaleza y ofrecen hermosos paisajes sumado a esto la cercanía que tienen con la playa que sin duda alguna motiva a los visitantes a realizar el viaje, otro gran motivo por la que los turistas visitaron los CTC fue por conocer nuevas culturas, ya que sin duda alguna al realizar actividades turísticas comunitarias las personas intercambian y conocen nuevas culturas en las comunidades que visitan. Existen otras motivaciones como las buenas referencias que ellos reciben

sobre el lugar, también realizar senderismo y los motiva conocer el patrimonio arqueológico que poseen algunos de los CTC en la costa de Manabí.

**Cuadro 04.34.** Factores de motivación de viaje.

	N	Mínim o	Máxim o	Media	Desv. típ.
Oferta de restauración	196	1,00	7,00	2,9796	0,41043
Actividades recreativas	196	3,00	10,00	6,0663	2,01041
Senderismo	194	2,00	10,00	6,2371	2,12692
La naturaleza, paisaje atractivo	196	4,00	10,00	8,7755	1,46081
El patrimonio cultural (arqueológico)	196	1,00	19,00	6,1327	2,94962
La cercanía de su lugar de residencia	196	1,00	10,00	2,3316	0,15721
Relación calidad / precio	196	2,00	9,00	5,5408	1,64967
Visitar a familiares o amigos	196	1,00	31,00	2,0816	0,45275
La gastronomía	196	2,00	10,00	5,3980	1,89596
Motivos educativos o profesionales	196	1,00	10,00	3,5459	1,24123
Practicar deportes	196	1,00	10,00	4,8265	1,95271
Oportunidad de compras de artesanías	196	1,00	9,00	4,5867	1,17152
Conocer nuevas culturas	196	2,00	10,00	7,0612	2,42769
Buenas referencias (información)	196	2,00	68,00	6,3010	2,58718
Disponibilidad de atractivos turísticos	196	2,00	9,00	5,4490	1,71941
Amabilidad / hospitalidad	196	2,00	10,00	5,4541	1,96975
N válido (según lista)	194				

Elaboración propia.

### Número de personas que viajan

La siguiente interrogante se realizó con la finalidad de conocer de cuantas personas está conformado el grupo de viaje, después de haber realizado un promedio se puede observar que los turistas viajan grupo formado por una media de 3,77 es decir 4 personas, este es un grupo pequeño que en su mayoría está constituido por miembros de una familia o amigos, esta información es válida ya que permite identificar que se deben crear paquetes o promociones que se relacionen con este resultado.

**Cuadro 04.36.** Número de personas que viajan.

	N	Mínim o	Máxim o	Medi a	Desv . típ.
Número de Personas que forman el grupo	196	1	7	3,77	0,140
N válido (según lista)	196				

Elaboración propia.

## Duración de la visita

La duración de la visita en los CTC en la costa de Manabí, se establecen entre 1 a 7 días máximo luego de haber realizado la encuesta y trabajar a través de una media se logró identificar que la duración promedio de la visita es de 1,62 días, es decir el turista promedio realiza un visita durante el día y en ciertas ocasiones la visita dura más que eso y consta de una noche de pernoctación por lo general.

**Cuadro 04.37.** Duración de la visita.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
Duración de la visita	196	1	7	1,62	0,190
N válido (por lista)	196				

Elaboración propia.

## Número de visitas

Los resultados obtenidos nos permiten conocer que los visitantes en su mayoría han visitado una sola vez el destino, es decir esta era su primera experiencia dentro del centro de turismo comunitario, un porcentaje menor ha visitado el destino más de una vez , por lo tanto se puede decir que se trata de una demanda creciente que debe ser conquistada para lograr su fidelización y así retorne en otra ocasión, el número de personas que han visitado el lugar con anterioridad es menor y se debe trabajar para cumplir este objetivo.

**Cuadro 4.38.** Número de visitas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
más de una vez	35	17,9	17,9	17,9
Una sola vez	161	82,1	82,1	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

## Gasto promedio

La siguiente interrogante se realizó con la finalidad de conocer cuánto están dispuestos a gastar los turistas durante su estadía, los encuestados respondieron que están dispuestos a realizar un gasto menor a \$40 con un

43%, seguido por un 35,7% que está dispuesto a gastar de \$41 a \$70. Por lo tanto la oferta en los centros turísticos comunitarios debe ajustarse a estos precios, de hecho en la mayoría de los establecimientos se pudo percibir que existen servicios y productos accesibles para este tipo de turistas

**Cuadro 04.38.** Gasto promedio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	hasta \$40	86	43,9	43,9	43,9
	de \$41 a \$70	70	35,7	35,7	79,6
	de \$71 a \$100	22	11,2	11,2	90,8
	más de \$101	18	9,2	9,2	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Percepción de precios

La siguiente variable tiene relación con la anterior, la percepción que tienen los turistas sobre los servicios turísticos en los centros comunitarios es que los precios de alojamiento y alimentación le parecen normales, mientras que los precios de otros servicios como el transporte y la recreación consideran son más elevados, sin embargo no existe una media muy elevada que estipule un servicio como “muy caro”. Esto quiere decir que los precios en los sitios turísticos estudiados son accesibles y aceptados por la demanda turística.

**Cuadro 04.40.** Percepción de precios.

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Hospedaje	196	1,00	9,00	2,6122	1,16472
Alimentación	196	1,00	4,00	2,2755	,92021
Recreación	196	1,00	5,00	2,6888	1,03779
Transporte	196	1,00	8,00	2,8112	1,02285
N válido (según lista)	196				

Elaboración propia.

### Valoración de la oferta turística

De acuerdo con los resultados obtenidos a partir de esta interrogante, se pudo conocer cuál es la valoración que tienen los servicios turísticos por parte de los

visitantes, quienes en su mayoría puntuaron de mejor forma a los atractivos turísticos naturales y culturales que posee el destino, sumándose a esto las playas y su dotación reciben un puntaje valioso seguido por la accesibilidad. mientras que la oferta de alojamientos fue una de las opciones menor puntuadas , esto sin duda se debe a que en ciertas comunidades todavía no existe una adecuada oferta de hospedaje, en comunidades como la Isla corazón y Fragata no se cuenta con la infraestructura necesaria para hospedar un mayor número de visitantes.

**Cuadro 04.41.** Valoración de la oferta turística

	N	Mínim o	Máxim o	Media	Desv. típ.
La oferta de alojamientos	196	1,00	10,00	7,2143	1,87151
La oferta de restaurantes	196	2,00	10,00	7,4439	1,78366
Actividades recreativas	196	2,00	10,00	7,7653	1,52114
Seguridad ciudadana	196	2,00	10,00	7,7551	1,49228
Información turística	196	1,00	10,00	7,3673	1,54181
Accesibilidad	196	5,00	10,00	8,0867	1,30389
Las playas y su dotación	196	3,00	10,00	8,2602	1,44600
El transporte público	196	2,00	10,00	7,6327	1,48419
Atractivos turísticos naturales y culturales	196	1,00	88,00	8,8571	8,42280
N válido (según lista)	196				

Elaboración propia.

### Compartir la experiencia

Se les pregunto a los visitantes si compartirían la experiencia vivida en las sus redes sociales y un 87,8 % supo mencionar que si lo haría, el porcentaje de quienes no lo harían fue muy bajo. Por lo tanto se puede constatar que la experiencia vivida durante su estadía fue interesante y satisfactoria.

**Cuadro 04.42.** Compartir la experiencia.

		Frecuen cia	Porcent aje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	172	87,8	87,8	87,8
	No	24	12,2	12,2	100,0
	Tot al	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Visita de retorno

De acuerdo con el siguiente cuadro, los turistas encuestados si volverían a visitar el destino representado en un 88,3%, mientras que un 11,7% de los

visitantes dijeron que no volverían al sitio turístico, estos resultados nos permiten conocer que el nivel de aceptación del destino fue alto y que las actividades realizadas fueron disfrutadas y desean ser repetidas.

**Cuadro 04.43.** Visita de retorno.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	173	88,3	88,3	88,3
	No	23	11,7	11,7	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

### Recomendación del destino

De la misma forma un 92,9%, sí recomendaría la visita al destino sobre todo a sus familiares y amigos, este resultado sumado a los de los cuadros anteriores nos permite conocer que la oferta turística en los centros de turismo comunitario de la costa de Manabí, genera una buena experiencia y debe ser explotada ya que existen actividades y atractivos turísticos que hacen de los de los destinos un sitio de alto interés turístico.

**Cuadro 04.44** Recomendación del destino.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	182	92,9	92,9	92,9
	No	14	7,1	7,1	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Elaboración propia.

#### 4.2.2.1 Segmentación del mercado

Una vez tabulada toda la información adquirida mediante la aplicación de encuestas a los visitantes que acuden a los centros comunitarios de la costa de Manabí, se analizaron los resultados presentados en la matriz CKMO y prueba de Bartlett, herramienta necesaria para poder segmentar el mercado. El mismo que da como resultado un KMO de 0,820 con un Chi-cuadrado de que es la probabilidad de 1973,733 con una significación estadística de 0,000 es decir

que las variables de motivación de viaje se consideran aceptables para este análisis factorial, porque la significación es alta y el KMO está por encima del 0,7.

**Cuadro 04.45.** CKMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,820
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado	1973,7
	aproximado	33
	Gl	120
	Sig.	,000

Además se tomó como referencia la matriz de componentes rotados presentada en el cuadro 04.43, donde se puede identificar 2 tipos clúster, clúster 1 motivados por la naturaleza, el atractivo paisajístico, la disponibilidad de atractivos turísticos, el senderismo entre otros. Y el clúster 2 motivados por las buenas referencias del lugar, amabilidad y hospitalidad, conocer nuevas culturas y demás.

**Cuadro 04.46.** Matriz de componentes rotados.

**Matriz de componentes rotados.**

	Componente	
	1	2
La naturaleza, atractivo paisaje	,946	
Disponibilidad de atractivos turísticos	,933	
Senderismo	,927	
La cercanía de su lugar de residencia	,915	
Visitar a familiares o amigos	-,899	
Relación calidad / precio	-,827	
Oferta de restauración		
La gastronomía		
Actividades recreativas		
Buenas referencias (información)		,853
Amabilidad / hospitalidad		,809
Conocer nuevas culturas		,791
Oportunidad de compras de artesanías		,788
El patrimonio cultural (arqueológico)		,753
Practicar deportes		
Motivos educativos o profesionales		

Luego de haber estudiado los cuadros anteriores, se pudo realizar la segmentación del mercado establecida en el cuadro 04.44 del perfil del turista, mismo en donde se refleja de una manera sintetizada los resultados obtenidos.

**Cuadro 04.46.** Matriz del perfil del turista.

Datos	Turismo de Naturaleza	Turismo Cultural.
<b>Nacionalidad</b>	Ecuatoriano	Extranjero
<b>Edad</b>	De 18 a 25 años	26 a 36 años
<b>Nivel profesional</b>	Primario y secundario	Universitarios
<b>Ocupación</b>	Estudiante	Empleado privado
<b>Principal motivo de visita</b>	La naturaleza, paisaje atractivo	Conocer nuevas culturas
<b>Permanencia</b>	1 día	2 días
<b>Medio de información</b>	Amigos y familiares	Agencia de viajes
<b>Número de personas con las que viaja</b>	3	2
<b>Actividades turísticas de preferencia</b>	Senderismo, disfrutar de la naturaleza.	Arqueología, compra de artesanías.
<b>Cantidad a pagar</b>	Hasta \$40	De 41 a 70 dólares
<b>Recomendaría la visita al destino</b>	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro anterior, en el destino se identificaron dos perfiles uno de turismo de naturaleza y otro de turismo cultural. El turismo de naturaleza se diferencia del turismo cultural ya que los turistas prefieren disfrutar de la playa, el ambiente y actividades recreativas en la naturaleza como el senderismo. El cultural prefiere disfrutar de la gastronomía, las manifestaciones culturales, y comprar artesanías, además se interesa por el patrimonio arqueológico que poseen los CTC.

#### 4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

La matriz de competidores se aplicó con el objetivo de identificar cuáles son los competidores de la costa de Manabí en cuanto a turismo comunitario, para plantear estrategias de desarrollo, esta herramienta permitirá identificar los aspectos internos y externos revelando con más claridad cuáles son las principales fortalezas potenciales y las principales debilidades en las que se deberá trabajar para así mitigarlas.

Para realizar esta matriz se tomó en consideración; la comunidad Caimito de provincia de Esmeraldas y Dos Mangas de la provincia de Santa Elena, ambas tienen se relación con la comuna Agua Blanca, poseen características similares

y se encuentran ubicados en la costa ecuatoriana. Los factores que se evaluaron fueron el entorno natural, aspecto cultural, la oferta turística, la promoción turística que se realiza para que la comunidad se conozca turísticamente, la accesibilidad que hay hacia los atractivos, y la infraestructura turística y la consolidación en el mercado. Para la evaluación de la matriz del perfil competitivo se tomó en cuenta los siguientes puntajes de evaluación: 0.0= sin importancia; 1,0= muy importante / 1= debilidad grave; 2= debilidad menor; 3= fortaleza menor; 4= fortaleza importante.

**Cuadro 04.48.** Matriz de perfil competitivo.

Factores claves de éxito	Ponderación	Agua Blanca Manabí		Caimito Esmeraldas		Dos Mangas Santa Elena	
		Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
Entorno natural	0,15	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Aspecto cultural	0,15	4	0,6	2	0,3	3	0,45
Oferta Turística	0,25	3	0,75	3	0,75	3	0,75
Promoción Turística	0,10	1	0,1	1	0,1	1	0,1
Consolidación en el mercado	0,10	3	0,3	2	0,2	1	0,1
Accesibilidad	0,10	3	0,3	3	0,3	1	0,1
Infraestructura turística	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,3
Total Resultado Ponderado	1,00		3,1		2,70		2,4

Fuente: Elaboración propia

La matriz de perfil competitivo arrojó los siguientes resultados; 3,1 Agua Blanca de la provincia de Manabí 2,95, Caimito en la provincia de Esmeraldas y 2,4 Dos Mangas de la provincia de Santa Elena, lo cual demuestra que la comuna Dos Mangas no representa una competencia directa para Agua Blanca. Sin embargo aunque el puntaje de Agua Blanca es mayor al de Caimito, se debe tomar en cuenta este centro comunitario ya que puede llegar a ser la competencia directa a nivel de la costa ecuatoriana.

Se logró identificar los aspectos en los que tienen falencias Agua Blanca en Manabí, sin duda alguna un punto débil de esta comunidad es la deficiente promoción turística del sitio, si bien el CTC es conocido nivel nacional esto se debe a su permanencia en el mercado ya que está activo desde hace 33 años,

pero no existe una adecuada promoción y comercialización del producto turístico. Lo cual debe ser solucionado para lograr un óptimo desarrollo y aprovechamiento de sus atractivos naturales y culturales.

### **4.3. FASE III. ANÁLISIS ESTRATÉGICO SECTOR TURÍSTICO COMUNITARIO-COSTA MANABÍ.**

Se elaboró la matriz FODA para conocer la situación actual del sector turístico comunitario de la costa de Manabí, con el objetivo de plantear estrategias que permitan un mejor desarrollo. Para la elaboración de esta matriz se realizó un recorrido por las comunidades de la costa de manabita, en donde se realizó un diagnostico participativo con los emprendedores de la zona, dicho análisis permitió determinar como fortalezas; la potencialidad turística que poseen las comunidades, además la hospitalidad de los habitantes el cual es un factor para brindar un servicio de calidad, cabe mencionar los precios accesibles de los servicios turísticos en las comunidades, otro aspecto de gran valor es la identidad cultural que poseen las comunidades en el territorio y la actitud emprendedora por parte de los pobladores.

En cuanto a las debilidades se presencia que el potencial turístico no está siendo valorado ni integrado por falta de proyectos turísticos y de planificación, eso conlleva a que exista también una deficiente promoción turística, otro aspecto negativo es que la infraestructura, servicios básicos, y oferta complementaria no se ha recuperado totalmente después del terremoto, además el bajo nivel de formación profesional en los emprendedores de la zona, provocando un deficiente desarrollo de emprendimientos.

De acuerdo con las oportunidades se menciona las leyes a favor del desarrollo del turismo comunitario, las cuales pueden interferir para que este sector sea impulsado oficialmente, también se toma en cuenta el aumento de la potencialidad del turismo comunitario para la creación de nuevos proyectos, la existencia de programas de incentivos para la creación de nuevos emprendimientos por parte de instituciones públicas y privadas, y el apoyo por parte de ONG que pueden recibir las comunidades, una oportunidad que debe ser aprovechada es la llegada de cruceros internacionales al puerto de Manta,

a los cuales se les puede ofertar servicios turísticos en las comunidades de la zona costera.

En cuanto a las amenazas, la existencia de desastres naturales en el territorio es una de las amenazas más fuerte, otro aspecto es la inestable situación económica y política del país, al contar las comunidades con un alto potencial de recursos sobre todo naturales una amenaza antes esto es la intervención y sobreexplotación de áreas naturales deteriorando así el ecosistema, además la temporalidad turística en la zona que es un fenómeno que afecta la zona costera, finalmente la emigración por parte de los pobladores, que sin duda afectaría socialmente a las comunidades.

**Cuadro 04.49.** Matriz FODA del sector turístico comunitario-Costa Manabí.

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potencialidad turística de las comunidades.</li> <li>2. Hospitalidad de los habitantes de las comunidades.</li> <li>3. Precios accesibles para los turistas.</li> <li>4. Identidad cultural.</li> <li>5. Actitud emprendedora por parte de los pobladores.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potencial turístico no valorado ni integrado por falta de proyectos turísticos y de planificación.</li> <li>2. Deficiente promoción turística.</li> <li>3. Infraestructura, servicios básicos, y oferta complementaria sin recuperación total después del terremoto.</li> <li>4. Inexistencia de redes turísticas comunitarias en la provincia.</li> <li>5. Bajo nivel de formación profesional en los emprendedores.</li> </ol>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leyes a favor del desarrollo del turismo comunitario.</li> <li>2. Aumento de la potencialidad del turismo comunitario para la creación de nuevos proyectos.</li> <li>3. Programas de incentivos para la creación de nuevos emprendimientos por parte de instituciones públicas y privadas.</li> <li>4. Apoyo por parte de ONGs.</li> <li>5. Llegada de cruceros internacionales al puerto de Manta.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desastres naturales.</li> <li>2. Situación económica y política del país inestable. .</li> <li>3. Intervención y sobreexplotación de áreas naturales.</li> <li>4. Temporalidad turística en la zona.</li> <li>5. Emigración por parte de los pobladores.</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia, a partir de diagnóstico participativo con emprendedores.

Una vez determinado los factores internos y externos, se procedió al cruce información entre los diferentes cuadrantes; para lo cual se tomó en consideración los siguientes valores cualitativamente y cuantitativamente.

**Cuadro 4. 50.** Valores para ponderación.

0	1	2	3
Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante

Fuente: Elaboración propia

Se procedió a realizar la respectiva ponderación con las cantidades antes mencionadas, posteriormente se sumaron los valores verticales y como horizontales para la obtención de los resultados respectivos de los diferentes cuadrantes (Figura 04.05)

															
		MATRIZ FODA													
		ANÁLISIS EXTERNO													
		OPORTUNIDADES					TOTAL	AMENAZAS					TOTAL	TOTAL FORTALEZAS	
		O1	O2	O3	O4	O5		A1	A2	A3	A4	A5			
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	3	3	3	2	14	3	2	3	2	2	12	26
		F2	1	2	1	1	2	7	3	2	1	2	1	9	16
		F3	1	2	1	1	2	7	3	3	1	2	1	10	17
		F4	2	3	2	2	2	11	2	2	1	2	3	10	21
		F5	2	2	3	3	1	11	2	3	1	3	2	11	22
	TOTAL		9	12	10	10	9	50	13	12	7	11	9	52	TOTAL FORTALEZAS
	DEBILIDADES	D1	3	2	3	3	2	13	1	2	2	3	3	11	24
		D2	3	1	2	2	2	10	1	2	1	3	1	8	18
		D3	1	2	3	3	1	10	1	2	1	2	2	8	18
		D4	2	3	2	2	2	11	1	1	2	2	1	7	18
		D5	2	1	3	2	1	9	1	2	1	1	2	7	16
TOTAL		11	9	13	12	8	53	5	9	7	11	9	41		
TOTAL OPORTUNIDADES		20	21	23	22	17	TOTAL AMENAZAS	18	21	14	22	18			

Figura 04.05. Ponderación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

Fuente: Elaboración propia.

### 4.3.1. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Una vez analizada la información se determinó que para el planteamiento del problema estratégico y su solución se enfocará en el cuadrante III Mini-Maxi en donde se elaboran estrategias de reorientación. (Cuadro 04.51).

Cuadro 04.51. Cuadrantes de la Matriz FODA

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	 Estrategia ofensiva Maxi – Maxi ¿Cómo me permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades?	 Estrategia defensiva Maxi – Mini ¿Cómo maximizar las fortalezas minimizando las amenazas?

	III	IV
<b>Debilidades</b>	Estrategia reorientación Mini – Maxi ¿Cómo minimizar debilidades aprovechando oportunidades?	Estrategia de supervivencia Mini – Mini ¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza?

Fuente: Elaboración propia

Se proponen estrategias de reorientación para minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades, es decir, aprovechando los programas de incentivos para la creación de nuevos emprendimientos por parte de instituciones públicas y privadas, se podrá contrarrestar el potencial turístico no valorado ni integrado por falta de proyectos turísticos y de planificación.

**Cuadro 04.52.** Estrategias de reorientación del sector turístico comunitario- costa Manabí

<b>Estrategias de reorientación (DO)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la creación de emprendimientos turísticos comunitarios, aprovechando los programas de incentivos.</li> <li>• Programa de capacitación para emprendedores.</li> <li>• Crear estrategias de marketing para el posicionamiento turístico de las comunidades.</li> <li>• Incentivar la cooperación y complementariedad entre comunidades.</li> </ul>
--	--

Fuente: Elaboración propia

## PROBLEMA ESTRATÉGICO

Si se materializa la temporalidad turística en la zona teniendo en cuenta el potencial turístico no valorado ni integrado por falta de proyectos turísticos y de planificación, aunque se disponga de potencialidad turística en las comunidades, no podrán utilizarse plenamente los programas de incentivos para la creación de nuevos emprendimientos por parte de instituciones públicas y privadas.

## SOLUCIÓN ESTRATÉGICA

Utilizando plenamente la potencialidad turística en las comunidades sobre los programas de incentivos para la creación de nuevos emprendimientos por parte de instituciones públicas y privadas, se podrá realizar propuestas que posibiliten minimizar la temporalidad turística en la zona y superar el potencial turístico no valorado ni integrado por falta de proyectos turísticos y de planificación.

#### 4.4. FASE IV.- DISEÑO DE MODELO DE EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO.

Esta etapa compone la propuesta final, que surge en función de los resultados obtenidos en fases anteriores, que en su conjunto permiten el diseño del modelo de emprendimiento, el esquema está basado en el modelo de gestión de turismo rural comunitario de la Fundación CODESPA del año 2011, el mismo que trabaja sobre cuatro componentes basados en la oferta y demanda, estos son adaptados y adecuados al área de estudio, además se involucran estrategias e indicadores obtenidos gracias al análisis situacional del sector, finalmente se incluye un proceso administrativo que comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control que permiten el cumplimiento del objetivo principal de esta investigación.

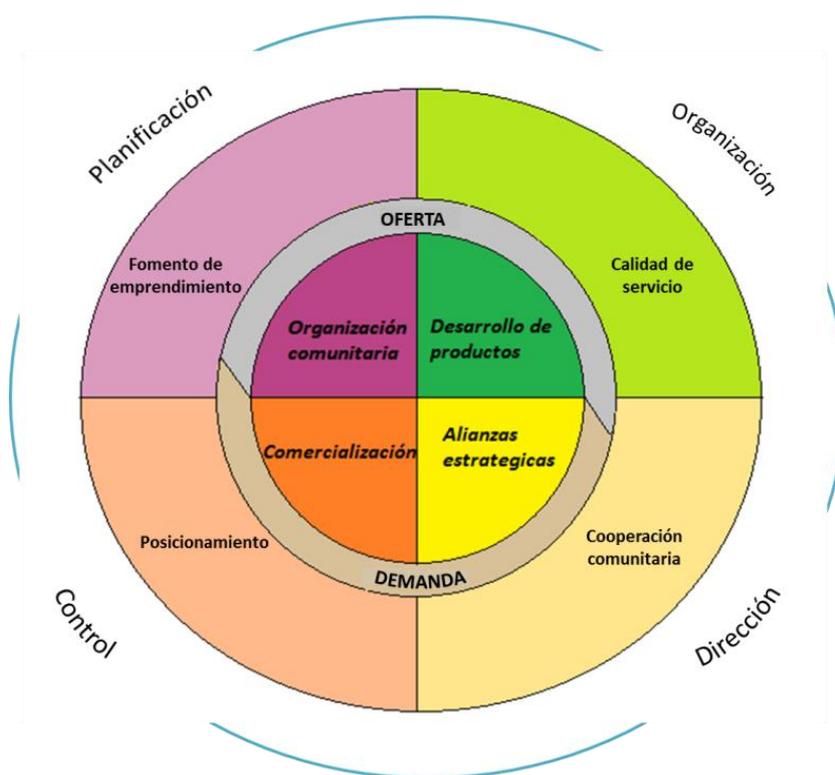


Figura 04.06. Modelo de emprendimiento comunitario.

Fuente: Elaboración propia.

El modelo de emprendimiento comunitario presentado en la figura anterior, se establece en forma circular, teniendo como base la oferta y demanda de turismo comunitario, en la parte central del modelo se encuentran los cuatro

componentes que rigen el modelo: Organización comunitaria; Desarrollo de productos; Alianzas estratégicas y Comercialización. Expuestas de manera más amplia se presentan las estrategias cada una de ellas relacionadas con los componentes centrales del modelo, es así que; la estrategia fomento de emprendimiento es diseñada desde la base del componente organización comunitaria, la segunda estrategia calidad de servicio tiene como base el componente desarrollo de productos, la tercer estrategia cooperación comunitaria surge a partir del componente de alianzas estratégicas, así mismo la estrategia de posicionamiento tiene como base el componente de comercialización. El modelo se encuentra englobado por los subprocesos del proceso administrativo, los mismos que permiten la adecuada ejecución y evaluación de los actuales y futuros emprendimientos turísticos comunitarios.

#### **4.4.1. MISIÓN**

Desarrollar estrategias que fortalezcan las potencialidades turísticas rurales, gestionando eficiente y eficazmente, a fin de fomentar las capacidades aprovechando las potencialidades en la oferta de productos turísticos a través de emprendimientos y mejora de la calidad de los servicios, mediante de la participación de los distintos agentes implicados, consolidando la integración de las comunidades receptoras y a su vez aportando a la mejora en las condiciones de vida.

#### **4.4.2 VISIÓN**

Al 2025, la zona costera de Manabí se consolidará como un destino líder en turismo comunitario, constituyéndose como un referente de desarrollo local que asegure el bienestar social económico y ambiental de las comunidades, mediante el vínculo con los actores públicos privados, para la gestión turística de productos de calidad que contribuyan al desarrollo turístico sostenible y sustentable del país.

#### **4.4.3. OBJETIVOS**

- Fomentar la creación de emprendimientos turísticos en las comunidades de la zona costera de Manabí.
- Mejorar la calidad de servicios turísticos en los emprendimientos comunitarios.
- Generar cooperación y sinergia entre las comunidades actoras del turismo comunitario en la zona.
- Posicionar los productos y servicios del turismo comunitario de la zona costera de Manabí, en el mercado turístico nacional e internacional.

#### **4.4.4. DETERMINACIÓN DE LOS COMPONENTES DEL SUBSISTEMA EMPRENDEDOR.**

Para lograr el objetivo planteado, se determinan cuatro componentes basados en la oferta y la demanda debido a que luego del análisis estratégico del sector se evidenciaron problemas con la oferta ligada a la organización comunitaria y el desarrollo de productos, en cuanto a la demanda es necesario trabajar en alianzas estratégicas y en la comercialización. Dichos componentes trabajan simultáneamente con las estrategias, es así que desde la oferta busca fomentar la creación de emprendimientos turísticos comunitarios y fortalecer la calidad de servicios. Por el lado de la demanda se busca la cooperación y posicionar el producto turístico.

#### **4.4.5. IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS EN EMPRENDIMIENTO.**

Se identifican los procesos que forman parte del modelo de emprendimiento los mismos que van sujetos a los componentes antes mencionados, teniendo como base el proceso administrativo el mismo que según Koontz y Weihrich (citado por Marín & Atencio, 2008), comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo. Por lo tanto, se toma en cuenta a la comunidad como una organización social, en donde se ejecutarán dichas actividades a través de un proceso cíclico. La planificación

es un proceso clave dentro del modelo, permite a la comunidad determinar los resultados que se pretenden alcanzar, estudiar condiciones futuras y elementos necesarios para el eficaz funcionamiento de la organización.

Seguido por el proceso de organización, este permite agrupar y ordenar actividades para alcanzar las metas establecidas, es aquí donde se designan las funciones, responsabilidades y autoridad. La dirección por su parte trabaja en la coordinación de esfuerzos, finalmente el proceso de control mediante el cual el modelo busca cerciorar que se cumplan las acciones establecidas previamente, mide y evalúa el desarrollo la actividad turística en las comunidades, este es un proceso regulador y correctivo de las desviaciones que se puedan presentar. Luego de haber mencionado todos cabe mencionar la importancia de la planificación como proceso clave dentro del modelo de emprendimiento, por ser la base fundamental para la gestión sobre todo en el ámbito turístico.

#### **4.4.6. DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS, ELEMENTOS E INDICADORES QUE FORMAN EL MODELO.**

En función de los resultados obtenidos en las fases anteriores, considerando las necesidades y los problemas que se presentan en el territorio, en base a la formulación estratégica antes planteada, se determinan 4 estrategias presentadas en programas los mismos que en su conjunto pretenden dar solución a los problemas identificados y con ello contribuir al desarrollo turístico las zonas afectadas por el terremoto de la costa de Manabí.

Las estrategias sustentan el modelo de emprendimiento, cada una de ellas se elaboran con sus respectivos proyectos e indicadores que permitan medir y evaluar el cumplimiento de los mismos. La primera estrategia es el fomento de emprendimientos, trabaja en función al componente organización comunitaria, consta de cuatro proyectos, el primer proyecto permite a los habitantes de las comunidades conocer acerca de los beneficios sostenibles que genera el turismo, incentivando de esta manera a que se incremente el número de personas involucradas en la rama turística.

El segundo proyecto fortalece la organización de las comunidades, creando una estructura organizacional basada en los reglamentos establecidos dentro de las comunidades, una vez creado el organigrama administrativo se asesora a las comunidades para que estas se establezcan jurídicamente como centros comunitarios y puedan cumplir con los requisitos y gozar de beneficios como CTC registrado por el MINTUR. El tercer proyecto busca en conjunto con las comunidades el apoyo financiero de empresas privadas, empresas públicas, organismos sin fines de lucro, entre otros, sobre todo para comunidades que inicien dentro de la actividad turística y necesitan mayor cantidad de recursos económicos. El cuarto y último proyecto, permite a las comunidades trabajar en la planificación de la oferta, a través del conocimiento de las nuevas tendencias y productos turísticos. La inversión anual aproximada es de \$ 3000 teniendo en cuenta costos de capacitación, asesoramiento, elaboración programas y movilización.

**Cuadro 04.53.** Programa fomento de emprendimientos.

Proyectos	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización en turismo y turismo comunitario.</li> <li>• Programa de fortalecimiento organizacional y asesoramiento legal.</li> <li>• Gestionar apoyo financiero por parte de organismos públicos y privados.</li> <li>• Programa para la innovación y diversificación de la oferta de servicios turísticos en las comunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de personas involucradas en la rama turística dentro de las comunidades.</li> <li>• Registro de centros de turismo comunitarios debidamente legalizados por el MINTUR.</li> <li>• Convenios y alianzas que beneficien el potencial turístico en la comunidad.</li> <li>• Incremento de productos turísticos en las comunidades.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

La segunda estrategia surge en base al segundo componente que trata sobre el desarrollo de productos, enfocada en la calidad de servicio está compuesta por cuatro proyectos los cuales buscan que el servicio turístico dentro de las comunidades sea de calidad, el primer proyecto permite a los habitantes interesados en la actividad turística capacitarse a través de cursos dictados por profesionales en turismo, en las diferentes áreas que comprende actividad, como restauración, alojamiento, guianza, además se formaran en temas sobre relaciones publicas y calidad de servicio. El segundo busca crear programas interinstitucionales con la ayuda universidades, organismos privados o públicos, quienes con su apoyo a través de cursos y pasantías permitirán fortalecer el aprendizaje del idioma ingles en las comunidades.

En el tercer proyecto las comunidades pueden desarrollar y mejorar la infraestructura turística, es así que es necesario la revisión de documentos como el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario del MINTUR, o indicadores sostenibles internacionales, que permitan evaluar el estado de la infraestructura turística con la cuenten las comunidades. Para la ejecución del cuarto proyecto es necesario coordinar con el Ministerio de Turismo procesos de certificación para los prestadores de servicio quienes se destaquen en las diferentes competencias laborales, este proyecto se da con la finalidad buscar la excelencia en la calidad de servicio. Tomando en cuenta los diferentes costos de capacitación, programas, y mejoramiento de infraestructura tiene como inversión anual un total de \$8000.

**Cuadro 04.54.** Programa para la calidad de servicio.

Proyectos	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en contabilidad, restauración, alojamiento, relaciones públicas, calidad y atención al cliente.</li> <li>• Programas interinstitucionales para fortalecer el aprendizaje del idioma inglés.</li> <li>• Desarrollo de infraestructura turística en la comunidad.</li> <li>• Promover en coordinación con el Ministerio de Turismo procesos de certificación en competencias laborales del talento humano vinculados al sector turístico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar el porcentaje de prestadores de servicio capacitados en las diferentes áreas de la actividad turística.</li> <li>• Satisfacción de cliente en la calidad de servicio.</li> <li>• Manejo del idioma inglés en el 50% de los prestadores de servicio, en áreas de contacto directo con el cliente.</li> <li>• Creación y mejoramiento de equipamiento turístico; centros de interpretación, señaléticas, senderos.</li> <li>• Incrementar la certificación turística a prestadores de emprendimientos comunitarios.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

El tercer programa “Cooperación Comunitaria”, tiene como finalidad crear alianzas estratégicas que corresponde al tercer componente del modelo de emprendimiento, fue diseñado a partir de 4 proyectos, enfocados básicamente en fomentar la integración y crear relaciones consolidadas entre las comunidades dedicadas al turismo comunitario en la costa de Manabí. El primer proyecto tiene como propósito que las comunidades actoras del turismo comunitario en la costa de Manabí, fortalezcan sus relaciones a través de reuniones periódicas que permiten trabajar en conjunto por un bien común, el segundo proyecto incentivará a que las comunidades puedan complementarse y crear productos turísticos integrados entre las comunidades a través de circuitos o rutas.

El tercer proyecto fomenta la creación de una red comunitaria establecida y reconocida a nivel nacional por la FEPTCE. El cuarto proyecto afianza las relaciones entre comunidades y actores públicos a través de acuerdos que incentiven y fomenten el turismo dentro de las comunidades, a través del mejoramiento de infraestructura y servicios básicos, necesarios para el desarrollo de la actividad turística, dichos acuerdos deben estar presentes dentro del POA (Programa Operativo Anual), de los gobiernos locales, para su respectivo cumplimiento. El costo anual estimado para el cumplimiento de este es el valor \$ 2000, considerando que en la mayoría de los proyectos de este programa se incurren en gastos de gestión y movilización.

**Cuadro 04.55.** Programa para la cooperación comunitaria.

Proyectos	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer las relaciones entre comunidades actoras del turismo comunitario.</li> <li>• Incentivar la complementariedad entre comunidades de la zona, a través de la integración de productos innovadores.</li> <li>• Fomentar la creación de una Red Comunitaria de la costa de Manabí, en coordinación con la FEPTCE.</li> <li>• Promover acuerdos con gobiernos locales que permitan mejorar la infraestructura y servicios básicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de al menos un 70% de las poblaciones que trabajen con turismo comunitario.</li> <li>• Contar con al menos dos circuitos turístico que integren a las comunidades actoras del turismo comunitario en la costa manabita.</li> <li>• Creación y estructura de una red comunitaria en la costa de Manabí.</li> <li>• Mejora en la infraestructura realizadas por parte de los gobiernos locales.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

El cuarto programa “Posicionamiento del productos y servicios”, compuesto por cuatro proyectos, los mismos que están basados en el estudio de la oferta y demanda, busca mejorar la promoción turística que actualmente es un aspecto débil en las diferentes comunidades de la zona. El primer proyecto trata sobre la creación y ejecución de un estudio de mercado de la actividad en la zona, que permita a las comunidades identificar la demanda objetiva y direccionar la oferta hacia esta, el segundo proyecto surge a partir del anterior una vez establecida la demanda se crea una campaña de promoción turística utilizando las diferentes estrategias de marketing que dará relevancia y acerca los diferentes productos turísticos al público objetivo.

El tercer proyecto trabaja en la creación de una página web, las comunidades pueden mostrar la experiencia de turismo comunitario y ofertar los diferentes sus productos turísticos. El cuarto proyecto busca generar alianzas estratégicas

con operadoras locales, con el objetivo de incrementar el número de visitantes y ubicar a las comunidades dentro de la oferta turística nacional, posicionando el territorio como uno de los destinos de turismo comunitario en el país. Se estima el valor de \$7000, en costo anual para el cumplimiento de los diferentes proyectos relacionados con el estudio de mercado, promoción y marketing, importantes para el posicionamiento de dicha actividad.

**Cuadro 04.56.** Programa para el posicionamiento de productos y servicios.

Proyectos	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios periódicos de la oferta y demanda del mercado.</li> <li>• Campañas de promoción anual dirigida al público de acuerdo a los resultados del estudio de mercado.</li> <li>• Diseñar una página web de turismo comunitario de la zona costera de Manabí.</li> <li>• Generar alianzas estratégicas con operadoras turísticas nacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación del perfil del turista y competidores del turismo comunitario.</li> <li>• Incremento de visitas de turísticas en las comunidades.</li> <li>• Reconocimiento de las comunidades turísticas de la zona en el mercado.</li> <li>• Incremento de volumen de ventas de paquetes turísticos en las comunidades.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

Cada una de las estrategias son establecidas para ser ejecutadas de forma cíclica y mantienen relación con cada uno de los cuatro componentes, de la misma manera se identifican con cada uno de los subprocesos que forman parte del proceso de administración del modelo de emprendimiento. Ahora bien, planteados los programas y proyectos, es necesario establecer aquellos que se deben priorizar de acuerdo al grado de importancia tomando en cuenta además el financiamiento.

De manera que el programa 1. Fomento de Emprendimiento y el programa 3. Cooperación Comunitaria, se determinan esenciales para el desarrollo del turismo comunitario y permiten fortalecer el emprendimiento comunitario en el territorio, los mismos que deben ser ejecutados inmediatamente. Sin dejar de lado el grado de importancia de los programas restantes, los cuales debido a que requieren de mayor financiamiento pueden ser ejecutados a mediano y largo plazo.

# **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **5.1. CONCLUSIONES**

La costa de Manabí dentro de sus 350 km, se caracteriza por ser un territorio con mucho potencial turístico en sus 10 cantones, pese a esto posee una oferta basada únicamente en sol y playa, la falta de planificación y gestión repercute a que la oferta no se diversifique y tipologías como el turismo comunitario sean dejados de lado, desaprovechando los recursos naturales y culturales que poseen las comunidades de la zona. Luego del terremoto del 16A, existe una serie de deficiencias tanto en la infraestructura de servicios básicos como en la turística propiamente, colapsaron 78 establecimientos hoteleros. Se analizaron 8 políticas públicas vinculadas al emprendimiento turístico comunitario y se constató que estas no se acercan a la realidad de territorio, además se identificaron 6 factores que repercuten a que la creación de emprendimientos turísticos comunitarios sea incipiente entre ellos la falta de apoyo de los GADS y la temporalidad turística.

El destino es visitado mayoritariamente por un turismo cultural y de naturaleza, existen 5 comunidades activas que trabajan en turismo comunitario, las comunidades de la costa sur de la provincia se encuentran mayormente vinculadas turismo comunitario, en la zona centro y sur la participación es menor. Es así que la comunidad Agua Blanca en el cantón Puerto López, recibe alrededor de 20mil turistas al año y se encuentra establecida como uno de los destinos de turismo comunitario del país. Los principales competidores del destino debidos al tipo de actividad y ubicación dentro de la costa son la provincia de Santa Elena y Esmeraldas, sin embargo, las comunidades de la costa de Manabí poseen aspectos importantes como permanencia en el mercado y presencia de restos arqueólogos.

El sector turístico comunitario de la costa de Manabí, presenta puntos débiles entre ellos la temporalidad turística y potencial turístico no aprovechado ni integrado por la falta de proyectos turísticos, sin embargo, existen puntos fuertes como la potencialidad turística y la existencia de programas e incentivos para la creación de emprendimiento, por lo que es necesaria la aplicación de 4

estrategias de reorientación que permitan posicionar al sector de manera estratégica.

El modelo de emprendimiento propuesto garantiza el cumplimiento de la hipótesis al contribuir al desarrollo del turismo comunitario en las zonas afectadas por el terremoto de la costa de Manabí, es un modelo de carácter sistemático y desarrollista, que mejora el nivel de calidad de vida de las comunidades, este se fundamenta en un proceso administrativo, contempla 4 componentes basados en la oferta y demanda enlazados con las 4 estrategias y 16 proyectos e indicadores. El mismo que busca la coordinación y trabajo en conjunto de los actores claves de la actividad turística.

## **5.2. RECOMENDACIONES:**

A los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADS), en especial al Gobierno Provincial de Manabí, se les sugiere impulsar el turismo comunitario estableciendo vínculos constantes con las comunidades locales, los emprendedores, prestadores de servicios turísticos y todos los que conforman la estructura turística para apoyar el desarrollo sostenible de las comunidades.

Se recomienda a la Coordinación de Turismo Zona 4 y a todos los actores claves tanto públicos, privados y comunitarios del sector turístico, generar mayor comunicación entre ellos, de manera se trabaje de manera conjunta, asegurando la participación equitativa, para de esta manera gestionar el destino a través de proyectos, que busquen el desarrollo turístico sostenible de la zona afectada por el terremoto sobre todo la costa norte de Manabí.

Se sugiere a las entidades públicas como universidades de Manabí, sensibilizar a través de charlas en instituciones educativas y comunidades sobre la importancia de la conservación del entorno e identidad cultural con actividades que impulsen el desarrollo del turismo comunitario en la zona costera de Manabí.

Se recomienda al Gobierno Provincial de Manabí, así como a los diferentes de actores claves, implementar dentro de su planificación la presente propuesta de modelo de emprendimiento en las comunidades, para que de esta manera se

pueda aprovechar adecuadamente los recursos turísticos y contribuir al desarrollo sostenible en las zonas rurales de la costa de Manabí.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álava, M. (2018). El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí (Tesis de maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- AEI. (Alianza para el Emprendimiento e Innovación). (2014). Estrategia para desarrollar un ecosistema de emprendimiento e Innovación. Recuperado de [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf\\_npd02\\_Ecuador\\_es.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf).
- APRIM. (Agencia de Promoción Regional de Inversiones de Manabí). (2019). Exportación-Café. Recuperado de [http://www.manabi.gob.ec/investmanabi/Expor\\_cafe2-0.php](http://www.manabi.gob.ec/investmanabi/Expor_cafe2-0.php).
- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. RECUS. *Revista Electrónica Cooperación*, 3(1), 1-6. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus/article/download/1284/1096/>
- Autoridad Portuaria de Manta. (2017). Siete cruceros llegarán en enero al puerto de Manta. Recuperado de <http://www.puertodemanta.gob.ec/siete-cruceros-llegaran-en-enero-al-puerto-de-manta/>.
- Azeglio, A., Barreto, A. y Lizurek, M. (2018). Incubadora de Turismo Socio Solidario de base Comunitaria. *Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo CONDET*, 16 (1), 38-53. Recuperado de <http://www.condet.edu.ar>.
- Basantes., Xavier. (2019). Dos apuntes para la ley de emprendimiento. El Comercio. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/blogs/solo-para-empresas-y-emprendedores/apuntes-ley-emprendimiento-xavier-basantes.html>
- Bayas, J. y Mendoza, T. (2018). Modelo de gestión para el turismo rural en la zona centro de Manabí, Ecuador. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 4 (2), 81-102. Recuperado de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/download/779/899>.
- Bodero, B. (2015). "Modelo de emprendimiento comunitario para el desarrollo socioeconómico de las mujeres del sector barrial "riveras del mar", Anconcito 2014". (Tesis de grado). Universidad Estatal Península De Santa Elena, Ecuador.
- Bravo, O., & Mendoza, P. (2018) Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Revista ESPACIOS*, 39 (7), 28. Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>.
- Cabanilla, E. (2004). Turismo comunitario marca competitiva del Ecuador. Turismo, patrimonio y desarrollo (TURPADE). Recuperado de

[https://www.academia.edu/3476225/TURISMO\\_COMUNITARIO\\_MARCA\\_COMPETITIVA\\_DEL\\_ECUADOR](https://www.academia.edu/3476225/TURISMO_COMUNITARIO_MARCA_COMPETITIVA_DEL_ECUADOR).

- Cabanilla, E. (2014). Desarrollo del Turismo Comunitario en Ecuador, bajo el Paradigma de la Complejidad y el Sumak Kawsay. *Revista BioScriba*, 7 (1),30-49. Recuperado de [https://www.academia.edu/9849112/DESARROLLO\\_DEL\\_TURISMO\\_COMUNITARIO\\_EN\\_ECUADOR\\_BAJO\\_EL\\_PARADIGMA\\_DE\\_LA\\_COMPLEJIDAD\\_Y\\_EL\\_SUMAK\\_KAWSAY](https://www.academia.edu/9849112/DESARROLLO_DEL_TURISMO_COMUNITARIO_EN_ECUADOR_BAJO_EL_PARADIGMA_DE_LA_COMPLEJIDAD_Y_EL_SUMAK_KAWSAY).
- Cabanilla, E., & Garrido, C. (2018). El turismo comunitario en el Ecuador; evolución, problemática y desafíos. Recuperado de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2826/1/libro%20turismo%20comunitario%20web.pdf>.
- Cabanilla, E., Lastra, X. & Pazmiño, J. (2017). El turismo doméstico ¿Demanda potencial de los centros de turismo comunitario en Ecuador?. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 15 (3), 579-590. doi: 10.25145/j.pasos.2017.15.039.
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (4), 6-24. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4180961>.
- Campaña turística All You Need is Ecuador costó \$ 44,1 millones. (2018, 17 de Junio). El Universo. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/06/17/nota/6814310/campana-turistica-costo-441-millones>.
- Castillo, E., Martínez, F., & Vázquez, E. (2015).El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Revista Galega de Economía*, 24 (2),69-88. Recuperado de <http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf>.
- Chávez, F. & Salvatierra, M.(2018). Modelo de gestión de emprendimiento para el desarrollo del turismo rural en la zona centro de Manabí. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Calceta, Manabí, Ecuador.
- CNC. (Consejo Nacional de Competencias). (2017). Las Actividades Turísticas en Ecuador. Recuperado de [http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/Boletin\\_no\\_52.pdf](http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/Boletin_no_52.pdf).
- Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva. (2017). Plan Reconstruyo Ecuador. Recuperado de <https://www.reconstruyoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/02/Plan-de-Reconstrucci%C3%B3n-y-Reactivaci%C3%B3n-Productiva-post-terremoto.pdf>
- Contreras, J., Mancheno, D. y Cifuentes, S. (2018). Circuitos económicos solidarios turísticos un desafío de sostenibilidad. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*,18 (15), 69-81. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6382103>.

- Corporación Procasur. (2012). Documento Temático: Manejo del Turismo Comunitario-Ecuador. Recuperado de [http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20\(Documento%20Tem%23U00e1tico\)%202011%2011%2020.pdf](http://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20(Documento%20Tem%23U00e1tico)%202011%2011%2020.pdf)
- COOTAD. (Código Orgánico Organización Territorial Autonomía Descentralización). (2010). Recuperado de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf).
- De la Torre., S. (2010). Turismo comunitario, ¿Otro sueño inalcanzable? Revista Polemika, 5 (1),34-39. Recuperado de <http://revistas.usfq.edu.ec/index.php/polemika/article/view/369/346>.
- Duarte, T. & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. Scientia Et Technica, 15 (43), 326-331. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>.
- Ecuador se unió por el emprendimiento y la innovación. (2018). Ekos. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=11188>.
- El Telégrafo. (2016, abril, 23 ). La riqueza económica de Manabí se centra en la agricultura, la pesca y el turismo. El Telégrafo. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/ecuador/1/la-riqueza-economica-de-manabi-se-centra-en-la-agricultura-la-pesca-y-el-turismo>.
- El Telégrafo. (2019). La reconstrucción de Manabí adolece de presuntas anomalías. El Telégrafo. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/reconstruccion-manabi-presuntas-anomalias>.
- GAD Jaramijo (Gobierno Autónomo Descentralizado de Jaramijó). (2019). Recuperado de <https://jaramijo.gob.ec/jaramijo/index.php/jaramijo/geografia>
- GAD Portoviejo. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo). (2015). Ordenanza tasa de Habilitación. Recuperado de [http://online.portoviejo.gob.ec:9090/ordenanzas/b\\_ordenanza.down?id\\_archivo=467](http://online.portoviejo.gob.ec:9090/ordenanzas/b_ordenanza.down?id_archivo=467)
- García, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador. Estudios y Perspectivas en Turismo, 25,(4)597–614. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v25n4/v25n4a11.pdf>.
- García, L. & Mendoza, A. (2017). Turismo comunitario y desarrollo local en la ruta del Spondylus (Ecuador): una combinación posible para enfrentar la pobreza. Revista Espacios, 38 (58), 27. Recuperado de <file:///C:/Users/GS/Documents/TESIS/FASE%202/DOS%20MANGAS.pdf>.
- García, N. (2017). Modelo de Gestión Para Fomentar el Desarrollo Turístico de Las Comunidades Manabitas, Ecuador. Revista CULTUR, 11 (02),1-28. Recuperado de <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1088>.
- Gobierno Provincial de Manabí (2013). Parroquias rurales de Manabí y sus festividades. Recuperado de <http://www.manabi.gob.ec/5429-parroquias-rurales-de-manabi-y-sus-festividades.html>.

- Gobierno Provincial de Manabí. (2016). Pedernales. Recuperado de <http://www.manabi.gob.ec/cantones/pedernales>.
- Gobierno Provincial de Manabí. (2016). Turismo de diversidad. Recuperado de <http://www.manabi.gob.ec/turismo-manabi/turismo-de-diversidad>
- Gobierno Provincial de Manabí. (2019). Datos Geográficos. Recuperado de <http://www.manabi.gob.ec/datos-manabi/datos-geograficos>.
- González, C, & Gálvez, E. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red -MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes Empresariales. *Revista Academia*, (40), 13-31. Recuperado de <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71612100003>> ISSN 1012-8255.
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). (2010). Avances del Censo Nacional Económico y Mecanismos de Difusión. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados\\_generales\\_censo\\_economico.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/resultados_generales_censo_economico.pdf).
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). (2010). Fascículo provincial Manabí. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>.
- INEC. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo). (2010). Resultados del censo 2010. Fascículo provincial Manabí. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>.
- INEC. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo). (2016). Directorio De Empresas Y Establecimientos. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2016/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf).
- Inostroza G. (2018) .aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión Turística*,(10), 77-90. Recuperado de <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n10/art06.pdf>.
- Lesdesma, M y Peñaloza, A.(2017). Propuesta de un Modelo de Gestión para el Turismo Comunitario en el Ecuador (Tesis de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Loor, L., Alonso, A.,& Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional?. *Revista ECA Sinergia*, 9(1), 97-108. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/download/1195/1218/>.

- MAE (Ministerio del Ambiente). (2004). *Ley Forestal y de Conservación de áreas naturales y vida silvestre*. Recuperado de: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/ley-forestal.pdf>.
- MAE (Ministerio del Ambiente). (2016). Áreas protegidas del Ecuador socio estratégico para el desarrollo. Recuperado de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/10179/346525/Areas+Protegidas+del+Ecuador.pdf/390b099f-6f57-4d38-bf17-cea3a138caf5>.
- MAE. (Ministerio del Ambiente). (2015). Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Parque Nacional Machalilla. Recuperado de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/parque-nacional-machalilla>.
- Marín, K. & Atencio, E. (2008). Proceso Académico-Administrativo de la Revista Científica y Ética del Investigador: estudio de un caso. *Revista Omnia* 14(3),160-183. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/737/73711121009.pdf>.
- Medina, G., & Rosado, A. (2014). La Planificación Turística Sustentable desde un enfoque sistémico. *Gestión Turística*, (21), 09-32. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223353233002.pdf>.
- Mendoza, M., & Loja, S. (2018). Emprendimientos sociales: turismo en la costa ecuatoriana. *R.A.N*, 4(1), 81-92.
- Ministerio de Transporte y Obras Públicas (2018). Proyecto de reconstrucción de obras por el terremoto 2016 – Manabí. Recuperado de [https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/LOTAIP\\_10\\_K084-MTOP-Proyecto-de-reconstruccion-de-obras-por-el-terremoto-2016-Manabi.pdf](https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/LOTAIP_10_K084-MTOP-Proyecto-de-reconstruccion-de-obras-por-el-terremoto-2016-Manabi.pdf).
- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2014). Proyecto Ecuador Potencia Turística. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>.
- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2014). Ley de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2016). Rendición de cuentas de 2016. Recuperado de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016\\_final.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf)
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2016). Reglamento especial de turismo en Áreas Naturales protegidas. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-ESPECIAL-DE-TURISMO-EN-%C3%81REAS-NATURALES-PROTEGIDAS.pdf>

- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2018). Boletín de Indicadores turísticos. Recuperado de [http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2018/03-INDICADORES\\_TURISTICOS-MARZO-2018.pdf](http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2018/03-INDICADORES_TURISTICOS-MARZO-2018.pdf).
- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2018). Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>.
- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2018). Distribución de establecimientos a nivel nacional. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2018). Guía del Emprendedor Turístico. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/Guia-del-emprendedor-Turistico-FINAL.compressed.pdf>.
- MINTUR, (Ministerio de Turismo) (2014). Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>.
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2010). Instructivo para registro de Centros Turísticos Comunitarios. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/INSTRUCTIVO-PARA-REGISTRO-DE-CTC.pdf>.
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2002). Ley de Turismo. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2010). Reglamento de Centro de Turismo Comunitario. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>.
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2010). Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2017). Gobierno Nacional presentó la Política Nacional de Turismo, que convertirá al país en potencia turística. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/gobierno-nacional-presento-la-politica-nacional-de-turismo-que-convertira-al-pais-en-potencia-turistica/>
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2018). Establecimientos Registrados. Recuperado <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

- MINTUR (Ministerio de Turismo). (2018). Ley de Fomento Productivo posiciona a Ecuador como un destino de inversiones turísticas. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/ley-de-fomento-productivo-posiciona-a-ecuador-como-un-destino-de-inversiones-turisticas/>
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2018). Movimientos Internos. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>.
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2018). El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- MINTUR. (Ministerio de Turismo). (2019). Licencia Guías de Turismo en Continente. Recuperado de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/licencia-guias-de-turismo-en-continente/273>.
- Morales, S. (2017). Revista de economía, empresa y sociedad OIKONOMICS,(7),3-4. Recuperado de [http://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/\\_recursos/documents/07/Oikonomics\\_N7\\_2017\\_esp.pdf#page=35](http://oikonomics.uoc.edu/divulgacio/oikonomics/_recursos/documents/07/Oikonomics_N7_2017_esp.pdf#page=35).
- Muisne Turismo. (2019). Turismo comunitario en Muisne. Recuperado de <http://www.muisneturismo.com/index.php/construction/comunidades-muisne/item/13-caimito-sustentable>.
- Negrete, M. (2018). Análisis y evaluación de los principales impactos ambientales post terremoto 2016 ocurridos en el cantón San Vicente, provincia de Manabí, Ecuador. Pontificia Universidad Católica, Ecuador.
- Observatorio de la PyME (2010). Preguntas PYME N°33 Manabí en cifras. Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. Recuperado de <portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Preguntas%20PyME%2033%20VF.pdf>.
- Olmos, L. & García, R. (2016). Estructura del mercado turístico. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?op=lookup&id=mfj\\_CwAAQBAJ&continue=https://books.google.com.ec/books%3Fhl%3Des%26lr%3D%26id%3Dmfj\\_CwAAQBAJ%26oi%3Dfnd%26pg%3DR1%26dq%3Dmercado%2Bturisticos%26ots%3D0a0AHApqHL%26sig%3DTpfe\\_aEK\\_qfL6i3BGVc0ogDQK0%26redir\\_esc%3Dy&hl=es](https://books.google.com.ec/books?op=lookup&id=mfj_CwAAQBAJ&continue=https://books.google.com.ec/books%3Fhl%3Des%26lr%3D%26id%3Dmfj_CwAAQBAJ%26oi%3Dfnd%26pg%3DR1%26dq%3Dmercado%2Bturisticos%26ots%3D0a0AHApqHL%26sig%3DTpfe_aEK_qfL6i3BGVc0ogDQK0%26redir_esc%3Dy&hl=es).
- OMT (Organización Mundial del Turismo). (2018). Sustainable Development of Tourism. Recuperado de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.
- Ortega, Carrillo y Reyes, (2018). Emprendimientos de turismo rural en el cantón Pastaza (Ecuador): iniciativas y oportunidades. Revista Caribeña de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/10/turismo-rural-ecuador.html>.

- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A. & Ferrales, A. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección* 10(1), 71-93. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir06116.pdf>.
- Palafox, A., & Anaya, J. (2007). Reflexiones en torno a la implementación de la agenda 21 en Cozumel. *Gestión Turística*, (7), 103-128. Recuperado de <https://www.uea.edu.ec/revista/images/ARTICULOS4/reflexiones-sobre-el-concepto-turismo-sostenible-revista-cientifica-articulo-2-vol-2-N-2.pdf>.
- Palomino, B., Gasca, J., y López, G. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable*, (30), 06 – 37. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761432.pdf>.
- Paz, A., Cedeño, H & Macías, A. (2016). Una aproximación sobre la construcción e investigación del patrimonio cultural. *Dominio de las Ciencias* 2(4), 120-132. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761630>.
- PDOT Jipijapa. (Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Jipijapa). (2015). Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/1360043010001\\_PDOT%20GAD%20PUERTO%20CAYO%20MANABI\\_15-05-2015\\_23-39-08.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1360043010001_PDOT%20GAD%20PUERTO%20CAYO%20MANABI_15-05-2015_23-39-08.pdf).
- PDOT Manabí. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Manabí 2015-2024). (2017). Provincia del Milenio. Recuperado de [https://issuu.com/gadmanabi/docs/pdyot\\_20manabi\\_20actualizado](https://issuu.com/gadmanabi/docs/pdyot_20manabi_20actualizado).
- PDOT Manta. (Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Manta). (2019). Proyecto de actualización del PDOT GAD MANTA. Recuperado de <http://www.manta.gob.ec/index.php/publico/pdot-2014-2019?download=3596:PDYOT%20GAD%20MANTA%20F>.
- PDOT Puerto López. (Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Puerto López). (2015). Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001\\_PDYOT\\_PUE RTO\\_LOPEZ\\_2014\\_2019\\_14-04-2015\\_20-35-13.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360003300001_PDYOT_PUE RTO_LOPEZ_2014_2019_14-04-2015_20-35-13.pdf)
- Pérez, J. (2017). Análisis multivariado de las PYMES Turísticas de Quito desde el punto de vista de su gestión administrativa. *Qualitas*, (14), 42-66. Recuperado de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2018/01/03\\_20170721\\_P%C3%89REZ\\_UIDE\\_An%C3%A1lisis-PYMES-TURIST\\_vers-final.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2018/01/03_20170721_P%C3%89REZ_UIDE_An%C3%A1lisis-PYMES-TURIST_vers-final.pdf).

- Pilquimán, M. (2016). El turismo comunitario como una estrategia de supervivencia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (25), 439-459. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502003.pdf>.
- PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible). (2007). Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
- Presidencia de la República del Ecuador. (2018). La Ley de Fomento Productivo beneficia a emprendedores. Recuperado de: <https://www.presidencia.gob.ec/la-ley-de-fomento-productivo-beneficia-a-emprendedores/>
- Programa de las Naciones Unidas. (2012). Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), Ecuador. *Iniciativa Ecuatorial*. Recuperado de [https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case\\_1\\_1363900152.pdf](https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf).
- Proaño, W. & Ramírez, J. (2017). Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. *Revista Posgrado y Sociedad*, 15 (2), 65-78. Recuperado de <https://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php/posgrado/article/view/1965/2211>.
- Ramírez, D. (2018). Ecuador a la carta ya es una realidad. *Gastronomia.com*. Recuperado de <https://ecuador.gastronomia.com/noticia/8300/ecuador-a-la-carta-ya-es-una-realidad>.
- Revista de Manabí. (2016, Junio, 7). Acerca de Manabí. *Revista de Manabí*. Recuperado de <https://revistademanabi.com/acerca-de-manabi/>.
- Revista de Manabí. (2017, julio ,1). Esta es la fuente del hedor penetrante que molesta a Manta. *Revista de Manabí*. Recuperado de <https://revistademanabi.com/2017/05/31/residuos-industriales-principales-contaminantes-del-rio-muerto/>
- Revista Percápita. (2018, febrero, 29). Ley de Emprendimiento e Innovación. *Revista Percápita*. Recuperado de <https://revistapercapita.com/ley-de-emprendimiento-e-innovacion-una-apuesta-a-la-reactivacion-economica-%E2%80%A8/>.
- Reyes, M., Ortega, A. Machado, E. (2017). Modelo para La Gestión Integrada del Turismo Comunitario en Ecuador, Caso de Estudio Pastaza. *Revista de Estudios Cooperativos, REVESCO*, (123), 250-275. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5958657>.
- Rodas, M., Ullauri, N., & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *RICIT*,(9), 60 – 77. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5309454.pdf>.

- Roux, F. (2013). Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). Recuperado de [https://www.academia.edu/7801608/Turismo\\_comunitario\\_ecuatoriano\\_conservacion\\_ambiental\\_y\\_defensa\\_de\\_los\\_territorios\\_FEPTCE\\_Estudio\\_completo\\_2013](https://www.academia.edu/7801608/Turismo_comunitario_ecuatoriano_conservacion_ambiental_y_defensa_de_los_territorios_FEPTCE_Estudio_completo_2013).
- Salango. (2019). Museo de Salango. Recuperado de <https://www.salangogo.com/museo-salango>.
- Salinas, F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. CIRIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (75), 128-151. Recuperado de [http://base.socioeco.org/docs/\\_pdf\\_174\\_17425798008.pdf](http://base.socioeco.org/docs/_pdf_174_17425798008.pdf).
- Salvador., V. (2016). Política pública enfocada al sector turístico: lecciones aprendidas aplicables al Ecuador. (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador Área de Estudios Sociales y Globales, Quito, Ecuador.
- Segura, S. (2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG,9 (3),35-43. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6419737.pdf>.
- Segura, S. (2016). La Difusión de La Campaña “All You Need Is Ecuador” y su Impacto en el Turismo Receptivo. Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG, 10 (39), 56-65. Recuperado de <http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/53>.
- SENPLADES. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2014). Ficha Técnica Portoviejo. Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1301\\_PORTOVIEJO\\_MANABI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1301_PORTOVIEJO_MANABI.pdf).
- SENPLADES. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2014). Ficha técnica Jaramijo. Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1321\\_JARAMIJO\\_MANABI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1321_JARAMIJO_MANABI.pdf).
- SENPLADES. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). (2014). Dirección De Métodos, Análisis E Investigación. Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/13\\_MANABI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/13_MANABI.pdf).
- Superintendencia De Economía Popular Y Solidaria. (2011).Ley Orgánica De Economía Popular Y Solidaria. (LOEPS). Recuperado de <https://www.seps.gob.ec/interna-npe?760>.
- Turismo comunitario. (2018). Oferta y demanda de turismo comunitario. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.turismocomunitario.cl/noticias/oferta-y-demanda-de-turismo-comunitario/>.

- Vargas, C., Yáñez, S., Hernández, H., Mendez, J., Valdiviezo W., & Tafur V. (2018). La situación del turismo comunitario en Ecuador. *Dominio de las Ciencias* 4 (1), 80-101. doi: 10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.1.enero.80-101.
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La Competitividad de los Destinos turísticos de sol y playa*. (Tesis de postgrado). Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina.
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, PASOS*, 14(3), 577-594. Recuperado de [http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316\\_02.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PS316_02.pdf).
- Yance, C., Solís, L., Burgos, I. Villamar & Hermida, L. (2017). La importancia de las Pymes en el Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1. Entrevista dirigida a los Centros de Turismo Comunitario.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE  
MANABÍ "MANUEL FÉLIX LÓPEZ"**  
**CARRERA DE TURISMO**



<b>DIRIGIDA A:</b>	Representante de Centro de Turismo Comunitario- Costa Manabí-
<b>OBJETIVO</b>	Evaluar las principales problemáticas que afectan el emprendimiento turístico comunitario en la zona
<b>INTRUCCIONES</b>	Se necesita de su colaboración respondiendo las siguientes preguntas

Destino \_\_\_\_\_ Entrevistado (a) \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuánto tiempo tiene este centro de turismo comunitario prestando servicios turísticos?
2. ¿Cuáles fueron los obstáculos que atravesaron para la creación de este emprendimiento?
3. ¿Cuántas personas forman parte del centro de turismo comunitario?
4. ¿Cómo manejan la gestión turística?
5. ¿La comunidad está de acuerdo con la actividad turística en la zona?
6. ¿Cuáles son los aspectos positivos que ha generado el turismo en la comunidad?
7. ¿Qué aspectos negativos ha generado la actividad turística en la comunidad?
8. ¿Cuáles son los servicios turísticos que oferta la comunidad? ¿Cómo los comercializan?
9. Llevan algún registro de visitas ¿Cuántos turistas reciben al mes?
10. ¿Tienen identificado el perfil de turista? ¿Cuál es?
11. ¿Cuál cree que es la ventaja competitiva del centro comunitario y que aspectos piensa se deben mejorar?
12. ¿Qué centro de turismo comunitario considera que es el principal competidor de este centro? A nivel provincial y nacional.
13. Este centro de turismo comunitario ¿sufrió daños después del terremoto del 16A? Si la respuesta es sí ¿cuáles?
14. ¿Recibieron algún tipo de ayuda por parte de algún organismo público después del 16A?
15. ¿Cómo es la relación entre este centro de turismo comunitario y el gobierno local?
16. Este centro de turismo comunitario se encuentra legalmente registrado por el Ministerio de Turismo? En caso de que no se encuentre legalizado mencione ¿por qué?
17. ¿Cuál es la relación que existe con el Ministerio de Turismo? ¿Han recibido algún tipo de capacitación por parte de este ministerio?
18. ¿Pertencen a alguna Red de Turismo Comunitario?
19. ¿La comunidad conoce acerca de la FEPTCE? ¿Han recibido algún tipo de asesoramiento, por parte de ellos?
20. ¿Han recibido ayuda por parte de algún organismo internacional?
21. ¿De qué manera gestionan el financiamiento económico? ¿Disponen de créditos?
22. ¿Cómo son distribuidas las ganancias en el centro comunitario?
23. ¿Cuáles cree que son las principales problemáticas que enfrenta el emprendimiento comunitario en la costa de Manabí

## ANEXO 2. Entrevista dirigida a los GAD.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE  
MANABÍ "MANUEL FÉLIX LÓPEZ"**  
**CARRERA DE TURISMO**



<b>DIRIGIDA A:</b>	Funcionarios y autoridades de GAD de la Costa Manabí
<b>OBJETIVO</b>	Evaluar las principales problemáticas que afectan el emprendimiento turístico comunitario en la zona
<b>INTRUCCIONES</b>	Se necesita de su colaboración respondiendo las siguientes preguntas profesional y éticamente. Se agradece su aporte.

Destino \_\_\_\_\_ Entrevistado (a) \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo está conformada la estructura del área turística? Detalle su modelo de organización, número del personal, sus funciones y profesiones del mismo.
2. ¿Cuál es la misión del área? Explique su función, competencias y aportes al desarrollo turístico en los diferentes niveles.
3. El porcentaje que destina el GAD Municipal para el turismo es de menos de \$50.000, de \$50.000 entre \$100.000, \$100.000 entre \$200.000, \$200.000 entre \$300.000 o más de \$300.000. ¿En qué se invierte?
4. ¿Cuál fue el grado de afectación que tuvo la planta turística en el cantón luego del terremoto 16A?
5. ¿Cuál cree usted que es la situación actual del turismo en el cantón?
6. ¿En el cantón existe alguna comunidad que trabaje con turismo comunitario?
7. ¿El departamento de turismo ha visitado este lugar?
8. ¿Cómo califica la situación actual del turismo comunitario en la zona?
9. ¿El Departamento de Turismo asesora a las comunidades con los permisos y creación de emprendimientos de turismo comunitario?
10. ¿Qué proyectos turísticos actuales benefician al desarrollo del turismo comunitario?
11. ¿Qué tipos de incentivos, presupuesto o planificación esta destina para la creación de emprendimientos comunitarios en el cantón?
12. ¿La Dirección de Turismo trabaja con algún tipo de promoción turística que beneficie a estos centros comunitarios?
13. ¿Considera que la actual normativa turística nacional es funcional? ¿Existe una norma o reglamento actualizado propio que se aplique actualmente en el territorio a nivel cantonal?
14. ¿Cuáles cree que son las problemáticas que enfrenta el desarrollo del turismo Comunitario en Manabí?

### ANEXO 3. Entrevista dirigida a miembros de FEPTCE.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE  
MANABÍ "MANUEL FÉLIX LÓPEZ"**

**CARRERA DE TURISMO**



<b>DIRIGIDA A:</b>	Representante de la FEPTCE.
<b>OBJETIVO</b>	Evaluar las principales problemáticas que afectan el emprendimiento turístico comunitario en la zona
<b>INTRUCCIONES</b>	Se necesita de su colaboración respondiendo las siguientes preguntas profesional y éticamente. Se agradece su aporte.

Destino \_\_\_\_\_ Entrevistado (a) \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_ Profesión: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál cree usted que es la situación actual del turismo comunitario?
2. ¿Cuál es función que cumple la FEPTCE en el sector turístico?
3. ¿Para usted cual es el mayor referente de centro turismo comunitario en el país?
4. ¿Dentro de la Costa Manabita, cuántos centros de Turismo Comunitario reconoce la FEPTCE? todos están legalizados?
5. ¿Qué aspectos consideran usted que imposibilita a las comunidades a legalizarse como Centro de turismo comunitario?
6. ¿Qué centro de turismo comunitario en la costa de Manabí según es el que presenta mayor ventajas competitivas a nivel nacional?
7. ¿Han realizado algún tipo de vista técnica y de capacitación a alguna comunidad que trabaja con turismo comunitario en Manabí?
8. ¿Cuál cree usted que debe ser la gestión de las comunidades para que su desarrollo turístico sea óptimo?
9. ¿Cómo califica la relación entre el Ministerio de Turismo y la FEPTCE?
10. ¿Cuáles es el proceso para solicitar la condición de turismo comunitario?
11. ¿Existen proyectos de financiamientos para apoyar al turismo comunitario?
12. ¿Qué proyectos en Manabí post terremoto se han creado para mejorar y reactivar el turismo comunitario?
13. ¿Cómo se podría ayudar a la comercialización de productos turísticos comunitarios de Manabí?
14. Bajo su percepción, piensa que las comunidades aceptan y se benefician ciertamente del turismo, las ganancias son distribuidas de manera equitativa y ha mejorado la calidad de vida de la comunidad.
15. ¿Cuáles cree que son las problemáticas que enfrenta el desarrollo del turismo Comunitario en Manabí?

## ANEXO 4. Encuesta dirigida emprendimientos turísticos de Manabí.



# ENCUESTA



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIXLÓPEZ”

### CARRERA DE TURISMO

<b>DIRIGIDA A:</b>	Emprendimientos turísticos de la Costa de Manabí
<b>OBJETIVO</b>	Analizar la oferta turista en emprendimientos
<b>INTRUCCIONES</b>	Se necesita de su colaboración respondiendo las siguientes preguntas profesional y éticamente. Se agradece su aporte.

#### 1. ¿Cuál es su título profesional?

Turismólogo  Chef  Administrador  Guía Local  Otro  Ninguno

#### 2. ¿Segmento al que pertenece el emprendimiento?

Alojamiento  Recreación  Restauración  Intermediación

#### 3. ¿El emprendimiento se encuentra legalmente registrado en el MINTUR?

Sí  No

#### 4. ¿Porcentaje del personal profesional en turismo?

Ninguno  20%  50%  80%  100%

#### 5. ¿Porcentaje de personal que habla inglés?

Ninguno  20%  50%  80%  100%

#### 6. ¿Número de personas que trabajan en el emprendimiento?

2 - 4  5-10  11-15  16- 20  Más de 20

#### 7. ¿Cuál es la temporada de mayor afluencia de turistas?

Enero-Abril  Mayo-Junio  Julio-Octubre  Noviembre-Diciembre

#### 8. El nivel económico de los turistas es:

Bajo  Medio  Alto

#### 9. Duración de la visita del turista:

1 día  2-4 noches  5-7 noches  Más de 7

#### 10. ¿Qué nivel de recuperación turística ha tenido el destino después del terremoto?

*Utilice la escala de 1 a 10 puntos (1 es “pobre” y 10 es “excelente”)*

- Infraestructura (camino, puentes, carreteras, comunicaciones, etc)
- Servicios Básicos (agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, recogida de desechos, etc)
- Equipamiento Turístico (restaurantes, alojamientos, campings)
- Servicios complementarios (comercio en general, cajeros automáticos, correos, transporte)

#### 11. Conteste afirmativa o negativamente las siguientes preguntas

		SI	NO
1	¿Conoce el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del cantón?		

2	¿Ha participado en el diseño del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantonal?		
3	¿Conoce a las Organizaciones/Agrupaciones de empresarios turísticos en su territorio?		
4	¿Ha recibido ayuda/asesoramiento por parte del Departamento de Turismo del cantón?		
5	¿Conoces sobre las normas u ordenanzas de construcción que establece el Municipio?		
6	¿Ha recibido información sobre Programas de Prevención de desastres naturales (terremotos, tsunamis) en el sector costero?		
7	¿Sabe de algún programa o proyecto dirigido al desarrollo turismo comunitario en el cantón?		
8	¿Conoce los Incentivos financieros públicos para la inversión turística en el cantón?		
9	¿Considera que las políticas y ordenanzas públicas favorecen y garantizan una gestión sostenible en su emprendimiento turístico?		

## 12. Evalúe la calidad de las instituciones cantonales y servicios turísticos

Utilice la escala del 1 a 5 (1 es "muy deficiente", 2 "deficiente", 3 "regular", 4 "buena" y 5 es "muy buena")

		1	2	3	4	5
1	Planes y programas turísticos impulsados por el municipio					
2	Eficacia de los incentivos financieros públicos para la inversión turística					
3	Calidad de gestión y dirección del Departamento de Turismo					
4	Programas de capacitación en turismo					
5	Calidad de la información turística					
6	Recursos turísticos potenciales (no aprovechados)					
7	Oferta de atractivos turísticos naturales					
8	Oferta de atractivos turísticos culturales					
9	Oferta de actividades turísticas					
10	Oferta de excursiones turísticas					
11	Desarrollo turístico del destino					
12	Promoción turística					
13	Apoyo de Instituciones Financieras al desarrollo del emprendimiento					

14	Infraestructura (comunicación, vías, caminos, accesos) a sitios turísticos					
15	Transporte público					
16	Servicios complementarios al turista (mercados, bancos, salud, etc)					
17	Empresas de alojamientos (hoteles, hostales, cabañas, hosterías, camping)					
18	Empresas de servicios gastronómicos (restaurantes, cafeterías, etc)					
19	Atención al cliente					
20	Disposición de la comunidad local al desarrollo del turismo					
21	Seguridad de los sitios turísticos					

**13. Evalúe según su percepción los impactos del turismo en el destino,**

*Utilice la escala del 1 a 5 (1 es “muy bajo”; 2 “bajo”; 3 “regular”; 4 “alto” y 5 es “muy alto”)*

		1	2	3	4	5
1	Contribución del turismo a los ingresos municipales y fiscales					
2	Contribución del turismo al empleo					
3	Contribución del turismo al desarrollo de otras actividades (comercio)					
4	Contribución del turismo a frenar la migración					
5	Contribución del turismo en la recuperación de la cultura, recursos culturales y patrimoniales					
6	Oportunidades nuevas de recreación para la población (eventos ferias)					
7	Aumento en los precios de bienes y servicios (mercaderías, combustibles)					
8	Aumento en los precios de terrenos y viviendas					
9	Congestión de personas y transporte					
10	Contribución del turismo en la imagen general del destino					

**ANEXO 5.** Encuesta dirigida a la demanda de los centros comunitarios de la costa de Manabí.



# ENCUESTA



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ “MANUEL FÉLIXLÓPEZ” CARRERA DE TURISMO

**OBJETIVO:** Identificar el perfil de los clientes que visitan los emprendimientos comunitarios de la costa manabita.

- 1. Edad:** 18 a 25 años  26 a 36 años  37 a 50 años  más de 50 años
- 2. Nacionalidad:** Ecuatoriano  Provincia \_\_\_\_\_  
Extranjero  País \_\_\_\_\_
- 3. Nivel de estudios completados**  
Sin estudios  Primarios y secundarios  Medios y técnicos  Universitarios
- 4. Ocupación principal**  
Empleado privado  Empleado público  Empresario  Estudiante   
Comerciante  Ama de casa  Jubilado  Desempleado
- 5. ¿Por qué medio obtuvo la información de destino turístico?**  
 Agencia de viaje  Redes sociales  Publicidad en medios  
 Amigo o familiares  Internet, buscadores  Ferias turísticas
- 6. ¿Qué factores lo motivaron a realizar la visita a este lugar? En escala del 1 a 10 puntos, 1 es “poco” y 10 es “mucho”.**  

<input type="checkbox"/> Oferta de restauración	<input type="checkbox"/> Visitar a familiares o amigos	<input type="checkbox"/> Conocer nuevas culturas
<input type="checkbox"/> Actividades recreativas	<input type="checkbox"/> La gastronomía	<input type="checkbox"/> Buenas referencias
<input type="checkbox"/> Senderismo	<input type="checkbox"/> Motivos educativos o profesionales	<input type="checkbox"/> Disponibilidad de atractivos turísticos
<input type="checkbox"/> La naturaleza, paisaje	<input type="checkbox"/> Practicar deportes	<input type="checkbox"/> Amabilidad/hospitalidad
<input type="checkbox"/> Patrimonio arqueológico	<input type="checkbox"/> Oportunidad de compras de artesanías	<input type="checkbox"/> ¿Qué otros _____
<input type="checkbox"/> La cercanía de su lugar de residencia		
<input type="checkbox"/> Relación calidad /precio		
- 7. Número de personas que forman el grupo de viaje :** \_\_\_\_\_
- 8. Duración de la visita (días)** \_\_\_\_\_
- 9. ¿Ha visitado antes esta comunidad?**  
Más de una vez  Una sola vez
- 10. ¿Cuánto estas dispuesto a gastar durante su estadía?**  

<input type="checkbox"/> Hasta 40 dólares	<input type="checkbox"/> De 71 a 100 dólares
<input type="checkbox"/> De 41 a 70 dólares	<input type="checkbox"/> Más de 101 dólares
- 11. ¿Qué percepción tiene de los precios en el destino? En escala del 1 a 5 puntos, 1 es “muy bajos” y 5 es “muy altos”**

Hospedaje.

Alimentación

Recreación

Transporte

**12. Cómo valora la oferta de servicios turísticos en la comunidad? En escala del 1 a 10 puntos, 1 es "pobre" y 10 es "excelente".**

Oferta de alojamientos

Oferta de restaurantes

Actividades recreativas

Seguridad ciudadana

Información turística

Accesibilidad

Las playas y su dotación

Transporte público

Atractivos naturales y culturales

**13. ¿**

**13. Compartirá la experiencia vivida en este destino en sus redes sociales?**

Sí

No

**14. ¿Volvería a visitar este destino?:**

Sí

No

**15. ¿Recomendaría la visita a este lugar? :**

Sí

No

**ANEXO 6.** Encuesta a prestadores de servicios turísticos.



**ANEXO 7.** Encuesta a turistas.

