



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

CONTRIBUCIÓN A LAS POTENCIALIDADES
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS
DE LA PROVINCIA DE
EL ORO – ECUADOR

Jessica Ivonne Lalangui Ramírez



Tesis **Doctorales**

UNIVERSIDAD de ALICANTE

Unitat de Digitalització UA
Unidad de Digitalización UA



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

CONTRIBUCIÓN A LAS POTENCIALIDADES DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO - ECUADOR.

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Jessica Ivonne Lalanguí Ramírez

Tesis doctoral
Alicante, Enero 2021

**CONTRIBUCIÓN A LAS POTENCIALIDADES DE LOS DESTINOS
TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO – ECUADOR**

Jessica Ivonne Lalangui Ramírez

**Tesis presentada para aspirar al grado de
DOCTOR POR LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE**

DOCTORADO EN TURISMO

Dirigida por:

Dra. Dña. María Hernández Hernández

Catedrática de Análisis Geográfico Regional

Universidad de Alicante

Esta investigación ha sido financiada por la Universidad Metropolitana Sede Machala
A través del proyecto de Investigación: "Contribución a las potencialidades de los destinos
turísticos de la provincia de El Oro" Cód. 103-02-22 de la carrera de Administración de
Empresas Turísticas e Industrias de la Recreación.

Agradecimientos

El ser agradecido es parte de la vida, la culminación de esta tesis doctoral, no hubiese sido posible sin el esfuerzo y la cooperación de varias personas que me han ayudado a formarme como investigadora y han contribuido con este proyecto de investigación.

Gracias a los principales directivos de la Universidad Metropolitana Sede Machala, Econ. Salomón Fadul Franco y Dra. M. del Carmen Franco Gómez, quienes decidieron confiar y apoyar económicamente a mi formación doctoral.

Gracias a mi tutora María Hernández Hernández, estas líneas son pocas para agradecerle por ser mi guía y apoyo incondicional, cualidades que hicieron más llevadera la realización de esta tesis.

Gracias a las diferentes instituciones públicas y privadas, compañeros y estudiantes de la Universidad Metropolitana, amigos y demás personas que de una manera u otra me brindaron su apoyo desinteresado, mil gracias.

Gracias querida Liss V.

Gracias a Dios y a la Virgen, su divina presencia que me iluminan y que me acompañan desde siempre.

Gracias a mi madre, hermanos, familia, por apoyarme en cada decisión y proyecto y permitirme cumplir con excelencia la culminación de esta tesis.

Gracias a mis acompañantes nocturnos de cuatro patas.

Mario, gracias por estar siempre para mí y ser mi apoyo incondicional, me has ayudado hasta donde te era posible, incluso más que eso. Te amo por siempre.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo contribuir al aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la provincia de El Oro en el Ecuador, para así poder desarrollar lineamientos estratégicos que den como resultado un crecimiento local para los diferentes sectores y las comunidades que se encuentran en él. Primeramente, se expuso todo el marco legal que forma parte de las leyes de turismo que rigen en el Ecuador y que de manera directa o indirecta repercuten en las rutas que se estudian en el presente trabajo, también se dio a conocer los diferentes tipos de turismo que hay en el país, principalmente los que se desarrollan en las tres rutas objeto de análisis; posteriormente, se desarrolló la caracterización del área de estudio, en donde se da a conocer las condiciones de la provincia en lo que se refiere a clima, relieve, flora, fauna y su caracterización socio-económica.

En tercer lugar, se expone todo el desarrollo metodológico que se realizó, el cual incluye encuestas en diferentes cantones de la provincia, y entrevistas a expertos de los diferentes grupos de interés cuya opinión aporta valor al trabajo realizado desde la perspectiva de hotelería, alimentos y bebidas, lugares turísticos, gobierno y microempresas del sector privado. En cuarto lugar, se procedió a realizar la caracterización de las tres rutas objeto de análisis, en donde con un enfoque prospectivo, se diagnosticó la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, determinando sus potencialidades y oportunidades de desarrollo futuro. Finalmente se plantean propuestas con lineamientos estratégicos que contribuyan al aprovechamiento de potencialidades turísticas de la Provincia de El Oro, así como herramientas para su implementación, con vistas a garantizar su competitividad en el mercado y un mayor conocimiento y notoriedad en otros países del mundo que buscan realizar un turismo diferente. Cabe mencionar que, durante el desarrollo de la presente investigación, la pandemia a causa del COVID-19, afectó al mundo entre los meses de febrero a julio, desde luego Ecuador no fue la excepción, por tanto, se incluye un apartado adicional con dicha información.

Palabras claves: turismo sostenible, manglar, aviturismo, bosques, patrimonio.

ABSTRACT

The objective of this research is to contribute to the exploitation of the tourist potential of El Oro Province in Ecuador, in order to develop strategic guidelines that result in local growth for the different sectors and communities that live in it. Firstable, is explained the entire legal framework that is part of the tourism laws that govern Ecuador and that directly or indirectly affect the studied routes in this work, also was exposed, the different types of tourism that there are in the country, mainly those that are developed in the three routes under analysis; Later, the characterization of the study area was developed, where the conditions of the province in terms of climate, relief, flora, fauna and their socio-economic characterization are mentioned.

In third place, all the methodological development that was carried out is exposed, which includes surveys in different cantons of the province, and interviews with experts from different interest groups whose opinion adds value to the work develops, so can have the perspective of hotels, food and beverages, tourist places, government and private sector as microenterprises. In four place, the characterization of the three routes under analysis was carried out based in a prospective approach, in order to determine the current situation of tourist destinations in the Province of El Oro as well as determining their potentialities and opportunities for future development. Finally, the proposals are made with strategic guidelines that contribute to the use of potential tourism in El Oro Province, as well as tools for its implementation, having a view to guarantee its competitiveness in the market and greater knowledge and visibility in other countries of the world that seek to make a different kind of tourism. It is worth to mention that, during the development of this research, the pandemic caused by COVID-19 affected the world between the months of February to July, of course Ecuador was not the exception, therefore, an additional section is included with that information.

Key words: sustainable tourism, mangroves, avitourism, forests, heritage

CONTRIBUCIÓN A LAS POTENCIALIDADES DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO – ECUADOR

INDICE

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1	Justificación de la investigación	1
1.2	Hipótesis o problema científico	7
1.3	Objetivos	9
1.3.1	Objetivo general:.....	9
1.3.2	Objetivos específicos:.....	9
1.4	Estructura y contenidos de la investigación	10
1.5	Bibliografía	11

CAPITULO 2. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO: Fundamentos para el análisis del turismo..... 15

2.1	Marco legal que ampara la actividad turística	15
2.1.1	Marco legal general	15
2.1.1.1.	Leyes conexas	19
2.1.1.2.	Decreto Supremo.....	23
2.1.2	Otros reglamentos vinculados con la actividad turística	24
2.2	Turismo y desarrollo sostenible, una aproximación teórica.....	27
2.2.1	Acerca del concepto de Turismo como generador de ingresos y diversificador de la actividad económica.....	27
2.2.2	Acerca del Turismo sostenible.....	32
2.3	Tipología del turismo, destino turístico y potencialidad del destino turístico	36
2.3.1	Tipología del turismo	36
2.3.2	Destino turístico	42
2.3.3	Potencialidad del destino turístico	45

2.4	Ecoturismo, sostenibilidad y el rol del turismo en el desarrollo local comunitario	46
2.4.1	Ecoturismo.....	46
2.4.2	Sostenibilidad	48
2.4.2.1.	Turismo en el desarrollo comunitario.....	49
2.5	Aspectos socio culturales y ambientales.....	50
2.6	Bibliografía	51
CAPITULO 3. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO		61
3.1	Localización y Delimitación del área de Estudio	61
3.2	Caracterización física de la Provincia de El Oro	65
3.2.1	Relieve y geomorfología	65
3.2.2	Clima	69
3.2.3	Flora y Fauna.....	71
3.3	Caracterización socio-económica de la provincia de El Oro	73
3.3.1	Sector Primario	76
3.3.2	Sector Secundario	77
3.3.3	Sector terciario.....	77
3.4	Bibliografía	81
CAPITULO 4. FUENTES Y METODOLOGÍA		87
4.1	Esquema metodológico de la investigación	90
4.2	Métodos de investigación.....	95
4.2.1.	Trabajo de campo.....	96
4.2.2	Encuestas.....	100
4.2.3	Entrevistas	109
4.2.4	Talleres.....	111
4.3.	Estudios de caso.....	113
4.4.	Bibliografía	119

CAPITULO 5. POTENCIALIDADES DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO-ECUADOR	121
5.1 Caracterización de las 3 rutas en el área de estudio	121
5.1.1 Ruta Patrimonio y Cultura.....	121
5.1.2 Ruta Bosques Mágicos.....	128
5.1.3 Ruta del Manglar	136
5.2 Las actividades turísticas en el área de estudio a partir del análisis del resultado de las encuestas a turistas.....	144
5.2.1 Cantón de procedencia del turista y potencialidad turística.....	144
5.2.2 Recursos turísticos y evolución reciente de la actividad turística.....	147
5.2.3 Actividad turística y su relación con la comunidad.....	149
5.2.4 Impactos de la actividad turística sobre las comunidades locales: elementos culturales.....	151
5.2.5 Turismo y mejora de las condiciones económicas de la comunidad local	155
5.2.6 Infraestructuras.....	155
5.2.7. Planificación y promoción turística.....	157
5.3 Análisis de los resultados de las encuestas realizadas a prestadores turísticos.....	159
5.3.1 Percepción acerca de la potencialidad turística del cantón	160
5.3.2 Oferta turística.....	162
5.3.3. Desarrollo de la actividad turística.....	163
5.3.4. Evolución de las actividades turísticas.....	165
5.3.5 Turismo y comunidad local: repercusiones en la economía local.....	168
5.3.6 Perfil del visitante.....	171
5.3.7 Planificación y promoción turística.....	172
5.4 Análisis de las entrevistas realizadas a actores locales	175
5.5 Diagnóstico del área de estudio	186
5.6 Propuestas de lineamiento estratégico en materia turística para el área de estudio	193
5.6.1 Ruta Patrimonio y Cultura.....	199

5.6.2	Ruta Bosques Mágicos.....	201
5.6.3	Ruta del Manglar	203
CAPITULO 6. COVID-19 Y SUS POSIBLES EFECTOS EN EL TURISMO DE LA PROVINCIA DE EL ORO		207
6.1	Bibliografía	220
CAPITULO 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		223
7.1	Principales resultados	223
7.2.	Contribuciones al campo de estudio	225
7.2.1	Ruta Patrimonio y Cultura.....	225
7.2.2	Ruta Bosques Mágicos.....	231
7.2.3	Ruta del Manglar	235
7.3	Conclusiones generales de las tres rutas.....	239
7.4	Limitaciones	241
7.5	Futuras líneas de investigación	242
Bibliografía general.....		245
Índice de Figuras.....		263
Índice de Tablas		269
Listado de Acrónimos.....		271
ANEXOS		273
Anexo I. Programa de capacitación a prestadores turísticos.....		273
Anexo II. Encuestas realizadas a turistas potenciales. Resultados.....		277
Anexo III. Encuestas realizadas a prestadores turísticos. Resultados.....		299

CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Justificación de la investigación

El turismo ha sido uno de los fenómenos económicos y sociales más importantes desarrollados desde el pasado siglo XX. De ser una actividad que era privilegio básicamente de personas de alto poder adquisitivo, a comienzos de este siglo, pasó a ser accesible a grupos más amplios de personas en la mayor parte de los países.

Constituye el turismo una actividad socio – económica, psico – biológica que, motivado por el tiempo libre, la voluntad de viajar y la capacidad adquisitiva, crea en el hombre la necesidad de desplazarse desde su lugar de origen a otro destino para realizar actividades de recreación, adquirir nuevas experiencias con la interrelación de nuevas sociedades de un mercado receptor en donde intervienen los componentes derivados de la oferta turística (Vera y Olcina 2016).

La actividad turística ha sido depositaria de múltiples calificaciones como generadora de empleo, de divisas y multiplicadora de beneficios. Más allá de estas calificaciones, la simple observación de la realidad concreta de muchos de los destinos turísticos ha permitido en la comunidad científica, orientar estudios que resuelvan los problemas que se generan en el proceso de producción de esta actividad (Fariñas, 2011).

En el contexto actual, las actividades turísticas han pasado a ocupar espacio en las agendas de los gobiernos nacionales y locales. Siendo esta actividad contemplada como una alternativa económica para el progreso de sus territorios y encaminada a la renovación de sus economías para asegurar un crecimiento sostenible, donde puedan combinar ese desarrollo económico con la preservación de la identidad y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad. Esta expansión de las actividades turísticas ha sido tradicionalmente considerada como una llave para el desarrollo económico en

los países menos desarrollados. Es el concepto que De Kant acuñó en 1979 como “pasaporte al desarrollo”. Compartiendo este propósito se inserta la reflexión ofrecida por Brent & Crouch (2003), quienes plantean que lo que hace a un destino competitivo es su habilidad para aumentar el gasto turístico, atrayendo más visitantes que tienen en el destino experiencias significativas, que generan ingresos que mejoran la calidad de vida de sus habitantes, conservando el capital ambiental para las generaciones futuras.

El desarrollo de un destino turístico va a depender entonces de la capacidad que posea para atraer al turista potencial y para ello, es necesario identificar la percepción de los actores implicados, tanto nacionales como locales, así como el papel que les corresponde desempeñar, combinando adecuadamente los intereses. Este proceso demanda, además, de un gran nivel y volumen de información referido a la demanda del destino, infraestructura, recursos humanos existentes, accesibilidad, servicios, infraestructura, comunicación, entre otras muchas, lo cual implica una investigación profunda en la búsqueda de la información necesaria, para poder proyectar la identificación y explotación de un destino turístico sobre la base de una estrategia bien concebida y ejecutada (PLANDETUR, 2007). Estrategias y objetivos mantenidos y acentuados en el Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador cuyo informe final fue presentado a principios de 2020 (PLANDETUR, 2020).

En este marco se insertan, asimismo, las iniciativas adoptadas por los gobiernos para mejorar los destinos turísticos. En los planes a futuro de Ecuador (por ejemplo, el Plan Ecuador 2030. Productivo y Sostenible) se plantean oportunidades para mejorar las condiciones de vida de los habitantes de las poblaciones menos favorecidas, ya sea a través de la articulación con responsabilidad social empresarial de negocios privados y comunitarios en cadenas de valor, que generen empleo directo e indirecto y que satisfaga a un determinado segmento de mercado con servicios turísticos y que generen experiencias auténticas.

Uno de los objetivos estratégicos del PLANDETUR para el año 2020, es consolidar el turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística. De igual modo, plantea la necesidad de coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada. En correspondencia, potenciar el desarrollo de los destinos turísticos, constituye un aporte al cumplimiento de estos objetivos, y la propia dinámica del funcionamiento de la economía, ha abierto las puertas a la posibilidad de desarrollar nuevos destinos que no habían sido considerados, aun cuando poseen variados atractivos y, en ocasiones, incluso, cuentan con las infraestructuras suficientes para potenciar sus recursos naturales y culturales (PLANDETUR, 2007).

En un análisis de la situación del turismo por regiones de Ecuador, para la planificación 2020, entre los resultados más destacables de la región Costa, donde se ubica la Provincia de El Oro, objeto de estudio de esta tesis doctoral, estuvo la actitud positiva de la comunidad local frente al desarrollo del turismo, la necesidad de mejorar la gestión del recurso sol y playa, diversificar la oferta, aumentar la operación turística y establecer mecanismos de trabajo conjunto entre el sector público y privado. A partir de este análisis, se despliegan una serie de objetivos, políticas, estrategias y programas desde el más alto nivel de dirección hacia los territorios, que favorecen en alguna medida el desarrollo de la actividad turística en los diferentes territorios de la Región Costa.

En declaraciones del anterior Ministro de Turismo, Luis Falconi, este aseguraba que “El turismo interno produce alrededor de 1.100 millones de dólares como aporte a la economía nacional”, de acuerdo a las cifras del año 2010 de la cuenta satélite, “lo que representa el 80% del gasto turístico y permite la redistribución de la riqueza, además de la apropiación de las maravillas culturales, históricas y naturales del país” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2010). Agregó, además, que, en el 2011, las cifras evidenciaron un incremento

en el número de ciudadanos que visitan la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, contabilizándose algo más 10 millones de viajes.

Si se toma en cuenta el volumen de divisas que ingresan al país por diferentes conceptos, el turismo ocupó de enero a septiembre 2013-2014, el tercer lugar después de las exportaciones de banano, camarón, TURISMO y seguido por los productos del mar, flores naturales y cacao (MINTUR, 2014). Se afirmaba, asimismo, que el turismo tiene un potencial enorme para captar divisas dentro y fuera del país. El petróleo, mayor fuente de ingresos económicos, como recurso no renovable y sobreexplotado, dejará de ser importante, mientras el turismo es una alternativa. En 2018 (último año con datos disponibles) el Ministerio de Turismo de Ecuador informó que “el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2.392 millones de dólares, lo que lo mantiene como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón, de acuerdo a estimaciones realizadas a partir de los datos de Balanza de pagos del Banco Central de Ecuador”, aportando un 9,8% del PIB del país (MINTUR, 2019).

Ecuador es un país con una indiscutible riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna, que reafirman su altísima biodiversidad. Cuenta con alrededor de 1.640 clases de aves. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 375, los anfibios 358 y los mamíferos 370, entre otras. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el país con mayor biodiversidad por Km² del mundo (García, Parra, y Mena, 2014). La mayor parte de la flora y fauna ecuatoriana, habita en 50 áreas protegidas por el Estado. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. En el territorio ecuatoriano, que incluye las islas Galápagos 1000 km al oeste de la costa, declaradas en 1978 como Patrimonio de la Humanidad, se encuentra la biodiversidad más densa del planeta (Ministerio de Ambiente, 2015). Es esta biodiversidad uno de los elementos en torno a los cuales se ha articulado la oferta turística de Ecuador.

Ecuador cuenta con la naturaleza, la cultura y sobre todo la gente para generar turismo de alta calidad. Es uno de los 17 países en el mundo clasificados como “megadiversos” con una notable variedad de aves, mamíferos y orquídeas. De hecho, el Ecuador es el único país del planeta que reconoce en su Constitución a la naturaleza como sujeto de derecho (UNESCO, 2014 - 2015: 2). No obstante, existen zonas de interés turístico que no se han logrado consolidar como destinos, como las áreas protegidas y algunas poblaciones dispersas o que se encuentran cercanas a sitios de interés turístico o de patrimonio cultural con grandes atractivos, una de estas áreas es la provincia de El Oro. Aprovechar las oportunidades asociadas a la implementación de actividades turísticas es un resorte para el desarrollo y convierte al turismo en una herramienta que activa las economías de las comunidades locales menos favorecidas. En esta línea argumental se inserta la presente tesis doctoral.

El litoral ecuatoriano o Región Costa, como se le conoce, la conforman las provincias de Guayas, Santa Elena, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, El Oro, Los Ríos y Esmeraldas, siendo la ciudad principal y más poblada, Guayaquil.

El Oro, área de estudio de esta tesis, es una provincia del suroeste del Ecuador, en la Región Costa. Tiene una extensión de 5.988 Km² y una población de 6.000.659 habitantes. La capital de la provincia es la ciudad de Machala, considerada como la “capital bananera del mundo”. Está formado por catorce cantones: Arenillas, Atahualpa, Balsas, Chilla, El Guabo, Huaquillas, Las Lajas, Machala, Marcabelí, Pasaje, Piñas, Portovelo, Santa Rosa y Zaruma.

Los recursos turísticos de Provincia de El Oro se hallan entre los más notables del Ecuador y son tanto de carácter natural como histórico y cultural. De los recursos turísticos naturales de la provincia, algunos han sido objeto de puesta en valor a través de iniciativas turísticas y otros esperan todavía su adecuado aprovechamiento. Como ejemplo se puede citar playas como las de “Bajo Alto” y “La Puntilla” en el cantón El Guabo, “El Coco”, cerca de Puerto de Bolívar, o el Archipiélago de Jambelí, separado del continente por un sinnúmero de esteros y canales, entre los cuales se destacan el ancho y profundo canal de

Santa Rosa, en cuyas orillas se asienta Puerto Bolívar, donde se han llevado a cabo actuaciones insertas en el denominado turismo de sol y playa. Frente a estas. Cabe mencionar otras que se insertan en la valorización de recursos culturales y naturales. Es aquí donde se encuentra la propuesta turística del Bosque Petrificado de Puyango que es una Reserva Natural donde el visitante puede admirar vida terrestre y marina, como árboles, animales, moluscos y helechos, convertidos en piedra hace más de 100 millones de años, junto con la fauna y flora actual de un bosque seco tropical.

También cabe señalar sus yacimientos arqueológicos especialmente la Loma y Guayquichuma y los cantones minerales de Zaruma y Portovelo. Las zonas arqueológicas de los cantones de Zaruma, Santa Rosa y Pasaje, de relativamente reciente preocupación científica y de gran atractivo turístico-cultural. En cuanto a los cantones de Zaruma y Piñas, su riqueza arquitectónica y trazo urbanístico las convierten en los dos cantones principales de la provincia de El Oro. Cabe mencionar que el cantón Zaruma desde 1990 es Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano y desde el 2012 está inscrita en la lista tentativa de la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad (UNESCO, 2016) y Pueblo Mágico del Ecuador (2019). Asimismo, merecen señalarse por sus paisajes, comida típica y atracciones turísticas a los balnearios de la Cocha, Quera, Buenavista, Calichana, etc. pertenecientes al cantón Pasaje y los balnearios Río Bonito, La Avanzada, El Vado, etc. del cantón Santa Rosa.

La provincia de El Oro ha registrado un desarrollo dentro del ámbito turístico en los últimos años. Este se enmarca en las iniciativas financiadas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales (GAD) correspondientes a los catorce cantones con que cuenta la provincia que han promocionado sus atractivos turísticos y fiestas que se celebran en diferentes meses del año, las cuales permiten al turista tener varias opciones para su visita. Por tal motivo el sector hotelero dentro de la provincia de El Oro se ha incrementado desde el año 2014 ascendiendo a 136 centros de alojamientos, dichos establecimientos son de lujo, primera y segunda categoría, los mismos que cumplen con los requisitos solicitados por el Ministerio de Turismo (Servicios Turísticos del Ecuador, 2017). Cerrando el año 2019 se reportaron 121

alojamientos (incluidos hoteles, hostales, lodges y resorts), por lo que el número ha descendido entre 2017 y 2019.

Tomando como referencia estos elementos, es evidente que existe un caudal de oportunidades para convertir el turismo en un verdadero factor dinamizador de la economía de la provincia de El Oro, pero sustentados en el concepto de que cada una de las acciones que se presenten para potenciar el desarrollo de sus destinos turísticos, estén regidas y estimuladas por la sostenibilidad económica, social y ambiental que impacte directamente en el desarrollo de las comunidades y en la mejora de la calidad de vida de sus residentes mediante la dinamización de las cadenas de valor integradas. Esta es la línea argumental de esta tesis doctoral.

En este contexto, el Ministerio de Turismo firmó un convenio con la Universidad Metropolitana Sede Machala, cuyo objetivo fue el de potenciar el desarrollo turístico en la provincia, solicitando así la intervención de la UMET, la cual cuenta con los recursos y competencias para aportar al territorio las mejores prácticas empresariales y a su vez contar con un escenario propicio para el desarrollo de sus componentes sustantivos.

1.2 Hipótesis o problema científico

Las comunidades donde están asentados los destinos turísticos, están conscientes de los problemas de un turismo insostenible para el desarrollo futuro de esas comunidades. Del mismo modo, las estrategias y políticas en todos los niveles se muestran interesadas por la sostenibilidad, sumándose a ello las exigencias de los propios turistas que demandan normas ambientales más rigurosas en los servicios turísticos, así como un mayor compromiso con las comunidades y economías locales (Brent & Crouch, 2003).

Los nuevos destinos turísticos se enfrentan a una presión cada vez mayor sobre sus entornos naturales, culturales y socioeconómicos. Se admite actualmente que el crecimiento incontrolado de un turismo destinado a obtener

beneficios a corto plazo, tiene a menudo consecuencias negativas, puesto que daña el medio ambiente y las sociedades, además de destruir las mismas bases sobre las que el turismo se asienta y desarrolla (OMT, 2005).

Los recursos turísticos de la provincia de El Oro se hallan entre los más notables del Ecuador y son tanto de carácter natural, como histórico y cultural. De los recursos turísticos naturales de la provincia, algunos han sido desarrollados y otros esperan todavía su adecuado aprovechamiento. Existen hermosas playas, balnearios, ricas zonas arqueológicas de gran atractivo turístico-cultural, pero insuficientemente explotadas, además de contar con hoteles, residenciales y pensiones adecuadas para el turismo receptivo en sus diferentes cantones y parroquias.

A partir de estos planteamientos, nos planteamos la pregunta **¿Cómo contribuir al aprovechamiento sostenible y prospectivo de las potencialidades de los destinos turísticos en la Provincia de El Oro?** Esta es la cuestión en torno a la cual se articulará esta tesis. Para ello, se plantea un análisis sistémico del problema, que, a su vez, genera otras preguntas:

- ¿Cuál es la influencia del destino turístico en el desarrollo de los territorios y las comunidades en una provincia como El Oro?
- ¿Cómo determinar prospectivamente las potencialidades de un destino turístico y más concretamente de El Oro?
- ¿Cuáles son los lineamientos estratégicos que es necesario establecer para contribuir al desarrollo prospectivo de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro?
- ¿Cómo lograr la competitividad de los destinos turísticos de la provincia de El Oro?

La respuesta a ellas resulta fundamental para entender el corpus teórico en el que se fundamenta esta investigación, pero también su implementación en el área de estudio.

1.3 Objetivos

A tenor de lo indicado en el apartado anterior, se sintetizan a continuación de manera sucinta el objetivo general y los específicos de esta tesis doctoral.

1.3.1 Objetivo general:

Contribuir al aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la provincia de El Oro, mediante adecuación y aplicación metodológica, obteniendo lineamientos estratégicos para el desarrollo local.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Profundizar en los referentes teóricos de la temática, desde el contexto global hasta el nacional, que permitan la actualización y adecuación pertinentes.
- Diagnosticar con un enfoque prospectivo, la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, determinando sus potencialidades y oportunidades de desarrollo futuro.
- Proponer lineamientos estratégicos que contribuyan al aprovechamiento de potencialidades turísticas de la Provincia de El Oro, así como herramientas para su implementación, con vistas a garantizar su competitividad en el mercado.
- Aplicar la metodología propuesta en los sitios seleccionados según representatividad, que permita su validación práctica.

1.4 Estructura y contenidos de la investigación

El trabajo de investigación desarrollado tiene siete capítulos que se detallan a continuación.

El capítulo uno, Introducción y planteamiento de la investigación, describe todo lo relacionado con la justificación del tema seleccionado, así como las hipótesis, objetivo general y objetivos específicos de la misma.

Subsecuentemente el capítulo número dos que es el marco conceptual y teórico, describe los fundamentos para el análisis del turismo, en donde se puede encontrar todo lo relacionado con la legislatura ecuatoriana que rige las actividades turísticas, así como los entes reguladores del mismo, de igual manera la práctica del turismo sostenible y su puesta en marcha en términos generales en el Ecuador.

El tercer capítulo trata sobre la caracterización del área de estudio de la investigación, por lo que se describe detalladamente datos relevantes a nivel geográfico y socio-económicos de la provincia de El Oro.

A continuación, en el capítulo número cuatro, se hace referencia a las fuentes y metodología de investigación aplicada en el desarrollo de la presente tesis doctoral, en donde se describe las fuentes y metodologías implementadas entre las que destacan el trabajo de campo, las entrevistas y las encuestas o las herramientas utilizadas para análisis y levantamiento de información como el FODA.

Posteriormente, el capítulo cinco presenta a detalle una descripción de las potencialidades de los destinos turísticos de la provincia de El Oro, en donde se muestran los diferentes lugares turísticos que conforman las rutas objeto de estudio, su potencial de desarrollo, fotografías y demás información importante a conocer.

El capítulo seis, incorporado como resultado de la actual pandemia del COVID-19, analiza brevemente las actuaciones llevadas a cabo por el gobierno

ecuatoriano en general y, en particular, en el área de estudio con la finalidad de minimizar los impactos que esta ha tenido en el turismo.

Finalmente, el capítulo número siete permite dar a conocer las conclusiones y recomendaciones acerca de la investigación, en donde se explican puntos importantes encontrados, sobre todo de mejoramiento, por cada una de las rutas analizadas, y posteriormente se hace hincapié en recomendaciones de nuevas líneas de investigación y desarrollo en otras áreas del turismo tanto para la provincia de El Oro como para el país.

1.5 Bibliografía

Crouch, G., & Ritchie, B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Social Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. doi:[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)

De Kadt, E. (1979.) *Tourism: passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism on developing countries*. Oxford University Press for the World Bank and UNESCO: Nueva York.

Fariñas, R. (2011). *Destinos turísticos. Realidad y Concepto*. Turismo y Desarrollo Local, 11. Información disponible en: <http://www.red-redial.net/revista-turydes,turismo,y,desarrollo,local-202-2011-4-11.html>.
Accedido: 03/10/2017.

Plan Ecuador (21 de febrero de 2018). *Productivo y Sostenible*. Obtenido de <https://ecuador2030.org/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2011). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw Hill.

García, M., Parra, D., Mena, P. (2014). *El país de la biodiversidad: Ecuador*. Quito, Ecuador: Fundación Botánica de los Andes, Ministerio del Ambiente y Fundación EcoFondo.

Ministerio de Ambiente (2015). *Metodología para la Representación Cartográfica de Ecosistemas del Ecuador Continental*. Quito: Ministerio del Ambiente. Obtenido de https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Documento_Metodolog+C2%A1a_28_05_2012_v2_1.pdf 58.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2010). *El turismo interno en el Ecuador aporta 1.100 millones a la economía*. Obtenido de: <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador-aporta-1-100-millones-de-dolares-a-la-economia-3/> Accedido: 03/10/2017.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2014). *Posición del Turismo en la economía: rendición de cuentas*. Obtenido de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Rendici%C3%B3n-Cuentas-2014.pdf> Accedido: 03/10/2017.

Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) (2019). Rendición de cuentas. Ministerio de Turismo. Obtenido de: <https://www.turismo.gob.ec/rendicion-de-cuentas-ministerio-de-turismo-2019/>. Accedido: 07/06/2020.

Organización Mundial de Turismo: (2017). *El Turismo: un fenómeno económico y social*. Obtenido de: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>. Accedido: 05/12/2018.

PLANDETUR (2007). *“Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador”*. Obtenido de: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>.

PLANDETUR (2020). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador*. Informe Final. Gobierno de Ecuador. Información disponible: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>. Accedido 05/07/2020.

Servicios Turísticos del Ecuador (2017). *Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/catastro-siete_
Accedido: 03/10/17.

UNESCO (2016). *Centro del Patrimonio Mundial. Listas tentativas*. Obtenido de: <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=ec/>. Accedido: 03/10/2017.

Vera, J.F., Ivars J.A y Celdran M.A (2016). Evolución y Metabolismo de un lugar transformado por el turismo de masas. Una interpretación del modelo turístico de Torre Vieja desde la teoría de la independencia de la trayectoria. (Path Dependence). En: Vera, JF, Olcina J. y Hernández M. (Eds.) Paisaje, cultura territorial y vivencia de la Geografía. Libro homenaje al profesor Alfredo Morales Gil. San Vicente del Raspeig: Publicaciones de la Universidad de Alicante: Pag: 707-708.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

CAPITULO 2. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO: Fundamentos para el análisis del turismo

2.1 Marco legal que ampara la actividad turística

2.1.1 Marco legal general

Las actividades turísticas, como cualquier otro sector económico en Ecuador, cuenta con leyes, reglamentos y procedimientos que regula y que delimita su realización. Por lo tanto, es de vital importancia realizar una explicación de las más relevantes, que son:

- a) Instructivo para los departamentos de registro y control de actividades turísticas de la corporación ecuatoriana de turismo,
- b) Ley de turismo,
- c) El reglamento general de actividades turísticas,
- d) El reglamento general a la ley de turismo,
- e) El reglamento especial de turismo para áreas protegidas (Ministerio de Turismo, 2019).

El instructivo para los departamentos de registro y control de actividades turísticas de la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETUR) es un documento que contiene un sin número de regulaciones con respecto a la realización de actividades turísticas en el país. Fue uno de los primeros instructivos que se expidieron en el año de 1989 como respaldo a la actividad turística, para poder ejercer control dentro de la realización del día a día en el turismo que ya se llevaba a cabo a nivel nacional, pero sin regulación (Asamblea Nacional, 1989).

Por otro lado, la Ley de Turismo # 97, aprobada el 27 de diciembre de 2002, que hoy en día es considerada como el elemento legal más importante dentro del desarrollo de las actividades de turismo, se encarga de determinar

todo el marco legal que va a regir en lo que respecta a las potestades del estado ecuatoriano, así como la regulación y desarrollo del sector turístico como tal, así como los derechos y obligaciones que tienen tanto los usuarios como los prestadores de servicios turísticos (Asamblea Nacional, 2001).

El Reglamento General de Actividades Turísticas fue expedido, igualmente, en el año 2002, en el gobierno de Gustavo Noboa Bejarano. Su objetivo es el de consolidar, sistematizar y concordar, a través de un solo cuerpo normativo, los diferentes acuerdos ministeriales y decretos ejecutivos realizados, con el fin de poder tener un manejo más claro y concreto de lo que se encuentra rigiendo al sector turístico del país (Asamblea Nacional, 2002).

El Reglamento General a la Ley de Turismo fue expedido en el año 2004 durante el gobierno de Lucio Gutiérrez Borbúa. Su principal objetivo era la eliminación de ambigüedades para que, a través del establecimiento de reglamentos, procedimiento y actualizaciones, se pueda cumplir y aplicar la Ley de Turismo. Así también recopiló las normas jurídicas secundarias del sector que fueron expedidas con anterioridad a la promulgación de la Ley de Turismo (Asamblea Nacional, 2004)

Y, por último, el Reglamento Especial de Turismo en áreas naturales protegidas fue expedido en el año 2016, durante el gobierno de Rafael Correa Delgado, en donde se hace especial hincapié en el cuidado que se debe dar a las áreas protegidas del país, tanto para los turistas, como para aquellas empresas que se dedican a brindar servicios en dichas locaciones. De acuerdo a este reglamento se debe tener en consideración los principios relacionados al Manejo Participativo, Manejo Adaptativo y Sostenibilidad.

A continuación, se muestra una tabla que resume los aspectos más relevantes de las normativas mencionados anteriormente.

Tabla 2.1.
Leyes y Reglamentos primarios de Turismo

Nombre de la norma	Contenido	Tipo de norma	Fecha de suscripción o publicación	N° de la norma o Registro Oficial
Instructivo para los departamentos de registro y control de actividades turísticas	Contiene regulaciones con respecto a la realización de actividades turísticas en el país. Expedido en el año de 1989.	Resolución	24-nov-89	Resolución N°172
Ley de Turismo	Elemento legal más importante dentro del desarrollo de las actividades de turismo. Determina todo el marco legal y regula el desarrollo del sector turístico (derechos y obligaciones de usuarios y prestadores de servicios turísticos).	Ley	27-dic-02	Registro Oficial N°733
Reglamento General de Actividades Turísticas	Expedido en el año 2002. Consolida en un solo cuerpo normativo, los diferentes	Decreto	17-dic-02	Registro Oficial N°726

	acuerdos ministeriales y decretos ejecutivos realizados en el sector turístico del país.			
	Expedido en el año 2004.			
Reglamento General a la Ley de Turismo	Elimina las ambigüedades estableciendo reglamentos, procedimientos y actualizaciones y así se pueda cumplir y aplicar la ley de turismo,	Decreto	05-ene-04	Registro Oficial N°244
Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas	Último reglamento expedido en el año 2016. Se hace hincapié al cuidado que se debe dar a las áreas protegidas del país. Se debe tener en consideración los principios relacionados al Manejo Participativo, Manejo Adaptativo y Sostenibilidad.	Decreto	19-ene-06	Registro Oficial N°672

Elaboración propia.

2.1.1.1 Leyes Conexas

El turismo en el Ecuador cuenta, igualmente, con leyes conexas¹, que dan soporte al marco legal descrito anteriormente, y estas son:

- a) La ley de defensa del consumidor. De acuerdo a la normativa ecuatoriana es aquella que contiene todos los derechos que tienen las personas, sean estas naturales o jurídicas que adquieran un bien o servicio. Por otro lado, también se encuentran establecidas las obligaciones de los proveedores que en todo momento deben salvaguardar los derechos y el bienestar de los consumidores (Congreso Nacional, 2015). En esta ley, se destacan aspectos como la prohibición de la publicidad engañosa u ocultar información relevante al cliente acerca de la composición química de los productos o de aquellos elementos que son parte integral del mismo, así como también derechos y obligaciones en lo que respecta al precio, calidad, cantidad, entre otros. La institución pública que se encarga de receptor los reclamos de los consumidores a nivel nacional es la Defensoría del Pueblo.
- b) El código orgánico de organización territorial (COOAT) fue creado en el año 2008, paralelamente con el cambio de la constitución, en donde a través de más de seiscientos artículos, se integraron leyes como la de régimen provincial, municipal, juntas parroquiales, entre otros. El objetivo de esta normativa es regular todos los gobiernos sub-nacionales, a través de un solo cuerpo legal y de esta manera controlar todo lo relacionado con atribuciones, ingresos, competencias, tributos y muchos otros aspectos (Mantilla, 2010).
- c) Ley orgánica de transporte terrestre de tránsito y seguridad vial. Tal como se encuentra establecido en dicho código, tiene como objetivo planificar, organizar, regular, fomentar, controlar y modernizar el transporte terrestre, así como el tránsito y la seguridad vial del país, velando por el bienestar

¹ Las leyes conexas son aquellas que tienen algún tipo de relación con la ley principal, que, en este caso, es la Ley de Turismo.

de las personas y de todos aquellos bienes que se trasladen de un lugar a otro (Asamblea Nacional, 2014).

- d) Ley orgánica de economía popular y solidaria. Establece una normativa común para todas aquellas personas que integren la economía popular y solidaria y el sector financiero del mismo, por lo que se trata de potenciar las prácticas económicas que desarrollen las personas pertenecientes a comunas, pueblos, comunidades, entre otros. A través de esta ley se organiza económicamente las fuentes de financiamiento, intercambio, procesos productivos, comercialización, consumo, situando a la ciudadanía como principal actor del proceso (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014).
- e) Ley orgánica de incentivos a la producción y a la prevención de fraude fiscal. Dicha ley tiene como finalidad promover la producción local y, a la vez, generar garantías para aquellas personas que invierten en el país, o que se encuentran realizando algún tipo de actividad comercial (Asamblea Nacional, 2014).
- f) Ley orgánica de régimen especial de la provincia de Galápagos. Esta ley fue elaborada para promover la protección tanto legal como comercial y turística de la provincia de Galápagos, considerando los niveles de vulnerabilidad que esta tiene en lo que respecta a su flora, fauna y ecosistemas (Asamblea Nacional, 2015).

En la tabla 2 se sintetizan los contenidos más significativos de las normativas comentadas.

Tabla 2.2.
Leyes Conexas

Nombre de la norma	Contenido	Tipo de norma	Fecha de suscripción o publicación	Nº de la norma o Registro Oficial
Ley de Defensa del Consumidor	Contiene todos los derechos que tienen las personas naturales o jurídicas que adquieran un bien o servicio, también se encuentran establecidas las obligaciones de los proveedores que deben salvaguardar los derechos y el bienestar de los consumidores.	Ley	10-jul-00	Registro Oficial N°116
Código Orgánico de Organización Territorial (COOAT)	Creado y aprobado en el año 2008. Integraron leyes como la de régimen provincial, municipal, juntas parroquiales. Regula todos los gobiernos sub-nacionales, a través de un solo cuerpo legal.	Ley orgánica	19-oct-10	Registro Oficial N°303
Ley Orgánica de Transporte Terrestre de Tránsito y Seguridad Vial	Su objetivo es planificar, organizar, regular, fomentar, controlar y modernizar el transporte terrestre, así como el	Ley orgánica	07-ago-08	Registro Oficial N°398

	tránsito y la seguridad vial del país.			
	Aprobada en el año 2004.			
Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	Elimina las ambigüedades estableciendo reglamentos, procedimientos y actualizaciones y así se pueda cumplir y aplicar la ley de turismo,	Ley orgánica	10-may-11	Registro Oficial N°444
Ley Orgánica de Incentivos a producción y prevención de fraude fiscal	Trata de potenciar las prácticas económicas que desarrollen las personas pertenecientes a comunas, pueblos, comunidades, entre otros, a través de búsqueda de fuentes de financiamiento, comercio, consumo, etc.	Ley orgánica	29-dic-14	Registro Oficial N°405
Ley Orgánica de Régimen especial de la provincia de Galápagos	Protege tanto legal como comercial y turísticamente a Galápagos, considerando los niveles de vulnerabilidad que tienen en su flora, fauna y ecosistemas	Ley orgánica	11-jun-15	Registro Oficial N°520

Elaboración propia.

2.1.1.2 Decreto Supremo

De acuerdo a la normativa que se encuentra establecida en el Ministerio de Turismo son tres los decretos² relacionados al ámbito del turismo en el país, que son:

- a) Recaudación de propinas en hoteles, bares y restaurantes, donde se establece que las propinas estarán consideradas como un 10% adicional al valor del consumo por parte de los clientes (Asamblea Nacional, 2002).
- b) Reglamento de juegos de azar practicados en casinos y salas de juego. En Ecuador desde el año 2011 no existe ninguna institución dedicada a este tipo de actividades, debido a que el gobierno ordenó su cierre inmediato y definitivo (Asamblea Nacional, 2011).
- c) Designación del cantón Puerto López de Manabí como un área turística protegida (ATP). En la mencionada jurisdicción se toman en cuenta tres centros turísticos (Asamblea Nacional, 2013) como son:
 - o Centro Turístico de distribución Puerto López,
 - o Centro turístico de excursión Salango,
 - o Centro turístico de estadía Ayampe,

Tabla 2.3.
Decretos

Nombre de la norma	Contenido	Tipo de norma	Fecha de publicación o suscripción	Registro Oficial o N° de la norma
Recaudación de propinas en hoteles, bares y restaurantes	10% adicional al valor del consumo	Decreto supremo	25-ago-71	Registro Oficial N° 1269
Reglamento de juegos de azar practicados en	No existen empresas dedicadas a esta	Decreto supremo	16-sep-11	Registro Oficial N° 873

² Son las decisiones que toma el gobierno en materia legal en lo que respecta a algún Ministerio o materia en particular.

casinos y salas de juego	actividad en el país				
Designa al cantón Puerto López de Manabí como área turística protegida	Esto incluye: CT Puerto López CT de excursión Salango CT de estadía Ayampe	Decreto supremo	4-dic-71	Registro Oficial N° 37	

Elaboración propia.

2.1.2 Otros reglamentos vinculados con la actividad turística

De acuerdo al Ministerio de Turismo, hay que tomar en consideración ciertos reglamentos que forman parte de la normativa general de la actividad turística y, más concretamente, que regulan la implementación de esta actividad desde el punto de vista de la oferta alojativa o la creación de productos turísticos. Concretamente son:

- a) Reglamento de alojamiento turístico. Donde se diferencia entre el Reglamento de alojamiento turístico cuyo objetivo es el de especificar y definir las condiciones en las cuales se puede proveer de alojamiento turístico en el país, así como las consideraciones especiales que se deben tener en cuenta en los lugares considerados como Área Turística Protegida (ATP) (Asamblea Nacional, 2015) y el Reglamento de alojamiento turístico para la provincia de Galápagos, donde la principal diferencia con respecto al anterior reside en la preservación y el especial cuidado para la provincia de Galápagos, por lo cual se crean leyes y normativas especiales aplicables a su entorno en particular (Asamblea Nacional, 2015).
- b) Reglamentos de guianza turística. Ecuador, al ser un país diverso en su flora, fauna y las condiciones particulares de sus ecosistemas, presenta diferentes normativas para Galápagos y otra para el resto del país, es por

esto que se pueden mencionar, como sucede en otras actuaciones, las siguientes:

- Reglamento de guianza turística para régimen especial de Galápagos,
- Reglamento de guianza turística.

En ambos casos es necesaria una preparación educativa completa, el único detalle que los diferencia entre sí es el nivel de especialidad en lo que respecta a los lugares particulares de la provincia de Galápagos (Asamblea Nacional, 2016).

- c) Centros turísticos comunitarios. El reglamento de centros turísticos comunitarios tiene como finalidad fomentar el desarrollo de las comunidades rurales, que buscan nuevas fuentes de ingreso para diversificar su economía y reducir la pobreza. Por esta razón los ingresos que se reciben por parte del turismo son distribuidos de manera igualitaria entre todos los habitantes de la comuna que colaboran en el ofrecimiento del servicio (Asamblea Nacional, 2010).
- d) Operación turística de aventura. Son aquellas actividades que comprenden diversas formas modalidades turísticas que pueden ser por tierra, aire o agua y cuya finalidad es poner en valor esos recursos mediante diversas prácticas, generalmente de carácter deportivo. El reglamento de operación turística de aventura exige que se las deba organizar mediante una operadora o agencia de viajes, que se encuentren debidamente autorizadas y que tengan dicha actividad como especialidad (Asamblea Nacional, 2014) para salvaguardar la integridad de los viajeros que realizan esta modalidad de turismo.
- e) Reglamentos relacionados al transporte turístico. Tiene como finalidad regular aquellas iniciativas que, centradas en las actividades turísticas, conlleva un medio de transporte que traslade a los turistas de un lugar a otro. Por tal razón el Ministerio de este sector, cuenta con varios reglamentos, decretos y estudios que lo desarrollan que son:

Tabla 2.4.
Reglamentos relacionados al transporte turístico

Nombre de la norma	Tipo de norma	Fecha de publicación o suscripción	Registro Oficial o N° de la norma
Reglamento para funcionamiento de compañías de renta de alquiler de vehículos	Resolución	05-ago-13	Registro Oficial N° 36
Reglamento de transporte por cuenta propia	Resolución	05-ago-13	Registro Oficial N° 36
Decreto ejecutivo N° 337 de regulación de agencias de viaje y guías de turismo	Decreto Ejecutivo	09-jun-14	Registro Oficial N° 263
Reglamento de transporte terrestre turístico	Resolución	31-dic-14	Registro Oficial N° 241
Regularización de cupos pertenecientes a las agencias operadoras o duales	Resolución	29-may-15	Resolución N° 031
Estudio de oferta y demanda para determinar la relación de oferta y demanda de transporte comercial turístico en la provincia de Pastaza	Resolución	29-oct-15	Resolución N° 080
Estudio de oferta y demanda para determinar la relación de oferta y demanda de transporte comercial turístico en la provincia de Guayas	Resolución	29-oct-15	Resolución N° 077
Estudio de oferta y demanda para determinar la relación de oferta y demanda de transporte comercial turístico en la provincia de Manabí	Resolución	30-mar-16	Resolución N° 022

Elaboración propia.

- f) Descentralización turística. Este reglamento respalda las facultades que tienen los gobiernos autónomos en el desarrollo de actividades turísticas

para sus provincias o cantones, de tal manera que se generen nuevas fuentes de ingreso para la población y, a medio o largo plazo, un desarrollo de toda la circunscripción territorial (Asamblea Nacional, 2016).

2.2 Turismo y desarrollo sostenible, una aproximación teórica

2.2.1 Acerca del concepto de Turismo como generador de ingresos y diversificador de la actividad económica

En las Recomendaciones de Estadística del Turismo (RET, 1994), la Organización Mundial del Turismo (OMT), intentó concebir una noción multidisciplinar (económica, sociológica, psicológica y geográfica) del concepto de turismo, aunque buscando de modo prioritario la operatividad estadística lo definió como: *“Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos [...] no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”* (OMT, 1994: Pág:5).

Siendo perfeccionada más tarde su definición por la misma OMT, como: *“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”*. (OMT, 2008: Pág: 1).

Como bien lo mencionan las definiciones anteriormente expuestas, el turismo integra diversas actividades económicas que se encuentran estrechamente relacionadas con los intereses y preferencias de los viajeros internacionales y nacionales (Arriaga & González, 2019). Por su parte Ventura-Días (2011) define al turismo como una conjunto de actividades que los visitantes realizan en estancias menores a un año y en el cual se dirigen a entornos

diferentes a su lugar habitual ya sea por fines de recreación, educación, salud, negocios, etc. Consecuentemente el turismo agrupa un gran número de industrias con vínculos directos como el transporte, alquiler de vehículos, alimentación, alojamiento, entre otras y con industrias de vínculo indirecto como empresas de seguros, bancos, telecomunicaciones, etc. (Arriaga & González, 2019).

El rápido crecimiento del sector turístico a nivel mundial y sobre todo en los países con nuevas propuestas de destinos, obliga a que los países inviertan en promoción con atractivas campañas publicitarias. Motivando así las expectativas de los turistas que se ven incentivados a conocer nuevos destinos turísticos en Latinoamérica. Son varios los factores que intervienen en el desarrollo del turismo entre los que cabe mencionar: la gobernanza y la comunidad, las empresas (pequeñas o grandes) que ofrecen sus servicios en diferentes campos como es la hostelería, la restauración, el transporte, la guía y otros servicios de ocio.

Es primordial reconocer la importancia del sector turístico como generador de ingresos y fuentes de trabajo, tanto directa como indirecta. El sector turístico está conformado por la hostelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, etc. Siendo considerado como una de las industrias con mayor grado de implantación a nivel mundial (Nieto et al, 2016). Siendo considerado como una actividad que puede contribuir al desarrollo de regiones con problemas de desarrollo. El sector turístico contribuye al crecimiento económico de un país, ya que reactiva la economía, ya que integra varios sectores incluso a los que se encuentran fuera del sector turístico, genera empleos, apoya a las empresas locales y permite financiar el mejorar el desarrollo de la infraestructura. En la conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2013) se indicó al respecto: *“El sector tiene además la capacidad de integrar en su cadena de valor a un gran número de empresarios locales, como los artesanos o los guías locales. Una proporción importante de los gastos directos de los turistas corresponden a la compra de artesanías y obras de arte locales. Además, el intercambio entre los turistas y los empresarios locales refuerza la imagen del destino”* (UNCTAD, 2013: pág. 11).

La prosperidad de una nación, depende del nivel de productividad y competitividad de sus empresas, ya sean estas públicas o privadas, las mismas que deben de estar en la capacidad de producir y ofrecer servicios a través de una mejora en su desempeño. De acuerdo a Romero (2015) el turismo no solamente es una fuente de generación de empleos, sino que también es un portal al desarrollo. Según datos de la Organización Mundial de Turismo (2018) en su reporte anual afirma que el año 2017 ha sido el que ha registrado el mayor volumen en lo que respecta a la generación de ingresos por parte de actividades turísticas en el mundo. Recalcando que dicho comportamiento no se había dado desde el año 2011, poniendo de manifiesto la recuperación del sector tras la crisis de 2008. A continuación, se muestra una tabla con los porcentajes de aporte al PIB y a la generación de empleo en varios países.

Tabla 2.5.

Aporte del turismo al PIB y a la generación de empleos

País	Empleo	PIB / GDP
Canadá	3.6%	1.9%
China	2.3%	4.2%
Reino Unido	14.2%	3.8%
Brasil	6.2%	3.6%
Estados Unidos	3.7%	2.7%
Arabia Saudí	6.6%	2.9%
Alemania	4.7%	3.2%
Ecuador	3.8%	5.51%

Fuente: (World Tourism Organization, 2019). Elaboración propia.

Las últimas seis décadas, han sido años “turísticos”, ya que la expansión que han experimentado este tipo de actividades se ha diversificado a tal punto que hoy en día se lo podría considerar como uno de los sectores más fuertes, con mayor envergadura y de crecimiento constante (Araujo, 2016). Según datos de la Organización Mundial de Turismo (2018), la importancia del turismo a nivel mundial se puede resumir en la siguiente información:

- Para el año 2030 se espera que haya 1.800 millones de turistas internacionales.
- El 30% de las exportaciones de servicios se asocian a esta actividad.

- Su crecimiento evolutivo durante los últimos 64 años ha sido de 25 millones de turistas internacionales en el año de 1950, a 1.133 millones en 2014.
- Es un motor generador de 1 de cada 11 empleos en el mundo
- Tiene una representación del 6% en lo que respecta al comercio internacional.
- En lo que respecta al mercado de turismo interno de Ecuador, ha tenido un crecimiento de 5 a 6 millones de turistas.
- Genera 1.5 billones de dólares en lo que se refiere a exportaciones.

No hay mejor manera de representar la importancia de un sector de la economía que, a través de la ejemplificación del mismo. Por lo tanto, a continuación, se exponen algunos ejemplos del ámbito latinoamericano tanto desde el punto de vista de la aportación de ingresos al país como de productos turísticos. En primer lugar cabe mencionar el caso de México, país que en el año 2008 tuvo una contribución de 7.7% al PIB y 4.8% a la generación de empleo por parte de las actividades turísticas (Arriaga & González, 2019). En el caso de Ecuador en el año 2018 esta actividad generó alrededor de 131.630 empleos en lo que respecta al sector del alojamiento y servicios de comida, por su parte también tiene un efecto multiplicador del 1.6% en la economía nacional y genera el 46.72% de los empleos para mujeres.

Desde el punto de vista de los productos y destinos turísticos cabe citar, por ejemplo, la ciudad de Alcántara (España), donde se está incentivando una mayor actividad comercial, debido a la recolección de hongos silvestres comestibles (conocido como turismo micológico) que genera puestos de empleo tanto fijos como eventuales (De Frutos, Martínez, & Esteban, 2011). Otro ejemplo de turismo generador de una mayor actividad comercial es el llamado turismo de eventos, donde cabe hacer mención a la ciudad de Barretos en Brasil. En ella, durante la celebración de una fiesta conocida como la del peón rural, se puede llegar a incrementar la actividad en los comercios minoristas, bares, restaurantes y alojamientos hasta en un 70% más de lo habitual. Ello ha determinado que sea esta tipología turística, una de las opciones elegidas por este país para diversificar su oferta turística y ello lo ha posicionado en el puesto número 11 en

lo que respecta a la realización de la mayor cantidad de eventos internacionales a nivel mundial (Gomes de Moraes, 2012). Otra manera de hacer turismo es mediante la religión, en donde se evidencia un fenómeno social que genera importantes volúmenes de visitas a determinados lugares de interés para las distintas religiones, como el caso de México en su Distrito Federal, que atrae a miles de turistas al año por la devoción a la Virgen de Guadalupe (Tobón & Tobón, 2013). Un último ejemplo es el que se relaciona con la puesta en valor del patrimonio tanto natural como cultural. La apertura de Cuba a iniciativas turísticas ha convertido esta actividad en una de las principales fuentes de ingresos para sus habitantes (Surugiu, Surugiu, & Mazilescu, 2019).

El desarrollo de esta actividad, sin embargo, conlleva también la necesidad de la innovación. En la última reunión de más de 1.500 líderes de turismo a nivel mundial que tuvo lugar en Sevilla en abril del 2019, se plantearon diversos hechos eminentes de cara al futuro y que forman parte del turismo y de su generación de nuevos ingresos y plazas de empleo para los países en los que el turismo o bien tiene un peso significativo en su economía o bien se considera como una actividad que puede contribuir de manera significativa a su desarrollo. Siendo uno de estos instrumentos la tecnología, tal y como lo mencionaba Gloria Guevara (actual presidenta del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, con sus siglas en inglés WTTC). Al respecto, se indicaba que los líderes presidenciales deben tener la visión y la capacidad de poder invertir en infraestructura tecnológica que le dé soporte a los nuevos avances que se encuentran “a la vuelta de la esquina”, por ejemplo que los turistas tomen autos sin choferes, que reciban sus maletas por anticipado en su lugar de alojamiento mediante drones o que simplemente se eliminen todo tipo de barreras por lenguaje debido a la ayuda tecnológica (Noakes, 2019). Según las predicciones de Guevara el turismo generará más de cien millones de plazas de trabajo en un periodo menor a cinco años.

2.2.2 Acerca del Turismo sostenible

La Carta de Turismo Sostenible de Lanzarote (1995, mencionado por OMT), aprobada por los asistentes a la primera Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, expresa que siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. El turismo sostenible puede ser definido como: *“El 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, 1995: P.10).

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo y en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, debiéndose establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones, para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Continúa la organización (OMT) planteando que el turismo sostenible debe:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- c) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El turismo sostenible debe reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles. Es necesario, por tanto, que los diferentes gobiernos presten especial atención a la manera en la cual se está desarrollando turismo, ya que si bien es cierto que representa una gran fuente de empleos y de productividad comercial, también ha destruido muchos ecosistemas y ha desgastado y extinguido recursos naturales (Savino, 2008). Aunque pueda, en ocasiones, parecer imposible dados los impactos generados, existen diversas estrategias que hagan confluir tanto al turismo como a la idea de sostenibilidad en el medio ambiente, si bien es cierto, es una relación bastante compleja, las autoridades de gobierno y los gestores deben tener claro el hecho de que la trascendencia del turismo como generador de rentas viene de la mano de la salud del ambiente, que es lo que atrae realmente a los turistas (Savino, 2008).

En el campo turístico, la palabra sostenibilidad se aplica para hacer referencia a la práctica de hacer turismo, en donde se alcanza la plena satisfacción del turista, a la vez que se mantiene el respeto a las regiones receptoras y se fomentan oportunidades de conservación en las mismas (Martínez, 2017). Haciendo referencia a lo que establece Barrera y Bahamondes (2012) el objetivo del turismo sostenible es prolongarse en el tiempo, es decir, manteniendo la rentabilidad, protegiendo los recursos naturales y respetando a las comunidades y poblaciones que se encuentran inmersos para, de esta manera, garantizar una viabilidad a largo plazo que tenga presente los tres pilares de la sostenibilidad:

- a) Social, donde se contempla un enriquecimiento por una doble vía, es decir, por un lado a quienes tienen la experiencia turística y, por otro, a los habitantes del lugar.
- b) Económico. La rentabilidad se vincula a la viabilidad de prácticas turísticas sostenibles, por lo que debe garantizarse un beneficio económico para

que los empresarios estén dispuestos a invertir, pero, a la vez, que repercuta en las comunidades locales.

- c) Ambiental. El turismo debe proteger y conservar el medio ambiente en el cual se desarrolla.

La Organización Mundial del Turismo en el documento titulado *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible* (2018) enumera doce aspectos a tomar en cuenta para el desarrollo de un turismo sostenible, los cuales son: 1) pureza ambiental, 2) control local, 3) eficiencia en la utilización de los recursos, 4) disfrute de los visitantes, 5) diversidad biológica, 6) igualdad social, 7) integridad física, 8) calidad de empleo, 9) riqueza cultural, 10) prosperidad a nivel local, 11) bienestar de la comunidad y 12) viabilidad económica. Estos doce elementos (también llamados objetivos del Programa para un Turismo Sostenible) no tienen un orden de prioridad en particular, ya que inclusive varios de ellos están relacionados entre sí.

Como se ha mencionado anteriormente en esta investigación, el sector turístico se encuentra conformado por un sin número de servicios que están vinculados de manera indirecta o directa, por tanto, el rol de los gobiernos es fundamental, por no decir protagónico para poder alcanzar avances significativos (Cañizares, 2013). En la misma línea se expresan Cánoves, Villarino y Herrera (2006) quienes afirman que contar con un liderazgo claro, definido y de políticas firmes, permitirá que se dé una mejor preservación de los recursos y de los ecosistemas. Teniendo en cuenta estos argumentos, los principales aspectos a tener en cuenta al respecto son:

- a) Todos los gobiernos poseen o deben implementar herramientas claves para poder utilizarlas en pro del objetivo que se quiere lograr, es decir, el poder y la capacidad para establecer reglas y también definir incentivos económicos para aquellos que realicen las prácticas turísticas de manera adecuada.
- b) Al estar tan fragmentada en muchas pequeñas empresas que están vinculadas al sector del turismo, los gobiernos bien nacionales o

seccionales deben desempeñar un papel central para para plantear y coordinar propuestas que genere impactos positivos.

- c) Materias de responsabilidad pública como el agua, el aire, el patrimonio natural y cultural o la calidad de vida forman parte del concepto de sustentabilidad y, sobre los que tienen que articularse las políticas en materia turística.

A continuación, se muestra una gráfica que resume cuales son las exigencias que trae consigo la práctica de un turismo sostenible

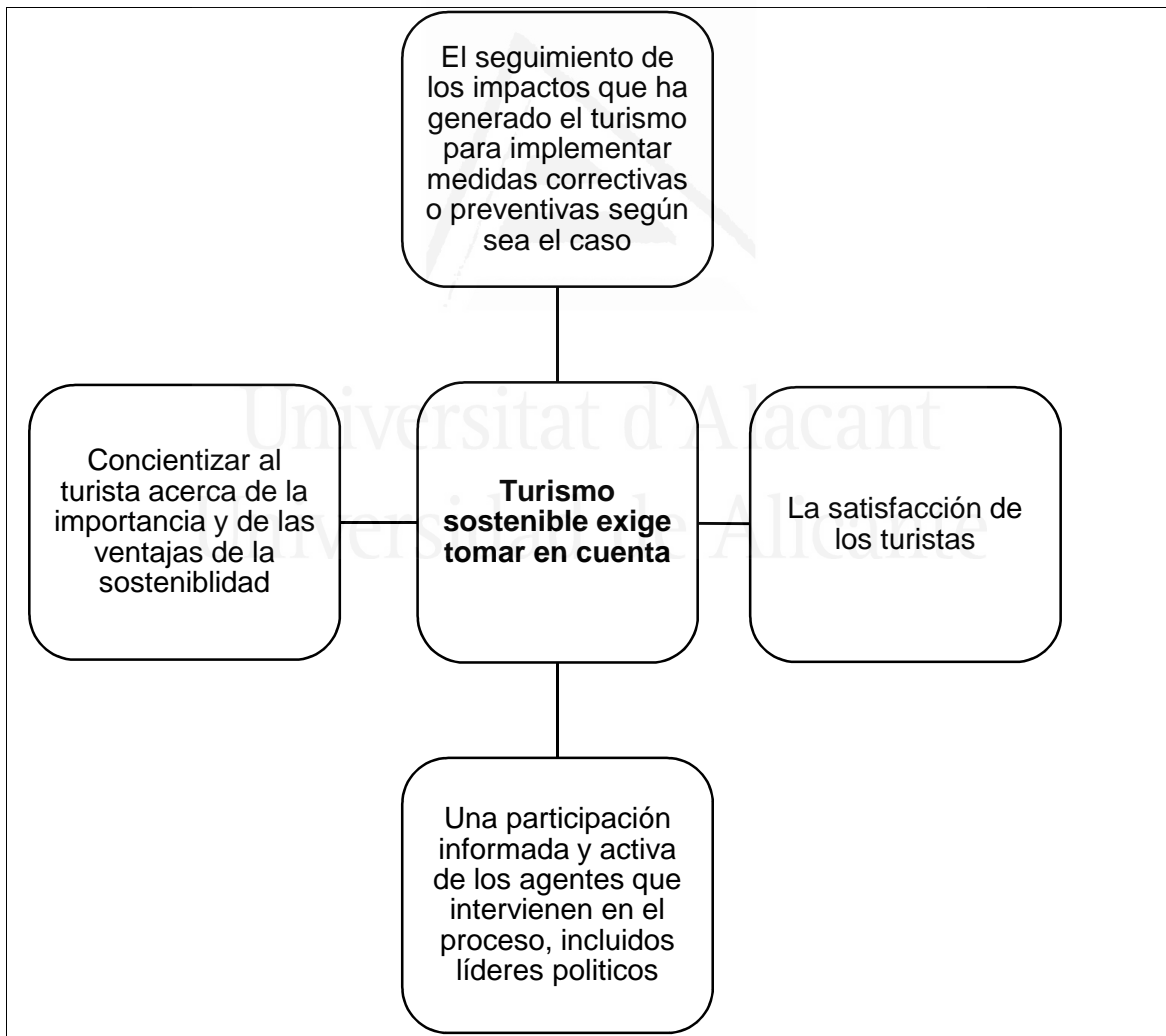


Figura 2.1: Exigencias del turismo sostenible.
Fuente: (Rojas, 2009).

En Ecuador, una de las provincias más representativas en lo que se refiere a turismo sostenible son las Islas Galápagos. En ellas, por sus ecosistemas vulnerables y la diversidad de especies animales y vegetales, el turismo se caracteriza por tener a la sostenibilidad como uno de sus objetivos definidores; siendo, además, la valorización de estos ecosistemas por las prácticas turísticas la principal actividad económica de las islas. La población que reside en dicho lugar obtiene más de 53% de sus ingresos por actividades turísticas. Por ello, la creación de nuevos hoteles, brindar nuevos servicios o establecer cualquier tipo de opción turística se debe regir a las leyes anteriormente mencionadas en el presente trabajo (Salvador, 2015).

2.3 Tipología del turismo, destino turístico y potencialidad del destino turístico

2.3.1 Tipología del turismo

Las actividades turísticas, que se han clasificado de acuerdo a las necesidades del turista, pueden ser muy diversas y van en función de una serie de variables o criterios del futuro visitante. Según Castillo (2013), se trata de una serie de actividades que el turista hace durante sus viajes o también se da el caso de que el turista haga ese viaje expresamente para poder hacer ese tipo de actividad. Estas actividades van en función de una serie de variables o criterios como, por ejemplo, el ámbito geográfico preferente del turista, (se refiere al tipo de lugar y localización del destino al que el turista se desplaza), la duración del viaje, la renta del turista o la motivación del viaje, entre otros. Según estas variables o criterios, las actividades realizadas en los viajes pueden ser: religiosas, culturales, de espectáculos, musicales, deportivas, comerciales, congresuales, de ocio, relacionadas con la salud, etc.

Continúa la autora planteando que esta serie de actividades son las que dan lugar a las denominadas tipologías turísticas que pueden ser muy variadas, tales como: turismo de negocios, convenciones, congresos e incentivos conocido también como turismo MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and*

Exhibitions), cultural; gastronómico, enológico, musical, industrial, etnográfico, arqueológico, idiomático, de salud y belleza, religioso, de naturaleza, activo, rural, de compras o shoppings y otras tipologías en función de las actividades realizadas durante los desplazamientos.

En general, los autores coinciden en que las modalidades de turismo se corresponden con el tipo de actividad a realizar, entre los más comunes en la actualidad se encuentran: turismo de sol y playa, turismo científico, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural o agroturismo, turismo cultural, turismo religioso o turismo gastronómico.

A tenor de las características del área de estudio (véase capítulo III) se analizarán de manera sucinta aquellos que son objeto de estudio en esta tesis, que son: turismo de sol y playa, turismo de naturaleza, turismo rural, turismo cultural y turismo gastronómico.

a) **Turismo de sol y playa (tradicional).** Este tipo de turismo de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2018), también es conocido en inglés como “*Sand, sea and sun tourism*”, como su nombre lo indica se desarrolla en aquellas zonas de la costa que gozan de un clima favorable y adecuado para asociarse al ocio, diversión y descanso con temperaturas que oscilan alrededor de los 25 a 30°C la mayor parte del tiempo, por lo que la concurrencia masiva de turistas es bastante común. Bigné, Sánchez y Currás (2007) afirman que el turismo de sol y playa incluye todo un bagaje de actividades recreativas y de ocio en zonas de costa, entre los cuales se puede mencionar la pesca, nadar, navegar, bucear, alojamiento, alimentación, restauración, entre otros. Cabe destacar que el turista de este tipo es una persona que busca esparcimiento y descanso ya que el turismo de sol y playa se encuentra dentro del segmento de ocio (García & Quintero, 2018).

b) **Turismo de naturaleza.** También llamado eco-turismo, de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (2002) tiene las siguientes características particulares:

- Se toman en consideración elementos de tipo interpretativo y educacional.

- En todo momento pretende minimizar los impactos negativos sobre el entorno sociocultural y natural.
- Es un tipo de turismo que tiene su base en la naturaleza y cuya motivación principal es que el turista realice observación y que aprecie las diferencias y las características particulares de las comunidades de las zonas naturales.
- Genera una contribución a la protección de zonas que se utilizan como centros de atracción turística, en donde genera beneficios económicos para las comunidades que se encuentran organizadas para atender pequeños grupos de turistas. También genera nuevas oportunidades de empleo y realiza una mejor concienciación acerca de la preservación de los activos naturales
- También genera un gran aporte al comercio local, ya que, en la mayoría de los casos, son empresas pequeñas de la comunidad las que atienden las necesidades de los turistas.

De acuerdo a la OMT (2002), el turismo de naturaleza, se encuentra dentro del turismo alternativo, en donde el principal fin es de que el turista realice actividades recreativas en un contacto directo con el medio ambiente y las expresiones culturales que este implica, para lo cual se genera un compromiso de respeto, conocimiento y disfrute por la conservación de los recursos naturales. El turismo de naturaleza se agrupa en diversas modalidades, que varían según el organismo que realiza la clasificación, por ejemplo, la Secretaría de Turismo de México (2016) identifica tres modalidades que son:

- Ecoturismo: su objetivo es la visita a áreas medioambientalmente muy poco alteradas o visitadas para el aprecio de la naturaleza.
- Turismo de aventura: su objetivo es poder realizar un tipo de turismo en el cual la naturaleza impone un desafío, en armonía con el medio ambiente y respeto con el mismo.
- Turismo rural: tiene como fin realizar actividades en el cual prima la convivencia e interacción con comunidades rurales. Esta modalidad,

en ocasiones, es considerada como una tipología propia y como tal es considerada en esta tesis.

A continuación, se muestra una tabla que describe diversas actividades contempladas en cada uno de ellos.

Tabla 2.6.
Modalidades de turismo de naturaleza

Ecoturismo	Turismo de Aventura	Turismo Rural
Observación de ecosistemas y fósiles	Terrestres como: ciclismo de montaña, cabalgata, rappel, espeleología, escalada de rocas, caminata	Vivencias místicas
Observación de geológica y sideral		Fotografía rural
Safaris fotográficos	Aéreas como: vuelo en parapente, alas delta, ultraligero, globo aerostático, paracaidismo	Visita a pueblos indígenas
Senderismo		Agroturismo
Programas de rescate de flora y fauna	Acuáticas como: kayakismo, buceo, snorkel, pesca recreativa, descenso en ríos	Talleres de gastronomía o artesanales
Observación de fauna y flora		Uso y preparación de medicina natural

Fuente: (World Tourism Organization, 2019). Elaboración propia.

c) **Turismo Rural.** A diferencia del turismo de naturaleza que tiene lugar en parques y áreas protegidas, el turismo rural es una actividad turística que se lleva a cabo en espacios o áreas rurales. Los antecedentes indican que este tipo de turismo tiene sus orígenes en Inglaterra alrededor de los años cincuenta como consecuencia del deseo de la población urbana por escapar de la monotonía y la tensión de la vida cotidiana en las grandes ciudades, en búsqueda de descanso y recreación, el disfrute de los paisajes y del aire puro del campo, y de familiarizarse con las actividades del medio rural. En un principio, esta orientación de la población urbana hacia el campo se denominó "turismo verde", y los turistas se hospedaban en habitaciones de

casas de familias que ofrecían alojamiento y desayuno, dando origen así a la modalidad de hospedaje *bed and breakfast*. Posteriormente, surge el alojamiento directamente en las granjas (*farm-houses*), con la posibilidad de participar en las actividades propias de estos establecimientos rurales, dando inicio así a lo que hoy se conoce como "agroturismo". (Acerenza, 2006: Pag: 41). Según la OMT (2011), turismo rural se define como "las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona" (p.15).

- d) **Turismo Gastronómico.** La Organización Mundial del Turismo (2017) afirma que el turismo gastronómico se está convirtiéndose en uno de los más importantes, debido a su gran potencial para estimular la economía local, regional y nacional, tomando en consideración la sustentabilidad y también la inclusión, ya que, toma en cuenta diferentes niveles de la cadena de valor, empezando por la agricultura y la industria de producción de comida local. Este tipo de turismo ha aparecido como una opción para empezar a ofrecer experiencias diferentes, que generen emociones y satisfacciones a los turistas que están abiertos a conocer la cultura de los países por medio de su gastronomía.

De acuerdo a una encuesta realizada por la Organización Mundial del Turismo (2017), el 87% de los encuestados a nivel mundial respondieron que el turismo gastronómico está siendo la manera estratégica y distintiva de posicionar un destino turístico en la actualidad. Cabe mencionar que de acuerdo al tipo de región también la importancia del turismo gastronómico aumenta o disminuye. Por ejemplo, para los latinoamericanos es un factor de gran peso, mientras que para los europeos es un poco menor. La realización del primer foro desarrollado en San Sebastián (España) en mayo de 2015 (Organización Mundial de Turismo, 2015) basado en turismo gastronómico arrojó las siguientes conclusiones:

- Tiene un compromiso con la sustentabilidad ya que no solamente se debe tomar en consideración el crecimiento en el PIB, sino también el respeto a todo el entorno que se encuentra inmerso en el proceso.
- El desafío de la globalización que debe utilizarse como medio de difusión, a la vez que respete la autenticidad de cada nación.
- Es una suma de esfuerzos coordinados donde entra a jugar un rol transcendental la suma de las diferentes industrias que aportan a la realización de la experiencia.
- A pesar de la competitividad de los mercados se debe mantener una cara de autenticidad y amor por las raíces de cada país.
- El consumidor de un turismo gastronómico, también es un potencial consumidor de otro tipo de artículos o elementos, que a la larga termina complementando la experiencia.

Por tanto, de cara a futuro se debe tomar en consideración los siguientes desafíos de acuerdo al segundo foro de turismo gastronómico que se realizó en Lima en el año 2016 (Organización Mundial de Turismo, 2016):

- Desarrollo de productos y servicios innovadores.
- Entrenamiento de profesionales
- La puesta en marcha de mejores prácticas y condiciones de trabajo.
- Desafíos del turismo gastronómico en materia laboral, productiva, de abastecimiento, de profesionales capacitados, entre otros.

e) Turismo cultural. Se define como el tipo de turismo realizado por las personas que las mueven por el interés por comprender, disfrutar y conocer el conjunto de elementos y rasgos distintivos, materiales espirituales, afectivos y emocionales que son característicos de un país, y por ende de las personas que habitan en él. Varios gobiernos lo han utilizado como una estrategia de desarrollo y crecimiento económico, ya que le permite al país acoger significativos volúmenes de turistas anualmente con el fin de conocer

monumentos, museos, centros históricos, entre otros. Representativos de esta tipología turística son Roma, Venecia, Nueva York, entre otros.

2.3.2 Destino turístico

De acuerdo a un informe elaborado por la Embajada Suiza en Perú (2014), un destino turístico es un espacio determinado que tiene una geografía particular, en donde se encuentran rasgos y características únicas y está conformado por cuatro elementos:

- a) la participación y respaldo de la población de la localidad que está vinculada con diversos aspectos de la visita de los turistas,
- b) diversos servicios y también atractivos que facilitan y seducen al turista para su estadía,
- c) la presencia de una marca que contenga todo lo que se ofrece de manera integral y
- d) la posibilidad de accesibilidad en lo que respecta a la relación precio-valor.

Como en toda situación, los destinos turísticos tienen dos perspectivas, la oferta y la demanda. Esta última hace referencia a la postura del turista, que es la persona que elige el destino en el cual quiere vacacionar y vivir una experiencia determinada ya sea por aspectos de la naturaleza, culturales, gastronómicos, etc. (Rodríguez, 2011). Por su parte la oferta hace referencia a los pequeños o grandes empresarios que ofrecen los servicios a los turistas, para lo cual consideran ciertas características a la hora de establecer su actividad económica en un destino en particular, estas son:

- a) que hayan servicios básicos,
- b) que exista el atractivo ya sea natural, cultural o de cualquier tipo de evento,
- c) que haya accesibilidad a través de algún medio de transporte,
- d) que hayan actividades que se puedan realizar ya sean deportivas, con animales y/o plantas, monumentos, etc, y

- e) que existan servicios vinculados a la actividad turística como restaurantes, hoteles, etc. (Embajada Suiza en Perú, 2014).

Los destinos turísticos se pueden clasificar según escalas (figura 2, las cuales están dadas por la percepción que tienen los turistas potenciales del lugar, a saber:

- Si se trata de un mercado internacional (entre continentes), lo que se suele ofertar es un continente, un país, una región, por ejemplo: la Amazonía.
- Si se trata de un mercado nacional, el destino turístico puede ser una zona o parte de una región, por ejemplo: Playas de Galápagos.
- Si se trata de un mercado regional, el destino normalmente es un pueblo, ciudad o un punto muy específico y particular de una ciudad, por ejemplo: el cementerio de figuras de Tulcán.



Figura 2.2: Escalas de los destinos turísticos.

Fuente: (Embajada Suiza en Perú, 2014)

Es importante también destacar que los destinos turísticos poseen un ciclo de vida, tal como los productos y servicios en el área de negocios. La diferencia con respecto a ellos en el caso de los destinos turísticos es que en estos últimos se toman en consideración para tener una gestión eficiente desde sus inicios, considerando también los factores externos que pueden influenciar (Barrado,

2004). Estas etapas de acuerdo al estudio realizado por la Embajada Suiza en Perú (2014) son:

- a) *Exploración*. Se da cuando el destino turístico tiene un desarrollo casi inexistente en lo que respecta a infraestructura o actividades. Siendo sumamente limitado el acceso a información y medios para acceder a él.
- b) *Involucramiento*. Se considera como tal cuando el destino turístico empieza a tener un pequeño número de visitantes de lugares cercanos o de la misma región. Sin embargo, se puede distinguir las temporadas turísticas y los habitantes locales aún continúan con participación escasa o limitada.
- c) *Desarrollo*. Se da cuando en el destino turístico empiezan a aumentar las inversiones del exterior, como cadenas hoteleras u operadores turísticos. Por otra parte, el “efecto boca a boca” genera, asimismo, que vayan aumentando el número de visitantes nacionales y extranjeros.
- d) *Consolidación*. Se denomina como tal la fase en la que un destino turístico ha alcanzado un número estable de visitantes, por lo que tal vez las instalaciones pueden necesitar de una renovación. Otra de sus características es que la actividad turística empieza a formar parte importante de la economía local.
- e) *Estancamiento*: Se da cuando el destino turístico ha alcanzado su número máximo de visitantes, por ende, puede dejar de ser un destino de moda y se necesitan de nuevas estrategias que lo rejuvenezcan y así su declive

Este informe, que ejemplifica el ciclo de vida de un destino turístico, se corresponde al denominado ciclo de los destinos turísticos definido por Butler en 1980 en la figura 2.3.

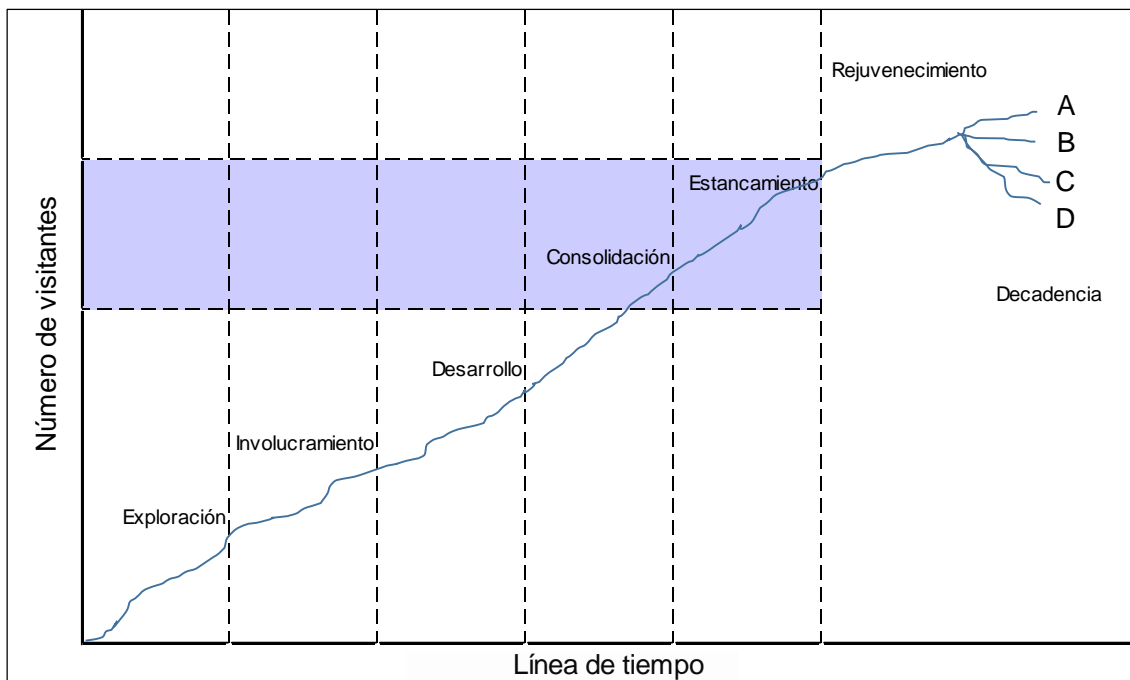


Figura 2.3: Ciclo de vida de los destinos turísticos.
Fuente: (Butler, 1980)

2.3.3 Potencialidad del destino turístico

Numerosas han sido las definiciones relativas a estos conceptos tanto por organismos como por parte de la academia. Sin ánimo de ser exhaustivos se mencionarán algunas de ellas a modo de estado de la cuestión y su implementación en esta investigación.

De acuerdo con Naciones Unidas (2013) el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. Por su parte, Cervantes, Castellanos, González y Ruíz (2018) lo plantean como un análisis de los puntos fuertes y débiles del territorio confrontado con el examen de las oportunidades y los riesgos, o sea, la ejecución de una matriz FODA. La Organización Mundial de Turismo (2008) menciona que la identificación del potencial turístico de una región o municipio es la base en la toma de decisiones para continuar con el planeamiento y conformación del producto turístico, en caso de validar su posibilidad en una primera evaluación o de enfocar esfuerzos en la detección de otra actividad económica alterna de acuerdo a su vocación productiva, en el evento de carecer de potencial turístico.

Para poder identificar el potencial turístico de un territorio, es necesario la elaboración de un inventario de los recursos con los que cuenta una zona determinada, a fin de conocer las características de estos para posteriormente realizar un análisis de dicho inventario. Tabares (2003) expone que el inventario turístico consiste en una recopilación útil y de fácil interpretación, que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se encuentra almacenada en "fichas" que agrupan datos de ubicación, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, facilidades, servicios, infraestructura, accesibilidad, entre otras.

Una mala percepción de las características y especificidades del territorio hace que sea inadecuada la elaboración de una oferta turística local original, que permita diferenciarse de los territorios competidores que están al mismo nivel. Asimismo, el desconocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado perjudica la elaboración de productos turísticos ajustados a la demanda. Por otro lado, y reafirmando la frase anterior, Barrera (2006) citado por Blanco (2008), argumenta que una visión errónea del potencial turístico local, puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos con efectos negativos sobre el medio ambiente (contaminación y degradación de los sitios naturales), sobre la cultura (pérdida de la identidad local) o sobre la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del costo de la vida o endeudamiento de los municipios).

2.4 Ecoturismo, sostenibilidad y el rol del turismo en el desarrollo local comunitario

2.4.1 Ecoturismo

Diversas son las definiciones en torno a este concepto tanto por organismos internacionales como por parte de la academia. Brouse (1992) define el ecoturismo como una manera de realizar un viaje responsable, en donde el turista toma consciencia de sus acciones y decide minimizar los efectos de su estadía ya sea en la cultura donde se encuentra realizando la visita o en la naturaleza. Por otra parte, la Sociedad Internacional de Ecoturismo (2019) lo

define como un viaje que es responsable de las áreas naturales, en donde no solamente se vela por el cuidado del medio ambiente, sino también de la gente local. En su concepción más simple, el ecoturismo se puede describir como un turismo mesurado, que produce un mínimo impacto en el entorno, es interpretativo, en el que se persiguen objetivos relacionados con la conservación, la comprensión y el aprecio por el entorno y las culturas que se visitan (Vanegas, 2006: pág. 15). La Organización Mundial de Turismo (2018) define el ecoturismo *como el conjunto de actividades en lugares poco transformados, con el objetivo de fomentar la cultura local, conservar el medio y que los recursos sean el atractivo principal del destino. A grandes rasgos, se puede identificar como ecoturismo a las actividades turísticas que se desarrollan en la naturaleza con el menor impacto posible con el objetivo de la conservación del medio, promover las tradiciones, el beneficio local y la cultura del destino* (p.37). El perfil de un eco-turista de acuerdo a Orgaz y Cañero (2015) es el siguiente:

- a) Tiene entre 40 a 70 años de edad, con un poder adquisitivo medio alto, con bastante disponibilidad de tiempo y respetuoso con el medio ambiente.
- b) Proceden principalmente de países como Estados Unidos, Australia, Canadá y China.
- c) Busca normalmente la exclusividad del destino (es decir, que no sea un destino de turismo de masas).
- d) El objetivo de su viaje es buscar información acerca de culturas y naturaleza, con guías especializados con un tipo de alojamiento entre 3 y 4 estrellas.

El ecoturismo tiene beneficios tales como la generación de empleos para la comunidad asociados a la preservación de los recursos. A la vez que educa ambientalmente a los turistas, motiva la preservación de los recursos bien en espacios protegidos (parques nacionales, reservas) o sin figuras de protección específicas (bosques, por ejemplo) y crea fondos para el mejoramiento de las

áreas naturales, que a medio o largo plazo aumenta la afluencia de turistas (Rebollo, 2012). Sin embargo, también han sido evidenciadas ciertas desventajas asociadas al desarrollo de la práctica turística. Al respecto Rebollo (2012) menciona:

- a) Al ser una práctica estacional, de la misma manera los empleos tienen ese comportamiento, por lo que hay periodos de tiempo en los que la comunidad se queda sin fuentes de ingreso.
- b) Las visitas se realizan en lugares abiertos y sin mayor control desde el punto de vista del número de visitantes, por lo que a la larga termina destruyendo de alguna manera el medio ambiente, salvo que se adapten medidas de capacidad de carga, por ejemplo.
- c) La producción excesiva de desechos por parte de los turistas.

De acuerdo a un informe realizado por el Gobierno de Andalucía (2015), los factores que se toman en consideración para la elección de un destino ecoturístico responden a diferentes tipos de estrategias como son: tecnológica, de gestión de producto, de gestión de visitantes, normativa-legal, de educación, interpretación y sensibilización.

2.4.2 Sostenibilidad

El año de 1987, con la aprobación del informe Brundtland se establecieron las bases para la implantación de los principios asociados con el concepto de sostenibilidad (Cardoso, Castillo, & Hernández, 2014). De acuerdo con Ekins (1993) la sostenibilidad se define como el hecho de mantener las características y calidad de los ecosistemas, para que así puedan desempeñar todas sus funciones para la preservación de la biodiversidad. En esta línea Ekins, Simon, Deutsch, Folke y De Groot (2003) afirman que la sostenibilidad es la que se encarga de mantener el capital natural de las funciones ambientales para poder vivir y, por ende, no puede ser sustituida por otro tipo. A este planteamiento de

tipo ecológico-ambiental se van a asociar otros de tipo socio-económico vinculados con las prácticas que las sociedades desarrollan sobre un territorio. En el caso de estudio que atañe a esta investigación la sostenibilidad tiene tres pilares primordiales: el económico, el social y el ambiental. El primero de ellos se enfoca en el aporte a la economía para la creación de empresas. El segundo se refiere a la intervención de todos los actores que figuran dentro del proceso de turismo o de una organización y el último pilar que se centra en el respeto y la conservación del medio ambiente (Lalangui, Pérez, & Espinoza, 2017).

De acuerdo a Castiblanco (2019) diversos son los indicadores para medir la sostenibilidad. Entre los que han adquirido una mayor impronta en los últimos años, y vinculados con el desarrollo de las actividades turísticas, cabe mencionar: el índice de la huella ecológica, la huella hídrica y el agua virtual, el input material por unidad de servicio, la apropiación humana de la producción primaria neta y los indicadores de flujos de materiales.

2.4.2.1 Turismo en el desarrollo local comunitario

La Alianza de Turismo Rural Comunitario del Instituto Costarricense de Turismo define el turismo comunitario como aquellas *“Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad”* (ICT Alianza TRC, 2005, p.1658). La Organización Internacional del Trabajo lo define como: *“Toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes”* (OIT, 2006, p.5).

Este tipo de turismo tiene una gran relevancia sobre todo para Latinoamérica, en donde los turistas tienen la oportunidad de convivir con los locales de una comunidad en particular, generalmente campesinos o indígenas (Cañada, 2015). Una de las razones por las cuales se está dando este tipo de turismo es por la búsqueda de la autenticidad a través del turismo, por tal razón

las personas se interesan en ver y experimentar la vida de las comunidades tal cual ellos la desarrollan.

2.5 Aspectos socio culturales y ambientales

El turismo, al igual que cualquier otra actividad comercial, trae consigo ciertos impactos socio-culturales a la comunidad en los que se implanta. Estos aspectos han sido objeto de estudio por parte de la academia que generalmente los ha analizado de una manera dual, diferenciando entre aspectos positivos y negativos. A continuación (tabla 7), se detallan algunos de ellos según el estudio realizado por (Bosch, Suárez, & Olivares, 2004).

Tabla 2.7.

Aspectos socio culturales positivos y negativos del turismo

Aspectos positivos	Aspectos negativos
Mejoramiento de la atención sanitaria, alumbrado público, tratamiento de desechos, apertura de entidades financieras	La oferta de empleos de baja calidad para los locales, con salarios mínimos y con preferencias para los extranjeros
Incentivar a la comunidad local a adquirir mayores conocimientos acerca de su propia cultura	Alta dependencia en la divisa extranjera
El reavivamiento de costumbres locales pérdidas, artesanías, folklore, gastronomía.	Desaparición de la cultura del destino turístico influenciada por la afluencia de turistas
Rehabilitación de lugares emblemáticos, edificios históricos	La comercialización extrema de las tradiciones locales, hace perder mucho significado
Intercambio cultural entre residentes y turistas	
Desarrolla en los residentes un mayor espíritu de trabajo para mejorar su calidad de vida	

Fuente: (Bosch, Suárez, & Olivares, 2004). Elaboración propia.

También han sido numerosos los estudios que han analizado los impactos que sobre los aspectos ambientales genera el turismo. Los impactos de tipo ambiental son innegables cuando se hace referencia al turismo, ya que paralelamente al desarrollo de la actividad, se necesita de diversos elementos que lo acompañen, entre los que se encuentran:

- a) El turismo aumenta la demanda de recursos escasos como el agua, así como de otros servicios como transporte, tratamiento de aguas servidas y de desechos.
- b) Más infraestructura en restaurantes, hoteles, etc., lo cual genera un desplazamiento inmediato de muchas especies de flora y fauna de la región, así como de locales pertenecientes a servicios orientados a satisfacer las necesidades de los habitantes de las comunidades.
- c) Aumento de la mortalidad de especies animales propias de la región.

Como se maximicen los beneficios socio-culturales y ambientales derivados de esta actividad económica y como se minimicen los impactos generados por su implantación son cuestiones fundamentales para un desarrollo sostenido en el tiempo y en el espacio. La planificación y gestión de las actividades turísticas será fundamental para su consecución, de ahí la importancia de las normativas que regulan esta actividad, pero también el interés de las autoridades locales, regionales o nacionales en su implantación, por un lado, y por otro, la participación activa de las comunidades locales.

2.6 Bibliografía

Marco Normativo

Asamblea Nacional. (11 de Octubre de 1989). *Instructivo para los departamentos de registro y control de actividades turísticas de la Corporación Ecuatoriana de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/RESOLUCION-172.pdf>

Asamblea Nacional. (19 de Abril de 2001). *Ley de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>. O siemore recuperado y obtenido, no los puedes utilizar de manera indistinta

Asamblea Nacional. (27 de Diciembre de 2002). *Recaudación de propinas en hoteles, bares y restaurantes*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/RECAUDACION-DE-PROPINAS-EN-HOTELES-BARES-Y.pdf>

Asamblea Nacional. (17 de Diciembre de 2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>

Asamblea Nacional. (5 de Enero de 2004). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-TURISMO-2015.pdf>

Asamblea Nacional. (19 de Marzo de 2010). *Reglamento para los centros turísticos comunitarios*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>

Asamblea Nacional. (3 de Octubre de 2011). *Reglamento de juegos de azar practicados en casinos y salas de juego*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-JUEGOS-DE-AZAR-PRACTICADOS-EN.pdf>

Asamblea Nacional. (16 de Julio de 2013). *Designa al cantón Puerto López de Manabí área turística protegida (ATP)*. Recuperado el 16 de Octubre de

2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/DESIGNA-AL-CANTON-PUERTO-LOPEZ-MANABI-AREA-TURISTICA-PROTEGIDA-ATP.pdf>

Asamblea Nacional. (31 de Diciembre de 2014). *Ley Organica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>

Asamblea Nacional. (29 de Diciembre de 2014). *Ley Orgánica de incentivos a producción y prevención de fraude fiscal*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-INCENTIVOS-A-PRODUCCI%C3%93N-Y-PREVENCI%C3%93N-FRAUDE-FISCAL.pdf>

Asamblea Nacional. (11 de Febrero de 2014). *Reglamento de operación turística de aventura*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-TURISMO-DE-AVENTURA.pdf>

Asamblea Nacional. (11 de Junio de 2015). *Ley Orgánica de régimen especial de la provincia de Galápagos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LOREG-11-06-2015.pdf>

Asamblea Nacional. (24 de Marzo de 2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Asamblea Nacional. (18 de Diciembre de 2015). *Reglamento de alojamiento turístico de la provincia de Galápagos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO-DE-LA-PROVINCIA-DE-GALAPAGOS.pdf>

content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-TURISTICO-GALAPAGOS.pdf

Asamblea Nacional. (23 de Marzo de 2016). *Facultades a gobiernos autónomos en el desarrollo de actividades turísticas*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%3%BAense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%3%ADsticas.pdf>

Asamblea Nacional. (7 de Abril de 2016). *Reglamento de guianza turística para régimen especial del Galápagos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Gu%3%ADas-Gal%3%A1pagos.pdf>

Congreso Nacional. (16 de Enero de 2015). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 14 de Octubre de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2019). *Normativa del Ministerio de Turismo. Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/Matriz-con-enlaces-FINAL.pdf>

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (12 de Septiembre de 2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de <https://www.seps.gob.ec/noticia?que-es-la-economia-popular-y-solidaria-eps->

Referencias Bibliográficas

Acerenza Miguel, A. (2006): *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México, Editorial Trillas.

- Alianza de Turismo Rural Comunitario del Instituto Costarricense de Turismo (2005): *Turismo rural comunitario*. Información disponible en. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de: <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/TRComunitarioCR.pdf>
- Araujo, R. (2016). El turismo como actividad esencial en el crecimiento económico. *Hospitalidad ESDA*(29), 21-34.
- Arriaga, R., & González, C. (2019). La contribución de la cultura y el turismo al empleo en México: Una estimación de los multiplicadores tipo I y tipo II. *Análisis Económico*, 34(86), 35-64.
- Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico: Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 160, 45-68.
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 8(1), 50-56.
- Bigné, E., Sánchez, I., & Currás, R. (2007). El papel de la imagen del destino en la valoración y comportamiento postcompra del turista de sol y playa. *Papers de Turisme*, 42, 57-73.
- Bosch, J. L., Suárez, S., & Olivares, G. (2004). La importancia de la generación de empleo como dinamizadora del desarrollo local en un centro turístico. Caso: San Carlos de Bariloche. *Aportes y Transferencias*, 8(2), 25-44.
- Brouse, D. (1992). Socially Responsible Travel. *Transitions Abroad*, 23, 1-94.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Cánoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: Difícil equilibrio. *Boletín de la A.G.E*, 41, 199-217.
- Cañada, E. (2015). La comercialización internacional del turismo comunitario. La experiencia en América Latina. *Journal of tourism research*, 5(2), 23-47.

- Cañizares, M. C. (2013). Sostenibilidad y turismo: De la documentación internacional a la planificación en España "Horizonte 2020". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 61, 67-92.
- Cardoso, C., Castillo, M., & Hernández, C. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 376-395.
- Carta de Lanzarote (1995): *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible*
 Información disponible en:
<http://www.icomoscr.org/doc/teoria/VARIOS.1995.carta.lanzarote.turismo.sostenible.pdf>. Accedido: 21/02/2019.
- Castiblanco, C. (19 de Octubre de 2019). Curso Internacional: Cambio climático, Economía Ambiental y Estilos de Desarrollo. CEPAL. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/courses/files/presentacion_carmenza_castiblanco.pdf.
- Cervantes, I., Castellanos, L., González, G., & Ruíz, C. (2018). Innovación en el turismo: Un análisis en la provincia de Camaguey. *Retos Turísticos*, 17(2), 1-12.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2013):
 "Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible" Información disponible:
https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf
 Accedido: 29/03/2019.
- De Frutos, P., Martínez, F., & Esteban, S. (2011). El turismo micológico como fuente de ingresos y empleo en el medio rural. El caso de Castilla y León. *Estudios de Economía Aplicada*, 29(1), 279-308.
- Ekins, P. (1993). Limits to growth and sustainable development. Grappling with ecological realities. *Ecological Economics*, 8, 269-288.
- Ekins, P., Simon, S., Deutsch, L., Folke, C., & De Groot, R. (2003). A framework for the practical application of the concepts of critical natural capital and strong sustainability. *Ecological Economics*, 44, 165-185.

- Embajada Suiza en Perú. (15 de Mayo de 2014). *Secretaría de Estado para Asuntos Económicos*. Conceptos Básicos para la gestión de destinos turísticos. Recuperado el 18 de Octubre de 2019, de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf.
- García, N., & Quintero, Y. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 52-64.
- Gobierno de Andalucía. (18 de Octubre de 2015). *Andalucía Lab*. Ecoturismo. Obtenido de https://www.andalucialab.org/wp-content/uploads/2015/10/ebook_ecoturismo_Andaluc%C3%ADaLab.pdf
- Gomes de Moraes, A. (2012). Turismo de eventos: Un análisis del impacto económico en el comercio de la ciudad de Barretos (Brasil) durante la fiesta del peón rural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 1594-1608.
- Lalangui, J., Pérez, M. J., & Espinoza, C. (2017). Turismo sostenible: Un aporte a la responsabilidad social empresarial. Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.
- Mantilla, S. (12 de Mayo de 2010). El COOTAD. *El Comercio*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de <https://www.elcomercio.com/opinion/cootad.html>.
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 193(785), 1-14. doi:doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Naciones Unidas. (2013). *Turismo sostenible: Contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible*. Ginebra: Naciones Unidas.
- Noakes, G. (2019). Travel and tourism 'will generate 10 millions jobs in the next decade'. *Travel Trade Gazette UK & Ireland*(3237), 15.

Nieto, J.L, Román, I.M., Bonillo, D. y Paulova, N. (2016) El turismo a nivel mundial, *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2 (1), 129-144

Organización Internacional del Trabajo (2005): *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Información disponible en: http://oit.org/wcmstp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf. Accedido: 21/02/2019.

Organización Mundial de Turismo. (20 de Febrero de 2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. Recuperado el 18 de Octubre de 2019, de <http://www2.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

Organización Mundial del Turismo (2008): *Entender el turismo: Glosario Básico*. Información disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> Accedido: 23/03/2019.

Organización Mundial del Turismo (2011): *Tipos de Turismo*. Información disponible en: <http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/store/shops/infoshop/Products/1034/1034-4> Accedido: 23/02/2019.

Organización Mundial del Turismo (2015): *Primer Foro de Turismo Gastronómico*. Información disponible en: <https://www.unwto.org/archive/global/event/1st-unwto-world-forum-food-tourism>. Accedido: 8/09/2020

Organización Mundial del Turismo (2016): *Segundo Foro de Turismo Gastronómico*. Información disponible en: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2016-06-01/2nd-world-forum-gastronomy-tourism-underlines-relevance-local-communities-a>. Accedido: 8/09/2020

Organización mundial del Turismo (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Información disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419937>. Accedido; 23/02/2019.

- Orgaz, F., & Cañero, P. (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: Un estudio de caso en República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 40(1), 47-76.
- Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo (1994): "*Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas*" *Informes Estadísticos serie M. NQ 83*. Información disponible en: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf> Accedido: 29/03/2019.
- Rebollo, N. (2012). *Ecoturismo*. México: Red Tercer Milenio.
- Rodríguez, R. (2011). Destinos turísticos: Realidad y concepto. *Revista de Investigación en turismo y desarrollo local*, 4(11), 1-10.
- Rojas, H. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial? *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 6(62), 145-171.
- Romero, A. (2015). Actualidad del turismo en "Las Américas". *Retos Turísticos*, 14(1), 1-15.
- Salvador, M. (2015). *Turismo sostenible: Un nuevo motor de desarrollo para el Ecuador*. Quito : Universidad San Francisco de Quito.
- Savino, A. (2008). *Estrategia de turismo sostenible* . Buenos Aires: Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación.
- Secretaría de Turismo de México. (24 de Marzo de 2016). *Turismo de Naturaleza*. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de Entorno Turístico: Hablemos de Turismo: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Sociedad Internacional de Ecoturismo. (18 de Octubre de 2019). ¿Qué es el Ecoturismo?. *Sociedad Internacional de Ecoturismo*. Obtenido de <https://ecotourism.org>

- Surugiu, C., Surugiu, M., & Mazilescu, R. (2019). Sharing economy, ICT, and digital marketing impact on the recent tourism developments. *Hyperion International Journal of Econophysics & New Economy*, 12(1), 167-175.
- Tobón, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: Fenómeno social y económico. *Anuario de Turismo y Sociedad*, 14, 237-249.
- Vanegas, G. (4 de Marzo de 2006). *Ecoturismo: Instrumento de desarrollo sostenible*. Obtenido de Biblioteca Digital UDEA: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
- Ventura-Dias, V. (1 de Se 2011). *El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México*. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de Latno: http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP_138_FLA_SCCI_Ventura.pdf.
- World Tourism Organization. (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. Madrid: UNWTO Editorial.
- World Tourism Organization. (2018). *Annual Report 2018*. Ginebra: World Trade Organization .
- World Tourism Organization. (2019). *Yearbook of Tourism Statistics, Data 2013 – 2017*. Madrid: Edition UNWTO. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284420414>

CAPITULO 3. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

3.1 Localización y Delimitación del área de Estudio

La provincia de El Oro, al igual que muchas otras en el Ecuador, cuenta con una gran diversidad de flora, fauna, paisajes y climas. Aspectos que lo convierten en un país privilegiado. Esta provincia es conocida también como la “Capital Bananera de los ecuatorianos”, por lo que muchos países la ven como un lugar icónico que representa una de las riquezas más grandes del país, el banano.



Figura 3.1: Mapa político del Ecuador: Provincias.
Fuente: León, 2010.

La Provincia de El Oro (figura 3.1.) es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada al sur occidental del país, en la zona geográfica conocida como Región Litoral o Costa, en la que se desarrollan varios ecosistemas posee varias zonas (montañosa, bosque húmedo, bosque seco, costa y archipiélago). Su capital administrativa es la ciudad de Machala,

considerada como la “Capital Bananera del Mundo” la cual además es su urbe más grande y poblada. Ocupa un territorio de unos 5.791,85 km². Siendo la duodécima provincia del país por extensión y la quinta provincia más poblada con una población de 600.659 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

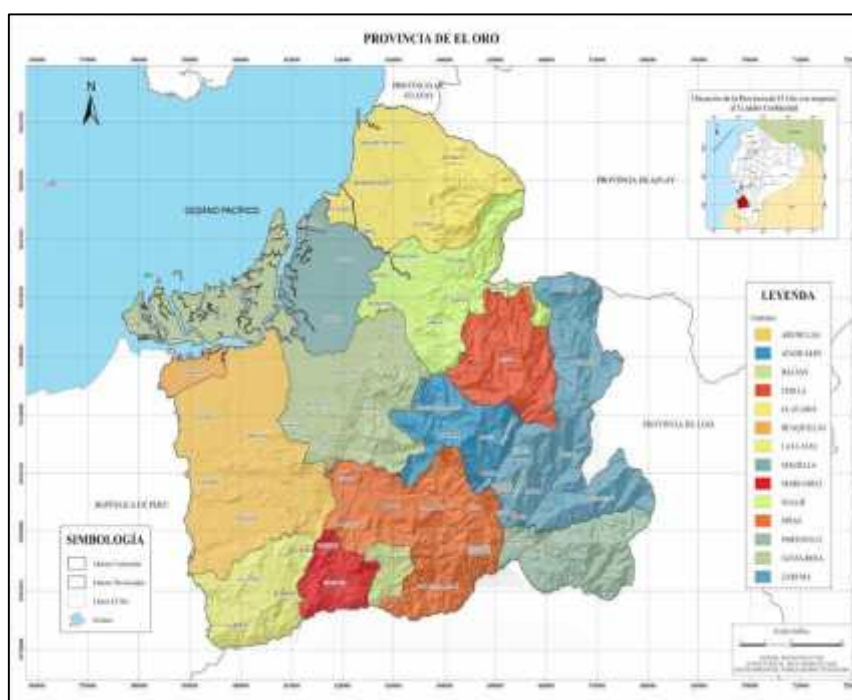


Figura 3.2: Mapa político de la Provincia de El Oro: cantones
Fuente: Secretaría del Agua, 2019. Elaboración: Secretaria de Planificación.

Los límites provinciales de El Oro (figura 3.2) son al norte con las provincias de Guayas y Azuay, al sur la provincia de Loja y Perú, al este las provincias de Azuay y Loja y al Oeste Perú y el Océano Pacífico. La provincia de El Oro está constituida por 14 cantones: Machala, Arenillas, Atahualpa, Balsas, Chilla, El Guabo, Huaquillas, Las Lajas, Marcabelí, Pasaje, Piñas, Portovelo, Santa Rosa y Zaruma (EcuRed, 2010).

Según el último ordenamiento territorial, esta provincia y las provincias de Loja y Zamora Chinchipe pertenecen a la Zona 7. Los 14 cantones de la provincia de El Oro (figura 3.3) están constituidos e integrados por sus respectivas parroquias urbanas y rurales. Los cantones principales de esta provincia son:

Machala, Arenillas, Huaquillas, Portovelo, Santa Rosa y Zaruma, que serán objeto de estudio en el desarrollo de esta tesis doctoral al concentrar las iniciativas y actuaciones turísticas.



Figura 3.3: Mapa cantonal de la Provincia de El Oro
Fuente: Sistema Nacional de Información, 2015.

El archipiélago de Jambelí (figura 3.4), uno de los principales recursos de sol y playa de la Provincia de El Oro, pertenece al cantón Santa Rosa y está situado al sur de la costa de Ecuador en aguas del Golfo de Guayaquil. Es un archipiélago fluvial y marítimo, que cubre gran parte del sector costero de la provincia. Está formado por 6 islas mayores y 12 menores, presenta paisajes de esteros, palmeras y manglares (Prefectura de El Oro, 2013).

La playa de Jambelí (figura 3.5), a 25 minutos de Puerto Bolívar, es uno de los recursos turísticos más consolidados de esta provincia. Sus playas son un gran atractivo, si bien en los últimos años empieza a registrar procesos de regresión de las costas que pueden afectar al desarrollo de su actividad turística. Su amplia playa (unos 20 metros de ancha) es propicia tanto para el descanso, como para la práctica de variados deportes como fútbol playero, vóley y paseos (Sole, 2004). No será, sin embargo, esta modalidad objeto de estudio en esta tesis, debido a que la playa de Jambelí se encuentra sumamente deforestada, lo cual ha eliminado grandes extensiones de playa que imposibilita al turista tener

una buena experiencia, no garantiza su seguridad por la exposición a altos riesgos. Si será, en cambio, analizada otras tipologías turísticas que se han implantado en este archipiélago y que tienen como finalidad la puesta en valor de este ecosistema (manglares, palmeras, lirios, arrecifes y aves).

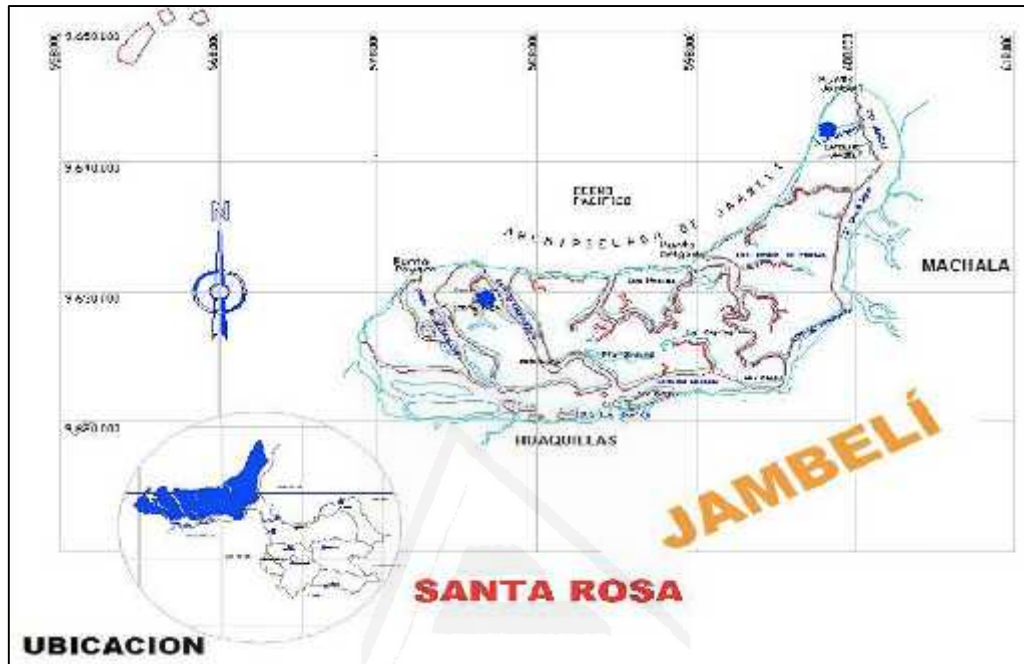


Figura 3.4: Archipiélago de Jambeli
Fuente: Convenio Andrés Bello, 2006.



Figura 3.5: Malecón playa de Jambeli
Fuente: Diario El Universo, 2015.

3.2 Caracterización física de la Provincia de El Oro

La caracterización que se va a llevar a cabo en este epígrafe tiene como finalidad identificar aquellos elementos del medio físico y su potencial aprovechamiento desde una óptica turística. No pretende, por tanto, un análisis exhaustivo del marco físico de esta provincia, ya que no es uno de los objetivos de esta tesis doctoral.

3.2.1 Relieve y geomorfología

Las unidades geomorfológicas a escala regional (figura 3.6) corresponden a las regiones naturales del Ecuador. Está constituida por conjunto de unidades de relieve con una similar génesis, litología y estructura. Se diferencian dos tipos de relieves generales en la provincia de El Oro:

- 1) **Costa.** Gran parte del sector costero de la provincia está formado por esteros y manglares y al frente se encuentra un conjunto de canales que lo separa del Archipiélago de Jambelí de otra subzona clasificada como tierras bajas, y que se desarrolla desde el río Jubones hasta Santa Rosa.

La subzona de los manglares se extiende desde la ensenada de Tumbes hacia el estero de Santa Rosa. Esta subzona es una costa sin playa donde predomina una exuberante vegetación constituida por varias especies de mangles que se encuentran prácticamente sobre agua salobre, donde la textura de los suelos es de granulometría muy fina.

La otra subzona, hacia el Este, continúa la planicie de litoral que se presenta con pendiente muy baja a nula y la cota varía de 0 a 20m. En esta unidad se distingue un sector de sabanas desde Santa Rosa hasta cerca del río Jubones. Son lugares que se inundan en el invierno, no se prestan para la agricultura, pero si para la crianza de ganado. Cuando llega el verano las sabanas se secan y presentan un terreno arcilloso. En las sabanas se encuentran las Tembladeras que son extensiones de agua que permanecen estancadas y son alimentadas por diferentes ríos.



Figura 3.6: Unidades geomorfológicas

Fuente: Gobierno Autónomo Provincial Descentralizado de El Oro, 2015.

La Tembladera (figura 3.7) ubicada en el cantón Santa Rosa es un humedal de tipo continental, conformado por una laguna permanente llamada Laguna de La Tembladera. Tiene un reconocimiento internacional por la importancia de la conservación (RAMSAR). La superficie terrestre que bordea el área de humedal y la zona inundable estacional de la laguna corresponde a tierras agrícolas utilizadas de manera intensiva. Además de su valor ambiental, es un área de almacenamiento de agua que sirve para abastecer los sistemas de riego para la producción agrícola y ganadera. Por su valor de zona húmeda va a ser objeto de una iniciativa en materia turística como se analizará en capítulos sucesivos. Su reconocimiento internacional como zona húmeda junto al trabajo integral en materia de conservación (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2015) y puesta en valor de este ecosistema fue uno de los motivos en los cuales se apoyó la iniciativa turística. Se inserta, en la denominada “Ruta bosques mágicos”.



Figura 3.7: La laguna de la Tembladera
Fuente: Autora, 2019.

- 2) **Montaña.** La segunda unidad se encuentra hacia el Sur y Sureste de la provincia y se distinguen, a su vez, dos subunidades. La primera se caracteriza por ser una zona intermedia que presenta elevaciones de escasa entidad (de 200 a 600 m) y la otra subzona hacia el Este, constituida por los flancos occidentales de la Cordillera de los Andes con las estribaciones de Mullupungo, Chilla y Tioloma. Las elevaciones en esta zona pueden superarlos los 3.000 m, como el cerro Chillatocha (3.590 m). En esta unidad tienen cabida sectores de zonas frías como Chilla y Guanazán: zonas templadas como Zaruma, Malvas, Paccha, Ayapamba y Piñas y zonas cálidas como Marcabelí y Portovelo o Puyango

Cerro de Arcos (figura 3.8) ubicado a 1 kilómetro al noreste del cantón Zaruma, limita con la Provincia de Loja y cuenta con una altitud de 3.650 metros sobre el nivel del mar y su temperatura oscila entre los 4 a 15 grados centígrados. Posee una estructura privilegiada asociada a sus formaciones rocosas, su riqueza en minerales y vegetación de primario (tanto bosques como formaciones de musgo). Estas características, especialmente las dos primeras, hicieron de Cerro de Arcos un lugar especial para los indígenas: en

la cima de la montaña existe una gran planicie, en donde se cree que los pueblos indígenas realizaban sus ceremonias. Sus formaciones naturales de piedra o ruinas en formas de arcos no solo le dan nombre a este lugar, sino que además se convierten en su principal atractivo (ViajandoX, 2018). Se inserta en la ruta denominada “Páramo oreense”, que no es objeto de estudio en esta tesis doctoral.



Figura 3.8: Cerro de Arcos

Fuente: Autora, 2017.

Por su ubicación geográfica esta provincia está dividida en dos áreas. En la primera (hacia el noroeste), se encuentran las llanuras, donde se cultiva el banano, la principal fuente económica de la provincia. En ella se sitúa Machala, la capital, y los cantones de Santa Rosa, Arenillas y Huaquillas en la frontera. El sureste (atravesado por la Cordillera Occidental de los Andes), se sitúan los cantones de Piñas, famoso por sus orquídeas, Portovelo, célebre por sus minas de oro, Zaruma, conocida por su arquitectura colonial y Atahualpa por sus ruinas arqueológicas del pueblo cañaris (yacimiento de Yacuvíña).

3.2.2 Clima

La provincia de El Oro reúne tres de los cuatro pisos climáticos del Ecuador (figura 3.9) estos son: el sector costero, el sistema montañoso de los Andes y sus estribaciones occidentales y el clima variable y contrastado entre el sector seco y costero y el húmedo lluvioso en las montañas andinas. Desde el punto de vista climático en la provincia se distinguen dos climas, el tropical y el ecuatorial. El primero corresponde al sector costero y al sector de transición y el ecuatorial al sector montañoso. Teniendo en cuenta los datos medios de temperatura se evidencia una diferencia significativa entre la zona media-alta de la provincia en la que encontramos temperaturas que oscilan entre los 14°C y los 22°C de media, con precipitaciones anuales promedio a 1500 mm distribuidos durante todo el año y la zona baja en la que encontramos temperaturas medias que varían entre los 18°C y los 26 °C y donde la precipitación anual es de 550 mm.

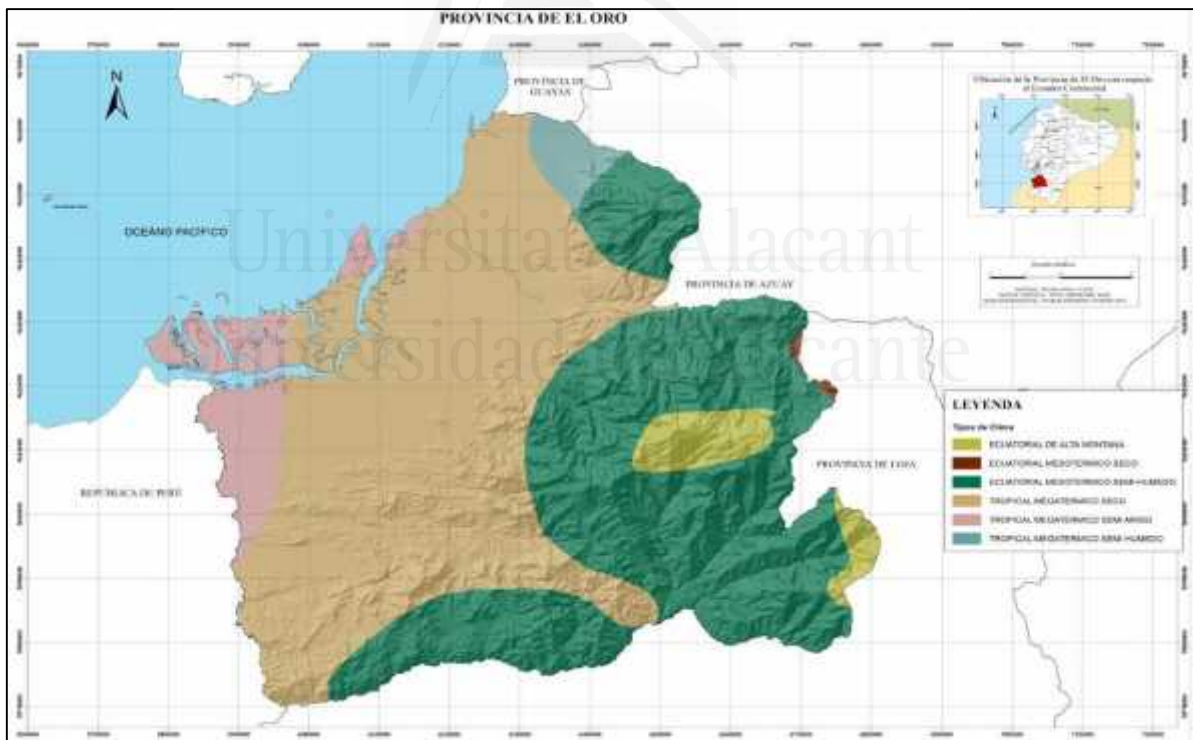


Figura 3.9: Tipos de clima

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2019.

El régimen pluviométrico se caracteriza por la presencia de precipitaciones entre los meses de diciembre a mayo. Los meses de mayor

pluviometría son febrero y marzo; mientras que los meses de junio a noviembre son los más secos. El periodo seco aumenta conforme el territorio se sitúa más próximo al Océano Pacífico como consecuencia de la incidencia de la Corriente de Humboldt. De igual forma, si una localidad se ubica hacia el sector oriental del cantón, el período seco es menor debido a temperaturas medias inferiores (menor evapotranspiración) y de mayor precipitación debido a la incidencia de la cordillera de los Andes (lluvias orográficas).

Los diferentes tipos de clima, que ofrece la provincia, permiten aprovecharlo como un recurso turístico natural para diversas actividades vacacionales. Una de las que tienen mayor demanda y es de principal motivación de movilización de los turistas, es la de sol y playa. También la presencia de climas ecuatoriales permite la articulación de productos de ecoturismo.

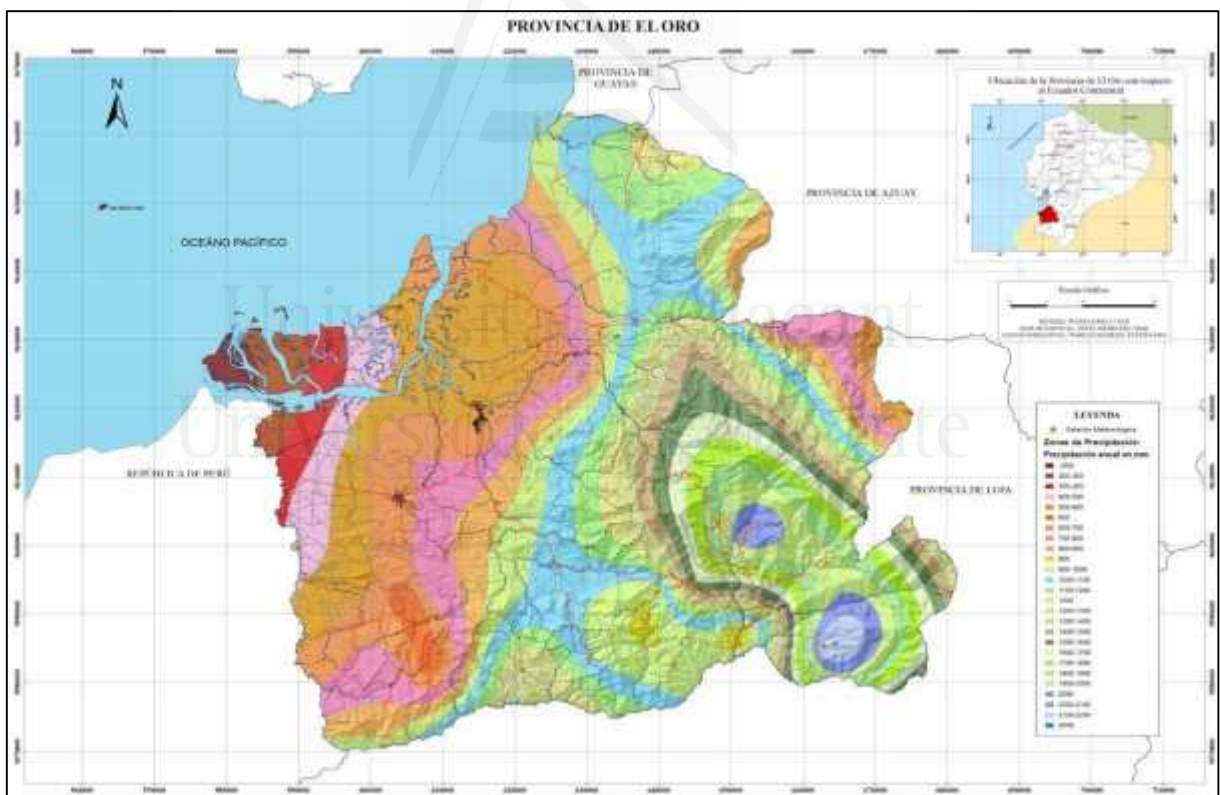


Figura 3.10: Distribución de la pluviometría
Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017.

3.2.3 Flora y Fauna

La declaratoria de Áreas Protegidas dentro de la provincia es una figura esencial para proteger ecosistemas, biodiversidad y servicios ambientales. Los objetivos de las áreas protegidas en el contexto internacional responden a diferentes propósitos, actividades o usos antropogénicos y, derivado de ello, una gama amplia de realidades biológicas y sociales.

En esta provincia existen dos áreas que están dentro del SNAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas). Una de ellas es el refugio de vida silvestre de la Isla Santa Clara, que constituye uno de los refugios más importantes de la costa ecuatoriana por albergar grandes concentraciones de aves marinas (fragatas, pelícanos y piqueros patas azules), que se inserta en la ruta denominada “Aviturismo”. La segunda es la Reserva Ecológica de Arenillas, que se inserta en la “Ruta de bosques mágicos”, un lugar de gran relevancia por la presencia de avifauna endémica de la región tumbesina. En ambas, existe una elevada concentración de biodiversidad, de especies endémicas y amenazadas, donde se entremezcla fauna marino-costeras, de llanura tropical en la planicie de litoral y de los flancos occidentales de la Cordillera de los Andes, respectivamente (Secretaría Técnica, 2019).

En la provincia de El Oro se encuentran, así mismo, varias áreas de bosques protectores entre ellos, el Bosque Protector petrificado de Puyango de 2.659 has. Los bosques protectores son aquellas formaciones vegetales, naturales o cultivadas, arbóreas, arbustivas o herbáceas de dominio público o privado, que están localizadas en áreas de topografía accidentada, en cabeceras de cuencas hidrográficas o en zonas que, por sus condiciones climáticas, edáficas e hídricas, no son aptas para la agricultura o la ganadería. Sus funciones son las de conservar el agua, el suelo, la flora y la fauna silvestre (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2015).

El Bosque Protector petrificado de Puyango es un bosque con zonas de elevada riqueza faunística, florística y paleontológica, que refugia a más de 130 especies de aves y a más de 1.150 especies de flora y fauna (excluidas las aves),

que son importantes por su elevado componente de endemismo (Secretaría Técnica, 2019). Presenta, además, una gran importancia geológica, paleontológica y cultural para el país. Para algunos científicos, el bosque constituye una de las colecciones de madera petrificada expuesta más grande del mundo. Fue declarado como “Bosque y Vegetación Protectores” mediante Acuerdo Ministerial N° 002 el 9 de enero de 1987. En el año de 1989 el Bosque fue declarado Patrimonio Cultural de la nación. A partir de ese momento, se le encomendó el cuidado y conservación al Banco Central del Ecuador. Se inserta en la ruta denominada “Bosques mágicos”.

Además de éste, en El Oro se encuentran otros dos Bosques Protectores como son: la cuenca del río Moromoro y el Bosque Protector Casacay (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2010); todos ellos fuera del área de estudio y en sector montano. El primero entre las provincias de Loja y Cuenca. El segundo en la parroquia homónima en el cantón de Pasaje.

Una mención especial por su valor ecológico y, por su potencial aprovechamiento turístico, son las formaciones de manglares, si bien no cuentan con ninguna figura de protección. Los manglares más meridionales del país se encuentran en la provincia de El Oro, en los cantones de Huaquillas, Santa Rosa, Arenillas, Machala y El Guabo, ubicadas entre 0 y 10 m de altitud. El manglar es muy denso y está formada por cuatro especies de mangles de los géneros *Rhizophora*, *Avicennia*, *Laguncularia* y *Conocarpus*, caracterizadas por la forma zancuda de sus raíces, ramas con bromelias colgando y el suelo con varias especies de hierbas y helechos (León, 2010). El ecosistema de manglar actualmente cubre una superficie de 23.058 km², y representa el 4% de la superficie total de la provincia de El Oro.

Frente a las costas está el Archipiélago de Jambelí, separado del continente por el canal Santa Rosa y otros canales más pequeños. En la región de la costa y del archipiélago de Jambelí habitan aves marinas como las garzas, alcatraces, gaviotas, etc. Se inserta en la ruta denominada “Del Manglar”. Las principales islas que conforman el Archipiélago son Payana, Pongal, Tembleque, San Gregorio y Jambelí. Estas y otras más pequeñas están cubiertas de

manglares y palmeras. Las islas en la provincia de El Oro cubren una superficie de 259 km². (Secretaría Técnica, 2019). Se inserta en la ruta denominada “Del manglar”.

3.3 Caracterización socio-económica de la provincia de El Oro

La provincia de El Oro genera un aporte al VAB (PIB) de USD 3.467.436 que representa el 3,32% del total nacional (BCE, 2017), ubicándola como la séptima de entre las 24 provincias del país, siendo Pichincha y Guayas, en el orden, las que concentran el 50,07% del total nacional.

Debido a su situación geográfica y por su variada topografía, El Oro es una provincia que presenta una amplia gama de contrastes litológicos (zonas con relieves abruptos frente a zonas llanas), hidrológicos (sectores con abundante disponibilidad hídrica frente a otras con déficit), edafológicos y climáticos (zonas cálidas versus frías o zonas húmedas y secas), que determinan notables contrastes desde el punto de vista del poblamiento y las actividades económicas.

Favorecida por las excelentes condiciones climáticas y ecológicas de la llanura occidental, la provincia tiene un alto potencial agrícola destacándose cultivos como el banano, el cacao, el arroz, el café y en menor medida, la caña de azúcar, el maíz, los cítricos, los frutales y las hortalizas. En cuanto a la producción pecuaria encontramos ganadería bovina de leche y carne, avicultura, porcicultura y cunicultura. Así mismo tiene un alto potencial acuícola destacándose al cultivo de camarón y de tilapias, además la pesca artesanal y la recolección de mariscos, que son junto a la agricultura, el sector con elevada aportación al PIB de la provincia.

La minería es otra actividad económica importante siendo el oro, la plata y materiales pétreos los principales recursos. Localizándose, mayoritariamente,

en el sector montañoso, en los cantones de Zaruma y Portovelo, cuyo aprovechamiento se retrotrae al periodo colonial.

Puerto Bolívar es el principal puerto exportador de bananas de Ecuador. La actividad comercial de la ciudad de Machala, conocida como la "capital bananera del mundo", y de la provincia gira en torno a la exportación de banano. Relevancia acentuada a partir de 1998, tras la firma de paz entre los gobiernos de Perú y Ecuador, que ha determinado que este puerto se haya configurado como el principal puerto exportador del norte de Perú. Un ejemplo del crecimiento de la economía de la provincia de El Oro es el incremento del número de empresas, lo que ha permitido la creación de fuentes de empleo mejorando la calidad de vida de sus habitantes (Capa, Sotomayor, & Vega, 2017).

Según los últimos datos del Banco Central del Ecuador (2018), Machala generó USD 1 847 millones de los USD 3 173 millones que produjo el territorio orense en el 2016. En segundo puesto se ubicó el cantón de El Guabo, con 287 millones, y en el tercero está el cantón Santa Rosa, con 257 millones. Los límites de la ciudad de Machala están rodeados de grandes plantaciones de fruta (mayoritariamente bananos) y extensas zonas de camaronerías. Son dos actividades centrales en la economía local. Un puntal fuerte es el cultivo de camarón en la zona entre Machala y Santa Rosa. La provincia de El Oro aporta el 35% en el rubro de exportaciones del crustáceo a nivel nacional; situándose en segundo lugar, tras la de Guayas.

En el ámbito comercial, Machala y Huaquillas encabezan el ingreso de divisas de esta actividad. Machala también es el centro financiero del territorio orense. En ella se concentra el 70% de los USD 535 millones que la banca privada otorgó en créditos para comercio y consumo, principalmente, según un informe del 2017 de la Asociación de Bancos Privados. Se calcula que la inversión privada en proyectos inmobiliarios suma USD 150 millones. Esta se vincula a los planes de desarrollo y regeneración urbana impulsados por la administración municipal (Diario El Comercio, 2018).

La provincia de El Oro es la quinta provincia más poblada del Ecuador (715.751 personas, según la proyección demográfica del INEC para 2020, de los que 345 972 se concentran en la ciudad de Machala), es uno de los centros administrativos, económicos, financieros y comerciales más importantes del país. El desarrollo de la provincia de El Oro se encuentra directamente asociado al surgimiento de poblaciones y asentamientos humanos vinculados a la expansión de la conquista incaica hacia Puná y el Golfo de Guayaquil. Posteriormente la conquista española y la rápida integración de la economía hacia el mercado mundial, fueron determinando el surgimiento de un complejo de relaciones económicas y sociales cambiantes donde la acción humana fue siempre fundamental (Moncada, 2003). Esta integración se vio potenciada a partir de 1948 cuando se produce el denominado “boom bananero”, que determinó la relevancia que este cultivo ha tenido y tiene en la economía provincial.

Tabla 3.1,
Producción por sectores de actividad económica en la provincia de El Oro

Provincia de El Oro 2018	
Agricultura, ganadería y silvicultura	24,14%
Comercio	34,45%
Construcción	12,00%
Transporte	8,42%
Enseñanza	6.67%
Servicios	7.82%
Explotación de minas	1.73%
Actividades de la salud humana	4.77%

Fuente: Banco Central del Ecuador, (2018). Elaboración propia.

Los impulsos que al desarrollo de una modalidad de capitalismo incipiente y de naturaleza especialmente mercantil generaron las vinculaciones de la provincia con el medio internacional, tuvieron a la vez repercusiones muy significativas en la conformación de condiciones especiales en la estructura productiva y social de la provincia y del país (Moncada, 2003). La histórica vinculación de la Provincia de El Oro con el mercado internacional, durante su vida colonial primero e intensificada después durante su vida republicana,

permitió desarrollar una actividad económica de enorme dinamismo, si bien afectada también por las fluctuaciones de los precios y de la demanda por su producción y que han condicionado el desenvolvimiento de la vida misma de todos los orenses (Moncada, 2003).

3.3.1 Sector Primario

El sector primario es el más dinámico de la provincia, debido a que concentra las principales actividades de producción. Subsectores como el agrícola, el ganadero y el acuícola han fortalecido el crecimiento económico en la provincia, concentrando alrededor del 24% de la aportación al PIB provincial (Tabla 3.1.). Las principales producciones son:

Subsector Agrícola, con la cosecha de banano, cacao y café como productos principales. Este tipo de productos se concentra en los cantones de Machala, El Guabo, Huaquillas, Santa Rosa y Pasaje.

Subsector Ganadero, con la cría de ganado vacuno, porcino y avícola. Siendo fuerte este sector en la parte montañosa de las provincias de Zaruma, Piñas, Atahualpa, Balsas, Marcabelí, las Lajas y Arenillas. Cantones que cuentan con gran cantidad de pastizales, por sus condiciones orográficas y climáticas.

Subsector Acuícola, principalmente con el cultivo de camarón en las zonas de Machala, Santa Rosa y Arenillas. En donde también abundan peces de carne blanca y roja, así como una gran variedad de mariscos. Esta riqueza permite el desarrollo de una próspera pesquería artesanal e industrial (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2010). De las aproximadamente 210.000 hectáreas dedicadas al cultivo de camarón en el Ecuador, el 60% se concentra en Guayas, el 15% en El Oro, el 9% en Esmeraldas, otro 9% en Manabí y un 7% en Santa Elena. Este sector tiene relevancia en el conjunto regional de Latinoamérica, donde el 60% de la producción de camarón proviene de Ecuador (Cámara Nacional de Acuicultura, 2017).

3.3.2 Sector Secundario

El sector secundario sustenta su desarrollo principalmente en la industria manufacturera y minera. Su aporte al PIB de la provincia es alrededor del 10%. La manufactura tiene relación directa con la producción alimenticia exportable, procesamiento de banano, cacao y camarón, elaboración de cartón y fundas plásticas, alimentos balanceados que son utilizados para la alimentación del sector ganadero, camaronero y avícola. El sector secundario concentra sus actividades en aportar valor agregado a los productos que sustentan el sector primario. La minería con la explotación de canteras y exportación de oro se constituyen en el segundo sector económico de la región. A las ramas antes mencionadas se suman la elaboración de hielo, derivados de caucho, producción de cuero, fabricación de bebidas gaseosas, metales, explotación maderera, confecciones y construcción. Seguidamente se detalla las principales mercancías y lugares donde se producen:

Subsector Manufacturero. La producción de alimentos y bebidas, productos textiles, confecciones y cuero, fabricación de muebles y madera, elaborados principalmente en Machala, Santa Rosa, Huaquillas, Pasaje y Balsas.

Subsector de Minas y canteras, extracción de metales preciosos (platino, plata, oro) y extracción de otros minerales como carbón, magnesita, silicio, además de la explotación de canteras de arena, piedras, lastre entre otros. Estas actividades se localizan en Machala, Santa Rosa, Pasaje, Piñas, Zaruma, Portovelo, Atahualpa, Las Lajas.

3.3.3 Sector terciario

Si bien se ubican bajo la denominación de servicios una amplia gama de actividades (comercio, hoteles y restaurantes, los transportes y las comunicaciones, las finanzas, etc.) (UNICEF, 2019), en este apartado, a tenor de los objetivos y temática de esta tesis doctoral haremos mención a las relacionadas con el turismo. En la actualidad el turismo se ha convertido en una

industria internacional generadora de divisas para los países. Ello determina que se “busquen” y “se configuren” espacios de descanso, de interés social, cultural, ocio para los turistas. Mediante la figura 3.11 podemos observar el significativo crecimiento de entradas y salidas desde el periodo 1997-2017 en el Ecuador.

El Oro es una provincia que tiene potencial turístico, pero que no lo explota debidamente ya que el movimiento hotelero más está relacionado con negocios que con el turismo (Ollague et al., 2019). Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo del Ecuador, esta provincia se posiciona en el puesto 13 con 102 alojamientos de diversas categorías registrados, alcanzando el 2,79% del total nacional, con capacidad para 4.767 plazas (personas) que representa el 2,80% de la capacidad nacional, colocándola como la número 7 de las 24 provincias (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

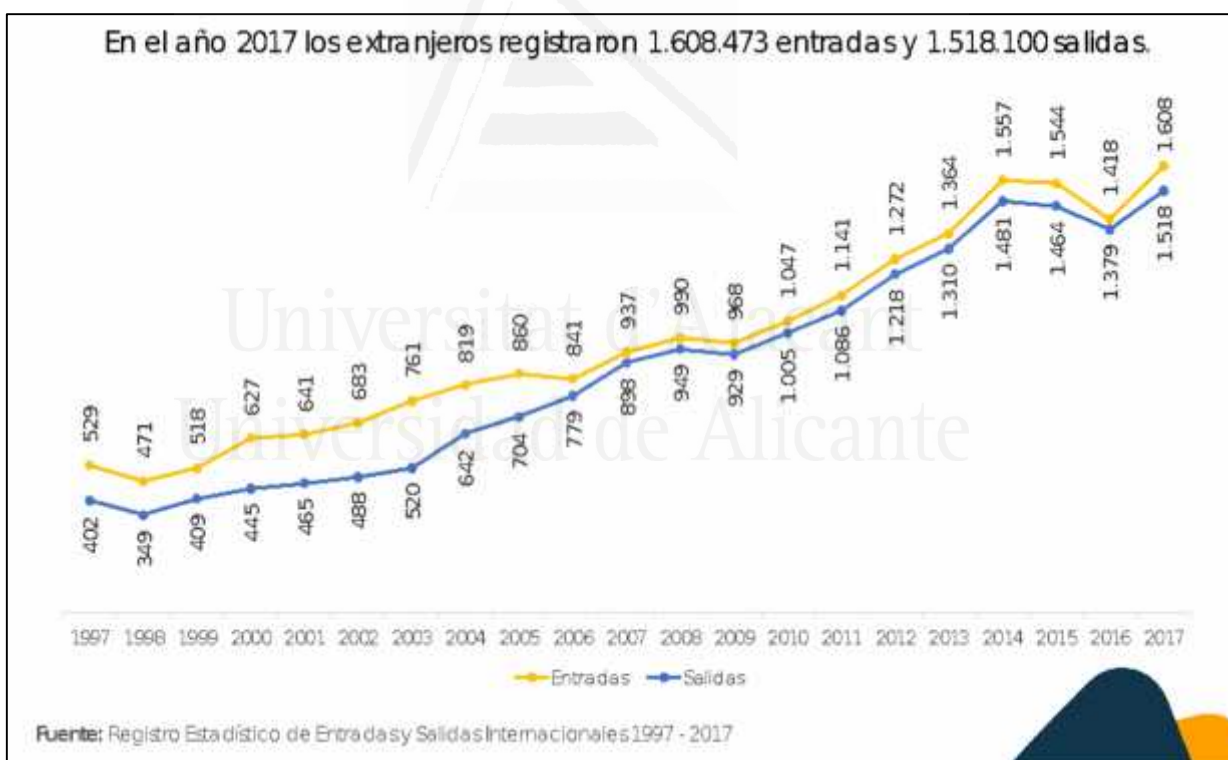


Figura 3.11: Entradas y salidas internacionales 2017 en Ecuador (en miles de movimientos)

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010.

La propuesta del Plan Buen Vivir del gobierno ecuatoriano (2017-2021) consiste en la formulación de políticas, estrategias, programas, y proyectos a fin

de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. En esta propuesta al turismo se le otorga un nivel alto de importancia, por cuanto es la actividad que puede diversificar la economía y está generando mayores divisas en los diferentes cantones de la provincia como parte del ingreso económico de la comunidad. Su aplicación a los diferentes tipos de turismo tiene como finalidad principal generar actividades y productos que sean atractivos para los turistas, motivando el ingreso y estadía por periodos de tiempos largos y prolongados (Illescas, Landín, & Romero, 2015).

En la Provincia de El Oro, el turismo ha sido objeto de interés por la administración nacional en los últimos años, siendo considerado como un sector que puede ir generando nuevas fuentes de ingresos económicos en la comunidad a parte de brindar fuente de empleos en el territorio provincial. Y en ello se inserta diversas actuaciones tanto públicas como privadas. En la tabla 3.2., se muestran datos sobre el desarrollo turístico de la Provincia, por parte del Ministerio de Turismo y Ministerio del Interior.

Tabla 3.2.

Datos estadísticos Provincia de El Oro

DATOS ESTADISTICOS SOBRE EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE EL ORO-2018		
VISITANTES	ALOJAMIENTO	RESTAURACIÓN
1.125.536	102	581

Fuente: Ministerio de Turismo, 2018. Elaboración propia.

Vinculado a actividades agrícola y mineras, se han articulado (o están en proceso) ciertas iniciativas en materia turística. El agroturismo es un tipo de turismo rural en el que un componente importante de la oferta turística es la acogida, gastronomía, ocio, participación de tareas, en la explotación agraria. Por su naturaleza, es una actividad que se sustenta en la agricultura (Sayadi & Calatrava, 2001). Existen, sin embargo, disímiles puntos de la geografía ecuatoriana donde estos recursos no han sido explotados suficientemente, como es el caso de la provincia de El Oro, considerada la Capital Bananera del Mundo,

que cuenta con lugares de gran atractivo como Zaruma Patrimonio Cultural, la Isla Costa Rica, que cuenta con extraordinarios manglares en los que se puede observar diversidad de aves marinas o la Reserva Buenaventura, otros muchos recursos. Sin embargo, son muy recientes la existencia de rutas que puedan ser ofrecidas a los potenciales turistas que buscan, a decir de Reyes y Barrado (2005), la posibilidad de atesorar vivencias únicas e individuales en lo festivo, lo lúdico, lo educativo y lo cultural. Bajo este contexto se ofrece el diseño de la Ruta Agroturística y de Naturaleza Banagua (Banano y Agua) (Capa, Alaña, & Benitez, 2016).

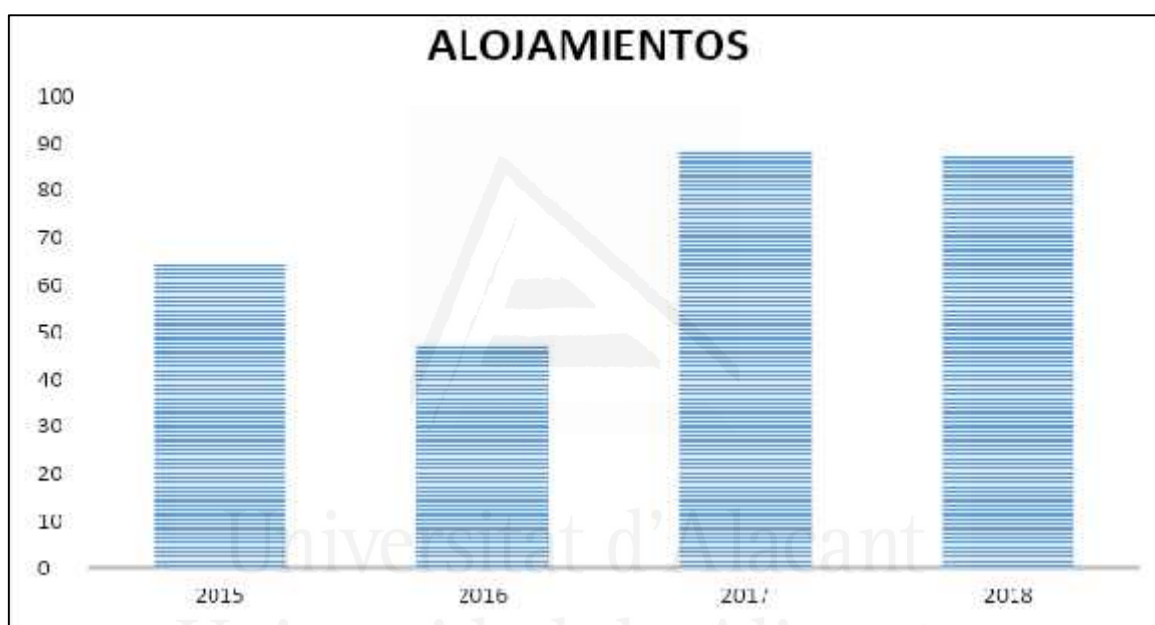


Figura 3.12: Evolución del sector hotelero de la Provincia de El Oro: nº de alojamientos

Fuente: Catastro Ministerio de Turismo (2017), Coordinación zonal 7 (2015, 2016, 2017, 2018). Elaboración: Propia.

En la actualidad, junto a la oferta hotelera en la capital, la provincia de El Oro cuenta con una planta hotelera que se empieza a emplazarse fuera de ella. Ilustrativo es el Hillary Nature Resort & Spa, ubicada en el cantón Arenillas, cuyo objetivo es brindar un mejor servicio de estadía a los turistas. El sector turístico hotelero, desde el punto de vista de su aportación al PIB provincial, se encuentra situado en tercera posición detrás del banano y camarón. Un ejemplo de esa evolución del sector se refleja en la planta alojativa (figura 3.12) e incremento de

la tasa de ocupación de establecimiento y alojamiento (Terán & Palomeque, 2017).

3.4 Bibliografía

Astudillo, C. (2015). *Historias del Terruño Orense*. Machala: Casa de la Cultura de El Oro.

Astudillo, C. (2016). *Historias de El Oro y de la Patria*. Machala: Casa de la Cultura de El Oro.

Ávila, R., & Barrado, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.

Banco Central de Ecuador (2017). Cuentas Nacionales Regionales. Recuperado el 16 de marzo de 2019, de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales/>

Banco Central del Ecuador. (5 de Febrero de 2018). La Provincia de El Oro y sus consideraciones en los sectores productivo y empresarial. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>

Cámara de Turismo de El Oro. (2017). *Tríptico del Páramo al Manglar - Rutas turísticas de la Provincia de El Oro*. Machala.

Cámara Nacional de Acuacultura. (2017). Más de 900 millones de libras de camarón ecuatoriano se exportan en 2017. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.cna-ecuador.com/mas-de-900-millones-de-libras-de-camaron-ecuadoriano-se-exportaron-en-el-2017/>

Capa, L., Alaña, T., & Benitez, R. (2016). Importancia de la producción de banano orgánico. Caso: Provincia El Oro. *Universidad y Sociedad*, 8(2), 64-71.

- Capa, L., Sotomayor, J., & Vega, F. (2017). *La provincia de El Oro: Algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales*. Machala: Editorial UTMACH.
- Convenio Andrés Bello (2006). *Somos Patrimonio Vol. 5: 361 experiencias de apropiación social del patrimonio cultural y natural*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Diario El Comercio. (26 de Enero de 2018). Machala concentra el eje productivo y económico. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/pages/economia-provincia-oro.html>.
- Diario El Correo. (26 de Enero de 2017). *Lanzan marca provincia "El Oro megadiverso, del páramo al manglar"*. Obtenido de <https://www.diariocorreo.com.ec/6822/cantonal/lanzan-marca-provincia-el-oro-megadiverso-del-paramo-al-manglar>
- Diario El Universo. (26 de Abril de 2015). Playas de Jambelí. *Diario El Universo*.
- Gobierno Autónomo Provincial Descentralizado de El Oro. (14 de Octubre de 2015). *GAPDEO*. Obtenido de Plan Desarrollo Ordenamiento Territorial: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000180001_PDYOT-PROVINCIA%20EL%20ORO-14-08-2015_14-08-2015_18-31-46.pdf.
- Illescas, W., Landín, S., & Romero, L. (2015). *Costumbres y tradiciones en la Provincia de El Oro - Ecuador: Un enfoque turístico*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (14 de Octubre de 2010). *INEC*. Obtenido de Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador: 2: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf.
- León, J. B. (2010). *Manual de geografía del Ecuador: Medio natural, población y organización del espacio*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador: Corporación Editora Nacional.

- Mestanza, J. (23 de Mayo de 2015). La Tembladera controla inundaciones. *Diario El Comercio*. Obtenido de: <https://www.elcomercio.com/ediciones-antteriores/2015/5/23#>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio (2010). *Guía de bienes culturales del Ecuador*. Quito: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (1 de Enero de 2019). Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). Obtenido de <http://balcon.mag.gob.ec/mag01/magapaldia/RDC%20-%202018/Fase%201/Direcciones%20Distritales/7.El%20Oro/2.%20informe%20de%20rendicion%20de%20cuentas%20-%20dd%20el%20oro.pdf>
- Ministerio de Turismo. (3 de Octubre de 2017). *Ecuador potencia turística*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/catastro-siete>
- Ministerio de Turismo. (22 de Octubre de 2018). *Clasificación de establecimientos turísticos*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Servicios turísticos. Recuperado el 17 de marzo de 2019, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (24 de Enero de 2015). Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/content/bosques-protectores>.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (3 de Octubre de 2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/parque-nacional-gal%C3%A1pagos>
- Moncada, J. (2003). *Desigualdades y Desafíos: Provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe*. Quito: Ediciones Abya-Yala.

- Murillo, R. (2000). *Zaruma, historia minera: Identidad en Portovelo*. Quito: Abya Yala.
- Ollague, J. K., Capa, L. B., Novillo, E. F., Sánchez, T. X., Sánchez, L. C. y García, M. B. (2019). Variables sociales, económicas y productivas como referente de posicionamiento nacional de la provincia de El Oro, Ecuador. *Espacios*, 40 (37). Disponible en: [https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403713.html#:~:text=VA B%2FPIB,nacional%20\(Figura%20No%201\)](https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403713.html#:~:text=VA B%2FPIB,nacional%20(Figura%20No%201)).
- Prefectura de El Oro. (24 de Octubre de 2013). Obtenido de <http://www.eloro.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/diagsocprov.pdf>
- Sayadi, S., & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montañas del sureste español. *Cuadernos de Turismo*, 7, 131-157.
- Secretaría del Agua. (4 de Febrero de 2019). *Plan Nacional de Riego y Drenaje 2019-2027*. Obtenido de <https://www.agua.gob.ec/wp-content/uploads/2019/09/RESUMEN-PNRD-2019-2027.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- Secretaría Técnica. (1 de Octubre de 2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/Folletos-autoridades-provinciales.pdf>
- Sistema Nacional de Información. (14 de Agosto de 2015). Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial de la Provincia de El Oro. Quito, Ecuador: Sistema Nacional de Información. Obtenido de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000180001_PDYOT-PROVINCIA%20EL%20ORO-14-08-2015_14-08-2015_18-31-46.pdf

- Sole, B. (2004). La acelerada erosión de la playa del balneario de Jambelí (Varios métodos para su regeneración). *Acta Oceanográfica del Pacífico*, 12(1), 160-176.
- Terán, D., & Palomeque, J. (2017). Competitividad del sector hotelero de la Provincia de El Oro. *EUMED*, 765-770.
- UNICEF. (18 de Abril de 2019). *UNICEF Ecuador*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/>
- ViajandoX. (9 de Diciembre de 2018). *ViajandoX*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/zaruma/cerro-de-arcos-A1389>
- Visita El Oro. (14 de 08 de 2018). *Visita El Oro.com*. Obtenido de Visita El Oro.com: <http://visitaeloro.com/informacion/provincia-el-oro/zaruma/gastronomia-y-restaurantes/>
- Zambrano, J. (2011). *Historia social de la provincia de El Oro: Poblamiento Inicial*. Machala: Universidad Técnica de Machala.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

CAPITULO 4. FUENTES Y METODOLOGÍA

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo. La misma se caracteriza por medir los fenómenos, utiliza la estadística, hace énfasis en el análisis causa-efecto y, además, se desarrolla de manera secuencial y es probatoria ya que, partiendo de la realidad objetiva, facilita la generalización de los resultados. Por su alcance, la investigación es, también, explicativa (cualitativa), pues se orienta a buscar las causas de los procesos, demostrar por qué y en qué condiciones ocurren, así como, las relaciones existentes entre las variables estudiadas.

El estudio analiza los destinos turísticos. Su base conceptual y teórica se apoya en los resultados de investigaciones teóricas y prácticas, tanto a nivel nacional como internacional, analiza igualmente los distintos modelos de análisis para, a partir de ahí, obtener los resultados de la investigación aplicados a un área concreta como es la provincia de El Oro y a un proceso concreto como es analizar la implantación de rutas turísticas. Los aspectos axiológicos de los métodos y herramientas que se emplean para demostrar la hipótesis de la investigación, se expresan mediante el análisis sistémico.

Durante su desarrollo se emplean fuentes primarias como una lista de chequeo, entrevistas con cuestionarios enfocados a poder obtener la mayor cantidad de información de las fuentes (expertos) consultados. También se emplean fuentes secundarias como son informes oficiales, registros estadísticos, marcos regulatorios, entre otros. En la siguiente tabla (tabla 4.1.) se recogen las actividades realizadas y los resultados obtenidos

Tabla 4.1.

Objetivos, actividades, fuentes, metodología y resultados

Objetivos específicos	Actividades	Fuente / metodología	Resultados	Nº capítulo
Profundizar en los referentes teóricos de la temática, desde el contexto global hasta el nacional, que permitan la actualización y adecuación pertinentes	<ul style="list-style-type: none"> • Lectura pormenorizada de documentos de investigación de fuentes confiables y expertos en el área de turismo • Indagar sobre las referencias bibliográficas o antecedentes implementados y adquiridos en los informes elaborados sobre los destinos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de las referencias bibliográficas • Análisis de publicaciones científicas • Análisis de fuentes secundarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del estado de la cuestión • Actualización del marco conceptual y teórico. 	Capítulo II
Diagnosticar con un enfoque prospectivo, la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, determinando sus potencialidades y oportunidades de desarrollo futuro.	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta y análisis de los estudios/informes desarrollados en universidades, centros de investigación y organismos públicos • Caracterización del área de estudio • Análisis y selección de estudios de caso 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de campo • Realización de encuestas a potenciales turistas • Realización de encuestas a prestadores turísticos • Realización de entrevistas a expertos 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de la metodología propuesta • Caracterización de la actividad turística • Diagnóstico con un enfoque prospectivo de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro. 	Capítulo III y V
Aplicar la metodología propuesta en los sitios seleccionados según representatividad, que	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los estudios de caso 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretación de la metodología propuesta • Análisis FODA 	<ul style="list-style-type: none"> • Se pone de manifiesto el estado actual de las actividades turísticas en la Provincia de El Oro. 	Capítulo V

permita su validación práctica.

Proponer lineamientos estratégicos que contribuyan al aprovechamiento de potencialidades turísticas de la Provincia de El Oro, así como herramientas para su implementación, con vistas a garantizar su competitividad en el mercado.

- Integración de organismos públicos y privados al tema de investigación
- Elaboración de lineamientos estratégicos basado en escenarios para el desarrollo de los destinos turísticos en la Provincia de El Oro
- Análisis estratégico de los destinos turísticos con el detalle de sus atractivos y recursos.

- Se evidencia el estado actual y la potencialidad de las áreas de estudio
- Diseño de escenarios a partir de los resultados del diagnóstico
- Propuesta de lineamientos estratégicos para los escenarios seleccionados

Capítulo V
y VI

Elaboración propia.

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

4.1 Esquema metodológico de la investigación

El esquema metodológico de la investigación se articula en torno a dos epígrafes, el entorno externo y el diagnóstico prospectivo. En relación con el primero (entorno externo) es importante conocer cuáles son las políticas macroeconómicas que se manejan en el entorno, que influyan al desarrollo de la provincia al área de estudio. Esta constituye una importante etapa de información. En él, se analizan los marcos normativos, dada la relevancia que tienen para entender el desarrollo de las actividades turísticas, pero también a la caracterización del área de estudio, ya que esto pone de manifiesto los recursos disponibles (en este caso focalizados en las actividades turísticas), pero también su relevancia y como son percibidas por potenciales usuarios (turistas), prestatarios de servicios (restauradores y propietarios de oferta alojativa) o gestores y planificadores.

El segundo (diagnóstico prospectivo) contempla el potencial endógeno, o sea, los destinos turísticos. Se realizará mediante la adecuación de la metodología de Enrique Cabanilla (2013). Esta, sin embargo, se modifica y adapta al área de estudio. Concretamente, se disminuyen significativamente los talleres o encuentros comunitarios, en aras de garantizar, en los que se realicen, la asistencia y permanencia de los interesados (líderes comunitarios, trabajadores, entre otros) así como su motivación por la actividad, sin que perjudique demasiado tiempo de sus labores diarias. Se trabajan 12 componentes en los que se analizan todos los recursos con potencial turístico en cada lugar escogido (en este caso las rutas turísticas). A continuación, se sintetizan las diferentes etapas para la realización de un diagnóstico prospectivo:

- **Elaboración del primer informe.** En él es fundamental determinar la escala de trabajo, la localización del área de estudio y los datos generales de éste (geofísicos, demográficos, económicos, etc.). Estos deben basarse en la consulta de fuentes verificables y confiables. En relación a la escala, esta puede ser:
 - Provincia o similar
 - Cantón o similar

- Comunidad, donde el énfasis se sitúa en el nombre del área o comunidad seleccionada, población estimada (número de habitantes), nombre de la ciudad más grande en un radio de 15 kilómetros (teniendo en cuenta que se contempla media hora en el traslado como elemento que determina su inclusión) y población estimada de ciudad 15 Km.

Para su elaboración resulta fundamental el levantamiento de información y su sistematización. En esta fase se caracteriza al territorio en relación a su estado actual y su potencialidad en torno a una o varias actividades. El levantamiento de la información está subdividido en 12 partes, llamadas componentes, que son: natural; hechos culturales; recursos gastronómicos; festividades y eventos: actividades recreacionales; vías de acceso; seguridad, salud y servicios básicos; servicios turísticos; preferencias de los consumidores; promoción y comercialización de los sitios turísticos; políticas administrativas e instituciones administrativas.

La información correspondiente a estos componentes, obtenida de fuentes diversas (tales como Organización Mundial de Turismo (2017); Ministerio de Turismo, Banco central de Ecuador, Cabanilla (2013) y Carballo, Moreno, León, y Ritchie (2015), puede complementarse con fotografías y videos. Siendo necesario explicar cómo se realiza la validación de información y el diagnóstico final. Dada la importancia que juega la comunidad desde el punto de vista de su participación activa en el desarrollo de actividades es necesario que esta tenga un papel activo en la caracterización de su territorio. Por tanto, es necesario:

- Explicar a la comunidad el objetivo de esta investigación para que comprendan la importancia del levantamiento de información y su finalidad, el diagnóstico.
 - Explicar cómo funciona la bitácora, elemento esencial para la recolección de información.
-
- **Diagnóstico.** Las actividades realizadas (elaboración del primer informe) arrojan resultados que permiten cumplir el segundo objetivo específico como es diagnosticar con un enfoque prospectivo la situación actual de los destinos

turísticos de la provincia de El Oro para determinar sus potencialidades y oportunidades de desarrollo futuro. En línea con lo anteriormente expuesto se llevarán a cabo actividades como encuestas y entrevistas, entre otros.

Para la consecución de dichos resultados se llevan a cabo las matrices FODA de cada territorio (en concreto rutas), cuyo análisis permite elaborar las estrategias o alternativas, a seguir en cada una de ellas de acuerdo a sus características intrínsecas, que contribuyan al logro de un entorno innovador y competitivo. En esta etapa, el saber autóctono, la participación comunitaria y la realización de un trabajo logístico y organizado, garantizarán el éxito. La elaboración de un diagnóstico prospectivo mediante la construcción de la matriz FODA se llevará a cabo basándose en la información obtenida en los talleres, salidas de campo, diagnóstico y trabajo prospectivo. El diagnóstico FODA (tabla 4.2.) se llevará de forma detallada siendo necesario identificar:

- **ESTRATEGIAS FO (MAXI-MAXI):** Se basa en el uso de fortalezas internas con el propósito de aprovechar oportunidades externas.
- **ESTRATEGIAS DO (MINI-MAXI):** Mejorar debilidades internas, aprovechando oportunidades externas.
- **ESTRATEGIAS FA (MAXI-MINI):** Mejorar debilidades internas para tomar ventaja de las amenazas externas.
- **ESTRATEGIA DA (MINI-MINI):** Disminuir debilidades y neutralizar amenazas a través de acciones de carácter defensivo.

Tabla 4.2.

Ejemplificación de tabla para realizar Análisis FODA

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>LISTA DE FORTALEZAS</p> <p>F1</p> <p>F2</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>F_n</p>	<p>LISTA DE DEBILIDADES</p> <p>D1</p> <p>D2</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>D_n</p>
<p>LISTA DE OPORTUNIDADES</p> <p>O1</p> <p>O2</p> <p>.</p>	<p>DE FO (MAXI-MAXI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MAXIMIZAR LAS F Y LAS O</p>	<p>DO (MINI-MAXI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR LAS D Y MAXIMIZAR LAS O</p>
<p>LISTA DE AMENAZAS</p> <p>A1</p> <p>A2</p> <p>.</p>	<p>FA (MAXI-MINI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MAXIMIZAR LAS F Y MINIMIZAR LAS A</p>	<p>DA (MINI-MINI)</p> <p>ESTRATEGIA PARA MINIMIZAR LAS D Y LAS A</p>

Elaboración propia.

- Lineamientos estratégicos.** Con la información obtenida en las etapas anteriores (y especialmente en la del diagnóstico), e involucrando los diferentes agentes, que propicien las condiciones para el emprendimiento y apoyo, en pos del desarrollo local turístico, se diseñan los lineamientos estratégicos generales, cuyo denominador común es la contribución al aprovechamiento de las potencialidades de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, aplicables a cualquier localidad que los posea.

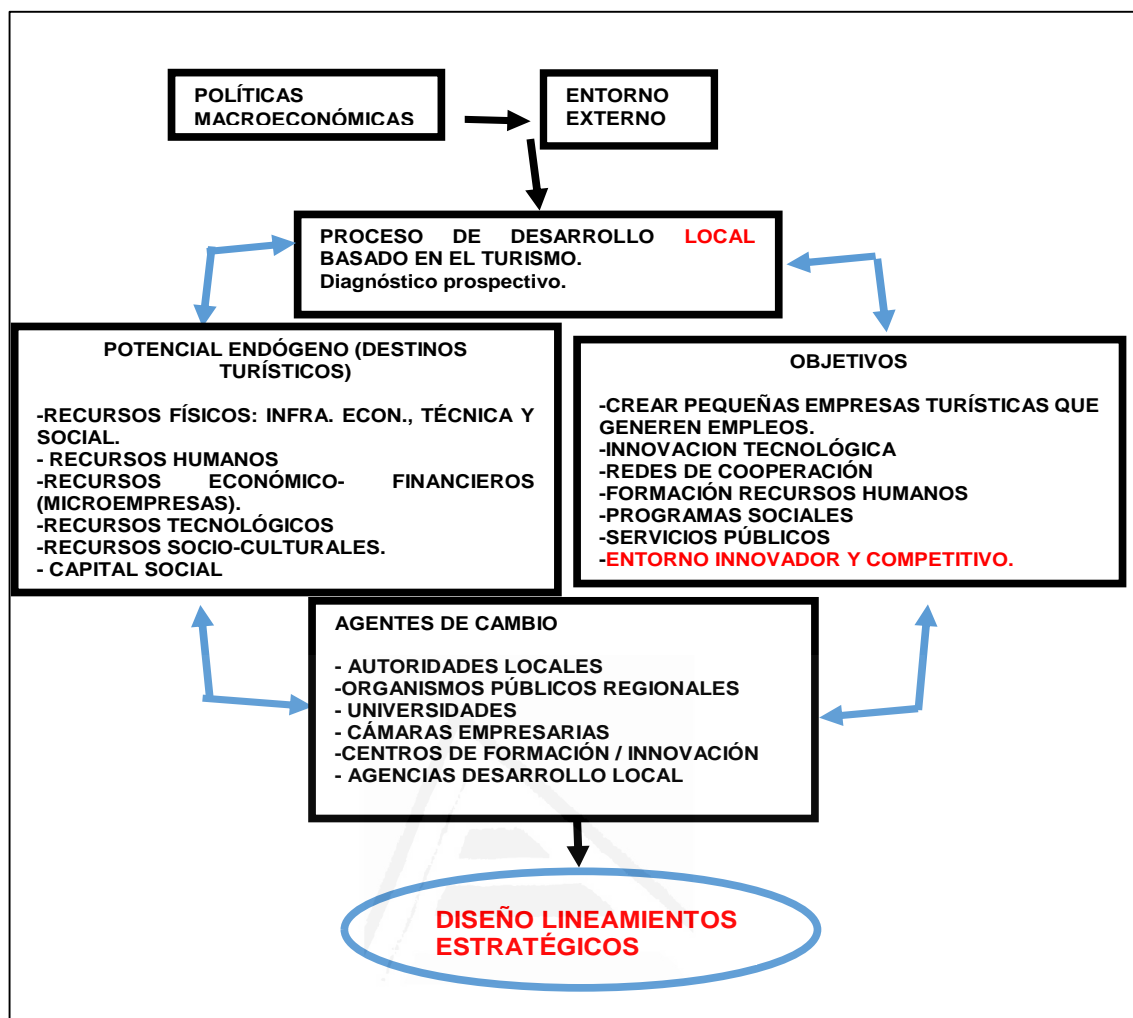


Figura 4.1: Metodología para el diseño de lineamientos estratégicos que potencien el desarrollo de destinos turísticos en la provincia de El Oro. Elaboración propia a partir del esquema de Silva (2003).

El diseño de lineamientos estratégicos generales, y herramientas para su implementación (para cada comunidad estudiada, en este caso ruta turística) es la fase final de todo proceso de planificación (figura 4.1). Según Iván Silva (2003), la estrategia se define como el camino seleccionado para alcanzar los objetivos propuestos. Para ello, se recurre a la técnica de análisis FODA, de manera tal que, al estudiar cada objetivo estratégico, las variables internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas) pueden condicionar o viabilizar el alcance de los objetivos. Para ello, se debe procurar la definición de la estrategia más adecuada aprovechando al máximo las potencialidades (fortalezas y oportunidades), minimizando los riesgos (fortalezas y amenazas), enfrentado los desafíos (debilidades y amenazas), y procurando neutralizar las limitaciones (debilidades y amenazas).

4.2 Métodos de investigación

Los métodos de investigación empleados en esta tesis doctoral son: históricos, lógicos y empíricos.

Los históricos tienen como finalidad llevar a cabo una investigación documental sobre conceptos teóricos y análisis de referentes. Concretamente se utilizará en el análisis del estado de la cuestión acerca de la temática que se analiza y ello se lleva a cabo para cumplir el objetivo 1. Ello permitirá poner de manifiesto cuál es el punto de partida desde una óptica científica, en este caso, el concepto de destino turístico, así como el de turismo sostenible. Este método histórico también se ha utilizado para caracterizar, el marco normativo en la que se enmarca esta investigación.

Las fuentes bibliográficas utilizadas fueron escogidas atendiendo a la relevancia de las mismas y, a través de una búsqueda en la base de datos de Scopus. Por otro lado, los libros consultados fueron principalmente desarrollados por autores locales del Ecuador y también de la provincia de El Oro, ya que al requerirse una descripción puntual de los lugares y rutas de la provincia se tuvo especial atención en ello. Posteriormente, la técnica de la bola de nieve fue clave para poder encontrar otras fuentes valiosas de información, ya que, a partir de la bibliografía utilizada en dichos libros, se obtuvieron más artículos científicos y libros referentes al tema. En línea con lo anteriormente descrito, es importante mencionar que también se han consultado estadísticas de fuentes secundarias (como estadísticas municipales de diversos cantones de la provincia de El Oro, de la Organización Mundial de Turismo, del Ministerio de Turismo del Ecuador, entre otros) para de ellas, por un lado, obtener los datos que contextualicen la dinámica económica y la relevancia de la actividad turística a nivel nacional y provincial y, por otro, los relativos a las rutas analizadas en este trabajo investigativo.

Los métodos de trabajo lógicos son utilizados para el diseño de la propuesta metodológica, tal y como se describió en el apartado anterior y tienen como finalidad explicar los procesos en términos de causa-efecto.

Los métodos empíricos se emplean para la realización del diagnóstico prospectivo. Son numerosas las técnicas que incluyen. En esta tesis doctoral, se han utilizado: trabajo de campo, encuestas, talleres participativos y aplicación de matrices para el diseño de lineamientos estratégicos.

4.2.1. Trabajo de campo

La salida de campo contemplará los siguientes elementos:

- Itinerario y recorrido visual con la comunidad, usando copias del mapeo participativo
- Preparar y explicar la bitácora, que hace referencia a la información que se debe recopilar de los lugares o hechos identificados

A continuación, se presenta el itinerario de las visitas de campo realizadas en el año 2017 (tabla 4.3.) y 2019 (tabla 4.4).

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Tabla 4.3.
Itinerario de visitas de campo del año 2017

Fecha	Lunes 3-abril-2017	Martes 4-abril-2017	Miércoles 5-abril-2017	Jueves 6-abril-2017
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> Identificación y análisis a los recursos arqueológicos de la provincia de El Oro 	<ul style="list-style-type: none"> Identificación a los recursos relacionados con la geología, morfología y paisajismo 	<ul style="list-style-type: none"> Aproximación al aviturismo Introducción al mundo de las aves Técnicas para encontrar aves Técnica para observar aves Cómo hacer registros de aves creíbles Cómo hacer una lista de aves como registro en el Páramo (2900 msnm) y en el Bosque Montano (1500 a 2900 msnm) 	<ul style="list-style-type: none"> Taxonomía de las aves, Estratos del bosque y sus aves (Sotobosque; Estrato Medio; Estrato Alto o Dosel), Zonas de endemismos: Bosque Montano bajo (1100 a 1500 msnm) y Bosque Piedemontano (300 a 1100 msnm)
Lugar	Yacuvíña	<ul style="list-style-type: none"> Cerro de Arcos Laguna de Chinchilla Sabadek 	<ul style="list-style-type: none"> Páramo Cerro de Arcos Refugio Rodrigo Vargas 	<ul style="list-style-type: none"> Bosque de la Reserva Ecológica Buenaventura Umbrellabird lodge

Fecha	Viernes 7-abril-2017	Sábado 8-abril-2017	Domingo 9-abril-2017	Lunes 10-abril-2017
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Prevenciones y recomendaciones dentro de una reserva o área protegida. • Región Tumbesina, Tierras Bajas Bosque Secos (0 a 300 msnm) 	<ul style="list-style-type: none"> • Migración de las aves boreales, australes y migratorias intratropical 	<ul style="list-style-type: none"> • Zona Marina e Isla Santa Clara. • Ecosistemas de la provincia de El Oro, • Importancia y sus aves, Biodiversidad de las aves de la Provincia de El Oro (del páramo al manglar) 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia aborigen de la Provincia de El Oro (Cultura Jambelí).
Lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Bosque de Reserva El Guayabo, • Bosque de reserva Torata • Reserva Ecológica Arenillas 	<ul style="list-style-type: none"> • La Tembladera • Puerto Jelí (Archipiélago de Jambelí) 	<ul style="list-style-type: none"> • El Guabo (Río Chaguana y zona de flamencos). 	<ul style="list-style-type: none"> • El Conchal, Huaquillas.

Fecha	Martes 11-abril-2017	Miércoles 12-abril-2017	Jueves 13-abril-2017
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Historia, cultura y minería de la parte alta de la Provincia de El Oro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hidrología, agua y riego • Historia productiva de la parte baja de la provincia El Oro 	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la paleontología en la provincia de El Oro.
Lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Piñas (área urbana) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hillary Nature Resort & Spa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bosque Petrificado de Puyango

Elaboración propia.

Tabla 4.4.
Itinerario de visitas de campo del año 2019

Fecha	Domingo 17-nov-2019	Lunes 18-nov-2019	Martes 19-nov-2019
Actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Visita y recorrido por el complejo Arqueológico de Yacuvíña • En el cantón Zaruma : Visita a los tradicionales dulces de "Doña Cleme", recorrido por el centro histórico (Casas patrimonio y Santuario de la Virgen del Carmen Museo de la ciudad) y visita Mina del Sexmo, y visita a la iglesia Restaurada de Malvas • En el cantón Portovelo: Visita al Museo de Mineralogía Magner Turner 	<ul style="list-style-type: none"> • Reserva ecológica Buenaventura • Aviturismo y caminata en la Reserva Ecológica Buenaventura • Senderismo en el Bosque Seco de Puyango • Cantón Las Lajas • Ruta del cacao en Hillary Resort • Visita a la Laguna La Tembladera 	<ul style="list-style-type: none"> • Aviturismo y caminata a la Reserva Ecológica Arenillas • Paseo navegable desde Puerto Hualtaco • Observación de la extracción de la concha • Práctica de pesca blanca en la Isla Costa Rica • Visita a la Isla San Gregorio • Visita a la Isla de las aves
Lugar	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta Patrimonio y cultura Zaruma - Portovelo - Malvas y Atahualpa 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta Bosques Mágicos Piñas - Puyango - Arenillas y Santa Rosa 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta del Manglar Archipiélago de Jambelí

Elaboración propia.

4.2.2. Encuestas

La encuesta será realizada a través de salidas de campo y se lo aplicará a los lugares turísticos identificados por el MINTUR (en los cantones de El Guabo, Huaquillas, Machala, Zaruma, Pasaje, Piñas y Santa Rosa), que articuló en una serie de rutas (6 en total). De estas rutas, se seleccionarán tres. Estas fueron elegidas porque corresponden a las muestras más representativas en el área de estudio y a las dinámicas turísticas que caracterizan al área de estudio del presente trabajo doctoral. Estas encuestas permitirán recopilar, por un lado, información sobre los lugares turísticos ya identificados, pero también datos de posibles lugares turísticos a incorporar a estas rutas.

Cabe destacar que la encuesta, es una técnica de recopilación información tanto cualitativa como cuantitativa, que tiene como objetivo obtener los datos relevantes para su posterior análisis y clasificación. En este caso particular se aplicaron dos tipos de encuestas:

- Un tipo aplicado a los prestadores turísticos (figura 4.2)
- Un tipo aplicado a los potenciales turistas (figura 4.3)

El objetivo de la encuesta a prestadores turísticos es poder obtener la mayor cantidad de información posible relacionada a los negocios y sus propietarios vinculadas al sector turístico de los diferentes cantones estudiados. En ciertas preguntas se utilizó la escala de Likert para una mejor clasificación de las respuestas obtenidas y en otras era respuesta cerrada (Si/no, por ejemplo) para conocer sus opiniones y/o percepciones acerca de la actividad turística. En esta encuesta estructurada en 15 preguntas se analizaron las siguientes cuestiones:

- relacionada con el lugar de residencia y los recursos turísticos (3 preguntas),
- con respecto al negocio y su vinculación al desarrollo de actividades turísticas (3 preguntas),
- percepción del prestador turístico en relación a la relevancia de las actividades turísticas (1 pregunta),

- actividades relacionadas con el turismo que desarrolla en su negocio (1 pregunta),
- actuaciones llevadas a cabo por las autoridades locales para contribuir al fomento del turismo (1 pregunta),
- Datos sociodemográficos del propietario del negocio (6 preguntas)

Lugar y fecha:			Código:																														
Curso:		Nombres y Apellidos del encuestador:																															
			 Universitat d'Alacant Universitat de Alicante																														
Situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro: desde la perspectiva de los prestadores turísticos locales.																																	
<p><i>Buenos(as) días/tardes/noches: Nos permitimos indicarle que la Universidad Metropolitana Sede Machala, solicita su colaboración con la finalidad de reforzar los proyectos de investigación de la Escuela de Turismo, el mismo que se encuentra realizando una encuesta dirigida a la comunidad, para conocer el desarrollo turístico de su sector. La información que proporcione será de mucha utilidad, es así que solicitamos que responda con toda franqueza, los resultados se darán a conocer únicamente en forma tabulada e impersonal. Agradecemos su participación.</i></p>																																	
<p>Objetivo: Diagnosticar con un enfoque prospectivo, la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, desde la perspectiva de los prestadores turísticos locales.</p>																																	
<p>Instrucción: El siguiente cuestionario presenta enunciados relacionados con el conocimiento de las potencialidades turísticas y su promoción turística de las autoridades locales, seccionales.</p>																																	
POR FAVOR ESCUCHE ATENTAMENTE Y RESPONDA A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:																																	
A. DE SU LUGAR DE RESIDENCIA			B. DEL NEGOCIO																														
<p>A1 ¿Considera usted que su cantón es un sitio turístico?</p> <p>Marque con una (X) una sola opción</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>*No</td> <td>Si</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </table> <p><small>* Si la respuesta es negativa continúe a la A2 y Sección B, con firme la respuesta, si la respuesta es afirmativa pase a la A3 hasta el final.</small></p>			*No	Si	1	2	<p>B.1 ¿Que tipo de productos ofrece a sus visitantes?</p> <p>Marque con una (X) una sola opción la principal</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>Alimentación</td><td>1</td></tr> <tr><td>Hospedaje</td><td>2</td></tr> <tr><td>Transporte turístico</td><td>3</td></tr> <tr><td>Agencia de Viajes</td><td>4</td></tr> <tr><td>Operadora turística</td><td>5</td></tr> <tr><td>Guianza</td><td>6</td></tr> <tr><td>Tours</td><td>7</td></tr> <tr><td>Excursiones</td><td>8</td></tr> </table>			Alimentación	1	Hospedaje	2	Transporte turístico	3	Agencia de Viajes	4	Operadora turística	5	Guianza	6	Tours	7	Excursiones	8								
*No	Si																																
1	2																																
Alimentación	1																																
Hospedaje	2																																
Transporte turístico	3																																
Agencia de Viajes	4																																
Operadora turística	5																																
Guianza	6																																
Tours	7																																
Excursiones	8																																
<p>A2 ¿Cuál es la razón que considera ud. por la que su cantón no es un sitio turístico?</p> <p>Marque con una (X) más de una opción</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Escasa atención de las entidades del gobierno</td> <td>No hay lugares atractivos</td> <td>No conoce los sitios</td> <td>Por poca publicidad y promoción</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </table>			Escasa atención de las entidades del gobierno	No hay lugares atractivos	No conoce los sitios	Por poca publicidad y promoción	1	2	3	4																							
Escasa atención de las entidades del gobierno	No hay lugares atractivos	No conoce los sitios	Por poca publicidad y promoción																														
1	2	3	4																														
<p>A3 ¿Cuál cree usted que es la razón que motiva al turista visitar su cantón ?</p> <p>Marque con una (X) más de una opción</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td>El mar/ la playa</td><td>1</td></tr> <tr><td>El clima</td><td>2</td></tr> <tr><td>Atractivos naturales</td><td>3</td></tr> <tr><td>Atractivos culturales</td><td>4</td></tr> <tr><td>Gastronomía</td><td>5</td></tr> <tr><td>El descanso/la tranquilidad</td><td>6</td></tr> <tr><td>La accesibilidad económica</td><td>7</td></tr> <tr><td>Es un lugar seguro</td><td>8</td></tr> <tr><td>Negocios</td><td>9</td></tr> <tr><td>Deporte</td><td>10</td></tr> </table>			El mar/ la playa	1	El clima	2	Atractivos naturales	3	Atractivos culturales	4	Gastronomía	5	El descanso/la tranquilidad	6	La accesibilidad económica	7	Es un lugar seguro	8	Negocios	9	Deporte	10	<p>B.2 ¿Cuántos años lleva en la actividad turística?</p> <p>Marque con una (X) una sola opción</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>1-2 años</td> <td>3-5 años</td> <td>6-10 años</td> <td>11 o más</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </table>			1-2 años	3-5 años	6-10 años	11 o más	1	2	3	4
El mar/ la playa	1																																
El clima	2																																
Atractivos naturales	3																																
Atractivos culturales	4																																
Gastronomía	5																																
El descanso/la tranquilidad	6																																
La accesibilidad económica	7																																
Es un lugar seguro	8																																
Negocios	9																																
Deporte	10																																
1-2 años	3-5 años	6-10 años	11 o más																														
1	2	3	4																														
			<p>B.3 ¿Cuántos turistas recibe al mes en su negocio?</p> <p>Marque con una (X) una sola opción</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>1 - 20 visitantes</td> <td>21 a 30 visitantes</td> <td>31 a 50 visitantes</td> <td>Más de 50 visitantes</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </table>			1 - 20 visitantes	21 a 30 visitantes	31 a 50 visitantes	Más de 50 visitantes	1	2	3	4																				
1 - 20 visitantes	21 a 30 visitantes	31 a 50 visitantes	Más de 50 visitantes																														
1	2	3	4																														

C. PERCEPCIÓN DEL PRESTADOR TURÍSTICO						
Marque con una (X) una sólo opción						
Díganos su opinión en los siguientes enunciados:		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
C1	Considera que en los últimos 5 años se ha incrementado la actividad turística en su cantón					
C2	Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas					
C3	Cómo considera usted la labor que el sector público ha realizado en torno a la actividad turística					
C4	El número de turistas se ha incrementado significativamente en los últimos 5 años					
C5	Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez					
C6	Considera usted que la Prov. de El Oro debería tener guías locales profesionales					
C7	Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorará la calidad de vida de los residentes					
D. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO						
Marque con una (X) una sólo opción						
Díganos su opinión en los siguientes enunciados:		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
D1	Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad					
D2	Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local					
D3	Considera usted que con la llegada de turistas la calidad de infraestructuras y de servicios públicos mejorará					
D4	Conoce usted los atractivos turísticos de su cantón					
D5	La llegada de turistas son más extranjeros o nacionales					
E. AUTORIDADES LOCALES						
Marque con una (X) una sólo opción						
Díganos su opinión en los siguientes enunciados:		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
E1	Considera usted que la seguridad, servicios básicos y manejo de residuos de su cantón se manejan adecuadamente					
E2	El acceso a los atractivos turísticos que usted conoce, son de fácil acceso					
E3	Sabe usted si su cantón cuenta con una página Web donde promociona los lugares turísticos del sector					
E4	Conoce usted si el municipio de su cantón realiza promoción de actividades turísticas					
E5	Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población					
E6	Considera usted que el turismo proporcionara puestos de empleo para los residentes					



F. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS DEL PROPIETARIO DEL NEGOCIO																				
F1 Sexo:	<table border="1"> <tr> <td>Hombre</td> <td>Mujer</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </table>		Hombre	Mujer	1	2														
Hombre	Mujer																			
1	2																			
F2 Edad:	<table border="1"> <tr> <td>De 20 a 35 años</td> <td>De 36 a 55 años</td> <td>De 56 a 70 años</td> <td>Mas de 70 años</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </table>				De 20 a 35 años	De 36 a 55 años	De 56 a 70 años	Mas de 70 años	1	2	3	4								
De 20 a 35 años	De 36 a 55 años	De 56 a 70 años	Mas de 70 años																	
1	2	3	4																	
F3 Cargo cupacional :	<table border="1"> <tr> <td>Gerente</td> <td>Gerente y Propietario</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </table>		Gerente	Gerente y Propietario	1	2														
Gerente	Gerente y Propietario																			
1	2																			
F4 ¿Qué estudios tiene Usted?	<table border="1"> <tr> <td>Primaria</td> <td>Secundaria</td> <td>Universitario</td> <td>Posgrado</td> <td>Sin estudios</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>					Primaria	Secundaria	Universitario	Posgrado	Sin estudios	1	2	3	4	5					
Primaria	Secundaria	Universitario	Posgrado	Sin estudios																
1	2	3	4	5																
F5 Cantón en el que tiene su negocio:	<table border="1"> <tr> <td>El Guabo</td> <td>Huaquillas</td> <td>Machala</td> <td>Pasaje</td> <td>Piñas</td> <td>Santa Rosa</td> <td>Zaruma</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> </table>						El Guabo	Huaquillas	Machala	Pasaje	Piñas	Santa Rosa	Zaruma	1	2	3	4	5	6	7
El Guabo	Huaquillas	Machala	Pasaje	Piñas	Santa Rosa	Zaruma														
1	2	3	4	5	6	7														
F6 ¿Cuáles son las ventas mensuales aproximadas de su negocio?	<table border="1"> <tr> <td>Menor de \$3000</td> <td>De \$3001 a \$4500</td> <td>De \$4501 a \$6500</td> <td>De \$6501 a 10.000</td> <td>Mayor a \$10.000</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>					Menor de \$3000	De \$3001 a \$4500	De \$4501 a \$6500	De \$6501 a 10.000	Mayor a \$10.000	1	2	3	4	5	<p align="right">¡ MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !</p>				
Menor de \$3000	De \$3001 a \$4500	De \$4501 a \$6500	De \$6501 a 10.000	Mayor a \$10.000																
1	2	3	4	5																

Figura 4.2. Modelo de encuesta a prestadores turísticos
Elaboración propia.

El objetivo de la encuesta a potenciales turistas (figura 4.3.) es conocer la opinión de los visitantes y turistas de los diferentes cantones de la provincia de El Oro en relación a los diversos recursos que ofertan, así como saber el estado actual del servicio que han recibido tanto por el ente público como por las pequeñas empresas privadas del sector turístico, es decir, si se cumplen sus expectativas o no. En algunas preguntas se utilizó la escala de Likert para poder tener una mejor medición de las respuestas dada por los encuestados y en otras era respuesta cerrada (Si/no, por ejemplo). La encuesta que consta de 14 preguntas se analizaron y estructuraron entonto a las siguientes cuestiones:

- Acerca del lugar de residencia del visitante y los recursos turísticos y actividades turísticas existentes en su lugar de residencia (3 preguntas),
- Percepción del visitante acerca del trato que le dispensa el residente (pregunta),
- Actividades que ha llevado a cabo durante su estancia y relacionadas con el turismo (1 pregunta),

- Percepción del turista acerca de las iniciativas desarrolladas
- por las autoridades locales para favorecer el desarrollo de las actividades turísticas (1 pregunta)
 - Datos sociodemográficos del turista (8 preguntas)

Lugar y fecha:				Código:																									
Curso:		Nombres y Apellidos del encuestador:																											
		 Universidad d'Alicant Universidad de Alicante																											
de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro: desde la perspectiva del turista.																													
<i>objetivos) una y noches: Nos permitimos indicarle que la Universidad Metropolitana Sede Machala, solicita su colaboración con la finalidad de reforzar los proyectos de investigación de la Escuela de Turismo, el mismo que se encuentra realizando una encuesta dirigida a la comunidad, para conocer el desarrollo turístico de su sector. La información que proporcione será de mucha utilidad, es así que solicitamos que responda con toda franqueza, los resultados se darán a conocer únicamente en forma tabulada e impersonal. Agradecemos su participación.</i>																													
Objetivo: Diagnosticar con un enfoque prospectivo, la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, desde la perspectiva del turista.																													
Instrucción: El siguiente cuestionario presenta enunciados relacionados con el conocimiento de las potencialidades turísticas y la opinión del turista con respecto al producto turístico.																													
POR FAVOR ESCUCHE ATENTAMENTE Y RESPONDA A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:																													
A. DE SU LUGAR DE RESIDENCIA																													
A1 ¿Considera usted que su cantón es un sitio turístico? Marque con una (X) una sola opción			A3 ¿Qué tipo de actividades turísticas le gustaría realizar? Marque con una (X) más de una opción																										
<table border="1"> <tr> <td>*No</td> <td>Si</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </table>			*No	Si	1	2	<table border="1"> <tr> <td>Ecolturismo</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Turismo de Aventura</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Agroturismo</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Turismo Religioso</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Turismo de Ciudad</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Turismo Sol y Playa</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Turismo Cultural</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Gastronómico</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Turismo Comunitario</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>10</td> </tr> </table>			Ecolturismo	1	Turismo de Aventura	2	Agroturismo	3	Turismo Religioso	4	Turismo de Ciudad	5	Turismo Sol y Playa	6	Turismo Cultural	7	Gastronómico	8	Turismo Comunitario	9	Otros	10
*No	Si																												
1	2																												
Ecolturismo	1																												
Turismo de Aventura	2																												
Agroturismo	3																												
Turismo Religioso	4																												
Turismo de Ciudad	5																												
Turismo Sol y Playa	6																												
Turismo Cultural	7																												
Gastronómico	8																												
Turismo Comunitario	9																												
Otros	10																												
<p>* Si la respuesta es negativa continúe a la A2 y sección B; si la respuesta es afirmativa pase a la A3 hasta el final.</p>																													
A2 ¿De esta lista de cantones, cual de ellos lo encuentra más atractivo turísticamente y le gustaría pasar sus vacaciones? Marque con una (X) más de una opción:																													
<table border="1"> <tr> <td>El Guabo</td> <td>Huaquillas</td> <td>Machala</td> <td>Pasaje</td> <td>Piñas</td> <td>Santa Rosa</td> <td>Zaruma</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> </table>						El Guabo	Huaquillas	Machala	Pasaje	Piñas	Santa Rosa	Zaruma	1	2	3	4	5	6	7										
El Guabo	Huaquillas	Machala	Pasaje	Piñas	Santa Rosa	Zaruma																							
1	2	3	4	5	6	7																							
B. PERCEPCIÓN DEL RESIDENTE																													
Digamos su opinión en los siguientes enunciados:																													
<table border="1"> <tr> <td colspan="2"></td> <td colspan="5" style="text-align: center;">Marque con una (X) una sola opción</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>Totalmente en desacuerdo</td> <td>En desacuerdo</td> <td>Ni de acuerdo Ni en desacuerdo</td> <td>De acuerdo</td> <td>Totalmente de acuerdo</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>								Marque con una (X) una sola opción							Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo			1	2	3	4	5			
		Marque con una (X) una sola opción																											
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo																							
		1	2	3	4	5																							
B1	Considera que en los últimos 5 años se ha producido un desarrollo de la actividad turística de su cantón																												
B2	Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas																												
B3	La actividad turística ha provocado cambios en la cultura de los residentes y/o pérdida de tradiciones y costumbres																												

B4	La relación entre turistas y residentes es distante											
B5	Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez											
B6	Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorara la calidad de vida de los residentes											
B7	Le gustaría pagar un valor módico por los servicios de un guía turístico											
C ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL TURISMO												
Marque con una (X) una sólo opción												
Díganos su opinión en los siguientes enunciados:		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo						
		1	2	3	4	5						
C1	Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad											
C2	Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local											
C3	Considera usted que con la llegada de turistas la calidad de infraestructuras y de servicios públicos mejorará											
C4	Considera usted que su cantón es turístico											
C5	Conoce usted los atractivos turísticos de su cantón											
D AUTORIDADES LOCALES												
Marque con una (X) una sólo opción												
Díganos su opinión en los siguientes enunciados:		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo						
		1	2	3	4	5						
D1	Considera usted que la seguridad, servicios básicos y manejo de residuos de su cantón se manejan adecuadamente											
D2	El acceso a los atractivos turísticos que usted conoce, son de fácil acceso											
D3	Usted conoce si su cantón cuenta con una página Web donde promociona los lugares turísticos del cantón											
D4	Conoce usted si el municipio de su cantón realiza promoción de actividades turísticas											
D5	Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población											
D6	Considera usted que el turismo proporcionara puestos de empleo para los residentes											
E DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS												
E1	Sexo:	<table border="1" style="display: inline-table;"> <tr> <td>Hombre</td> <td>Mujer</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </table>		Hombre	Mujer	1	2					
Hombre	Mujer											
1	2											
E2	Edad:	<table border="1" style="display: inline-table;"> <tr> <td>De 20 a 39 años</td> <td>De 40 a 69 años</td> <td>Mas de 70 años</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> </table>			De 20 a 39 años	De 40 a 69 años	Mas de 70 años	1	2	3		
De 20 a 39 años	De 40 a 69 años	Mas de 70 años										
1	2	3										

E3 Cargo ocupacional:

Empleado público	Empleado privado	Desempleado
1	2	3

E4 En el momento actual ¿está usted... (Leer opciones)

Soltero	Casado	Unido	Separado	Divorciado	Viudo
1	2	3	4	5	6

E5 ¿Qué estudios tiene Usted?

Primaria	Secundaria	Universitario	Posgrado	Sin estudios
1	2	3	4	5

E6 Miembro del hogar:

Cabeza de familia	Ama de casa	Hijo	Familiar cercano
1	2	3	4

E7 Cantón en el que vive:

El Guabo	Huaquillas	Machala	Pasaje	Piñas	Santa Rosa	Zaruma
1	2	3	4	5	6	7

E8 ¿Cuál es su ingreso mensual?

Menor de \$375	De \$376 a \$750	De \$751 a \$1.125	De \$1.126 a 1500	Mayor a \$1500
1	2	3	4	5

¡ MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

Figura 4.3. Modelo de encuesta a turistas
Elaboración propia.

La determinación del universo de la muestra tanto a los potenciales turistas³ como a los prestadores de servicios turísticos⁴ para que esta tuviera validez desde el punto de vista muestral se llevó a cabo con el asesoramiento de expertos en esta materia. A continuación, se muestra la fórmula estadística utilizada, así como los cálculos para determinar la muestra (tabla 4.5.), la distribución de la muestra de prestadores por tipología (tabla 4.6), prestadores por cantón y tipología (tabla 4.7), distribución de la muestra “potencial turístico por cantón” proporcional al tamaño de la población de cada cantón (tabla 4.8) y potenciales turistas (tabla 4.9) y entrevistas realizadas (tabla 4.10). Las encuestas se realizaron en agosto del año 2019.

³ Por potenciales turistas se entiende a los turistas que realizan una estancia y visita en uno de los lugares de estudio y que ha sido seleccionado previamente por ellos, ya sea por su belleza natural, paisaje, turismo deportivo y/o gastronómico, etc.

⁴ Por prestadores de servicios turísticos se entiende a todos los que ofrecen los servicios profesionales de turismo a los visitantes, estos pueden ser los guías de turismo, transporte, restauración, alojamiento, venta de artesanías, etc.

$$n = \frac{Nt^2PQ}{e^2(N-1) + t^2PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

t² = Nivel de confianza

e = error

PQ = Varianza

Tabla 4.5.
Cálculo de la muestra

Error=	0,03	0,05	0,04	0,090	0,08
Nivel de confianza=	0,95	0,95	0,95	0,95	0,90
Z=	1,960	1,96	1,96	1,96	1,64

N=	824 ⁵ Prestadores				
Tamaño muestra n=	465,20	262,22	347,51	103,76	105,04

N=	447315 ⁶ Potenciales Turísticos ⁷				
Tamaño muestra n=	1064,53	383,82	599,42	118,53	120,21

Elaboración propia.

⁵ Tamaño de la población de prestadores turísticos, es decir, número total de empresas en el sector turístico tomada para el cálculo de la muestra para las encuestas.

⁶ Tamaño de la población tomada para el cálculo de la muestra de los turistas potenciales para aplicar encuestas.

⁷ Tamaño del universo calculado en función a la cantidad de habitantes de cada cantón de la provincia de El Oro.

Tabla 4.6.
Distribución de la muestra “Prestadores” por tipo y Proporcional al tamaño del estrato de la provincia de El Oro

Estratos	Cantidad	Peso estrato	Muestra
Alojamiento	112	13,6%	36
Alimentación	611	74,2%	195
Otros ⁸	101	12,3%	32
			263

Elaboración propia.

Tabla 4.7
Distribución de la muestra de prestadores turísticos por cantón

Cantones	Total # de estab. por cantón	Proporción	Alojamiento	Alimentación	Varios	Total a encuestar
El Guabo	19	0,023	1	4	1	6
Huaquillas	78	0,095	3	18	3	24
Machala	408	0,495	18	96	16	130
Pasaje	120	0,145	5	28	5	38
Piñas	50	0,061	2	12	2	16
Santa Rosa	96	0,116	4	23	4	31
Zaruma	54	0,065	2	13	2	17
Total	825		36	195	32	262

Elaboración propia.

Tabla 4.8
Distribución de la muestra “potencial turístico por cantón” proporcional al tamaño de la población de cada cantón

Cantón	Machala	Sta. Rosa	Pasaje	Huaquillas	El Guabo	Zaruma	Piñas	Total
Pobla.	283.037	80.227	85.430	58.393	61.277	25.638	29.638	623.640
Propo.	0,454	0,129	0,137	0,094	0,098	0,041	0,048	
Muest.	174	49	53	36	38	16	18	384

Elaboración propia.

⁸ Dentro del apartado OTROS, se están considerando negocios como agencias de viajes, operadoras de turismo, transporte de turistas, guías de turismo, parques de atracción.

Tabla 4.9.
Número total de encuestas realizadas

ENCUESTAS A POTENCIALES TURÍSTICOS REALIZADAS	
Cantón El Guabo	Total de encuestas : 42
Cantón Huaquillas	Total de encuestas: 43
Cantón Machala	Total de encuestas: 177
Cantón Pasaje	Total de encuestas: 35
Cantón Piñas	Total de encuestas:27
Cantón Santa Rosa	Total de encuestas: 54
Cantón Zaruma	Total de encuestas:26
Total de encuestas realizadas	404

Elaboración propia.

4.2.3. Entrevistas

La entrevista semi-estructurada es una técnica de recolección de datos de tipo cualitativa que tiene como objetivo para el presente trabajo doctoral conocer

El criterio de los expertos en el área de turismo de la provincia de El Oro. También se trató de considerar a diferentes sectores como son guías turísticas, prestadores de servicios turísticos y autoridades municipales cantonales, es decir, los diferentes *stakeholders* que inciden en el desarrollo de actividades turísticas tanto desde el segmento público como el privado.

En lo que respecta a las entrevistas, se utilizó el siguiente cuestionario (tabla 4.10). Estas fueron respondidas por expertos de la provincia de El Oro, en el área del turismo (4.11). Su elección viene determinada por el hecho de ser representativos de actividades y/o colectivos que están implementando actuaciones en materia turística bien desde una óptica privada o pública. Los criterios para su elección fueron: nivel de importancia dentro del sector turístico de la provincia de El Oro, así como su rol en las diferentes actividades que se realizan. Las entrevistas se llevaron a cabo entre los meses de diciembre de 2019 a febrero del 2020. Cabe señalar, no obstante, que en algunos casos se habían mantenido con anterioridad encuentros para conocer sus opiniones y

actuaciones en materia turística. El empleo de un modelo de entrevista (tabla 4.11.) permitió sintetizar y homogeneizar las preguntas y, por tanto, llevar a cabo un análisis comparativo de sus respuestas.

Tabla 4.10.

Pregunta de entrevistas

Cuestionario
1. ¿Cuál es la realidad del sector turístico en la actualidad a nivel provincial y municipal?
2. ¿Cuáles son las debilidades que existen actualmente en el sector turístico nivel provincial y municipal?
3. ¿Cuáles son las potencialidades que existen en el sector turístico nivel provincial y municipal?
4. ¿Cuáles son los planes y proyectos inmediatos que figuran en la agenda?
5. ¿Tienen apoyo de los gobiernos provinciales y municipales?
6. ¿Cuál es el modelo turístico que tienen previsto proyectar a futuro?

Elaboración propia.

Tabla 4.11.

Datos de los entrevistados

Nombre del entrevistado	del Cargo	Institución donde labora	Razón de la entrevista
Gloria Herrera	Rentería Guía principal del bosque petrificado de Puyango	Bosque Petrificado Puyango	Por su rol como guía tiene contacto directo con las necesidades del sector en esa localidad particular
Lic- Berrezueta	Lilia Ortiz Jefe de Fomento Turístico	Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de El Oro	Por su rol como funcionaria pública dentro de las actividades turísticas de la provincia
Luis Robles	Maldonado Consultor de Turismo y Escritor de Viajes	Profesional Independiente	Por su visión globalizada y objetiva con respecto al estado

			del turismo actual en la provincia de El Oro.
Carlos Briones	Gerente Propietario	GOU Travel	Por su aporte al presente trabajo desde una perspectiva de empresario dentro del sector turístico de la provincia de El Oro
Ing. Tanya Romero	Gerente Propietaria	Finca Agroecológica "Happy Fruit"	Su aporte al presente trabajo desde una perspectiva de crear un modelo de negocio con enfoque turístico diferente en la provincia de El Oro
Ing. Álvaro Salazar	Administrador General	Grand Hotel Americano	Su aporte se centra en el análisis a nivel del sector hotelero.
Jimmy Cortez Vera	Administrador	Restaurante Paraíso del Edén	La oferta gastronómica es importante dentro del turismo, por lo que su visión aporta riqueza al trabajo realizado.

Elaboración propia.

4.2.4. Talleres

Esta tesis doctoral es un resultado final del proyecto de investigación que dirige la doctoranda y pertenece a la carrera de Administración de Empresas Turísticas e Industrias de la Recreación de la Universidad Metropolitana del Ecuador. Es así que se realizó un convenio interinstitucional con el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de El Oro. Este convenio permite realizar capacitaciones a diferentes sectores de la provincia dirigidos específicamente a los pequeños y medianos prestadores turísticos. Los temas de capacitación son varios, y se realizó mediante un cronograma que permitió compartir más de cerca con la comunidad, con los turistas y con los prestadores turísticos, desde luego teniendo como objetivo el enriquecimiento de conocimientos y la actualización de conocimientos para explorar y desarrollar de

una mejor manera el nivel turístico de los diferentes cantones y de la provincia en general. Estos talleres permitieron obtener información de carácter focal sobre los intereses de los diferentes colectivos a los cuales se capacitaba. A continuación, se muestran unas fotos de las jornadas (figura 4.4. y figura 4.5.). Estos talleres se realizaron durante todo el año 2017.



Figura 4.4: Presentación de los talleres a los participantes: funcionamiento, objetivos y finalidad en la Isla Costa Rica del cantón Santa Rosa
Fuente: Fotografía de la autora – Junio de 2017



Figura 4.5: Participantes y moderadores de los talleres en el cantón Zaruma
Fuente: Fotografía de la autora – Septiembre de 2017

4.3. Estudios de caso

En una época donde la globalización ha hecho el mundo accesible para todos y permite tener un acercamiento a otras culturas, la provincia de El Oro, reúne las cualidades naturales, gastronómicas y culturales para brindar experiencias gratas a sus visitantes y dar trabajo a las comunidades a través de un turismo sostenible. Sin embargo, esto no sucedería sin una debida planificación del desarrollo turístico. De ahí la importancia de analizar la implementación de las políticas turísticas en determinados territorios de la provincia de El Oro. A partir del análisis del contexto general, se pretende diagnosticar y evaluar el grado de desarrollo turístico y las potencialidades de esta provincia. Para ello se llevarán a cabo estudios de caso. La selección de los estudios de caso se ha llevado a cabo teniendo en cuenta: las modalidades turísticas que mayor implantación, la creación de rutas por parte del gobierno para la promoción turística de esta provincia y su grado de consolidación.

En relación con el primer factor, las actividades turísticas que más implantación tienen en la provincia, pero también consideradas como “líneas estratégicas” por el gobierno, son:

Agroturismo, por ser una provincia con un alto componente agrícola, ya sea de banano, cacao y otros productos, así como la industria del camarón, y con notable aportación a la producción local, provincial y nacional;

Ecoturismo, por la gama de paisajes naturales con que cuenta y que poseen grandes atractivos como cascadas, abundante diversidad florística y faunística, así como otros recursos naturales de interés turístico,

Turismo gastronómico. La gastronomía local, que muestra la idiosincrasia culinaria de la región, con ofertas de gran atractivo que se combina con comercio y artesanía lugareñas, así como productos locales (agrícolas, acuícola y pesqueros)

Turismo cultural. La diversidad de etnias y manifestaciones culturales que datan de una cultura ancestral única.

En relación con el segundo factor, la creación de rutas turísticas se relaciona con el interés del gobierno de crear productos tematizados que prolonguen la estancia del visitante. Para ello se parte del trabajo realizado en esta materia. El Grupo consultor Allsur Ecuador junto con el Ministerio de Turismo Coordinación Zonal 7 El Oro realizó un levantamiento de información de fichas técnicas y documentación gráfica para la promoción turística de la provincia, la misma que forma parte de la creación del primer corredor turístico de la provincia de El Oro denominada: "*Del Páramo al Manglar*" la cual da inicio a una propuesta totalmente nueva de recorridos turísticos en la provincia. Fueron identificados 219 atractivos entre tangibles e intangibles de los cuales se puntualizaron 49 sitios, que por su viabilidad permite pasar a ser un producto turístico. Asimismo, se realizó un levantamiento técnico y un video promocional.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Oro (GADPEO) como parte de sus objetivos principales es promocionar los principales atractivos turísticos de la provincia el 5 de junio del 2017 lanza la marca "*El Oro megadiverso, del páramo al manglar*" promoción que se realiza a nivel local y nacional. Esta campaña tiene como finalidad que la provincia de El Oro se convierta en el destino sur líder de país (Diario El Correo, 2017). Es en el marco de esta iniciativa donde se inserta esta investigación.

Una de las funciones principales de la Cámara de Turismo de El Oro es dar apoyo a los operadores turísticos de la provincia, con la asesoría del Grupo consultor Allsur Ecuador y el aval académico de la Universidad Metropolitana Sede Machala, proyecto en la que participó la doctoranda. Esta propuesta tiene como finalidad formar promotores turísticos para que conozcan sus principales atractivos dentro de este corredor y posean los conocimientos claves para la interpretación del patrimonio turístico de los mismos y poder potencializarlos. Para ello se llevó a cabo un recorrido por las rutas establecidas con 20 participantes; los mismos que son capacitados por reconocidos guías nacionales de Ecuador. A partir de los resultados de esta primera actividad (llevada a cabo

en 2017 y donde participó activamente la doctoranda) se pretende poner de manifiesto la evolución registrada en el área de estudio.

Estos atractivos, denominados paraguas, permiten atraer visitantes y a medida que se vayan desarrollando serán de gran ayuda e impulso para las operadoras locales y nacionales para generar nuevas propuestas. Por lo tanto, se toma como referencia el levantamiento técnico realizado por el Grupo consultor Allsur Ecuador que identificó seis rutas turísticas que son (figura 4.6.):

Ruta Bosques Mágicos

Ruta del Manglar

Ruta Páramo Orense

Ruta Agroturística

Ruta Patrimonio y Cultura

Ruta Aviturismo

La elevada biodiversidad contribuye a que la provincia de El Oro sea denominada como “Ecuador de los 4 mundos” y ello se encuentra en el punto de origen de su diversidad, desde el punto de vista de las modalidades turísticas. Teniendo en cuenta la diversidad de recursos que posee la provincia, y dada la imposibilidad de analizar todas, se procederá a seleccionar tres rutas teniendo en cuenta el criterio “grado de consolidación turística” y que permitirá catalogarlas como alta, media y baja. Los factores que han determinado la asignación de estos adjetivos calificativos vienen determinados, además de la oferta de alojamiento y de restauración existe y el número de visitantes, por otros criterios como puede inclusión en catálogos con figuras de protección y comercialización por prestadores turísticos. Por último, se tiene en cuenta que represente la mayor biodiversidad posible de la provincia, es decir, que no se repitan ecosistemas Teniendo en cuenta estos criterios las 3 rutas seleccionadas son:

- Alta. Declarada patrimonio cultural de la humanidad y tiene una alta oferta de gastronomía, sitios turísticos y diversidad de climas. (ZARUMA, PORTOVELO, ATAHUALPA). Se incluye, asimismo, en la

oferta de algunos prestadores turísticos (empresas que ofertan paquetes turísticos).

- Media. Esta calificación viene determinada por la consideración que la preservación de los bosques secos de la zona tiene en la economía de la zona y vinculada con la práctica turística. (ARENILLAS, HUAQUILLAS, STA ROSA, PIÑAS, LAS LAJAS) y el potencial turístico que pueden tener a medio y a largo plazo. En la actualidad se llevan a cabo ya ciertas iniciativas turísticas, si bien no están consolidadas por los prestadores turísticos.
- Baja. Definida como tal por la presencia de ricos recursos de carácter natural (los manglares de la provincia de El Oro), pero donde la implantación de actividades turísticas es incipiente. (STA ROSA, HUAQUILLAS, MACHALA, EL GUABO)

A continuación, se muestra una tabla que permite diferenciar las diferentes rutas por la cantidad de establecimientos que posee.

Tabla 4.12.

Descripción de establecimientos por cada ruta de estudio⁹

Ruta	Cantón	Alojamiento	Alimentos y bebidas	Otros (agencias, parques, transporte, etc)
Alta	Zaruma, Portovelo y Atahualpa	8	42	4
Media	Arenillas, Huaquillas, Santa Rosa, Piñas y Las Lajas	44	175	29

⁹ Cabe mencionar que las cantidades que se presentan en esta tabla no se encuentran directamente relacionados a su categoría, es decir que no por ser ruta baja debe tener el menor número de establecimientos o si es ruta alta debe tener la mayor cantidad, ya que el criterio de diferenciación o segmentación de dichas rutas radica en la oferta turística que tienen para los potenciales visitantes más no por el número de establecimientos comerciales relacionados al turismo que poseen.

Baja	Santa Rosa, Huaquillas, El Guabo	70	342	58
*Machala ¹⁰		18	96	16

Elaboración propia.

Siguiendo criterios de selección, se escogerán los sitios más destacados en cada actividad anteriormente descrita, mediante observación en recorrido previo exploratorio y datos con que cuenta las Rutas Turísticas de El Oro del Páramo al Manglar. El área de estudio del presente trabajo de investigación se encuentra conformada por tres rutas:

- Ruta Patrimonio y Cultura
- Ruta Bosques Mágicos
- Ruta del manglar



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

¹⁰ Se ha excluido el número de establecimientos de la ciudad de Machala dentro de la ruta Baja de las tres categorías analizadas, ya que, al ser la capital de la provincia de El Oro, tiene grandes cantidades que deben ser expuestas por separado.

4.4. Bibliografía

- Banco Central del Ecuador. (5 de Febrero de 2018). La Provincia de El Oro y sus consideraciones en los sectores productivo y empresarial. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>
- Cabanilla, E. (2013). *Turismo comunitario: Del diagnóstico al plan de negocios*. Argentina: Licencia Creative Commons.
- Carballo, R., Moreno, S., León, C., & Ritchie, J. B. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuaderno de Turismo*(35), 71-94. doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.35.221511>
- Diario El Correo. (26 de Enero de 2017). *Lanzan marca provincia "El Oro megadiverso, del páramo al manglar"*. Obtenido de <https://www.diariocorreo.com.ec/6822/cantonal/lanzan-marca-provincia-el-oro-megadiverso-del-paramo-al-manglar>
- Organización Mundial de Turismo. (28 de Febrero de 2005). Datos esenciales del Turismo. *OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Organización Mundial de Turismo. (5 de Octubre de 2017). Panorama OMT del turismo internacional. *OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Silva, I. (2003). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*. Santiago de Chile: CEPAL.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

5. CAPITULO: POTENCIALIDADES DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE EL ORO-ECUADOR

5.1. Caracterización de las 3 rutas en el área de estudio

5.1.1. Ruta Patrimonio y Cultura

La ruta de patrimonio y cultura se encuentra conformada por Zaruma, Portovelo, Malvas y Atahualpa (figura 5.1.). Atendiendo a los criterios señalados en el epígrafe 4.3., se considera como una ruta alta, es decir, con elevada integración desde el punto de vista del desarrollo de las actividades turísticas. Es llamada así debido a la estrecha relación que guardan dichas ciudades con el patrimonio y cultura de la provincia de El Oro y del país en general, ya que por ejemplo, la primera de ellas (Zaruma) fue declarada como Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano en 1990 y desde el año de 1998 se encuentra en la lista indicativa de la UNESCO para poder ser declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad y en el año 2019 fue declarado Pueblo Mágico del Ecuador. En la figura 5.2., se sintetizan algunos de los recursos localizados en los diferentes municipios que la integran.

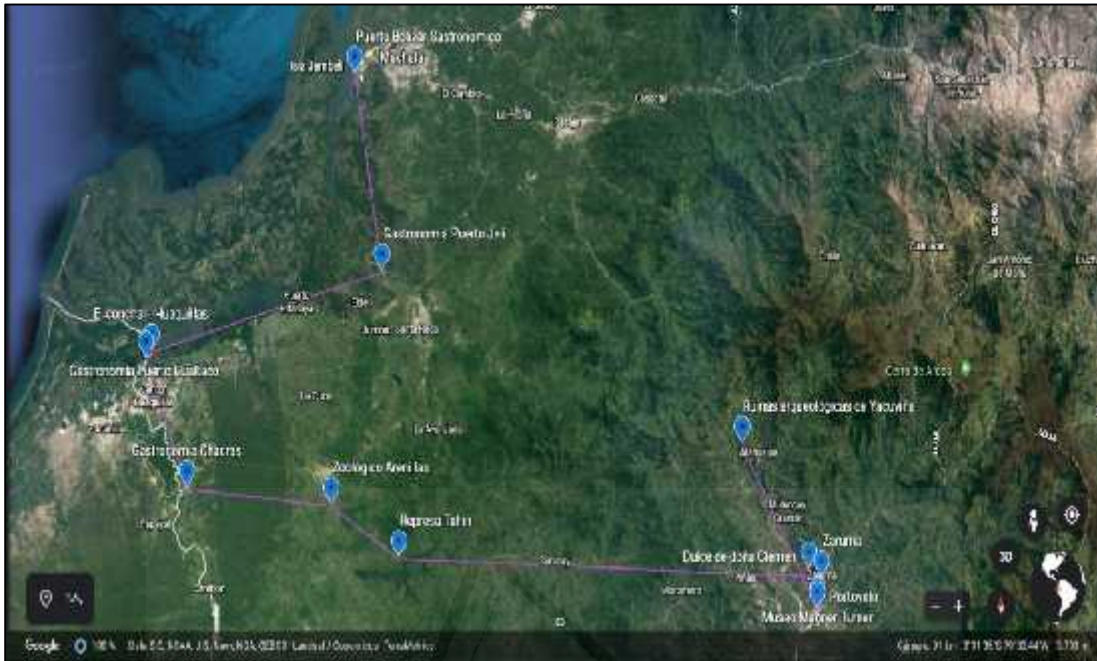


Figura 5.1. Imagen de satélite, donde se señala el trazado de la ruta de Patrimonio y Cultura de la Provincia de El Oro
Fuente: Google maps, 2020.

RUTA PATRIMONIO Y CULTURA

30 Gastronomía Puerto Bolívar Machala	36 Zaruma - Mina de El Sexmo - Gastronomía típica parte alta - Museo de cuarzo ☎ 0993094707 - 2973533	39 Museo Magnier Turner Partavelo ☎ 072949345
31 Gastronomía Puerto Jeli Santa Rosa		40 Lizhuimuni Pasaje
32 Gastronomía Puerto Hualtaco Huaquillas		41 El Conchal - Huaquillas
33 Gastronomía Chacras Arenillas	37 Dulces de Doña Clemes Zaruma	42 Yacuña - Añahuipa
34 Zoo Arenillas ☎ 073700260 ext 128	38 Partavelo - Zona de arqueología industrial de la SADC - Mirador de San José	
35 Represa de Tahuín Arenillas		

Figura 5.2. Detalle de la ruta Patrimonio y Cultura: recursos
Fuente: Cámara de Turismo de El Oro, 2017.

Es necesario comentar, aunque sea de manera sucinta, los recursos que disponen cada uno de los cantones que la integran para analizar su valorización y proponer actuaciones orientadas a su potenciación y reducción de las debilidades. Su análisis se llevará a cabo atendiendo a las siguientes premisas: origen, recursos naturales e iniciativas en materia turística.

Zaruma. Su nombre oficial es “Villa del Cerro de Oro de San Antonio de Zaruma”. Fundada en 1595, por los españoles, es considerada como una de las ciudades más antiguas del Ecuador, y donde se concentró gran parte de la comunidad española debido a los importantes yacimientos auríferos que allí se encontraban. Su nombre tiene origen en las palabras quichuas: Sara (maíz) y Huma (cabeza), que significan cabeza de maíz asociado a la forma de las pepitas y al color del oro que se extrae de sus minas. El cantón Zaruma es considerado como un “pueblo mágico” por el Ministerio de Turismo (2019). Esta calificación va asociada a su gran potencial debido a la gran riqueza cultural (entre las que cabe mencionar tradiciones y folklore), arquitectónica, natural y gastronómico.

La gastronomía del cantón Zaruma está influenciada por factores geo-ambientales, económicos, históricos, sociales y culturales. Ello ha determinado que en sus tierras se coseche yuca, maní, zango, maíz, palmito, y guayaba. Una mención especial recibe el cultivo de café. El café de Zaruma es reconocido internacionalmente por su aroma y sabor gracias a su cultivo en terrenos montañosos y subtropicales (Visita El Oro, 2018).

Otro recurso de gran potencial turístico es el centro urbano donde destacan las edificaciones relacionadas con la época colonial, en una primera fase y, posteriormente, viviendas relacionadas con la explotación del oro en el siglo XIX. Desde el punto de vista de la explotación minera, cabe mencionar la vista a la mina del Sexmo (figura 5.3), que se encuentra situada a 15 minutos del centro urbano de la ciudad, y considerada como una de las más antiguas del país, en donde los incas realizaban su explotación para ofrendarlo a los dioses.

Según indicad la leyenda, cuando los españoles capturaron a Atahualpa, los indígenas nativos ofrecieron grandes cantidades de oro a cambio de su libertad, pero, finalmente, los conquistadores mataron a Atahualpa y se quedaron con todo el oro. La mina “El Sexmo” es denominada así porque, de acuerdo a la historia, el Rey Felipe II después de recibir como regalo una pepa de oro que pesaba más de 3 libras y que había sido extraída de las minas de Zaruma, el rey reemplazó el impuesto de “el quinto real” por “el sexmo”, lo cual equivale a la sexta parte de las ganancias producidas en dichas tierras (Murillo, 2000). A estos recursos hay que añadir otros relacionados con actividades fabriles como la fábrica Muluncay (fábrica de campanas y pailas de bronce y cobre), recursos naturales (la cascada de Huayquichuma y el mirador natural Batea Rumi (figura 5.4.) y arqueológicos (los petroglifos).



Figura 5.3. Entrada a la mina del Sexmo.
Fuente: Autora, 2019.



Figura 5.4. Mirador Batea Rumi
Fuente: Autora, 2020.

Portovelo. Es un cantón fundado en 1896 como un campamento minero. Ese mismo año empezó sus operaciones de extracción de oro la empresa americana SADCO. Debido a su proximidad a Zaruma, muchos campamentos mineros se situaron en esta ciudad, ya que muchas personas se dedicaban a la búsqueda de oro ya sea en empresas o de manera independiente. Numerosos historiadores, entre ellos Zambrano (2011) afirman que Portovelo era un estado dentro de otro estado, ya que la cultura, tradiciones y festividades americanas fueron traídas e insertadas a este cantón, lo cual desencadenó con el paso de los años una “americanización” muy elevada de la población, hasta el punto de que acuñaron una moneda llamada el “Patterson”. La presencia americana repercutió en una educación y calidad de vida de las personas que ahí vivían, mayor a la de las poblaciones del entorno.

Como atractivos turísticos se puede destacar: las aguas termales de Portovelo (a las cuales se les atribuye propiedades medicinales y curativas), el Museo Mineralógico Magner Turner, que reúne una gran colección de minerales piedras de casi todo el mundo y los petrograbados en la parroquia Morales, los cuales son atribuidos a tribus de Atahualpa (figura 5.5).



Figura 5.5. Atractivos turísticos del cantón de Portovelo
Fuente: ViajandoX, 2020.

Malvas. Es una parroquia de tipo rural del cantón Zaruma. Su creación fue decretada como tal en 1884. Posteriormente, en 1911 se emite un decreto ratificador de la misma, sin embargo, la fecha definitiva de fundación es el 19 de marzo de 1934. El principal recurso turístico de Malvas es una pequeña iglesia que se encuentra en la parte interior de la parroquia, la cual posee cuadros y paredes pintadas, que tratan de emular a la Capilla Sixtina de Miguel Ángel en el Vaticano (figura 5.6.).



Figura 5.6. Iglesia Central de Malvas
Fuente: Efrén Avilés de Enciclopedia de Ecuador, (2020)

Atahualpa. En este cantón, el recurso turístico de mayor potencial es el yacimiento arqueológico de Yacuvíña, que está ubicado a 15 kilómetros de la ciudad de Paccha. En el año 2000 arqueólogos como Florencio Delgado Espinoza, Diego González Ojeda o Anne-Marie Hocquenghem señalaron que era un conjunto habitacional de los Incas alrededor de 1530. En él, se pueden encontrar estructuras e infraestructura de las habitaciones, así como elementos relacionados con el uso del agua. En una pequeña parte del poblado se ha eliminado la vegetación (figura 5.7) y se ha habilitado su visita. Este yacimiento continúa siendo investigado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Este yacimiento, que además constituye un magnífico mirador natural desde el cual se puede divisar parte de la costa peruana. Se encuentra definido por casas que se sitúan en graderíos de piedra similares a lo que existen en Machu Picchu. Por su ubicación y por semejanza a Machu Picchu, se considera que podrían llevar a cabo adoraciones al sol. Como han puesto de manifiesto las prospecciones realizadas, se considera que pudo existir una laguna perteneciente a los Cañarís, ya que de acuerdo a sus costumbres adoraban el agua.



Figura 5.7. Yacimiento arqueológico de Yacuvíña
Fuente: La autora, Atahualpa, 2019.

En las ruinas, se han ido descubriendo una gran variedad de piezas arqueológicas y esqueletos de aborígenes, que se han depositado en el museo de rescate cultural de Atahualpa. Los cañarís adoraban también a los árboles más altos y piedras de gran tamaño, por lo que en este lugar se encuentran numerosas piedras con estas características. Igualmente, en esta área se han ido identificando numerosas cuevas, muchas de ellas interconectadas entre sí.

5.1.2. Ruta Bosques Mágicos

La ruta Bosques Mágicos se encuentra conformada por los cantones de Piñas, Puyango, Arenillas y Santa Rosa (figura 5.8.). Atendiendo a los criterios señalados en el epígrafe 4.3., se considera como una ruta media, desde el punto de vista del desarrollo de las actividades turísticas. Su elemento articulador es la presencia de diversas áreas forestales con características diversas, desde el punto de vista de la vegetación y de grados de protección diversos. Dentro de la ruta “Bosques mágicos” las actividades turísticas son una fuente de desarrollo económico significativo, teniendo en consideración que cuenta con diversas tipologías de turismo como: turismo de aventura, ecoturismo, senderismo, avistamientos de ave y observación de flora y fauna endémica de la zona. En la figura 5.9., se sintetizan algunos de los recursos localizados en los diferentes municipios que la integran.

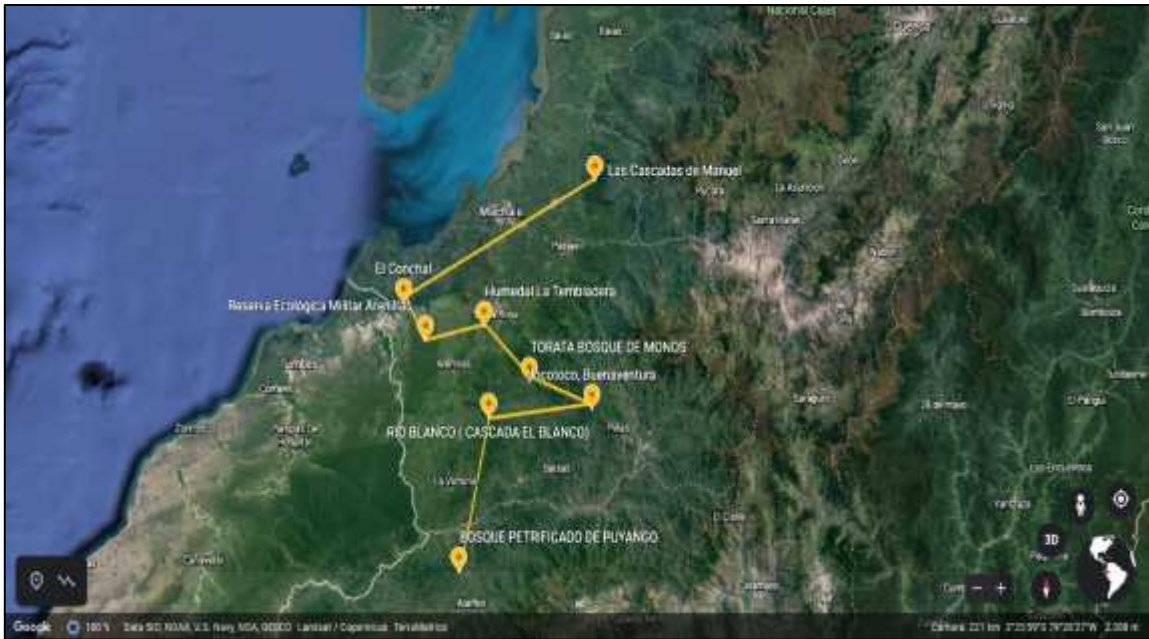


Figura 5.8. Imagen de satélite donde se señala el trazado de la ruta de Bosques Mágicos de la Provincia de El Oro
Fuente: Google Maps, 2000. Elaboración propia.

Es necesario comentar, aunque sea de manera sucinta, los recursos que disponen cada uno de los cantones que la integran para analizar su valorización y proponer actuaciones orientadas a su potenciación y reducción de las debilidades. Su análisis se llevará a cabo atendiendo a las siguientes premisas: origen, recursos naturales e iniciativas en materia turística.



Figura 5.9. Detalle de la ruta Bosques Mágicos: recursos
Fuente: Cámara de Turismo de El Oro (2017).

Piñas. Es un cantón cuyo nombre proviene del lugar de donde fue oriundo en España Juan de Loayza, su fundador. A partir del año de 1822 se constituye como barrio de la parroquia de Paccha. Sin embargo, con el crecimiento de la población, el desarrollo de la región y las reclamaciones de sus habitantes, en el año de 1846 fue elevada a la categoría de Viceparroquia. Esta misma, en 1862, es decretada como la Parroquia “La Merced de las Piñas”. Posteriormente en el año de 1895 es declarada como un cantón independiente.

En lo que respecta a sus atractivos turísticos se encuentra la reserva ecológica Buenaventura. Es una reserva, adquirida en 1999 por la Fundación Jocotoco, con aproximadamente 1500 hectáreas, que presenta una gran biodiversidad (vegetación, aves, e insectos), como los colibríes (figura 5.10) o el perico de orces. Alberga unas 320 especies de aves, 255 especies de mariposas y orquídeas. La visita al jardín de colibríes o el avistamiento del pájaro paraguas son algunos de sus atractivos. Además, es una zona que permite el acceso a los Andes Ecuatorianos. La zona protegida por ésta reserva cubre un sector angosto que marca la transición entre el bosque nublado (selva ecuatorial) y el bosque tropical seco. Se encuentra a menos de una hora de la ciudad de Machala. En ella junto al alojamiento en cabañas se lleva a cabo diversas rutas por la reserva, que se encuentran con alguna señalética relativa a las especies que pueden ser identificadas.



Figura 5.10. Reserva Ecológica Buenaventura
Fuente: Autora, 2019.

Junto este recurso, también hay diversos balnearios (es decir, áreas de baño) como Monte Sinaí, Selva Alegre, El Rincón de California, entre otros, y complejos ecoturísticos como El Manantial, El Paraíso o el Arapal.

Puyango. Es un yacimiento fosilífero, que recibe el nombre de bosque petrificado de Puyango. Se encuentra ubicado entre las provincias de Loja y El Oro y tiene una extensión aproximadamente de 2658 hectáreas, con formaciones geológicas del periodo Cretácico y formaciones vegetales (árboles y hojas del periodo Mesozoico). Los árboles tienen una edad aproximada de 100 millones de años y puede ser una de las mayores colecciones de madera petrificada en el mundo (figura 5.11), en donde predominan los árboles de género *Araucarioxylon*. Es importante destacar que este bosque pétreo se encuentra dentro de un “bosque vivo”, es decir de una formación de bosque tropical seco.



Figura 5.11. Bosque Petrificado Puyango.
Fuente: autora, 2019.

Arenillas. Es un cantón de la provincia de El Oro, que se encuentra ubicado en la parte sur-occidental de la misma. Su nombre se origina por la asociación que existe con la arena de su río, en donde las personas extraían el oro de la

“arenilla” o “arena fina” que era abundante. Desde el año de 1866 el cantón Arenillas fue una parroquia en la que predominaba la agricultura como actividad económica principal. Sin embargo, en el año de 1955 fue declarada como un cantón durante la presidencia de José María Velasco Ibarra debido a la petición de sus habitantes más ilustres, entre los que destacan Luis Urbano Tinoco Romero, Raúl Frías Aguirre, entre otros, quienes conformaron un Comité Pro-Cantonización e inspiraron a la población a apoyar sus iniciativas.

Entre sus atractivos turísticos se encuentra la reserva ecológica Arenillas, que tiene una extensión de 13.656 hectáreas. Cuenta con elevada biodiversidad entre la que cabe mencionar más de 153 tipos diferentes de aves, entre 60 y 80 mamíferos diferentes y gran diversidad de flora propia de la zona (bosque tropical seco) (figura 5.12). Este recurso se añade la cascada El Blanco, la cual nace en las entrañas de la cordillera Dumarí ubicada a 25 kilómetros al sureste de la ciudad de Arenillas. Se puede llegar a ella mediante un recorrido dividido en tres tramos, el primero de 7.7 kilómetros, el segundo de 8.6 kilómetros y el último de 7 kilómetros.



Figura 5.12. Reserva Ecológica Arenillas
Fuente: autora, 2019.

Desde el punto de vista de la oferta de alojamiento en sus proximidades cabe mencionar el Hillary Nature Resort (figura 5.13), que como su nombre lo indica es un resort turístico, cuyo origen es de la inversión privada orientada a la diversificación económica a partir de capitales procedentes de las actividades minera. Además, del complejo hotelero, cuenta con un zoológico, largas extensiones de reserva natural, áreas con aprovechamientos agrícolas y la oferta de diversas rutas de interpretación. Junto a este complejo hotelero en los últimos años se ha desarrollado algunas iniciativas de agroturismo, como por ejemplo la finca Happy fruit, que compagina la producción con técnicas agroecológicas junto a la realización de rutas por el interior de la explotación donde explica sistemas productivos y cultivos (con particular atención al cacao) o la restauración con productos propios o locales.



Figura 5.13. Fotografía área del hotel más representativo de la zona “Hillary Nature Resort & Spa”

Fuente: Hillary Nature Resort & Spa, 2019.

Santa Rosa. Es considerada como la tercera ciudad más poblada de la provincia de El Oro, es conocida como “La Benemérita” debido a todos sus antecedentes históricos en el conflicto que tuvo Ecuador con Perú hace varios años atrás. En el cantón Santa Rosa, se encuentran varios lugares turísticos representativos como el “Parque de la madre”, en donde se encuentra una escultura que representa a la imagen del cuidado materno hacia sus hijos, así como otros

parques emblemáticos como: el “Parque Simón Bolívar”, “Parque Antonio José de Sucre”, “Parque Primero de Mayo”. Por otro lado, también hay dos monumentos representativos como el “Monumento de Jorge A. Kaiser” y el “Monumento al pescador” (figura 5.14), un recurso importante para el cantón.



Figura 5.14. Monumento al pescador
Fuente: Municipalidad de Santa Rosa, 2019.

El Humedal “La Tembladera” situado en el cantón de Santa Rosa es un humedal de tipo continental, conformado por una laguna permanente que recibe ese nombre, y que está constituida por la zona inundable estacional y una superficie terrestre que bordea el área de humedal (figura 5.15) con tierras agrícolas utilizadas de manera intensiva en la producción agrícola. La laguna La Tembladera es un área de almacenamiento de agua que sirve para abastecer los sistemas de riego para la producción agrícola y ganadera. En lo que respecta a la flora, en su entorno se observan los faiques, los nigüitos y el palo prieto. En sus riberas, la teatina y la gigante anea o espadaña para elaborar petates y utensilios caseros. En sus aguas, el orejón, la totora, el lechuguín y el loto son abundantes. Además, se puede observar el guayacán, una de las especies presentes en el entorno de la Laguna (figura 5.15). En ese espacio se articuló una iniciativa orientada a poner en valor esta zona húmeda desde el punto de vista turístico para la que se creó una pequeña zona de amarre para patines para

permitir actividades de ocio en ella, así como folletos informativos sobre la flora y la fauna existente en ella (figura 5.15). Sin embargo, es una iniciativa que fracasó y en la actualidad parte de las infraestructuras turísticas o están abandonadas (kayaks) o sin concesión (quiosco para restauración).



Figura 5.15. Laguna de La Tembladera
Fuente: autora, 2017



Figura 5.16. Mapa de ubicación del Humedal "La Tembladera"
Fuente: Mestanza, 2015.

5.1.3. Ruta del Manglar

La ruta del manglar se encuentra conformada por Machala – Isla Santa Clara – La Puntilla – Archipiélago de Jambelí” (figura 5.17). Atendiendo a los criterios señalados en el epígrafe 4.3., se considera como una ruta baja, desde el punto de vista del desarrollo de las actividades turísticas. Su elemento articulador es la presencia de zonas húmedas y el ecosistema de los manglares en el sector litoral e insular. Dentro de esta ruta se han llevado a cabo algunas iniciativas turísticas, de carácter comunitario, vinculado a la puesta en valor del manglar como ecosistema (aviturismo) y las actividades económicas desarrolladas por la comunidad (gastronomía basada en la pesca). En la figura 5.18., se sintetizan algunos de los recursos localizados en los diferentes municipios que la integran.

Es necesario comentar, aunque sea de manera sucinta, los recursos que disponen cada uno de los cantones que la integran para analizar su valorización y proponer actuaciones orientadas a su potenciación y reducción de las debilidades. Su análisis se llevará a cabo atendiendo a las siguientes premisas: origen, recursos naturales e iniciativas en materia turística

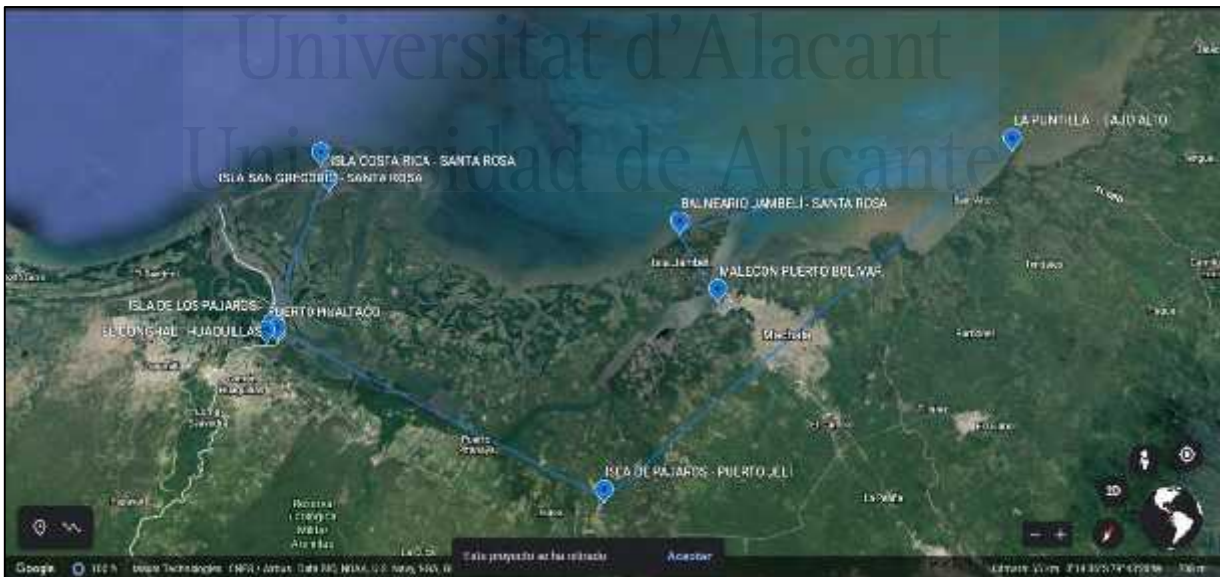


Figura 5.17. Imagen de satélite donde se señala el trazado de la ruta del Manglar
Fuente: Google Maps, 2020.



Figura 5.18. Detalle de la ruta del Manglar: recursos
Fuente: Cámara de Turismo de El Oro, 2017.

Machala. Según la investigación realizada, la ciudad de Machala no se encuentra reconocida como destino turístico en esta ruta. No obstante, presenta algunos recursos que justificarían su inclusión en esta ruta. Tal es lo que sucede con el río Chaguana que puede ser observado en el balneario (es decir, zonas para el baño) Dos Bocas – El Guabo (figura 5.19). El elemento con mayor atractivo del lugar es la unión de los ríos Chaguana y Águila que forman un solo rápido, notándose que los ríos tienen diferente color y caudal. La fuerza del torrente se debe a la diferencia de pendiente con que este gran volumen de aguas se desliza río abajo. Por este motivo, los turistas prefieren bañarse en la parte alta de la confluencia de estas aguas, que tienen una temperatura de entre 18 a 24 grados centígrados.



Figura 5.19. Balneario Dos Bocas
Fuente: La autora, 2020.

Isla Santa Clara. La isla Santa Clara es el mayor refugio de vida silvestre (concretamente de aves marinas) de la costa continental ecuatoriana. También es conocida como la Isla del Muerto, en virtud de que divisada desde cierta distancia se asemeja a la figura de un hombre acostado, como muerto (figura 5.20). El medio ambiente de Santa Clara es un sistema transicional marino-costero al que convergen las principales corrientes y masas de aguas frías como las de Humboldt y la extensión de la subcorriente Ecuatorial o corriente de Cronwell y aguas cálidas tropicales del norte como las de El Niño y Frente Ecuatorial y la incidencia de las aguas dulces de la cuenca del Guayas, el mayor sistema hidrográfico de la costa ecuatoriana, que corresponde a la bio-región del golfo de Guayaquil. En el medio marino circundante a la isla Santa Clara confluyen especies estearinas y neríticas costeras de afinidades biogeográficas mixtas (Astudillo, 2015). Ello ha dado lugar a iniciativas turísticas asociadas con su biodiversidad (avistamiento de fauna).



Figura 5.20. Reserva Marina Isla de Santa Clara.
Fuente: Gad Municipal de Santa Rosa, 2020.

La isla Santa Clara, declarada como Refugio de Vida Silvestre mediante acuerdo ministerial de tres de junio de 1999, es una excepcional área silvestre, ubicada en el golfo de Guayaquil, con un valor natural, cultural, científico y educativo. Se encuentra a 43 kilómetros al oeste de Puerto Bolívar y 25 kilómetros al suroeste de la isla Puná. La única vía de acceso es la marítima partiendo desde Puerto Bolívar en una travesía que dura dos horas en lancha rápida (Astudillo, 2016). Su área aproximada es de 5 hectáreas, con una altitud promedio de 40 a 60 metros sobre el nivel del mar. Se extiende 700 metros en dirección este-oeste con un ancho promedio estimado de 40-60 metros en la parte alta y unos 80 metros al nivel del mar.

En lo que respecta a la flora del lugar se puede observar diversas especies tales como: cortadera, gramínea, capparís, muyuyo y cactus. Su principal atractivo consiste en ser el mayor refugio de aves marinas que hay en el Ecuador continental. Cuenta con una pequeña playa de pescadores que es utilizada por los turistas que recorren la pequeña isla. La Isla Santa Clara es una de las áreas marinas de mayor diversidad conocida en aguas continentales del Ecuador. En el ambiente marino se ha reportado la existencia de 21 especies de aves, tres de mamíferos y una de tortugas. Es el hábitat de aves, lobos marinos, iguanas, piqueros patas azules, fragatas, pelícanos pardos, entre otras especies. Mamíferos migratorios como ballenas jorobadas, el delfín nariz de botella y el lobo chuzco de Perú. Tiene características similares a las Islas Galápagos, tales como la estructura volcánica y la fauna, durante Julio a septiembre, se da el avistamiento de las ballenas jorobadas.

Dentro de sus atractivos se pueden mencionar, además, restos fósiles. Estos corresponden a incrustaciones de invertebrados marinos (moluscos y bivalvos), los mismos que son un componente abundante en todo el suelo de la isla desde la base hasta las colinas. La edad de estos fósiles se considera en 65 000 000 a. c.



Figura 5.21. Avistamiento de aves en La Puntilla.
Fuente: autora, 2020.

La Puntilla - El Guabo. Es un lugar particularmente valorado para el avistamiento de aves (Figura 5.21). Además, caminando unos pocos metros hacia el muelle se puede disfrutar de una extensa playa de arena negra.

Archipiélago de Jambelí.: El Archipiélago de Jambelí se localiza frente a la costa de la provincia de El Oro, al sur del golfo de Guayaquil, y forma parte de la Zona Especial de Manejo (ZEM) definida por el Programa de Manejo de Recursos Costeros (figura 5.22). Es un conjunto de pequeñas islas rodeadas de manglares, donde se extienden playas ricas en vegetación y en un alto grado de naturalidad, por ejemplo, la isla de San Gregorio. Está localizado en el Océano Pacífico a 2 km de Puerto Bolívar y a 30 minutos en lancha desde Puerto Bolívar, mide 293 km².



Figura 5.22. Localización del Archipiélago de Jambelí
Fuente: Cámara de Turismo de El Oro, 2017.

La fauna marina es exuberante: gaviotas, garzas, pelícanos, martín pescador, y entre las raíces del manglar y el fango pueden avistarse cangrejos, jaibas, concha prieta, concha pata de mula, ostiones y en el ramaje una infinidad de aves. Se han registrado alrededor de 75 especies, aproximadamente 42 acuáticas, entre las que destacan la cotara cuellirrufa o rascón cuello rufo (*aramides axillaris*), el mirasol grande (*botaurus pinnatus*) y la pagaza piconegra (*gelocheledon nilotica*) y más de 20.000 aves acuáticas están presentes regularmente este espacio. En el lugar hay una gran variedad de flora siendo ésta el coco, mangle negro, canavalia marítima, mangle rojo, muyuyo, entre otros. En conjunto, configurado entre el Archipiélago y los puertos de donde parten las lanchas se pueden encontrar los siguientes atractivos turísticos:

- a) museo marino en puerto Bolívar, lugar donde el visitante puede conocer la fauna marina en una muestra que incluye corales, moluscos, hueso de ballenas, crustáceos, entre otras;

b) paseos ecológicos, ya que con una lancha se puede recorrer todo el archipiélago de Jambelí y disfrutará de sol, agua, manglares, avifauna, historia y mitología;

c) las playas de Jambelí y de otras islas como puede ser la de San Gregorio (figura 5.23) concentran la actividad de turismo de sol y playa. Especialmente la primera, que responde a un uso intensivo de este recurso. La segunda, en cambio, presenta un desarrollo embrionario y basado en un acceso restringido asociado a servicios (restauración) previa reserva y vinculado al horario de las mareas.

d) Puerto Hualtaco, que es el centro turístico de mayor importancia en la frontera sur-occidental del país. Cuenta con una variada gastronomía con platos típicos hechos a base de especies provenientes del manglar. Adicionalmente desde el malecón se articulan senderos a través del manglar.



Figura 5.23. Acceso/ingreso a la isla de San Gregorio
Fuente: Autora, 2019.

A modo de síntesis en la tabla siguiente se resumen los principales recursos identificados en las 3 rutas descritas anteriormente, para lo cual se utilizó la tipología empleada por el gobierno central de la provincia.

Tabla 5.1.
Atractivos turísticos por cada ruta según tipología

RUTA PATRIMONIO Y CULTURA		
CANTÓN	ATRACTIVO	TIPOLOGÍA
Machala-Puerto Bolívar	Gastronomía	Cultural
Santa Rosa-Puerto Jelí	Gastronomía	Cultural
Huaquillas-Puerto Hualtaco	Gastronomía	Cultural
Arenillas-Chacras	Gastronomía	Cultural
Arenillas	Zoológico Arenillas	Cultural
	Represa De Tahuin	Cultural
Zaruma	La Mina Del Sexmo	Cultural
	Gastronomía	Cultural
	Fábrica de Dulces Doña Cleme	Cultural
Portovelo	Zona Arqueológica Industrial de la Sadco	Cultural
	Mirador de San José	Natural
	Museo mineralógico de Magner Tuner	Cultural
Pasaje	Uzhcurrumi	Natural
Huaquillas	Bosque Protector El Conchal	Natural
Atahualpa	Yacuviña	Cultural
RUTA BOSQUES MÁGICOS		
CANTÓN	ATRACTIVO	TIPOLOGÍA
Las Lajas	Bosque Petrificado de Puyango	Natural
Arenillas	Reserva Ecológica Arenillas	Natural
	Cascadas del Blanco	Natural
Huaquillas	Bosque Protector El Conchal	Natural
Santa Rosa	Humedal La Tembladera	Natural
	Bosque de Monos en Torata	Natural
Piñas	Reserva Ecológica Buenaventura	Natural
El Guabo	Cascadas de Manuel	Natural
Portovelo	Cascada Arcoíris	Natural

RUTA DEL MANGLAR		
CANTÓN	ATRACTIVO	TIPOLOGÍA
El Guabo	La Puntilla	Natural
Santa Rosa	Isla San Gregorio	Natural
Huaquillas	El Conchal	Natural
Huaquillas-Puerto Hualtaco	Isla De Los Pájaros	Natural
Huaquillas	Puerto Hualtaco	Cultural
Santa Rosa	Isla Costa Rica	Natural
Santa Rosa-Puerto Jelí	Isla De Los Pájaros	Natural
Machala	Malecón Puerto Bolívar	Natural
Santa Rosa	Archipiélago De Jambeli	Natural

Fuente: Investigaciones CEITUR (Centro de investigaciones Turísticas).

5.2. Las actividades turísticas en el área de estudio a partir del análisis del resultado de las encuestas a turistas

La encuesta realizada a los turistas o población del lugar contiene 15 preguntas, las cuales fueron realizadas en el mes de Agosto del año 2019. Los resultados derivados de la realización de las 404 encuestas se estructuran y analizan en torno a los siguientes ítems: a) el cantón de procedencia y potencialidad turística; b) los recursos turísticos y evolución reciente de la actividad turística; c) actividad turística y su relación con la comunidad; d) impacto de las actividades turísticas en las comunidades locales: elementos culturales; e) turismo y mejora de las condiciones económicas de la comunidad; f) Infraestructuras; y g) Planificación y promoción turística.

5.2.1. Cantón de procedencia del turista y potencialidad turística

Este apartado se encuentra conformado por 6 preguntas, las cuales tienen como objetivo conocer la perspectiva que tienen los turistas potenciales acerca de

su cantón (ya que muchos de los entrevistados fueron personas de la zona), pero también se tomó en consideración la opinión de personas de otros lugares para de esta manera tener una perspectiva mucho más global al respecto. Ello permitirá poner de manifiesto si hay diferencias entre los visitantes locales y los de otras de procedencia. A continuación, se analizarán los resultados obtenidos en algunas preguntas incluidas en este apartado y cuyos resultados resultan más relevantes para los objetivos de esta tesis: *¿Considera que su cantón es un sitio turístico? (figura 5.24)*, *¿Cuál cantón encuentra más atractivo turísticamente para pasar sus vacaciones? (figura 5.25)* y *¿Considera usted que su cantón es turístico? (figura 5.26)*. Una información más detallada de los resultados del total de las preguntas de la encuesta se presenta en el anexo número 2 y 3.

De acuerdo a las preguntas anteriormente expuestas se puede denotar principalmente tres aspectos. El primero de ellos es que la gran mayoría de encuestados cree firmemente que el cantón al que pertenece tiene un gran potencial de turismo como pone de manifiesto que la respuesta mayoritaria es si con un 75% del total de la muestra (figura 5.24). Esta afirmación queda corroborada considerando que cada una de las zonas que han sido objeto de análisis a lo largo de este trabajo de investigación cuentan con sus propios atractivos turísticos y con aspectos particulares que los hacen diferenciarse del resto.

En segundo lugar, es el cantón de Zaruma es el que resulta más atractivo para los turistas, concentrando el 45,6% de las respuestas y con un valor muy diferenciado con la segunda respuesta que es Piñas con el 20,4% del total de las respuestas (figura 5.25). Esta situación se relaciona con el hecho de que es uno de los que recibe mayor promoción a nivel nacional e internacional por ser considerado como un pueblo mágico. Cabe destacar, asimismo, que Zaruma también se destaca por la explotación de minerales, entre ellos el oro y tiene articulada la visita a mina histórica, la del Sexmo, promocionada desde la propia empresa que tiene la concesión minera.

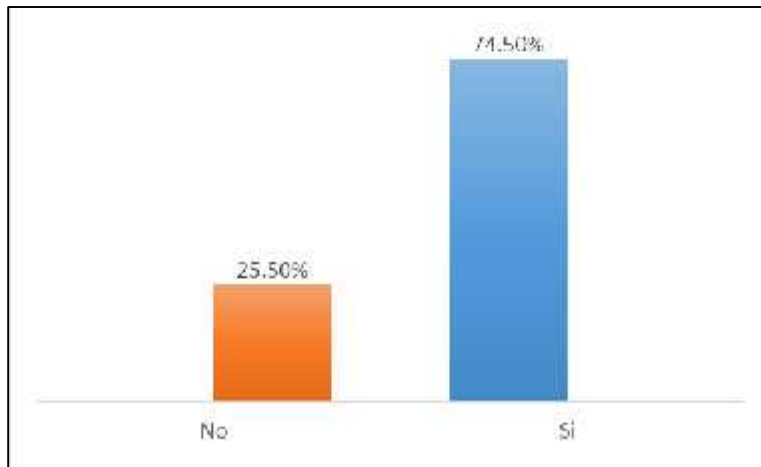


Figura 5.24. ¿Considera que su cantón es un sitio turístico?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

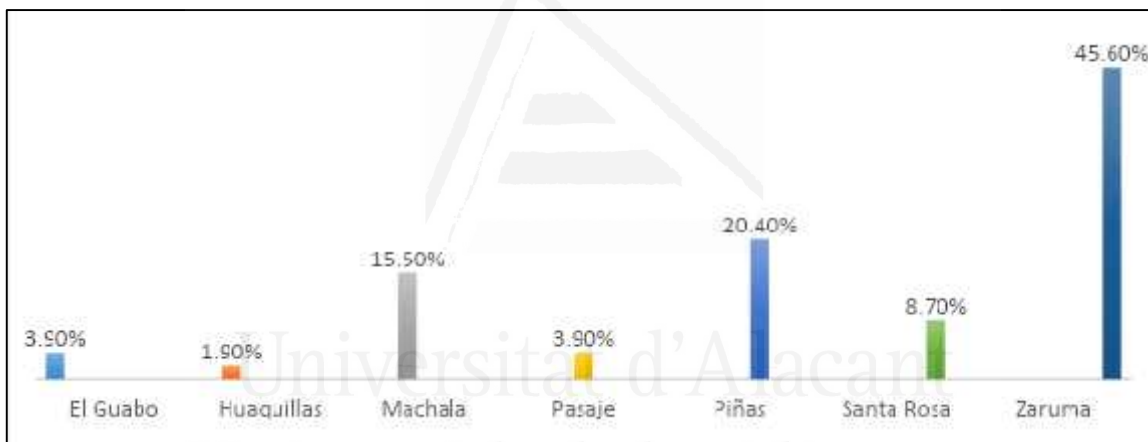


Figura 5.25. ¿Cuál cantón encuentra más atractivo turísticamente para pasar sus vacaciones?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

Y en tercer lugar y muy relacionada a la primera pregunta, se evidencia que un 48% están de acuerdo con que su cantón es turístico (figura 5.26) y que, por ende, cuenta con un gran potencial de desarrollo a mediano o largo plazo. Este porcentaje se eleva notablemente (hasta el 88%) si se suman las dos respuestas mayoritarias, que, a su vez, son las dos con valor positivo. Ínfimas es el porcentaje de los que dan una respuesta negativa (inferior al 2%).

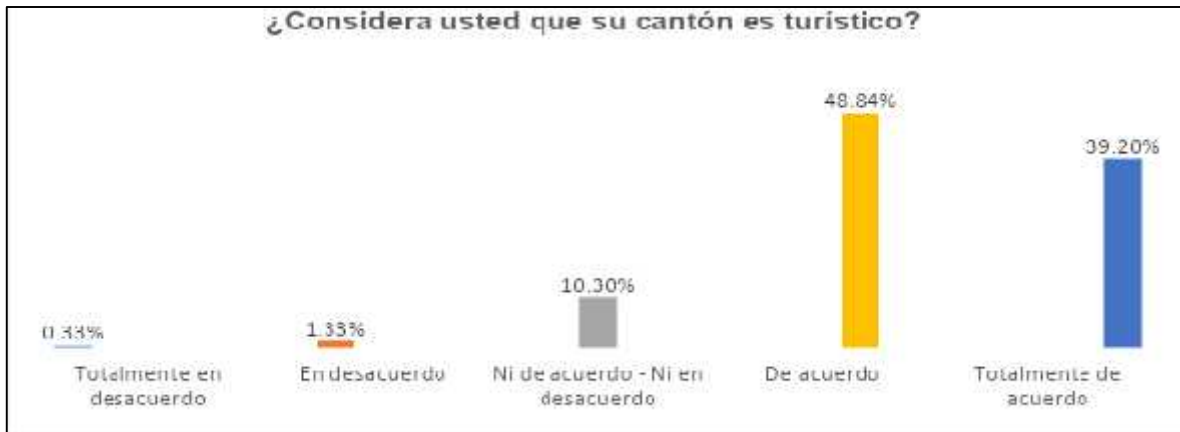


Figura 5.26. ¿Considera usted que su cantón es turístico?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.2.2. Recursos turísticos y evolución reciente de la actividad turística

Este apartado está integrado por dos preguntas, las mismas que se exponen a continuación. A través de ellas se pretende analizar cómo se percibe la potencialidad turística en el término de recursos y, a la vez, cómo se ha venido desarrollando dicha actividad a lo largo de los últimos cinco años. La primera de ellas (figura 5.27) tiene como objetivo conocer cuáles serían las actividades que el turista querría llevar a cabo en su visita y de este modo ver el grado de adecuación con las rutas que se han elaborado. A tenor de las respuestas, los tres tipos de turismo que más se destacan son: turismo de aventura (22,46%), turismo de sol y playa (15,31%) y turismo gastronómico (15,47%). Estos tres tipos son los más atractivos para las personas y que desde luego les gustaría realizar. No obstante, resulta significativo que ecoturismo, agroturismo o turismo comunitario tengan porcentajes bajos, dado la relevancia que tiene en algunas rutas las iniciativas desarrolladas por la comunidad como puede ser en la ruta del Manglar, la creación de rutas del cacao o el elevado valor ambiental de algunos ecosistemas, como los sectores de selva. Ello puede denotar una falta de promoción de esas rutas que hace que los potenciales visitantes, muchos de ellos habitantes de esta provincia, desconozcan su existencia.

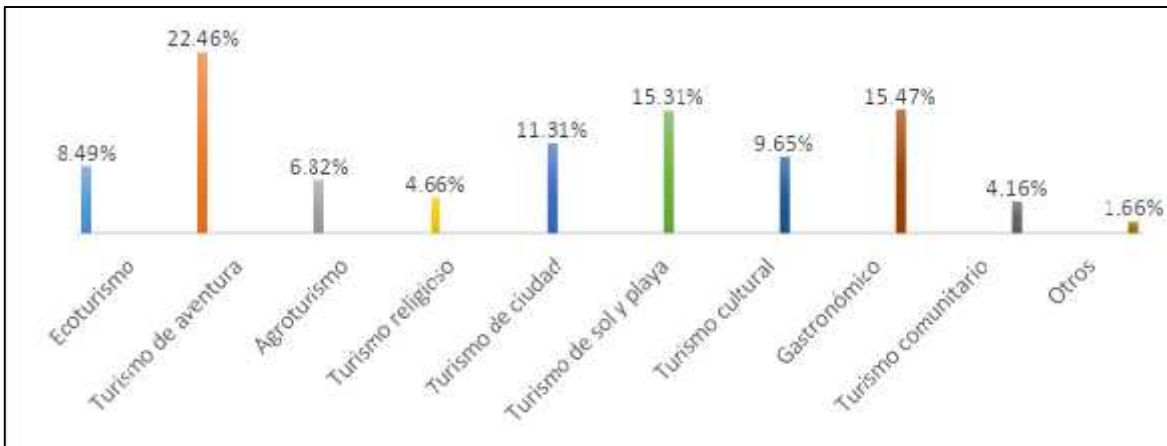


Figura 5.27. Actividad turística que le gustaría realizar
Fuente: encuestas. Elaboración propia

En relación a la segunda pregunta (figura 5.28) también se registra un porcentaje bastante alto de respuestas positivas. Un 57,14% considera que, en los últimos cinco años, sus respectivos cantones han experimentado en general un crecimiento y desarrollo en la actividad turística que realizan. La respuesta positiva se sitúa en un 73% si se contemplan las dos respuestas positivas (de acuerdo y totalmente de acuerdo). Y, por ende, han tenido un aumento de actividades, más opciones desde el punto de vista de la oferta turística y mayor cantidad de empresas que ofrecen el servicio, entre otros.

No está demás mencionar que estas preguntas analizan la perspectiva actual de la situación turística de los cantones encuestados, en otras palabras, tener el conocimiento de lo que consideran en la actualidad los turistas potenciales que se quieren movilizar a los diferentes puntos de la provincia.

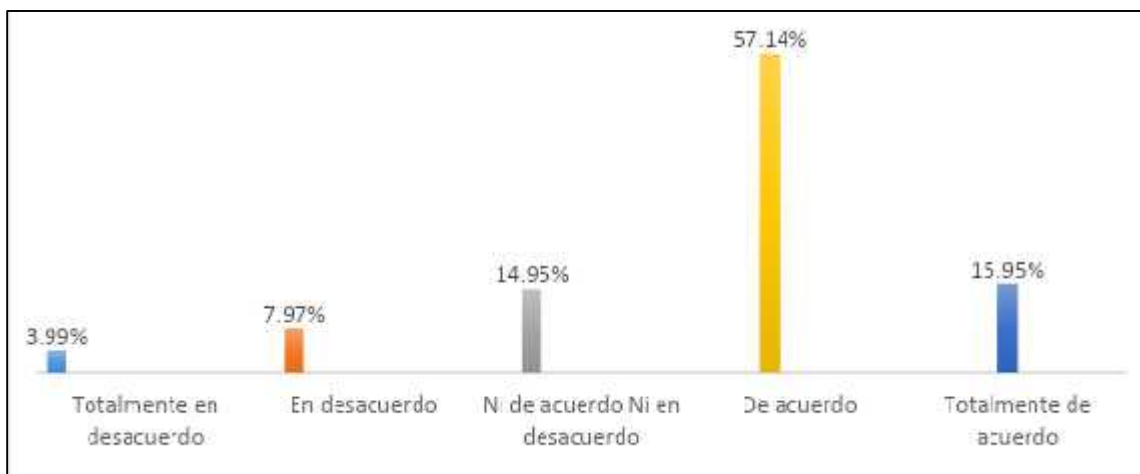


Figura 5.28. ¿Considera que en los últimos 5 años se ha producido un desarrollo de la actividad turística en su cantón?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.2.3. Actividad turística y su relación con la comunidad

Este apartado se encuentra conformado por dos preguntas, las cuales tienen como objetivo principal mostrar como la comunidad percibe la actividad turística. La primera de ellas (figura 5.29) tiene como finalidad conocer el grado de participación de la comunidad en el desarrollo de las actividades turísticas. Por un lado, el 44.58% de los encuestados consideran que la comunidad participa activamente y por ende se encuentra integrada en el desarrollo y manejo de las actividades turística. Sin embargo, es importante dar más notoriedad a esta participación, ya que alrededor de un 17% consideran todo lo contrario, es decir, totalmente en desacuerdo o en desacuerdo. Respuesta, asociada, no tanto a que no se dé, sino más bien porque no se publicita. Y este porcentaje hay que añadir el que no está de acuerdo o en desacuerdo, con un 21,5%. Por tanto, la labor de dar a conocer la importancia de que la comunidad participe activamente en las actividades turísticas es una cuestión a contemplar como actuaciones a mejorar. La labor de difusión debe ser mejorada.



Figura 5.29. ¿Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

En relación a la segunda pregunta (figura 5.30), más de un 70% ven a la comunidad como un aspecto clave de atracción de turistas. Esto debe considerarse como un elemento de ventaja competitiva muy difícil de replicar, ya que depende de la calidez de la comunidad que recibe al turista, que estos decidan repetir o den a conocer el destino al haber tenido una experiencia positiva en su visita. Es muy característico del ecuatoriano ser una persona cálida, aspecto propio de la región, Sin embargo, también es una característica propia de los orenses (los habitantes de la provincia de El Oro), los cuales atraen a turistas por su ayuda constante, siempre velando por la mejor atención y servicios. No se evidencia muestras de rechazo a potenciales visitantes, probablemente, por el carácter de la población, pero también porque el número de visitantes no es elevado y no se considera como una actividad que interfiera en su vida cotidiana, al contrario.

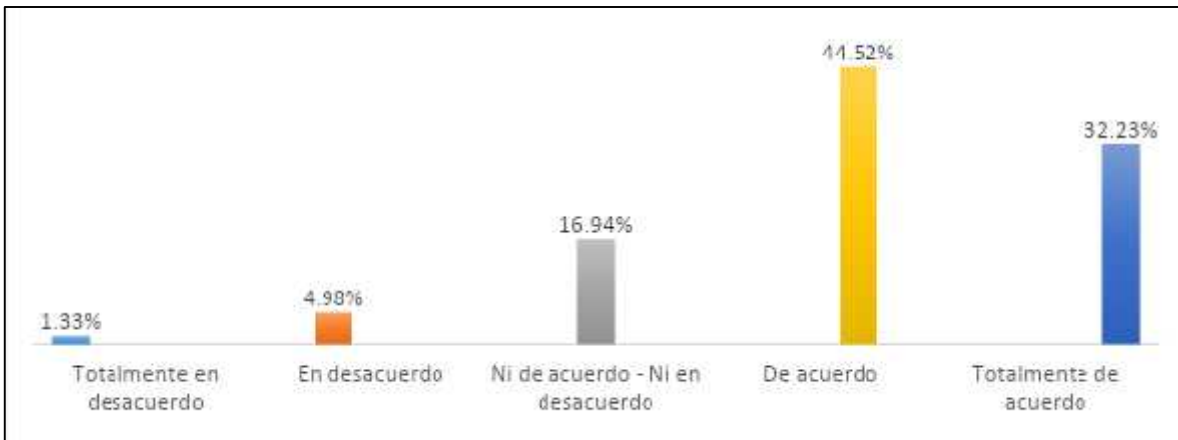


Figura 5.30. ¿Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.2.4. Impactos de la actividad turística sobre las comunidades locales: elementos culturales

El objetivo de este apartado es el de dar a conocer el impacto positivo o negativo del desarrollo de actividades turísticas desde el punto de vista de los elementos culturales y la diversificación de actividades económicas y, por ende, el incremento de los ingresos a la comunidad. A la pregunta si la actividad turística ha provocado cambios en la cultura de los residentes y/o pérdida de tradiciones y costumbres (figura 5.31), el 36,54% que considera que la actividad turística ha ocasionado un fuerte impacto en el cambio de las costumbres y tradiciones de los locales de la zona. Porcentaje que se incrementa hasta el 47,8 si se suma la respuesta “totalmente de acuerdo”. Entre las razones que apoyan esta respuesta señalan sobre todo que muchos de ellos adaptan en algún momento idioma, vestimenta, alimentación, medios de transporte o de recolección de alimentos para poder satisfacer las necesidades del turista, ya que al final del día estos son aquellos que generan ingresos para todas las familias que forman parte de dicha comunidad turística. Se evidencia del impacto del turismo en las formas de vida de la población, asociada en muchos casos a actividades en ámbitos rurales.

Esta es la respuesta mayoritaria. No obstante, cabe señalar que hay un porcentaje representativo de los entrevistados (un 25,58%) que no sabe que responder. A ello se une el hecho de que son predominantes las que tienen una respuesta negativa (alrededor de un 26%) frente a los que responden totalmente de acuerdo, un 11%. Esta distribución puede deberse a que, a pesar de mencionen, el impacto de la actividad turística sobre las costumbres locales, la intensidad de la actividad se valora como algo positivo desde el punto de vista económico, es decir, aportando ingresos. Siendo esta cuestión una de las respuestas señaladas por los entrevistados al justificar su respuesta.

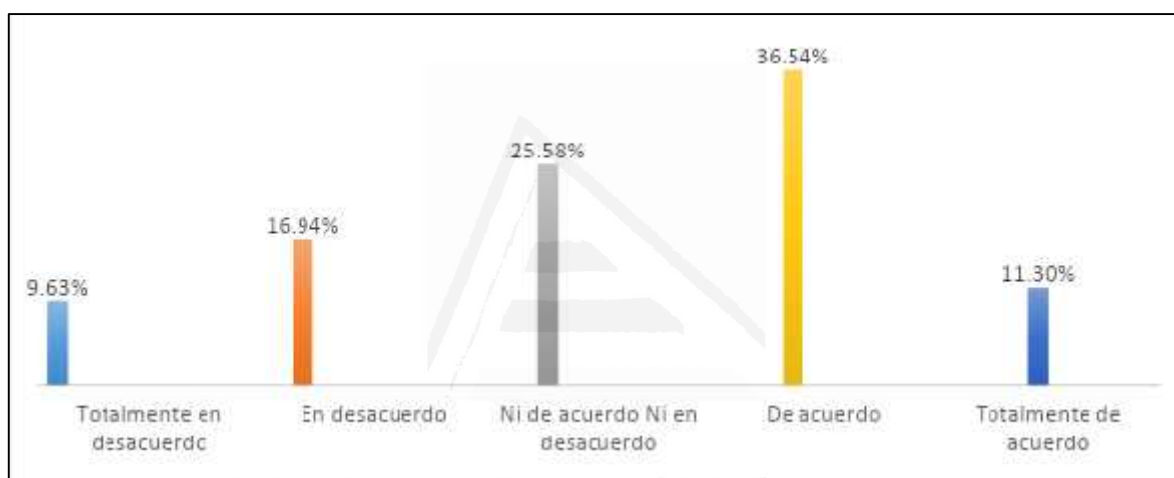


Figura 5.31. ¿La actividad turística ha provocado cambios en la cultura de los residentes y/o pérdida de tradiciones y costumbres?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.2.5. Turismo y mejora de las condiciones económicas de la comunidad

El turismo es una actividad económica que desde sus inicios trae consigo un importante aporte económico a la comunidad, sobre todo en aquellas con problemas de desarrollo. Para ello es indispensable saber que los locales están convencidos de lo importante que es el turismo para ellos y el aporte que generan para su economía y desde luego a largo plazo en el mejoramiento de sus condiciones y calidad de vida. Por ello, en el modelo de entrevista se diseñaron cuatro preguntas

cuyo objetivo era conocer que pensaban los turistas sobre la trascendencia que el turismo tenía en las economías locales, pero también que pensaban sobre el impacto de esta actividad sobre las economías locales. En las cuatro preguntas la respuesta mayoritaria es “de acuerdo”, seguida de “totalmente de acuerdo”, que acumulan porcentajes por encima del 80%. La trascendencia del turismo como diversificador de la economía y generador de rentas queda puesta de manifiesto.

Dentro de los resultados más importantes dentro de este apartado se encuentran:

el 54,15% afirman que los turistas mejoran la calidad de vida de los residentes (figura 5.32).

el 53,49% están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas (figura 5.33). El porcentaje de la respuesta mayoritaria es muy similar al de la pregunta anterior. Sin embargo, empieza a observarse que se incrementa el porcentaje de las respuestas negativas con un 10%, es decir, a “totalmente en desacuerdo” o “en desacuerdo” o los que no tienen respuesta con casi un 12%. Esta diferencia manifiesta que, si bien se reconoce la relevancia económica del turismo, subyacen ciertas dudas sobre el papel de la población local en su desarrollo.

53,16% consideran que el turismo tiene gran relevancia en la economía local (figura 5.34)

83,84% ven al turismo como una importante fuente de empleos para población (figura 5.35). Es la respuesta que registra el porcentaje de respuestas favorables más elevado, un 83,84%, refrendando el hecho de que el turismo ha sido considerado como la vía para el desarrollo. En un primer momento a partir del desarrollo de actividades de sol y playa (muy concentradas en el sector de Jambelí) y posteriormente con la puesta en valor de recursos endógenos.



Figura 5.32. ¿Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorara la calidad de vida de los residentes?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

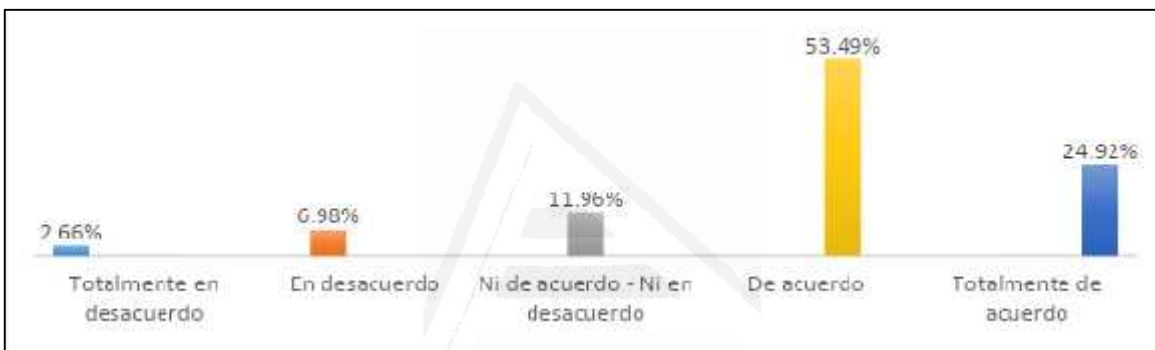


Figura 5.33. ¿Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad?

Fuente: encuestas. Elaboración propia.



Figura 5.34. ¿Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

Los porcentajes detallados anteriormente no solamente destacan que la comunidad es consciente del aporte y relevancia del turismo desde el punto de vista de los ingresos y de la creación de puestos de trabajo, sino, también (y como un efecto colateral de ese bienestar que les trae), están dispuestos a retribuirlo al turista a través del ofrecimiento de mejor calidad en el servicio o producto que le venden y en muchos casos con la creación de nuevos emprendimientos.



Figura 5.35. ¿Considera usted que el turismo proporciona puestos de empleo para los residentes?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.2.6. Infraestructuras

Este apartado se encuentra integrado por dos preguntas, que tuvieron como objetivo conocer el impacto tanto positivo como negativo del desarrollo de las actividades turísticas desde el punto de vista de los elementos culturales y la diversificación de actividades económicas y por tanto incremento de los ingresos del cantón. Pero sobre todo como para su desarrollo a medio plazo es necesario llevar a cabo una serie de mejoras o crear infraestructuras que permitan su desarrollo, pero también eviten una serie de impactos ambientales asociados a su implantación como puede ser el incremento de la demanda de agua y energía, la necesidad de mejorar y/o implantar sistema de recogida de residuos, la depuración de las aguas residuales, etc. La implementación de estas actuaciones lleva

aparejada, o debería conllevar, una mejora para la población local al beneficiarse también de ellas, especialmente en aquellas comunidades con recursos naturales elevados y, por su carácter de marcada ruralidad, presentan un significativo déficit de infraestructuras.

Por regla general, un lugar en el cual aumenta la afluencia de turistas requiere de mejoramiento de infraestructura para facilitar su movilidad entre la zona emisora y receptora, servicios básicos relacionados con la actividad turística (alojamiento y restauración), pero también de carácter más generalista como pueden ser los financieros, culturales o comerciales. Por tal razón, es indispensable que las autoridades gubernamentales de cada cantón tomen en consideración y tengan claro los números en lo que respecta a la generación de ingresos para la economía local, ya que de esta manera podrán retribuir al sector turístico a través de mejoras continuas de las competencias que se encuentran dentro de su campo de acción tal como se menciona en las siguientes preguntas (como servicios públicos que incluye alcantarillado, alumbrado público, mejoramiento de parques, calles, recolección de basura, entre otros). Ello a su vez repercutiría, probablemente, en un incremento de las actividades turísticas.

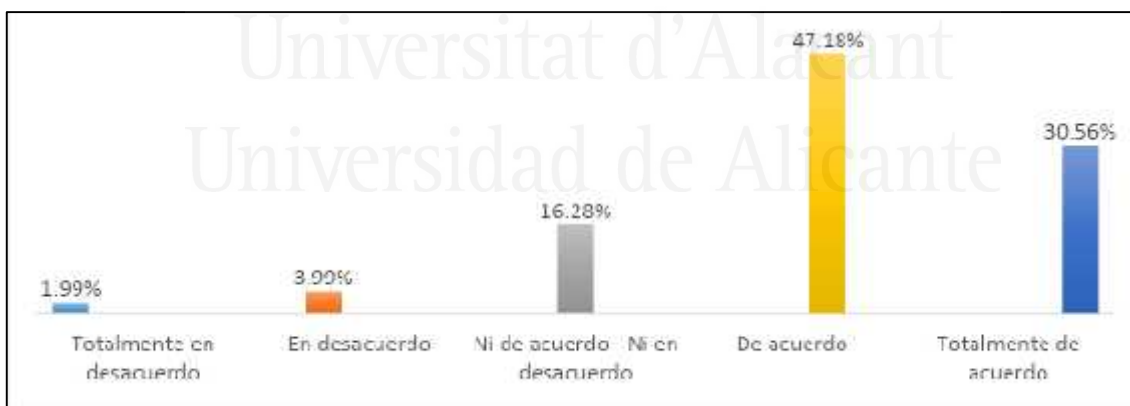


Figura 5.36. ¿Considera usted que con la llegada de turistas la calidad de infraestructura y de servicios públicos mejorará?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

En la pregunta de si “considera que con la llegada de turistas la calidad de infraestructura y de servicios públicos mejorará” (figura 5.36), las repuestas

favorables son mayoritarias al concentrar casi el 80% del total, lo que corrobora la relación entre turismo y mejora de infraestructuras. En cambio, en la respuesta a “cómo se manejan algunos de los servicios básicos del cantón” (figura 5.37), los resultados presentan significativos contrastes. De manera general predomina una visión más negativa. Si bien la respuesta mayoritaria es la de “de acuerdo” con casi un 32%, el porcentaje de respuestas negativas acumula el 37,5%. Y este porcentaje se incrementa si se incorpora la respuesta “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” que representa el 25,5%, es decir, o bien el incremento del turismo no ha repercutido en una mejora de la gestión de estos servicios o bien esta mejora es muy puntual y no ha beneficiado a la mayor parte de la población. Estos son los argumentos aducidos por algunos de los entrevistados para justificar sus repuestas “totalmente en desacuerdo”, “en desacuerdo” o “ni de acuerdo ni en desacuerdo”.

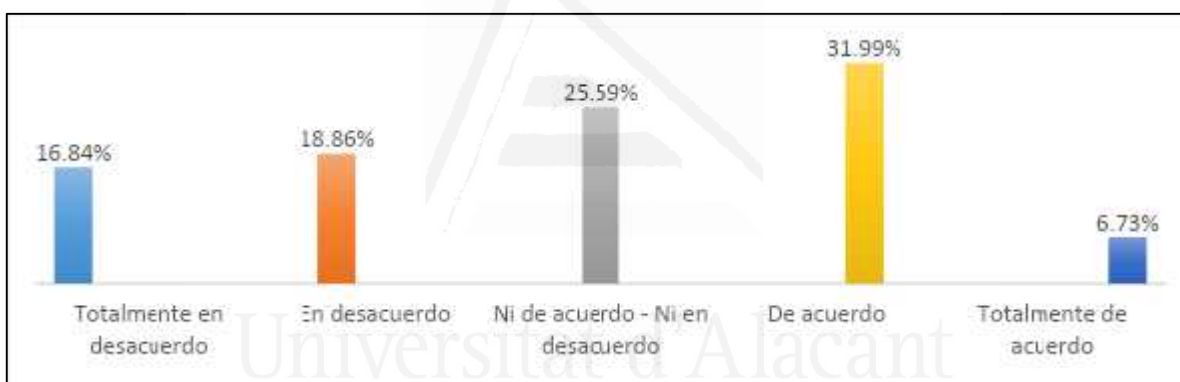


Figura 5.37. ¿Considera usted que la seguridad, servicios básicos y manejo de residuos de su cantón se manejan adecuadamente?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.2.7. Planificación y promoción turística

Otra de las cuestiones incluidas en la encuesta fue la planificación y promoción turística. Ambas se encuentran en un alto porcentaje dentro del campo de acción de los gobiernos municipales o cantonales, por tal razón, es indispensable que estos destinen recursos para el mejoramiento de la actividad turística. Este apartado se encuentra conformado por dos preguntas, y tiene como objetivo realizar

un análisis acerca de la promoción turística que realizan con respecto a los diferentes sitios que se encuentran disponibles para visitar y que cuentan con un gran potencial de desarrollo en lo que respecta al turismo y cómo estas actuaciones son percibidas por los turistas.

En la actualidad, y para poder alcanzar un mayor volumen de turistas que conozcan los sitios turísticos que se encuentran disponibles en el cantón, es importante contar con recursos digitales que presenten de la manera más real y atractiva el potencial que se tiene, los diferentes tipos de turismo que se pueden realizar y de esta manera promocionar a nivel internacional todo el potencial con el que cuenta la provincia de El Oro. Las preguntas tenían como finalidad conocer, por un lado, el grado de conocimiento de los turistas acerca de los recursos digitales y, más concretamente, la página web y, por otro, si se estaban llevando acciones para capacitar a la población. En la primera de ellas (figura 5.38), la respuesta mayoritaria (30,98%) refleja desconocimiento por parte de la población ya que no sabe responder, bien porque no la conoce, bien porque no suele utilizar este tipo de recursos digitales. Próxima a esta se sitúa la que señalaba que sí que la conocía. A tenor de estos resultados, se hace necesaria prestar atención a esta cuestión. Debe ser una cuestión que deben contemplar las autoridades en sus campañas de promoción, pero también, aunque escape a sus competencias, en la formación en competencias digitales de la población por parte de las autoridades educativas.



Figura 5.38. ¿Usted conoce si su cantón cuenta con una página web donde promociona los lugares turísticos del cantón?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

La segunda (figura 5.39) tenía como objetivo conocer si conocían si se estaban llevando a cabo capacitaciones en materia turística. Las respuestas no muestran una tendencia clara ya que las tres respuestas mayoritarias (en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y de acuerdo) se sitúan con valores próximos (entre el 22 y el 27%) lo que refleja que no hay una respuesta nítida por parte de la población. Al igual que en el caso anterior, se evidencia la necesidad de adoptar actuaciones en esta línea que mejoren la capacitación de la población, o bien, en el caso de que se estén llevando a cabo (como en algún caso se ha hecho, mejorar los canales a través de los cuales esta información llega a la población.

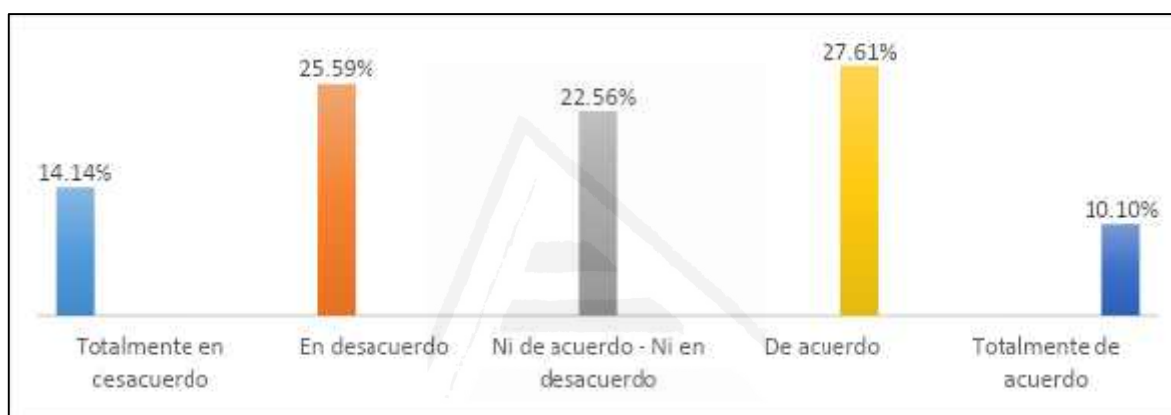


Figura 5.39. ¿Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.3. Análisis de los resultados de las encuestas realizadas a prestadores turísticos

Los resultados derivados de la realización de 214 encuestas que se realizaron durante los meses de agosto y septiembre del 2019 se estructuran y analizan en torno a los siguientes ítems: a) percepción sobre la potencialidad turística del cantón; b) oferta turística; c) desarrollo de la actividad turística; d) evolución de las actividades turísticas; e) turismo y comunidad local: repercusiones en la economía local; f) perfil del visitante; y g) planificación y promoción turística. A

continuación, se detallan los apartados y resultados que forman parte de esta sección de encuestas realizadas a los prestados turísticos. Todas las preguntas y respuestas completas están disponibles en el anexo número 3.

5.3.1. Percepción acerca de la potencialidad turística del cantón

Este apartado se encuentra conformado por tres preguntas, y su objetivo es conocer la percepción que tienen los prestados turísticos acerca de la potencialidad del cantón y sus posibilidades de desarrollo futuro, así como las perspectivas que tienen con respecto a la potencialidad de crecimiento de sus negocios relacionados al turismo. La primera de las preguntas tenía como finalidad conocer si los prestadores consideraban a su cantón como un sitio turístico. La respuesta mayoritaria fue que sí, con un 73,84%. Las otras dos preguntas del apartado se hicieron específicamente a los que respondieron afirmativa o negativamente para conocer cuáles eran los argumentos con los que sustentaban su afirmación. Es decir, no se realizaron a aquellos que respondieron “ni de acuerdo, ni en desacuerdo”).

Los argumentos de los que contestaron que no (un 26,16%) (Figura 5.40) se relacionan con cuestiones vinculadas con los recursos ya que un 27,42% indica que no hay lugares atractivos. Otra de las respuestas se vinculaba con una inadecuada promoción y comercialización (que concentra un 38,71% de las respuestas) y la mala gestión de los políticos con un 33,87%, que es la respuesta mayoritaria. Las respuestas evidencian una deficiente labor por parte de las autoridades con competencias en turismo tanto desde el punto de vista de la gestión como de la promoción, pero resulta muy llamativo que los propios prestadores turísticos consideren “que no hay lugares turísticos”, ya que difícilmente van a “creer” en una actividad que no tiene atractivos para desarrollarse. Es necesario, por tanto, una labor de formación y de dar a conocer los recursos que poseen. En muchas ocasiones, es la población local la que, al convivir con esos recursos, no los considera merecedores de atraer visitantes. La tarea de dar a conocer los recursos

y su potencial es una cuestión fundamental y prioritaria en la que la comunidad académica tiene que desempeñar un papel prioritario, además de actuar adoptado un papel de liderazgo.

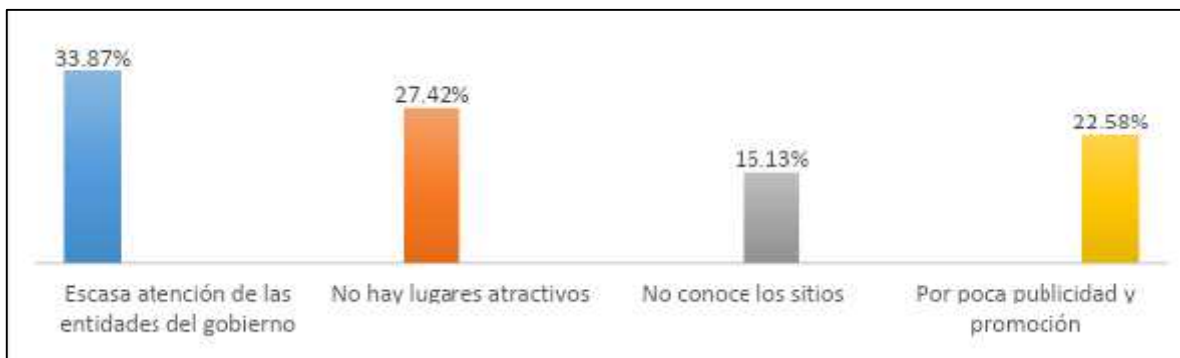


Figura 5.40. Los que contestaron NO a la pregunta anterior, ¿Cuál es la razón por la que considera que su cantón no es un sitio turístico?

Fuente: encuestas. Elaboración propia.

Las respuestas de los que contestaron afirmativamente (un 73,84%) (Figura 5.41) reflejan la relevancia que el turismo gastronómico tiene en la provincia de El Oro o al menos que un porcentaje de los prestadores turísticos así lo cree. Es la respuesta mayoritaria con un 38,73%, seguida de los atractivos naturales (21,39%) y en tercer lugar la playa. Las respuestas reflejan muy probablemente que piensan esos prestadores turísticos de las actividades turísticas relacionadas con el número de turistas y lo que demandan, pero también el desconocimiento de los recursos de los que dispone la provincia y de iniciativas que se están desarrollando en ella vinculada a diversos recursos turísticos. El potencial natural y cultural (recogido, por ejemplo, en algunas de las rutas creadas por la autoridad provincial) prácticamente no se refleja en las respuestas de estos prestadores turísticos. Como ya se ponía de manifiesto en las encuestas a los potenciales turísticos, la promoción es una tarea que presenta notables deficiencias. Dar a conocer los recursos existentes y las rutas articuladas tiene que ser uno de los objetivos prioritarios de la administración cara a poner en valor de una manera tangible, es decir, que repercuta en el incremento de viajeros e ingresos.

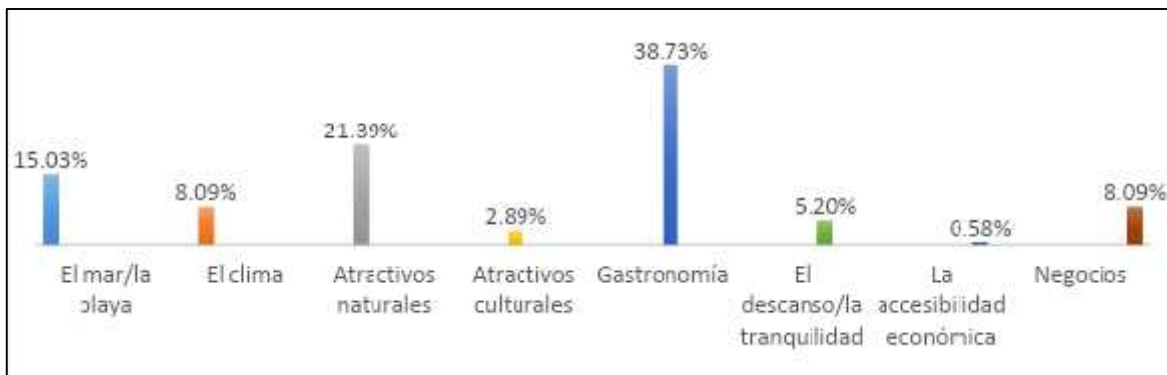


Figura 5.41. Los que contestaron SI a la pregunta: ¿Cuál cree usted que es la razón que motiva al turista a visitar su cantón?

Fuente: encuestas. Elaboración propia.

5.3.2. Oferta turística

Este apartado tiene como finalidad conocer expresamente el tipo de producto que los emprendedores o negocios dedicados a atender las necesidades generadas por el turismo ofrecen a los visitantes. En este caso (Figura 5.42) un 77,46% está enfocado al segmento de la alimentación a través de negocios como bares o restaurantes. Esta respuesta corrobora en parte los resultados obtenidos en la pregunta anterior en la que se les examinaba sobre el motivo por el que los turistas visitaban el cantón y donde la gastronomía era la respuesta mayoritaria. En este caso, además, del uso turístico se une su uso por la población local con finalidad de ocio. El segundo segmento más atendido es el del hospedaje, pero con notable diferencia del primero (más de 20 puntos porcentuales). Ello en gran medida se vincula con el carácter de visitantes y no de turistas. Ello a su vez es resultado de la escasa oferta de alojamiento fuera de la capital provincial y algunos complejos en áreas muy concretas por ejemplo el Hillary Resort. A pesar de esta notable diferencia, sin embargo, son los que más se destacan por parte de los encuestados. Y ello apoyado en dos respuestas. Por un lado, porque es lo primero que busca el turista al momento de encontrar un destino para hacer turismo y, por otro (aunque parezca contradictoria) señalan que “desde luego en donde hay mucha más

competencia”, ya que la oferta se ha ido incrementando en los últimos años y esta no ha ido acompañada de un incremento significativo de los turistas.



Figura 5.42. ¿Qué tipo de productos ofrece a sus visitantes?
Fuente: encuestas. Elaboración propia.

5.3.3. Desarrollo de la actividad turística

Este apartado se encuentra conformado por dos preguntas y tiene como objetivo conocer un poco más a profundidad como se ha venido desarrollando la actividad turística en el cantón en los últimos años y de esta manera poder contar con una perspectiva más amplia desde el punto de vista de los prestadores turísticos en materia del desarrollo de este tipo de actividad, es decir, su evolución. Por ello las preguntas se orientan a conocer el periodo de tiempo en el que ha prestado servicios turísticos (Figura 5.43) y el número de visitantes que recibe (Figura 5.44).

Con respecto a la primera es importante mencionar que más de un 60% de los encuestados tiene en el negocio del turismo más de seis años, que es cuando se iniciaron las primeras compañías de promoción turística de la provincia y que se acentuaron en 2017 cuando se creó la marca “*El Oro megadiverso, del páramo al manglar*”. No obstante, es necesario incidir en el hecho de que un 38,7% lo tiene más de 10 años, por lo que y un 34,11 menos de 5 años. Por lo tanto, la creación de nuevos negocios en materia turística no refleja un incremento elevado, sino que responde a negocios existentes que han ido adecuando su oferta a los nuevos

turistas y donde la restauración ocupa un lugar destacado. Se pone de manifiesto que el potencial de la provincia es elevado, pero no se ha concretado en productos consolidados.

En relación al número de turistas que reciben (Figura 5.44) afirman que más de cincuenta turistas durante un mes. Es la respuesta mayoritaria, pero también la de mayor rango de turistas. Ello puede relacionarse con los resultados de la pregunta anterior. Evidenciando que hay un porcentaje de negocios con cierta tradición y consolidados frente a un número menor de negocios que se han incorporado a la actividad turística en los últimos años. También esos datos son resultado del predominio de los prestadores vinculados con la restauración, que en muchos casos responden al ocio de la población local y no tanto a servicios a visitantes o a turistas.

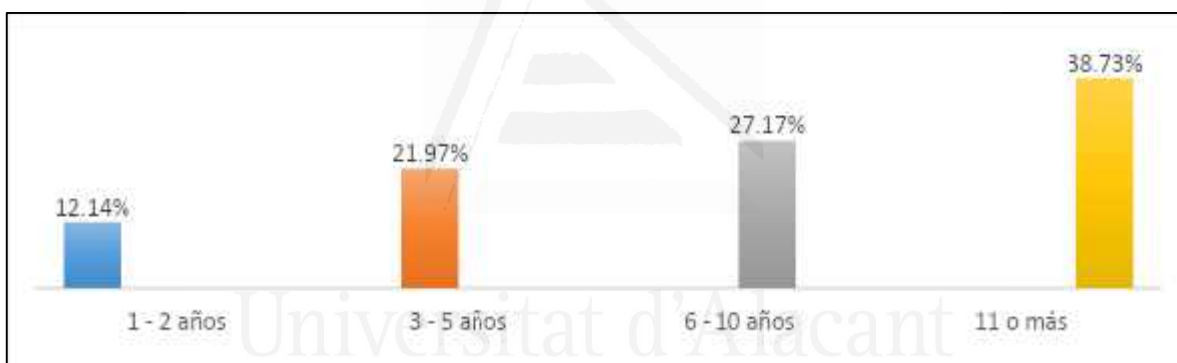


Figura 5.43. ¿Cuántos años lleva en la actividad turística?
Fuente: encuestas. Elaboración propia.

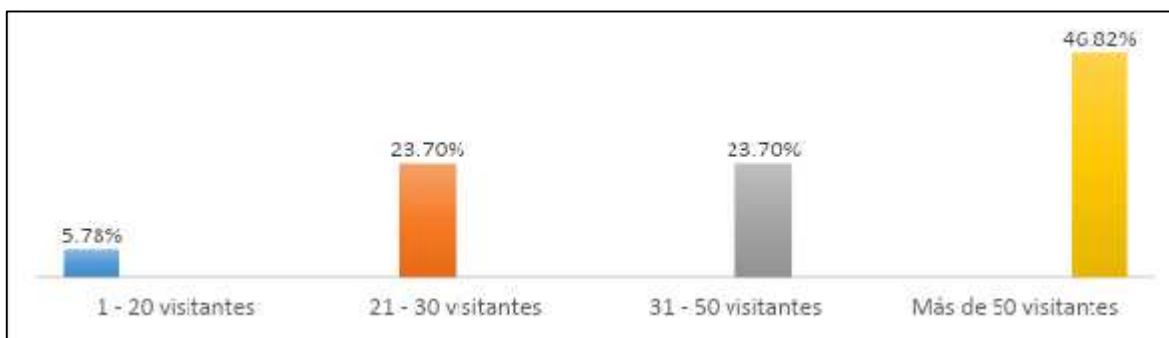


Figura 5.44. ¿Cuántos turistas reciben al mes en su negocio?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.3.4. Evolución de las actividades turísticas

Este apartado se encuentra conformado por cuatro preguntas. Su objetivo es identificar cómo ha ido cambiando y evolucionando la actividad turística desde la perspectiva de los pequeños o medianos negocios que se encuentran dentro del sector. Teniendo en cuenta estos fundamentos, se pueden destacar los siguientes resultados:

En relación a la evolución que ha registrado su establecimiento en los últimos cinco años (Figura 5.45), más de un 40% de los encuestados consideran que se ha incrementado la actividad turística en su cantón, lo cual denota que en general los empresarios (pero también la población en general) es consciente de la presencia y de un aumento de la cantidad de personas que los visitan. Pero también es importante mencionar que la segunda respuesta es la “ni acuerdo, ni en desacuerdo”, con casi un 32%, es decir que, no lo saben, o creen que el número de visitantes se ha mantenido estable. Es importante, cara a investigaciones futuras, cuáles pueden ser los argumentos que explican este porcentaje, especialmente, si es porque en sus negocios no se ha incrementado el número de visitantes. En ese caso, sería conveniente identificar las causas de esa tendencia neutra.



Figura 5.45. ¿Considera que en los últimos 5 años se ha incrementado la actividad turística en su cantón?

Fuente: encuestas. Elaboración propia.

En relación al número de turistas y conectada con la pregunta anterior, si han notado un aumento significativo en el número de turistas que atienden (Figura

5.46), la pregunta mayoritaria es la que indica una respuesta afirmativa (con un 48,55%). Sin embargo, se repite una tendencia evidenciada en todas las respuestas de este subepígrafe como es la importancia que tiene la respuesta “ni de acuerdo, ni en desacuerdo” que es la segunda respuesta por orden de relevancia, lo que refleja que hay un colectivo de prestadores de servicios turísticos que, o bien no se han beneficiado de ese incremento de turistas o bien están al margen de las actividades turísticas y prestan servicios a la población en general. Al igual que en el caso anterior, es importante en investigaciones futuras avanzar en el conocimiento de las causas y factores que se encuentran en ese porcentaje de respuestas que representa casi una tercera parte del total de la muestra. Conocer esos factores permitiría implementar actuaciones acordes con su situación.

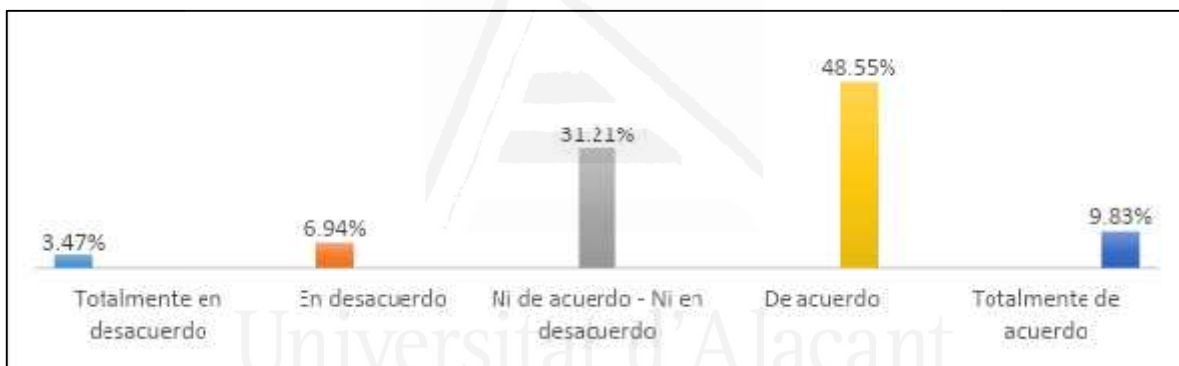


Figura 5.46. ¿El número de turistas se ha incrementado significativamente en los últimos 5 años?

Fuente: encuestas. Elaboración propia.

En lo que respecta a la integración de la comunidad con el manejo de las actividades turísticas (Figura 5.47), se obtiene un resultado bastante interesante para analizar, ya que una parte afirma que si (32,7%), mientras que otros en un porcentaje bastante similar consideran todo lo opuesto (28,9%). Esta visión contrapuesta es debido a que, desde una perspectiva empresarial, se puede ver como personas de diferentes lugares ven una oportunidad en el mercado y a pesar de ser de otros cantones o provincias inician actividades empresariales y explotan la potencialidad turística del canton con lo que se observa una menor

participación de las comunidades locales. Ello puede deberse a una menor tradición en el desarrollo de las actividades turísticas e incluso en un escaso conocimiento sobre los atractivos de la provincia.

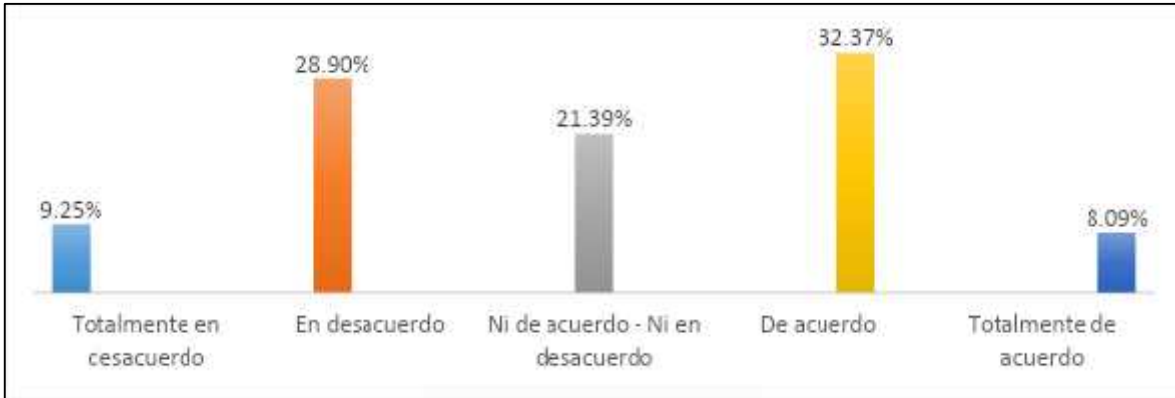


Figura 5.47. ¿Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

En lo que concierne a la labor del gobierno (Figura 5.48), hay una neutralidad bastante notoria ya que los valores mayoritarios son los de acuerdo (33,5%) y los que no están de acuerdo ni en desacuerdo (29,48%), se vuelve a repetir esa visión contrapuesta evidenciada ya en la pregunta anterior. Estos valores responden, de acuerdo a los empresarios del sector, a que el gobierno se mantiene bastante al margen de las actividades de mejoramiento en pro del turismo o que las acciones que están llevando a cabo tienen una escasa visibilidad para el sector. En ambos casos, se refleja una visión bastante crítica con respecto a las actuaciones del gobierno y una de las actuaciones en la que la crítica es mayor es la que tiene que ver con la mejora de las infraestructuras. Afirman que el estado de las carreteras es pésimo y que las inversiones del estado no se adecuan a las aportaciones que la provincia realiza al Producto Interior Bruto del país. Argumentan que la mejora de la infraestructura viaria es básica para favorecer la llegada de turistas.

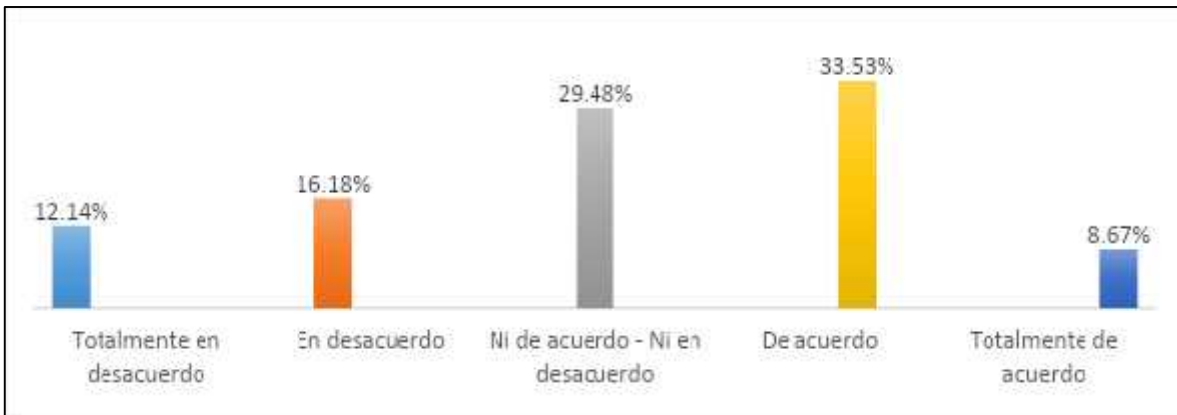


Figura 5.48. ¿Cómo considera usted la labor que el sector público ha realizado en torno a la actividad turística?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.3.5. Turismo y comunidad local: repercusiones en la economía local

Esta sección de las encuestas se encuentra conformada por cinco preguntas, las cuales tienen como objetivo principal poder identificar la perspectiva de los pequeños y medianos empresarios con respecto a las repercusiones del turismo, pero desde un enfoque netamente económico. Para el análisis de este apartado es importante tener presente varios de los resultados que se obtuvieron en preguntas precedentes. Por un lado, los empresarios perciben que los locales atienden con gran calidez a los turistas, lo cual de una manera indirecta los beneficia, ya que los turistas regresan o se sienten bien atendidos por los locales y de esta manera utilizan más los servicios turísticos. Por otro, es indispensable destacar que los encuestados consideran plenamente que todas las actividades de turismo que se desarrollen repercutirán en el bien de la comunidad, es decir, mejorando su calidad de vida, perfeccionando las oportunidades que se originarán y que serán desarrolladas por empresarios locales y también como una manera de aporte general a la economía del cantón, que como se ha mencionado (y percibido tanto por potenciales visitantes como prestadores turísticos) cuenta con un amplio potencial de expansión y mejoramiento de la actividad turística. De manera específica los análisis de los resultados obtenidos para cada una de las preguntas de este apartado reflejan:

En relación a la pregunta de si la población acoge al turista de manera cálida (Figura 5.49) la respuesta del empresariado muestra un elevado grado de acuerdo, por encima del 68%. Son pocos los que proporcionan una respuesta negativa (menos del 9%).

También tienen una percepción positiva sobre cómo la llegada de turistas mejorará la calidad de vida de los residentes (Figura 5.50). La respuesta afirmativa se sitúa próxima al 90%. En este caso cabe resaltar el hecho de que es la única respuesta en la que el “ítem totalmente de acuerdo” representa la opción mayoritaria y con un índice de respuesta próximo al 50%. Se ratifica de nuevo que el turismo es considerado como un instrumento que puede contribuir al desarrollo económico de áreas con problemas de desarrollo.

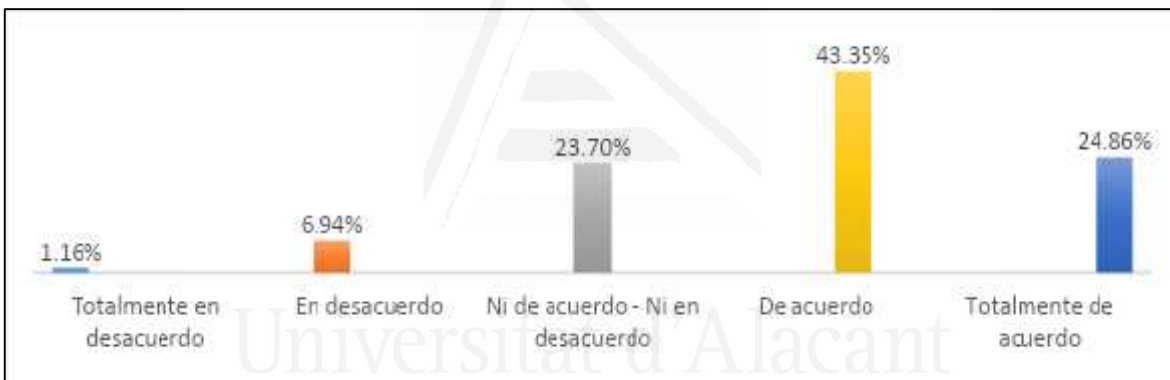


Figura 5.49. ¿Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez?
Fuente: encuestas. Elaboración propia



Figura 5.50. ¿Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorará la calidad de vida de los residentes?
Fuente: encuestas. Elaboración propia

También mayoritaria es la percepción del empresariado que los residentes se han involucrado en las actividades turísticas, lo que se refleja la participación local en estas actividades (figura 5.51). La respuesta mayoritaria, con un valor próximo al 40% es la de “totalmente de acuerdo”. La confianza del empresariado en la importancia que el turismo puede tener en la economía local se refleja en el elevado porcentaje de los que creen que este tendrá una gran relevancia, que se sitúa en el 66,4% de los entrevistados (Figura 5.52). El turismo entendido como una vía para el desarrollo es evidente en esta respuesta y es una constante en este apartado de la entrevista. Coincidiendo, asimismo, con las respuestas que daban en el apartado correspondiente los potenciales turistas.

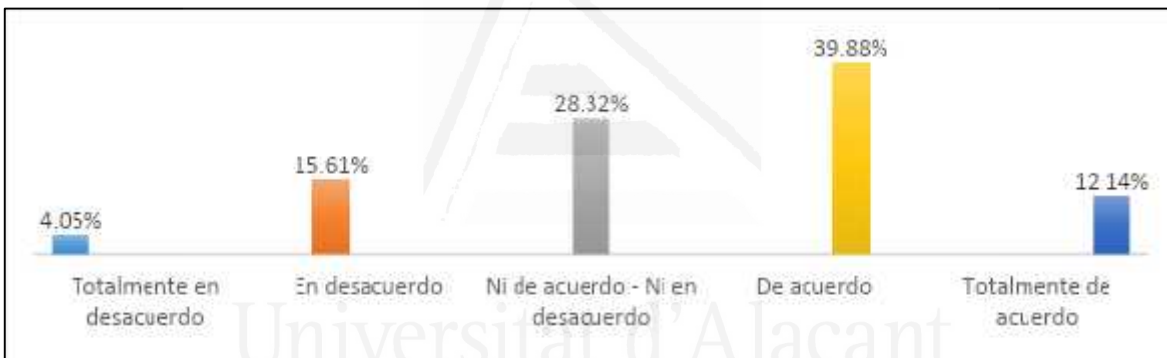


Figura 5.51. ¿Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad?
Fuente: encuestas. Elaboración propia.



Figura 5.52. ¿Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local?
Fuente: encuestas. Elaboración propia.

Relacionada con la anterior respuesta y cara a valorar de manera específica algún impacto se les preguntó por la creación de empleos que es un impacto cuantificable. (Figura 5.53). De nuevo las dos respuestas mayoritarias son “de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, con porcentajes próximos al 85%.



Figura 5.53. ¿Considera usted que el turismo proporcionará puestos de empleo para los residentes?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.3.6. Perfil del visitante

Para poder diseñar productos o servicios que satisfagan las necesidades de los turistas, es importante conocer con profundidad el perfil de la persona que se va a recibir en la localidad. Por dicha razón es indispensable conocer si las personas que vienen al cantón a disfrutar de las actividades turísticas son del país o provienen de otros orígenes, así como otras características de la demanda (edad, motivaciones del viaje, etc), ya que así se pueden considerar aspectos como: idioma, precios, menú de alimentación a ofrecer, comodidades, oferta turística, entre otros.

En este apartado, aunque se encuentra conformado por una pregunta, se evidencia que los pequeños y medianos empresarios no tienen sumamente claro cuál es el origen principal de los turistas que atienden (Figura 5.54), ya que la respuesta mayoritaria se asocia a ese desconocimiento con un 38,15%. Es una cuestión que se debe mejorar a la mayor brevedad posible. Si se conoce y, sobre

todo, se tiene claro el perfil del turista podrían prepararse mucho mejor en los aspectos mencionados con anterioridad, tales como mejorar el idioma, mejorar la propuesta de alimentación enfocada más a los gustos y preferencias de los turistas, también mejorar la propuesta hotelera, es decir si más rústica o más de confort, entre otros aspectos a tomar en consideración. El escaso conocimiento del perfil de la demanda es una cuestión a solventar por parte de la administración que tiene que llevar a cabo estudios más pormenorizados. Ello será fundamental no sólo para orientar las modalidades turísticas, sino también para llevar a cabo campañas de promoción hacia aquellos perfiles de la demanda que mejor se adecuen a las características de los productos turísticos de la provincia de El Oro.

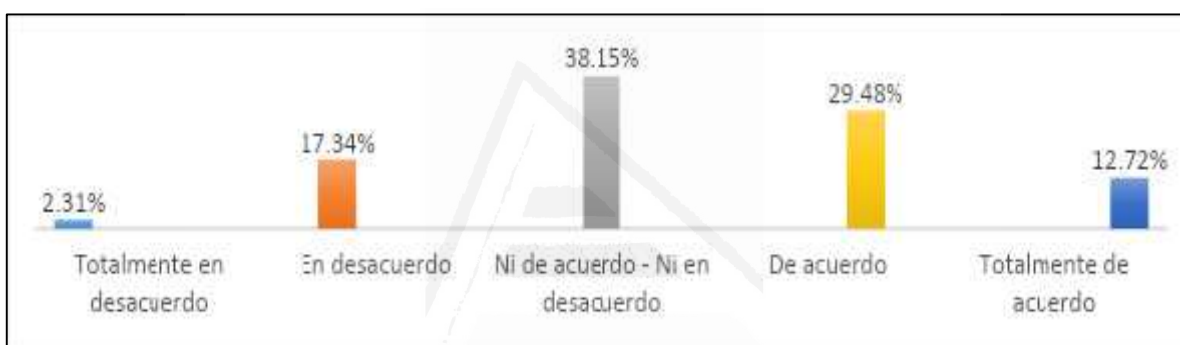


Figura 5.54. Las llegadas de turistas son más extranjeros o nacionales
Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.3.7. Planificación y promoción turística

Este apartado se encuentra conformado por cuatro preguntas, que tienen como objetivo poder conocer la perspectiva de los encuestados en lo que respecta a la planificación a medio y largo plazo de las actividades de turismo y el rol que tiene el estado con respecto a estas cuestiones.

A tenor de las respuestas obtenidas, por un lado, se tiene la visión de que los servicios y la calidad de la infraestructura que se ofrecerán a los turistas mejorará (Figura 5.55) como refleja que un 45,09% de los entrevistados está de acuerdo con la afirmación de que la llegada de los turistas mejorará la calidad de infraestructura

y de servicios. Y esta mejora la vinculan a las actuaciones y apoyo del gobierno central, de la mano de iniciativas orientadas a la impartición de conocimientos de capacitación a personas que deseen conocer más acerca de los atractivos turísticos que existen actualmente para ponerlos en valor. Este último punto es importante, ya que hay criterios diversos en lo que respecta a si realmente se imparten o no capacitaciones para la población para que conozca más acerca de los atractivos turísticos que se encuentran disponibles. La respuesta a la pregunta si sabe que se realicen en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población (Figura 5.56) refleja que no se tiene claro que se entiende por capacitación, a quien va destinada o, incluso, si se adecua a las necesidades de los empresarios ya que las cinco respuestas presentan unos porcentajes de respuesta similares, alrededor del 20% excepto “totalmente de acuerdo” que presenta un valor del 16%, lo que no permite identificar una tendencia clara.

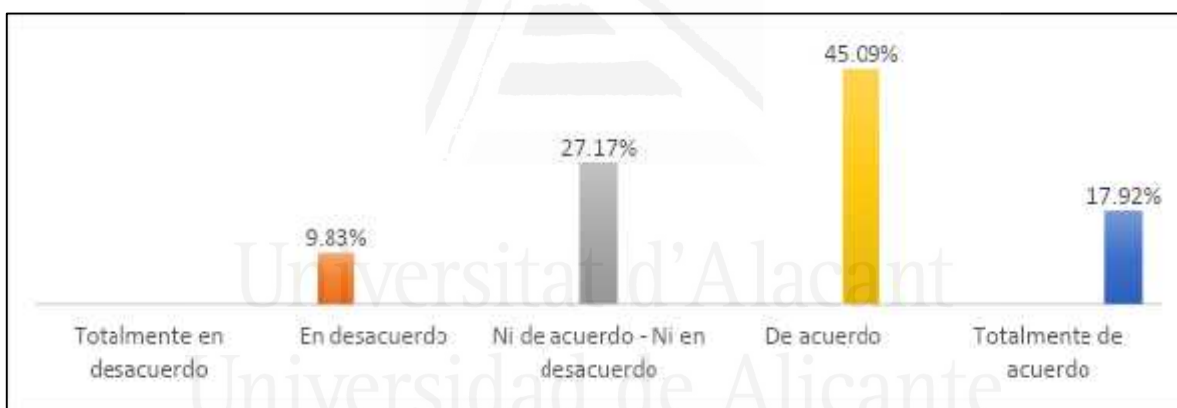


Figura 5.55. ¿Considera usted que con la llegada de turistas, la calidad de infraestructura y de servicios públicos mejorará?

Fuente: encuestas. Elaboración propia.

Otra de las cuestiones sobre las que se les preguntó fue la accesibilidad a los recursos y lugares. La respuesta (Figura 5.57), a diferencia de la pregunta de capacitación, muestra una tendencia clara: el 54,9% de los entrevistados está de acuerdo. La segunda respuesta es “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, con un 24,86%. De la respuesta se deduce que la accesibilidad a los recursos es aceptable, sin embargo, es un punto a mejorar, ya que, debido a la falta de cuidado del mismo,

se pierden oportunidades de negocio a corto, medio o largo plazo para el desarrollo del cantón en su conjunto. Además, ese porcentaje de “ni de acuerdo, ni en desacuerdo”, pone de manifiesto una opinión neutra, bien porque desconocen el estado de las infraestructuras o, mayoritariamente, porque piensan que es necesario mejorarlas.

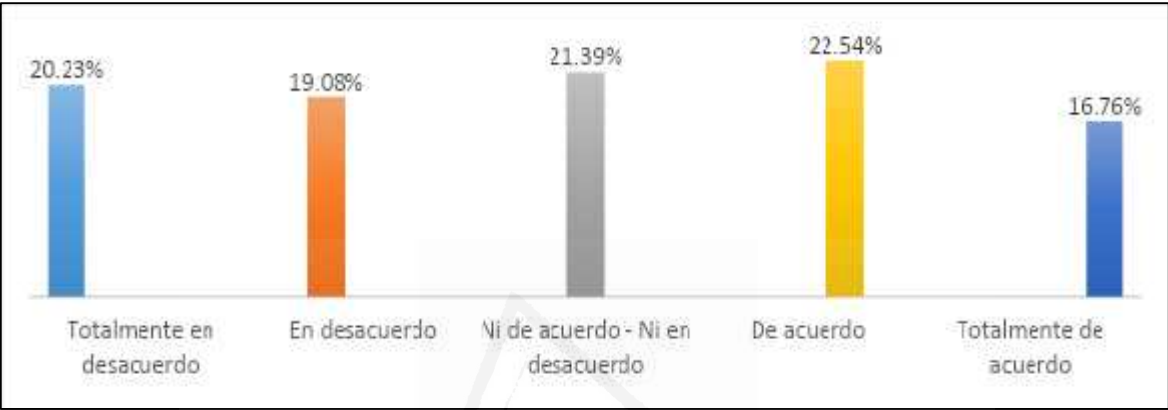


Figura 5.56. ¿Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población?

Fuente: Encuestas. Elaboración propia.



Figura 5.57. El acceso a los atractivos turísticos que usted conoce, son de fácil acceso

Fuente: encuestas. Elaboración propia

La última de las preguntas hacía tenía como finalidad conocer las actividades de promoción que se llevaban a cabo desde la autoridad provincial y, más concretamente si estas eran conocidas por los empresarios. La respuesta (Figura

5.57) replica la tenencia de la respuesta a la pregunta del acceso a los recursos turísticos. La respuesta mayoritaria es la “de acuerdo”, pero con un menor valor, seguida de la de “ni de acuerdo ni en desacuerdo”. A diferencia de anterior, las respuestas que evidencian un posicionamiento negativo o desconocimiento, se sitúa en un 24,85%, es decir, próxima a la de “ni acuerdo ni en desacuerdo”. En general, la respuesta con valor negativo (24,86) y las de respuesta neutra (26,01%) resulta mayoritaria. Las respuestas evidencian la necesidad de actuar sobre esta cuestión. La falta de una adecuada promoción, adelantada en algunas de las respuestas anteriores, evidencia que es una de las grandes carencias de las actividades turísticas. Y asociada está en muchos casos a la falta de estudios sobre el perfil de la demanda.



Figura 5.58. ¿Conoce usted si el municipio de su cantón realiza promoción de actividades turísticas?

Fuente: encuestas. Elaboración propia

5.4. Análisis de las entrevistas realizadas a actores locales

Se realizaron un total de siete entrevistas semiestructuradas, las cuales tuvieron como objetivo principal conocer desde varios enfoques y desde el campo de acción de cada uno de los entrevistados las perspectivas que tienen con respecto al sector turístico de la provincia de El Oro. Estas entrevistas se realizaron en el mes de febrero del año 2020. Los entrevistados fueron escogidos por el grado de relevancia que tienen estos actores en esta materia, a saber, el gobierno central, el gremio empresarial y los técnicos y gestores con los sitios turísticos. En algunos

casos, con anterioridad se habían mantenido reuniones con algunos de ellos, pero dado la estructura de la entrevista no era común, lo que dificultaba su comparación, no se ha considerado incluirlos en este apartado. Los entrevistados fueron:

- Lic. Lilia Ortiz Berrezueta – Jefe de Fomento Turístico, de la administración provincial
- Sr. Luis Maldonado - Consultor internacional de turismo y Escritor de viajes
- Sr. Carlos Briones – Gerente Propietario de GOU Travel, empresa de servicios turísticos
- Sra. Gloria Herrera - Guía principal del bosque petrificado de Puyango
- Ing. Álvaro Reinaldo Salazar Centeno – Administrador General del “Gran Hotel Americano”
- Ing. Tanya Romero – Propietaria de la Finca Agroecológica “Happy Fruit”..
- Sr. Jimmy Cortez Vera – Administrador del Restaurante “El Paraíso del Edén”

En general, todos los entrevistados coinciden en que la provincia de El Oro tiene un gran potencial turístico. Sin embargo (y en esta cuestión aparecen divergencias desde el punto de vista de la actuación gubernamental y sobre todo de su intensidad), debido a la falta de apoyo del gobierno central y municipal, no se han podido explotar a mayor escala. Esto trae un efecto en cadena, en donde el que paga “los platos rotos” (según palabras textuales uno de los empresarios entrevistados) terminan siendo el turista, que es el consumidor final de toda esta cadena. A continuación, y de manera breve se presentarán los principales resultados del análisis de las entrevistas según las preguntas planteadas.

¿Cuál es la realidad del sector turístico en la actualidad a nivel provincial y municipal?

En esta pregunta, todos los entrevistados coinciden en que a la provincia le falta apoyo por parte de los gobiernos seccionales, provinciales y estatales, especialmente en lo que respecta a planificación y promoción. Al respecto, Gloria Rentería afirma que la realidad actual que viven es que “Nos faltan políticas de desarrollo turístico y se tenga presente al turismo como un negocio. Contamos con recursos y atractivos turísticos de mucha importancia natural, cultural y científicas que, por falta de un buen manejo, no son una potencia turística debido a fallas que viene desde las mismas carteras de estado. Ejemplo: contaminación del río Puyango”.

A pesar de estas afirmaciones, sin embargo, también señalan que en diversas localidades y gracias a la organización de la comunidad se han podido poner en valor diversos atractivos turísticos para generar ingresos, como ha sido el caso de la Isla San Gregorio y la Isla Costa Rica como señalan los señores Maldonado y Briones. La autoridad gubernamental sostiene esta afirmación. En particular la Lic. Ortiz, jefa de Fomento Turístico del gobierno de la provincia de El Oro, considera que no se ha previsto ningún proyecto a nivel macro que involucre el desarrollo del sector turístico en su conjunto más allá de iniciativas como la creación de una marca turística o la creación de rutas. Esto es una debilidad de cara al desarrollo de las actividades turísticas en la provincia y debe corregirse. Considera que es necesario apostar por proyectos con una visión global y no como actuaciones puntuales en cantones y parroquias.

Desde una perspectiva empresarial, el Sr. Briones afirma que actualmente hay “poca gestión” del gobierno provincial y de los cantones. Insistiendo en su insuficiencia y ello determina que se cumple en un bajo porcentaje las atribuciones de los procesos de planificación estratégica participativa con el sector turístico privado. Y esa participación del sector privado resulta básica para generar políticas turísticas provinciales que aporten al desarrollo y a la potenciación del sector

turístico en toda la provincia de El Oro. Considera que hay una falta de coordinación entre las políticas adoptadas por la administración y los intereses y necesidades del sector privado.

El Sr. Luis Maldonado también señala que, desde su perspectiva, parecería no haber un Plan de Desarrollo Turístico Regional o Provincial que al menos ofrezca lineamientos técnicos y Planes de Acción para el corto, mediano y largo plazo, a fin de propiciar un desarrollo sustentable, social, ambiental y económico para la provincia.

La Ing. Tanya Romero menciona que se encuentra bastante afectado a consecuencia de la pandemia, la cual paralizó por medio año completamente las actividades turísticas. Sin embargo, considera que también trajo nuevas posibilidades para la provincia de El Oro al haberse despertado el deseo de las personas a visitar lugares naturales, y la provincia puede ofrecer tantas posibilidades.

¿Cuáles son las debilidades que existen actualmente en el sector turístico nivel provincial y cantonal?

Todos los entrevistados coinciden en que el ministerio como órgano rector máximo de las actividades de turismo descuida de manera notable toda la gestión que se pueda realizar exclusivamente para la provincia. Por tal razón todos coinciden en que se debe descentralizar del ministerio mucha de la gestión turística que se puede llevar a cabo. Consideran que una gestión descentralizada favorecería la toma de decisiones ya que está se llevaría a cabo por una administración más próxima al ciudadano y al sector privado y por tanto conocedora de sus necesidades. Por su parte, la Lic. Lilia Ortiz, representante del sector gubernamental, además, de señalar la necesidad de descentralización añade que: “una de las debilidades existentes es la falta de voluntad política, la falta de accesibilidad y señalética a los destinos, la falta de personal capacitado en la atención de servicios turísticos y la poca coordinación con los beneficiarios directos

y los actores involucrados”. Reconoce, por tanto, la existencia de debilidades de base para el desarrollo del sector turístico, ya que menciona cuestiones relativas a su gestión y promoción, pero, también, la falta de interés del gobierno nacional dada la existencia de numerosas cuestiones que requieren la atención del gobierno central y que determinan que el turismo sea considerado como un sector menor.

Por su parte, el Sr. Carlos Briones, como representante del sector privado empresarial menciona que: “debido a la escasa promoción turística que vive actualmente la provincia y la falta de interés por parte de los gobiernos locales, se puede deducir la falta de inversión por parte del sector privado y esto deriva en la falta de infraestructura adecuada para recibir a visitantes y fomentar el turismo”. Es decir, no solo considera escaso el interés del gobierno nacional, sino también de las autoridades en la escala local. La existencia de numerosas problemáticas (mejora de infraestructuras, seguridad, empleo, etc.) determina que las inversiones en materia turística (como por ejemplo, la mejora de la señalética o la promoción) sean consideradas como actuaciones poco relevantes, aunque, esas mismas autoridades, consideren que el turismo puede generar ingresos significativos en sus cantones y parroquias.

Gloria Rentería, guía principal del bosque petrificado de Puyango y uno de los recursos considerados como estratégicos para la promoción turística de la provincia por parte de las autoridades turísticas, establece un sin número de debilidades que se enumeran a continuación y que, aunque centrado en el recurso del que es guía señala que se puede extrapolar a muchos otros recursos de la provincia: 1) falta de difusión e información de los lugares turísticos; 2) limitada atención institucional a las necesidades turísticas; 3) pérdida de los valores culturales locales; 4) poco conocimiento del valor de los recursos con los que contamos; 5) escasa conservación de los atractivos que tenemos; 6) falta de programas de protección; 7) gestión para la descontaminación del río Puyango; 8) no hay programas de desarrollo socioeconómico para la población local; 9) falta de apoderamiento de autoridades y comunidad local; y 10) falta inversión privada y dotar de servicios de complementación al lugar. Todas estas debilidades enlistadas

a partir de la experiencia propia que tiene en el manejo de recursos turísticos, como el del bosque petrificado Puyango y su trabajo conjunto con los gobiernos municipales de la provincia de El Oro y de Loja. Insistiendo en que la falta de coordinación entre las propias administraciones como sucede en el caso del bosque petrificado entre las provincias de El Oro y de Loja lastra todavía más la toma de decisiones para la gestión, promoción y conservación de este recurso, lo que a su vez genera cada vez más desilusión en la población local que ve como un recurso que se les indicó que contribuiría a su desarrollo no es así y que muchas de las expectativas no se han visto cumplidas.

De acuerdo al criterio del Ing. Álvaro Salazar, la actividad turística en general nunca ha sido considerada dentro de la política pública local, tampoco ha estado alineada con los diferentes planes de desarrollo nacionales. Por lo que considera que una de las más fuertes debilidades es la escasa profesionalización de la actividad en los hoteles, considerando que existen profesionales en el área que no son valorados.

¿Cuáles son las potencialidades que existen en el sector turístico nivel provincial y municipal?

La mayoría de los entrevistados coinciden en que el país, en general, tiene un gran potencial turístico por su diversidad de climas, gastronomía, paisajes y la ejecución de diferentes tipologías de turismo. Gloria Rentería considera, al respecto, que “concretamente el Bosque Petrificado Puyango es una potencia turística nacional y mundial, me atrevería a decir, porque está parte del origen de la tierra”. Ese potencial lo vincula con el escaso número de bosques petrificados a nivel mundial. Sin embargo, reconoce que no se actúa para promocionarlo desde el punto de vista de su excepcionalidad lo que permitiría posicionarlo como destino internacional, pero tampoco con la adopción de actuaciones orientadas a su reconocimiento como podría ser la realización de estudios para su declaración como

geoparque como se están llevando a cabo con otros recursos de esta tipo como puede ser en Imbabura.

Por otro lado, la Lic. Ortiz destaca todos los atractivos turísticos de la provincia de El Oro y su diversidad a nivel de climas, gastronomía y riqueza natural. Y cita, por ejemplo, el Patrimonio Cultural y Patrimonial de Zaruma y su declaratoria de Pueblo Mágico, los diferentes pisos bioclimáticos; la diversidad cultural que existen entre sus 14 cantones: costumbres, gastronomía, tradiciones e historia; su potencial turístico que ha hecho que sea considerada como la provincia más mega-diversa del Ecuador: Andes, Litoral e Insular “3 mundos”; el bosque Petrificado Puyango considerado en único bosque con flora y fauna viva del mundo o el corredor arqueológico de los andes, con vestigios de la época incaica y otros pueblos o la potencialidad asociada al sector primario de la provincia (Banano, cacao, café, arroz, camarón, lácteos y cultivos orgánicos) orientada hacia el agroturismo. Como representante político reconoce la potencialidad turística de la provincia, resultado en gran medida de varios estudios realizados desde la primera década del siglo XXI y reflejada en la creación de marca y campañas de promoción a nivel institucional.

El consultor internacional de turismo, Sr. Luis Maldonado, considera que Jambelí tiene un gran potencial a nivel nacional, así como un razonable posicionamiento especialmente por sus playas, manglares, naturaleza marino-costera y gastronomía. Sin embargo, éstas se han visto grandemente afectadas por la destrucción de sus playas y áreas de recreación por causa de oleajes ocurridos en los últimos años y que ha tenido mucha difusión a través de los medios de comunicación nacionales, lo que puede contribuir de manera negativa a la llegada de turistas. Considera, en cambio, que el resto de los recursos tiene un posicionamiento de escala más regional y local.

El Sr. Carlos Briones considera que el Ecuador y de manera particular la provincia de El Oro es poseedora de una riqueza económica, turística y cultural, con mucho potencial para aprovechar los recursos naturales de manera sustentable y

siempre de la mano de una adecuada campaña turística de comunicación para promocionar la provincia como destino país. La falta de campañas de promoción es una de las principales cuestiones que lastran el desarrollo turístico de la provincia.

Así también, el señor Jimmy Cortez menciona que una de las potencialidades de la provincia es la variedad de materias primas, precios económicos para la elaboración de diversos platillos, así como también la gastronomía variada y mejorada con el paso del tiempo de manera empírica.

Todas las personas entrevistadas destacan diferentes atractivos turísticos que posee la provincia, y que desde luego pueden llegar a destacarse a nivel internacional. Sin embargo, también ponen de manifiesto la existencia de debilidades que determina que la existencia de recursos abundantes e importantes no conlleva un desarrollo turístico de manera paralela, sino que para ello es necesario la adopción de políticas que conviertan los recursos en productos turísticos.

¿Cuáles son los planes y proyectos inmediatos que figuran en la agenda

Todos los entrevistados reconocen la necesidad de implementar planes y proyectos para mejorar la actividad turística en la provincia. En esta pregunta cabe destacar abiertamente la respuesta de la Lic. Ortiz, quien como una autoridad del gobierno tiene pleno conocimiento del tema, pero también en la que recae la capacidad de actuación. En su respuesta hace mención a diversas actuaciones desde el punto de vista de la creación y mejora de las infraestructuras, la implantación y mejora de la capacitación en materia turística y la promoción turística y la potenciación de algunos recursos turísticos. En relación a las infraestructuras menciona: la reconstrucción del malecón turístico de Puerto Bolívar y la internacionalización del aeropuerto regional de Santa Rosa. Para la mejora de la formación de la población hace referencia a la implementación del Plan Integral de Capacitación Turística. También hace referencia a la necesidad de adoptar un plan de Difusión y promoción de los atractivos y recursos turísticos de la provincial de El

Oro. No obstante, el mayor número de actuaciones se relaciona con los recursos. Concretamente indica:

El Fortalecimiento de los recursos naturales y atractivos turísticos,
La implementación de un centro de interpretación científico y turístico en el Complejo Arqueológico de Yacuviña,
El Proyecto Geoparque del Bosque Petrificado Puyango
El Fortalecimiento del Bosque Petrificado Puyango y la comunidad de La Libertad del cantón Las Lajas

De una manera complementaria el señor Carlos Briones, como representante del sector privado complementariamente afirma que se debe: “impulsar el potencial turístico que tiene la Provincia con la creación de productos que cautiven al turista que viene a disfrutar de nuestra naturaleza, cultura, arquitectura, gastronomía y su gente”. Es decir, es consciente del potencial turístico, pero a su vez del déficit desde el punto de vista de la configuración de productos turísticos o, en muchos casos, de su adecuada promoción y gestión. Como propietario de una agencia de viajes reconoce que muchos turistas desconocen la existencia de estos recursos turísticos, por lo que es necesario una apuesta clara por su promoción, pero también por la mejora de la oferta turística.

En lo que respecta al sector hotelero, el Ing. Álvaro Salazar menciona con mucha decepción que no existen planes en la agenda hotelera pues la cámara de turismo no es una figura fortalecida. Por otro lado, la Ing. Tanya Romero opina que como provincia se debe pensar en un movimiento de proyectos privados reactivando sus servicios, porque ella considera que en la actualidad se está trabajando sin unidad; en su negocio siguen trabajando en eco y agroturismo, ofreciendo experiencias personalizadas y de alta calidad.

Por otro lado, la Sra. Gloria Rentería menciona el proyecto de GEOPARQUE que encierra una serie de ítems que ayudarán a que el Bosque Petrificado Puyango se convierta en un producto turístico a través del mejoramiento de la transportación de los turistas hacia el bosque, también la construcción de nuevos senderos para

una mejor apreciación del lugar y una mejor señalética de los existentes y un mejor cuidado y tratamiento de toda la flora y fauna que se encuentra en el lugar y que muchas veces demanda más recursos de los que realmente se le están destinando. Es decir, al igual que el resto de los entrevistados que representan al sector privado reconoce deficiencias significativas en la gestión de esos recursos y la necesidad de políticas más activas por parte de las autoridades provinciales y nacionales.

¿Tienen apoyo de los gobiernos provinciales y municipales?

Todos coinciden en que si cuentan con apoyo de diversas fuentes. Sin embargo, consideran que hay una falta de compromiso total por parte de los gobiernos, ratificando alguna de las respuestas recogidas en preguntas anteriores. En esa línea Gloria Herrera acota que “Sí hay apoyo, pero falta el compromiso, es decir, la voluntad, y que ésta se vea reflejada en el grado de interés que demuestren actores y la comunidad donde se impulse la participación del mayor número de vinculados”

La línea argumental de todos ellos es la necesidad de realizar un trabajo conjunto entre el sector público y privado. Este último como un gran impulsor de la inversión y también como la mejor fuente de diversidad para el ofrecimiento de nuevos productos y servicios para los turistas. Pero a pesar de dicha importancia, Carlos Briones comenta que “en la actualidad es casi nula la participación del Ministerio de turismo como institución encargada de fomentar el sector turístico nacional debido a falta de apoyo económico por parte del Gobierno Nacional”.

Luis Maldonado, el consultor internacional de turismo, considera que “Parecería no haber un Plan de Desarrollo Turístico Regional o Provincial que al menos ofrezca lineamientos técnicos y Planes de Acción para el corto, mediano y largo plazo, a fin de propiciar un desarrollo sustentable, social, ambiental y económico para la provincia”.

Tanya Romero, por su parte, menciona que aparentemente si cuentan con dicho apoyo, pero no percibe nada de fondo en el ámbito turístico, al parecer solo se quiere poder mostrar una agenda, pero no resultados. Criterio con el que concuerda el Sr. Álvaro Salazar y Jimmy Cortez, ya que no perciben ningún apoyo, ni de la cámara de turismo ni de ningún otro ente público en particular.

Finalmente cabe destacar el aporte de la Lic. Ortiz, quien indica que no solamente existe una muy buena predisposición de los actores involucrados, sino también de diferentes administraciones políticas como son los GAD cantonales y los GAD parroquiales, los grupos académicos, la empresa privada y demás sectores. Esta respuesta contradice, en parte, lo señalado por los agentes privados que hablan de una falta de colaboración público-privada. Puede deberse a que una cuestión sea la predisposición y otra la plasmación de esa colaboración en hechos concretos.

¿Cuál es el modelo turístico que tienen previsto proyectar a futuro?

En esta pregunta las respuestas son diversas y vinculadas a los intereses de los entrevistados. El proyecto de Geoparque para Puyango es uno de los proyectos más desafiantes que se tiene en la agenda, tal como menciona la guía principal del Bosque Petrificado de Puyango. Por tal razón requieren de un gran apoyo de parte del gobierno central y también de la empresa privada. La Lic. Lilia Ortiz comentó que “el modelo de gestión turística es fortalecer los 5 pilares fundamentales para potencializar a la provincia como un Destino turístico del Ecuador, mediante una EP y/o APP”. Por su parte, Carlos Briones indicó que el modelo turístico que se tiene previsto, se enfoca en trabajar bajo un Plan de Desarrollo Turístico que proporcionen procedimientos, estrategias para el corto, mediano y largo plazo, a fin de propiciar un vínculo con actores sociales involucrados en el sector turístico para el desarrollo sustentable de la provincia. Recalcando la importancia de la planificación y gestión de los recursos turísticos, una de las cuestiones consideradas como una de las principales debilidades por parte de los entrevistados, pero también

reconocida en las entrevistas a los prestatarios turísticos como se puso de manifiesto en el epígrafe anterior.

El Ing. Álvaro Salazar, menciona que tienen previsto desarrollar un modelo hotelero basado en la profesionalización y competencia legal, sobre todo en las localidades de Puerto Bolívar y la isla Santa Clara. Por otro lado, la Ing. Tanya Romero afirma que siempre les ha fascinado el desarrollo sustentable desde todas sus aristas. El turismo Sustentable & Consciente que brinde experiencias de alta calidad y enriquecedoras en la naturaleza. Ese es su objetivo.

Definitivamente, tal y como reconocen los entrevistados, hay un importante potencial de desarrollo en la provincia, que debe soportarse a través de dos inyecciones económicas, la pública y privada, que se complementan y que aportan al mejoramiento y potencialización del desarrollo. Sin embargo, Luis Maldonado, aportando con una perspectiva bastante analítica y crítica, considera que parecería no haber un Plan de Desarrollo Turístico Regional o Provincial que al menos ofrezca lineamientos técnicos y Planes de Acción para el corto, mediano y largo plazo, a fin de propiciar un desarrollo sustentable, social, ambiental y económico para la provincia, por ende, hay que tener especial cuidado a futuro en este punto particular.

5.5. Diagnóstico del área de estudio

A partir del trabajo de campo y del análisis de entrevistas tanto a prestadores turísticos como a población local/turistas como de entrevistas semi-estructuradas a agentes sociales representativos de la actividad turística se ha elaborado diversas matrices FODA, una de carácter general para el sector que permite poner de manifiesto el estado actual del sector; evidenciando sus puntos fuertes, pero también sus principales debilidades y una matriz FODA específica para las tres rutas objeto de estudio en esta tesis doctoral.

En la matriz general del sector entre las principales potencialidades o puntos fuertes cabe mencionar:

- Las alternativas turísticas de la provincia de El Oro se encuentran poco saturadas,
- Existe un amplia gama de recursos turísticos basados en su diversidad cultural, gastronómica y de biodiversidad,
- Los atractivos turísticos permiten competir en un turismo de entorno natural y no masificado,
- Una particular mención merece la ruta de Patrimonio y Cultura, ya que en esta ruta se puede mencionar a Yacuviña y la ruta en la que se inserta el bosque petrificado de Puyango, ambos considerados como patrimonios importantes y representativos para los oreños,
- Interés de algunas comunidades locales y empresarios por poner en valor los recursos turísticos como forma de diversificación económica.

Entre los principales puntos débiles cabe mencionar los siguientes:

- No existen o son muy escasos los canales de comercialización de las diferentes rutas turísticas,
- Hay una notable ausencia de cooperación y trabajo conjunto de la empresa privada con el sector público,
- Existe una falta de señalética o códigos QR en los sitios o recursos turísticos, lo cual imposibilita que el turista pueda conocer a profundidad los sitios que está visitando de manera autónoma,
- Falta de capacitación de los futuros prestadores turísticos,
- Desconocimiento de los atractivos turísticos de las zonas por parte de la población,
- Falta de políticas adecuadas de planificación, gestión y promoción turística.

Para afianzar este análisis-diagnóstico se ha llevado a cabo también una matriz FODA a partir de los resultados obtenidos en entrevistas, encuestas, talleres y trabajo de campo correspondientes a las tres rutas analizadas en esta tesis doctoral (tablas 5.2.). Los resultados se articulan en torno a cuestiones como: perfil del visitante, impactos del turismo en la población local, infraestructuras, comercialización o planificación turística.

De las tres rutas, una particular mención merece la ruta de del Manglar, ya que en esta ruta se puede llevar a cabo un mejor desarrollo de las opciones turísticas disponible para los visitantes que quieran conocer sus diferentes atractivos debido, en gran medida, a que su punto de desarrollo turístico es menor a las de las otras dos rutas y también más reciente las iniciativas orientadas a su puesta en valor desde un punto de vista turístico. Entre los principales puntos fuertes cabe mencionar:

- Actualmente, existen paquetes turísticos con precios accesibles.
- La comunidad se encuentra organizada para atender a los turistas. Por ejemplo: la oferta de la gastronomía se organiza a través del líder de la comunidad al ser una iniciativa de turismo comunitario. Por lo que cada vez que hay visitantes, se sortea entre los miembros de la misma, para así escoger a la persona que realizará la venta de su comida. De esta manera se lleva a cabo una distribución homogénea de los beneficios asociados al turismo y un interés de toda la comunidad en ofertar unos servicios adecuados.
- Existen emprendimientos ya desarrollados de artesanos de la comunidad.
- La formación que posee la comunidad ha sido llevada a cabo por diferentes instituciones académicas como la Escuela de Turismo de la Universidad Metropolitana, cuyo objetivo fue formación desde el punto de vista de organización de rutas a partir de la experiencia de sus habitantes que son

los que llevan a cabo el acompañamiento de los turistas en sus barcas en los recorridos por el manglar.

En lo que respecta a los aspectos débiles de las rutas objeto de análisis, se puede hacer una especial mención a la Ruta de Bosques Mágicos, la cual presenta los siguientes aspectos a enlistar:

- Escaso posicionamiento y reconocimiento en el mercado turístico,
- Falta de información y promoción turística,
- No existe un avance económico y social en la comunidad, es decir, impacto de esta actividad en la comunidad asociado al desarrollo de actividades turísticas lo que ha generado una desafección y una falta de interés por parte de la población local hacia esa potencialidad turística,
- Escaso conocimiento por parte de la comunidad y de la provincia de los recursos y potencialidad del sector,
- Poca demanda de paquetes turísticos de esta ruta.

Tabla 5.2.
FODA de las rutas de estudio

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
<p>F1: Todos los cantones de la provincia cuentan con amplios y atractivos recursos turísticos de mucha importancia natural, cultural, y científica.</p> <p>F2: La ubicación privilegiada de la provincia de El Oro le permite tener una amplia variedad de climas, reuniendo así 3 de los 4 pisos climáticos.</p> <p>F3: Diversidad de especies animales y vegetales propias de cada sector, lo que lo dato de una elevada biodiversidad</p> <p>F4: Elevada biodiversidad en un ámbito espacial reducido</p> <p>F5: La diversidad climática es aprovechada como un recurso turístico natural para las diferentes actividades vacacionales y productos turísticos (sol y playa como actividad tradicional y consolidada), pero también otras más recientes (turismo de naturaleza)</p> <p>F6: Cuenta con los manglares más meridionales del país.</p> <p>F7: Amplio potencial productivo agrícola base de alguna ruta de agroturismo (cacao)</p> <p>F8: Caracterización bananera que tiene la provincia (<i>brand marketing</i>)</p> <p>F9: Posee zonas declaradas como áreas protegidas tanto desde el punto de vista de los recursos naturales como culturales</p> <p>F10: Diseño de Zaruma como un pueblo mágico, lo cual potencia una mejor visión de la provincia ante el país.</p>	<p>D1: Falta de preocupación y seguimiento de las autoridades gubernamentales y cantonales en el mejoramiento físico de los lugares turísticos que posee.</p> <p>D2: Falta de control en el crecimiento de la población (tanto en número como en asentamientos habitacionales), lo cual pone en peligro el turismo “natural” y los ecosistemas.</p> <p>D3: Falta de panelización o utilización de códigos QR, para que los turistas puedan conocer a profundidad el sitio que se encuentran visitando.</p> <p>D4: Escaso posicionamiento y reconocimiento en el mercado turístico.</p> <p>D5: Falta de información, promoción turística y canales de comercialización.</p> <p>D6: Falta de promoción que hace que se perciba a la provincia de El Oro como un lugar con pocos atractivos turísticos.</p> <p>D7: Falta de cuidado y mejora en la conectividad de transportación sea terrestre o aéreo, lo cual genera una percepción de ser un lugar lejano.</p> <p>D8: Ausencia de planes de desarrollo y lineamientos estratégicos en el sector turístico de la provincia.</p>

<p>F11: Existencia de paquetes turísticos para la exploración de las diferentes rutas y el recibimiento de turistas.</p> <p>F12: Cooperatividad y organización de grupos artesanales para la difusión de su trabajo</p> <p>F13: Proyectos para convertir los lugares en productos turísticos.</p> <p>F14: La calidez de los habitantes de los diferentes cantones y lugares turísticos.</p> <p>F15: Idiosincrasia y aspectos culturales únicos de los habitantes de la zona.</p>	<p>D9: Falta de consolidación de productos turísticos como rutas especiales y específicas.</p> <p>D10: Falta de identidad y sentido de pertenencia de la población.</p> <p>D11: La falta de conocimiento y capacitación profesional, muchas veces lleva a la población a tener información equivocada que perjudica el turismo, como es el caso de la tabla de mareas inconsistentes.</p> <p>D12: Falta de inyección económica pública a los pequeños y medianos empresarios del sector en términos de ayudas institucionales.</p> <p>D13: El sector privado se encuentra bastante debilitado por la falta de capital, y de productos y servicios innovadores para los turistas.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1: Amplio potencial de crecimiento turístico internacional en las tres rutas turísticas</p> <p>O2: Reconocimiento del Ecuador como país mega-diverso y puesta en valor de la marca turística creada por el gobierno</p> <p>O3: La provincia al ser reconocida como “la capital bananera del Ecuador” es vista como una provincia con destacada producción bananera, también camaronera, arroceras, cafetalera y cacaotera de calidad de exportación, así como la minería</p> <p>O4: Explotación para la creación de actividades turísticas en función de las condiciones particulares de cada ruta, por ejemplo: en el</p>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1: Fuerte competencia regional o a escala regional (Latinoamérica) con lugares turísticos mejor cuidados y promocionados.</p> <p>A2: El aumento constante de la contaminación, la caza de animales en peligro de extinción, la tala de árboles sin control que pone en peligro la biodiversidad, uno de los principales atractivos en los que se basa la oferta turística de la provincia,</p> <p>A3: Las condiciones naturales del medio ambiente (como oleajes, erosión, contaminación, terremotos, temblores), han destruido o dañado varios destinos turísticos, generalmente litorales. El</p>

<p>caso de Bosques Mágicos, actividades de turismo de aventura, senderismo, ciclismo, entre otras.</p> <p>O5: Potenciar Puerto Bolívar para el mercado internacional de cruceros.</p> <p>O6: Ingreso de inversión extranjera para generar más empleo y mejorar las condiciones socio-económicas de la población.</p> <p>O7: La expectativa de los visitantes en vivir un turismo diferente (aventura, cultural, etc.).</p>	<p>efecto de cambio climático amenaza a recursos como los mangares.</p> <p>A4: Débiles barreras de ingreso al mercado de grandes compañías turísticas, aniquilando el emprendimiento local.</p> <p>A5: Falta de gobernanza, colaboración y trabajo conjunto entre empresa pública y privada.</p> <p>A6: Falta de apoyo entre gobiernos seccionales.</p> <p>A7: Ingreso de capital extranjero que desplaza la participación de las comunidades locales.</p> <p>A8: Presencia de piratas en la zona, lo que genera inseguridad para las prácticas turísticas en el sector de la Isla de Santa Clara.</p>
---	---

Fuente: trabajo de campo, entrevistas y encuestas. Elaboración propia.

5.6. Propuestas de lineamiento estratégico en materia turística para el área de estudio

Ambas cuestiones (puntos fuertes y principales debilidades entendidas como estrangulamientos del sector tanto presentes como a medio plazo) resultan fundamentales para elaborar propuestas de actuación que constituirá el último apartado de este capítulo.

En primer lugar, es importante acotar que las actividades turísticas en la Provincia de El Oro son, de manera general, escasas, por lo que a pesar de la afluencia turística que existe, el turismo no se desarrolla en todos los cantones de la Provincia. Tomando en cuenta esta afirmación, se podría decir que, si bien para algunas zonas las actividades turísticas representan el sustento o fuente de financiamiento, para otras nada más es una visión lejana. Teniendo en cuenta esta realidad, se busca establecer una ruta turística que permita la conectividad entre estas zonas y, de este modo, potenciar las actividades turísticas y a la vez generar la unión entre empresas públicas y privadas, que genere el incremento en ventas para los diferentes mercados relacionados.

En segundo lugar, la acción a destacar es la necesidad de promoción y consolidación de estas rutas dentro del sector turístico. Ello permitiría generar diversificación económica y el desarrollo de la sociedad en general, pues en el marco de la globalización económica, la difusión de actividades turísticas en la provincia y, sobre todo, la relevancia que se le debe dar a prestar servicios de calidad a quienes vienen en busca de experiencias y vivencias extraordinarias en el contacto con la naturaleza es una cuestión prioritaria.

Vinculadas con los dos argumentos anteriores, cabe señalar que, a pesar de su relevancia, actualmente el turismo no aporta un gran rubro a la economía y al desarrollo de la provincia de “El Oro” a causa de la falta de conocimiento de la población y de sus visitantes con relación a las rutas antes mencionadas. No

obstante, también se puede acotar que la falta de turismo que existe en la Provincia de El Oro, se da precisamente por no saber vender lo que se tiene, ya que existen lugares con un atractivo elevado que son ofertados, pero estos no van acompañados de una adecuada promoción de servicios complementarios que le permita al turista adquirir el “paquete completo” y tener la certeza de la seguridad dentro de todo el proceso de experiencia turística que está dispuesto a vivir.

Es por ello que, una vez llevado a cabo el análisis y diagnóstico del sector turístico en el área de estudio, esta investigación doctoral pretende contribuir a la potenciación de la Provincia de El Oro, con la finalidad de reactivar el turismo en las rutas antes detalladas, generando así un dinamismo en la economía para las localidades del sector.

A modo de síntesis de este apartado y con carácter propositivo se sintetizan las propuestas para cada una de las tres rutas objeto de análisis en esta tesis doctoral. Las estrategias de desarrollo se elaboran a partir de un análisis-diagnóstico a partir de una matriz FODA realizada en el epígrafe anterior. Los principales resultados se recogen en la tabla 5.3.

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Tabla 5.3.

Estrategias de las rutas de estudio.

<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS MAXI-MAXI</p> <p>E1: Dar a conocer a través de campañas internacionales el potencial y mega-diversidad de la Provincia de El Oro</p> <p>E2: Participación en ferias y eventos internacionales de turismo para mejorar el posicionamiento de la provincia en el mercado turístico</p> <p>E3: Participación en ferias que atraigan a inversionistas extranjeros.</p> <p>E4: Poner en valor desde un punto de vista de <i>brand marketing</i> la caracterización bananera que tiene la provincia</p> <p>E5: Desarrollo de proyectos de fortalecimiento de recursos naturales y turísticos, para que la población se empodere de la ruta con bases sólidas y con competencias académicas profesionales.</p> <p>E6: Desarrollo de productos turísticos atractivos que destaquen las actividades diferenciadoras que existen en la provincia</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS MINI-MAXI</p> <p>E1: Consecución de ayuda por parte del sector privado para potenciar la imagen de la provincia y a la vez mejorar las condiciones físicas de los lugares turísticos.</p> <p>E2: Mejorar la capacitación profesional de la comunidad. La falta de preparación profesional de la comunidad lleva a que estos encuentren notables dificultades para explotar sus conocimientos artesanales como la extracción de crustáceos, pesca deportiva o elaboración de redes de pesca, lo cual resulta muy atractivo para el turista extranjero.</p> <p>E3: Diálogo constante con autoridades de gobierno para el mejoramiento de carreteras y accesos a la provincia para así mejorar la conectividad.</p>
<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS MAXI-MINI</p> <p>E1: Fortalecimiento de los pequeños empresarios privados para así reducir la presencia de marcas extranjeras que puedan desplazar al emprendedor local.</p> <p>E2: Replica en cantones más pequeños de los puntos turísticos más relevantes de otros cantones, por ejemplo: el caso del cantón Paccha, el cual es considerado como un pueblo olvidado, por tanto, en el mismo se quiere replicar Yacuviña, para que así</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS MINI-MINI</p> <p>E1: Desarrollo de planes ambientales de manera conjunta entre los diversos niveles de gobierno que incluyan el control del crecimiento poblacional y controles respecto a contaminación para aminorar los impactos en áreas de valor ambiental.</p>

<p>Paccha sea visto como un centro de interpretación donde se rescaten objetos encontrados como vasijas, adornos, y demás y se forme un museo.</p> <p>E3: Contar con un capital de provisión o apalancamiento para inyectar constantemente a la economía en caso de catástrofes.</p>	<p>E2: Llegar a acuerdos municipales que permitan el desarrollo conjunto de diversos cantones a través del mejoramiento de puntos turísticos particulares.</p> <p>E3: Apertura de crédito de fuentes públicas y privadas para los pequeños y medianos empresarios del sector.</p> <p>E3: Elaborar planes de seguridad.</p>
---	---

Elaboración propia.



Universitat d'Alacant
 Universidad de Alicante

Estas propuestas, al igual que sucedía en el apartado 5.5. Diagnóstico de las áreas de estudio se ha llevan a cabo a partir de la información recogida en el trabajo de campo, las entrevistas, encuestas y talleres. Antes de comentar las propuestas se debe señalar algunas puntualizaciones específicas para cada una de las 3 rutas analizadas desde el punto de vista de los puntos fuertes y débiles de cada una de ellas que se suman al diagnóstico general llevado a cabo en el epígrafe mencionado y que son fundamentales para entender las propuestas realizadas.

En la ruta Patrimonio y Cultura, las propuestas se relacionan con los puntos fuertes que se detallan a continuación:

- El valor patrimonial y cultural de los diversos lugares arqueológicos y patrimoniales, así como la calidez de la población que habita en estos lugares.
- Excelentes carreteras de primer y según orden para facilitar el acceso a los lugares turísticos.
- Alternativa turística poco saturada.
- La riqueza en diversidad gastronómica, cultural y de aventura.

Entre los puntos débiles se señalan los siguientes:

- Hay una notable falta de identidad y pertenencia acerca del valor histórico que encierran estos lugares turísticos por parte de la comunidad local y de la población de la provincia, especialmente
- Falta de reconocimiento de la cultura cañaris.
- Falta de empoderamiento y liderazgo por parte de los miembros de las comunidades que viven en este territorio. De esta manera se auto-limitan en el desarrollo de nuevos proyectos para satisfacer las futuras necesidades de los turistas.

En la ruta Bosque Mágicos habría que señalar los siguientes puntos fuertes:

- Notable crecimiento del mercado de turismo de naturaleza en la provincia de El Oro.
- Impulso a la reactivación del turismo en esta zona a partir de identificar los atributos de flora y fauna de la zona.
- Esta ruta tiene la particularidad que, por sus condiciones naturales, se pueden crear diversas actividades para los turistas como rutas de aventura, senderismo o ciclismo lo que contribuye a la diversificación del producto.

Entre los puntos débiles habría que indicar:

- La falta de trabajo en equipo por parte de los diferentes municipios, lo cual desencadena escasez de guarda-parques o guías para las reservas, pero también que no se obtengan sinergias asociadas a la comercialización conjunta de todos los recursos
- Desconocimiento de la comunidad del cuidado de los ecosistemas y de la flora y fauna que los rodea.
- Falta de recursos públicos para el mejoramiento constante de los sitios turísticos.

En la ruta del Manglar habría que señalar como puntos fuertes, los siguientes:

- Formación constante a la comunidad por parte de diferentes instituciones académicas.
- Coordinación y organización de grupos artesanales para la explotación de sus habilidades y de sus productos para venta al turista.
- Organización de toda la comunidad para la oferta y venta de gastronomía local.

Entre los puntos débiles habría que indicar:

- Afectación a la comunidad por la tala indiscriminada del manglar y la construcción de camaroneras, lo cual ha desencadenado un deterioro de la calidad del agua y migración de especies animales.
- A pesar de la extensa presencia de camaroneras, estas no tienen ningún plan de responsabilidad social para con la comunidad.
- Las plazas de empleo que se generan en las camaroneras son cubiertas por personas de otras provincias.
- La presencia de piratas que genera un ambiente de mucha inseguridad, lo que determina que determinados recursos no se aconseje su visita por parte de las autoridades, lo que además de restar recursos turísticos genera la percepción de destino no seguro.

A modo de síntesis, en el siguiente epígrafe se presentan diferentes estrategias que permitirán el mejoramiento del desarrollo de las diferentes rutas y de su comunidad.

5.6.1. Ruta Patrimonio y Cultura

- En lo que respecta a la planificación de proyectos futuros, en Yacuviña sería necesario construir un centro de interpretación que proporcionase información al turista de las características del espacio antes de ingresar al centro arqueológico, así como su relevancia local y sus relaciones con otros yacimientos. En el momento de redacción de esta tesis doctoral se encuentra aprobado por INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural) y la Prefectura. El objetivo de este centro es el de concientizar e informar acerca de que representa Yacuviña para los orenses a lo largo de los años.
- Implementación de un área de artesanías en Yacuviña para poner en valor la artesanía local e incrementar los ingresos de la comunidad local.

- Desde el punto de vista de la comercialización y posicionamiento de la ruta cabe mencionar, por un lado, la planificación del Festival del Inti Raymi (celebración de origen incaica en honor del niño sol) para darlo a conocer a nivel nacional y, por otro, la realización de alianzas estratégicas con las agencias y operadores de turismo para poder promocionar la ruta y poner en valor los recursos disponibles.
- En relación a los recursos es necesario poner en valor algunos de los últimos descubrimientos y que no se han incorporado a la oferta existente. En este punto cabe mencionar que se ha rescatado una piedra llamada Huanca, que era utilizada por los cañaris como un reloj solar, pues se colocaba con dirección al astro rey y, según las partes del agujero que se iluminaban, los nativos determinaban las horas. Este método fue vital para la elaboración de los calendarios agrícolas, lo cual desde luego representa un importante atractivo para los turistas tanto locales como internacionales. En este apartado cabe mencionar, asimismo, la creación de una ciclo-ruta hacia la represa de Tahuin y el hecho de que se está poniendo especial atención al descubrimiento de cascadas en Uzcurrumi, lo que pone en valor los recursos naturales de este territorio, lo cual beneficia a la comunidad local al diversificar la oferta turística.
- Desde el punto de vista de las instalaciones existentes, es necesario la reubicación del Museo mineralógico Magner Turner (cantón de Portovelo), ya que se sitúa dónde está prevista la construcción del teleférico. Ello permitiría, por un lado, ampliar y mejorar las instalaciones dedicadas a la muestra de minerales y, por otro, dotarlo de servicios para los turistas (por ejemplo tienda de souvenirs y cafetería).

5.6.2. Ruta Bosques Mágicos

- En lo que respecta a la planificación, se debe tener especial atención al bosque petrificado de Puyango. Su gestión es un tema muy delicado ya que ha generado notables suspicacias en la comunidad, pero también desde el punto de vista de la gestión de la administración local. En sus inicios estuvo formado por una mancomunidad compuesta por el municipio de Puyango y el municipio de Las Lajas, los cuales comparten este bosque petrificado, ya que Puyango se desarrolla en las 2 provincias (El Oro y Loja). Actualmente su administración se encuentra dividida en tres organismos que se reparten las competencias de manera temporal, pero sin activar un sistema de gestión mancomunado: 2 años la prefectura de El Oro, 2 años la prefectura de Loja y 2 años la prefectura de Puyango y 2 años la prefectura de Las Lajas. Esta división retrasa sobre manera cualquier mejora o decisión de desarrollo que se quiera realizar en dicha reserva, ya que se debe tener la aprobación de los 4 entes gubernamentales. Los retrasos en la adopción y aplicación de actuaciones han generado una notable desafección hacia este espacio por parte de la comunidad local, ya que consideran que no les genera ningún beneficio, al contrario, perjuicios al destinar pequeñas inversiones que son necesarias en las parroquias. Pero también entre las propias administraciones que desconfían de lo que hacen las otras. A tenor de esta cuestión es crucial la adopción de un sistema de gestión que sea eficaz en la adopción e implementación de actuaciones. De no llevarse a cabo será difícil que tenga éxito cualquier inversión y/o iniciativa en materia turística en este espacio.
- Desde el punto de vista de adecuación de las instalaciones cabe mencionar la implementación tecnológica en el museo a realizar a modo de centro de visitantes de Puyango. La edificación como tal se construyó, pero resultado de la falta de acuerdo entre las administraciones, no se ha dotado de contenidos. Igualmente, sería conveniente la construcción de una pequeña

área de servicios a los visitantes. Asimismo, sería conveniente instalar en el área de acceso a este espacio una pequeña área de comercialización de artesanías para que se beneficie la comunidad de dichos ingresos. Estas dos últimas cuestiones, además, de hacer más atractiva la visita al potencial turista, generarán ingresos a la población local mediante oferta de restauración y venta de productos locales.

En este apartado es necesario mencionar, asimismo, la actuación prevista en la reserva Ecológica Arenillas consistente en la construcción de dos torres de observación para admirar el florecimiento de guayacanes. Este proyecto, en fase de estudio, se realizará en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente y el municipio de Arenillas. Junto a esta actuación sería conveniente una mejora de la panelización de los contenidos de las diferentes rutas. La degradación de los puntos de información a lo largo de las rutas como en el área de atención a los visitantes es evidente.

Una tercera actuación debería llevarse a cabo en el humedal La Tembladera, declarado en el año 2013 por el Ministerio de Medio Ambiente como humedal de Importancia Internacional Ramsar. En esta actuación se debería, por un lado, recuperar las diversas instalaciones que se llevaron a cabo en la primera propuesta de puesta en valor de este espacio (instalaciones para la práctica de kayacs y paseos en el humedal, quiosco de restauración) que muestran un notable proceso de degradación. Y por otro, llevar a cabo campañas de participación de la población local para que participe de manera activa en la gestión de este espacio. Parte del fracaso de la iniciativa primigenia se vincula a que fue llevada a cabo por parte de la administración provincial, pero en ningún momento se contó con la opinión de la población local. La proyección en esta atracción turística debería orientarse a la construcción de un centro de interpretación y un acuario donde se podrá apreciar los diferentes tipos de especie que existe en la Tembladera. Asimismo, dada la importancia de la pesca tradicional en este espacio y de

las actividades de investigación desarrolladas en este espacio podrían desarrollarse actividades vinculadas a la puesta en valor de esa actividad tradicional, donde la población local podría “mostrar” sus conocimientos a los visitantes y generar rentas asociadas a la gastronomía de la zona.

- Desde el punto de vista del producto debería crearse una ruta de cascadas que incluya: cascadas del Arco Iris, cascadas de Salati, cascada del Blanco, cascada del Pindo y la cascada del Tobogán, dado su elevado número y vincular estos elementos con algunos de los recursos turísticos ya comercializados (por ejemplo la reserva Buenaventura) ya que algunas de ellas se encuentran en sus proximidades y con rutas de senderismo existentes.
- En lo que respecta a accesibilidad a los recursos debería mejorarse la accesibilidad y buen estado de la carretera hacia la reserva Buenaventura.

5.6.3. Ruta del Manglar

- Dentro de la planificación para el desarrollo de esta ruta es necesaria la construcción de muelles de cabotaje que faciliten el amarre y atraque de las barcas que realizan recorridos por el manglar. Además, esta mejora beneficiaría, a su vez, a las comunidades de pescadores, lo que contribuiría a reforzar entre las comunidades locales las sinergias entre actividades tradicionales y el turismo. Por mencionar una situación concreta, el muelle de Puerto Hualtaco tiene buena infraestructura, pero su problema es la marea baja, que determina que quede impracticable. Por tanto, la prefectura contempla la creación de un muelle en Puerto Pitahaya, para tener accesibilidad a las islas de Costa Rica, San Gregorio, ya que en dichos lugares no tienen problema con la tabla de mareas. Además, a través de este puerto se puede articular salidas hacia la isla Santa Clara a observar el avistamiento de las ballenas por su proximidad y a precios accesibles, porque

hay menos millas que recorrer que desde Puerto Hualtaco. Es una propuesta en fase de estudio.

- Desde el punto de vista de la gestión, la isla San Gregorio fue adquirida por un importante inversionista orense, por lo que su desarrollo actualmente se encuentra dividido entre la parte pública y privada. Es necesario, por tanto, apostar por fórmulas de colaboración público-privada para garantizar un desarrollo sostenible de la isla, evitando algunas actuaciones puntuales (pequeñas construcciones que se han desarrollado en la isla recientemente) que no tienen en cuenta su integración paisajística lo que genera degradación paisajística, pero también ambiental, dada la no existencia de sistemas de saneamiento, y que pueden condicionar la oferta que se está articulando en torno a un turismo de sol y playa en un entorno de marcado carácter natural y compatible con el ecosistema y con control del número de visitantes.
- En lo que respecta a la puesta en valor de los recursos, las islas las Huacas y San Antonio ganaron un proyecto de desarrollo financiado por una ONG (Fondo para el Medio Ambiente Mundial). Esto les ha permitido adquirir dos embarcaciones para iniciar actividades turísticas orientadas a la diversificación económica. Esto conlleva, que sea necesario en colaboración con la prefectura de la provincia se realice un proyecto de capacitación de manglares y así poner en valor los recursos con los que cuentan. Es una iniciativa en fase de estudio, pero es necesario que la administración de una respuesta rápida para evitar generar desilusión en la comunidad, bien porque no se lleva a cabo o porque fracasa al no disponer de la formación adecuada. Una segunda iniciativa es la relativa a la isla Santa Clara. En 2017 el Ministerio de Medio ambiente la elevó a categoría de reserva marina. Por tanto, está al mismo nivel o categoría que las Islas Galápagos, ya que es una zona frágil por razones de tipo de climático y de biodiversidad. Esta normativa señala la existencia de 5 millas a su alrededor, en las cuales está prohibido

el acercamiento de cualquier tipo de embarcación en las épocas en el que las especies están en fase de anidación. Es necesario, por tanto, que cualquier actuación en materia turística contemple la fragilidad del entorno, pero, a la vez, la ponga en valor, ya que se trata de un espacio de gran valor desde el punto de vista faunístico y que permitiría generar rentas a la población y, a la vez, ampliar la oferta turística del país y reducir la presión sobre las Islas Galápagos.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

CAPITULO 6. COVID-19 Y SUS POSIBLES EFECTOS EN EL TURISMO DE LA PROVINCIA DE EL ORO

La COVID-19, de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (2020), es una enfermedad infecciosa causada por un virus, el coronavirus, que puede causar enfermedades respiratorias tanto en humanos como en animales, y puede ir de un resfriado común hasta enfermedades sumamente complejas que afectan a todo el sistema respiratorio. Su brote estalló en la provincia de Wuhan en China en el mes de diciembre del año 2019 y actualmente es considerada como una pandemia que ha contagiado a miles de millones de personas en el mundo (a fecha de 3 de agosto de 2020, según la OMS, 18 millones de casos confirmados) y ha causado la muerte a 689.000 personas. Cifras que muestran un crecimiento constante y que reflejan la dificultad para controlarla en un mundo con una economía altamente globalizada e interconectada

Una vez que la Organización Mundial de la salud decretó este coronavirus como una pandemia, se ha visto alterada de manera notable la dinámica económica mundial. Se paralizó radicalmente, por un lado, el ingreso y salida de población de los diferentes países del mundo como consecuencia del cierre progresivo de las fronteras y, por otro, la economía mundial ha sufrido uno de los colapsos más fuertes de todos los tiempos. El cierre de fronteras tenía como finalidad frenar los contagios. El cierre de fronteras unido a las medidas internas de “control de movilidad” y la declaración de diversos niveles de alarma que ha tenido notables efectos desde el punto de vista de las actividades económicas ha supuesto una recesión económica. De acuerdo con la edición de junio de 2020 del informe *Perspectivas económicas mundiales* del Banco Mundial (2020), ha sido la peor recesión desde la Segunda Guerra Mundial, con una contracción de la economía

mundial, que, según las previsiones del Banco Mundial, se reducirá un 5,2 % este año.

Desde luego Ecuador no ha sido la excepción, una vez identificado el caso cero, y con un aumento bastante significativo de personas llegando a los hospitales con los síntomas del COVID-19, desde el día 15 de marzo se decretó el cierre de los aeropuertos y se decretó un estado de excepción en el país con alerta roja, en donde se ordenó el cierre inmediato de todas las actividades económicas a nivel nacional, se restringió la movilidad en su totalidad y se puso a todos los ecuatorianos en cuarentena en sus domicilios con toque de queda en horarios particulares, como una manera de precautelar la seguridad y la salud de la población en general.

Como se mencionó anteriormente, todos los sectores de la economía han tenido que soportar un gran impacto con el cierre de sus actividades, y uno de los más afectados ha sido el turismo, no solamente en Ecuador sino a nivel mundial, básicamente por dos razones. La primera, el cierre de fronteras y suspensión de vuelos le quita la posibilidad al turista de poder desplazarse y tener la certeza de regresar sin ningún tipo de novedad. Esta actuación se une a la aprobación de medidas cautelares como el establecimiento de cuarentenas a personas que procedan de áreas de riesgo, que, en el caso de turistas, los disuade en elegir esos destinos. Y en segundo lugar, el temor que tienen las personas frente al contagio de COVID-19 y que determina que sean reacias a realizar actividades de ocio como son los propios desplazamientos o la restauración. A ello se une, en algunos casos, a la falta de respeto en medidas de bioseguridad que puedan tomar los establecimientos comerciales, alojamientos, restaurantes y demás a los que se vean expuestos.

De acuerdo a datos del INEC (2020), las actividades turísticas representan el 2.8% del PIB en el Ecuador, y el 10% del PIB a nivel mundial en 2019, por lo que es considerada como una parte íntegra y fundamental para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, así como una actividad con un nivel de transversalidad elevado por su nivel de alcance en las actividades económicas

vinculadas al turismo como la hotelería, la restauración, la alimentación, el comercio o el transporte, entre otros (OMT, 2020).



Figura 6.1. Entrada de visitantes extranjero al Ecuador por año
 Fuente: (Diario El Universo, 2020).

El efecto de la Covid-19 ha tenido una notable impronta en la caída en la llegada de turistas. La figura 6.1. Recoge la drástica caída de visitantes extranjeros que ha registrado Ecuador en 2020, y que supone una ruptura en la línea de tendencia alcista que registraba desde 2007. Y esta, a su vez, ha tenido notables repercusiones desde el punto de vista del Productor Interno Bruto (PIB). El diario El Comercio (2020) publicó la proyección de pérdidas realizada por el Ministerio de Turismo asociado a la disminución de la llegada de turistas que evidencian la notable reducción de los ingresos y, consiguientemente de la aminoración de la aportación al PIB, y son las siguientes:

- Si la emergencia sanitaria durase alrededor de 30 días, las pérdidas serían de USD 150 millones.
- Si la emergencia sanitaria durase alrededor de 60 días, las pérdidas pueden llegar alrededor de USD 345 millones.

- Si la emergencia sanitaria durase alrededor de 120 días, las pérdidas bordearían los USD 540 millones.

La aparición del COVID-19 ha hecho que el escenario del turismo sea uno de los más inciertos que se pueda vivir en la actualidad, por ende, trae consigo muchos desafíos al momento de ordenar y gestionar esta actividad de manera general y de forma más concreta en la promoción de iniciativas y actuaciones enfocadas a las necesidades y a las condiciones actuales del turismo. Una adecuación que teniendo en cuenta la prolongación de la situación de alarma generada por el COVID-19 desde mediados de marzo determina que se hayan llevado a cabo informes acerca de las actuaciones necesarias para, por un lado, minimizar los impactos y por otro adecuar las actividades turísticas a la denominada “nueva normalidad”. A modo de ejemplo, pueden citarse los informes llevados a cabo por investigadores españoles del Instituto de Investigaciones Turísticas como Vera Rebollo e Ivars Baidal (abril 2020) donde analizan el impacto de *la Covid-19 en la actividad turística de la Comunitat Valenciana* o el que lleva por título *La Agenda de investigación para el turismo en la etapa post-Covid. Respuesta a una crisis sin precedentes* (junio 2020), en el que se analizan actuaciones para minimizar los impactos de esta crisis.

La gravedad de la situación determinó la adopción de diversas medidas encaminadas a la aminoración de los impactos de la pandemia en la economía y en el sector turístico, en particular (tabla 6.1.). Uno de los principios en los cuales se encuentran enfocadas actualmente las autoridades de turismo del Ecuador es en reactivar el sector turístico a través de la recuperación del turismo interno y del mejoramiento de la competitividad de las actuales MIPYMES (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020), para lo cual se está modificando el Plan Nacional de Turismo 2020-2030, elaborado por el gobierno, ya que en dicho documento no se encontraba previsto la pandemia o una situación que generase una situación tan excepcional. Las iniciativas se han orientado a actuaciones en relación a los productos turísticos,

empresas y la adecuación de instalaciones. A continuación, se sintetiza en una tabla las medidas tomadas por el gobierno central en pro de la reactivación turística del país.

Tabla 6.1.
Medidas tomadas por el gobierno ecuatoriano para reactivar el turismo

Problema	Acción realizada	Posible efecto
Despido masivo de personal	Flexibilización de ciertas políticas laborales tales como: - Negociación de condiciones para el pago mensual de salarios entre trabajadores y empleadores. - Flexibilización de la modalidad de contratos de trabajo (se puede contratar por periodos más cortos de tiempo) - Negociación de facilidades de pago de liquidación en caso de despidos.	Disminución de la cantidad de colaboradores que se quedarían sin un puesto de trabajo.
Cierre de MIPYMES	Prolongación de tiempo para el cumplimiento de pago con entidades estatales como: - Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para el pago de aportaciones a los trabajadores, - Servicio de Rentas Internas (SRI) en todo lo relacionado a materia tributaria. - Ausencia de multas o sanciones para comercios que no cuenten con toda la documentación legal para su funcionamiento.	Mejoramiento de los flujos de efectivo de las organizaciones, lo cual les da un ligero alivio económico para poder soportar lo que resta de la pandemia sin cerrar sus actividades.
Paquetes de oferta turística	Ofrecimiento de actividades turísticas enfocadas al aire libre y exploración de la naturaleza	Explotación turística de lugares anteriormente muy poco o nada frecuentados por los ecuatorianos.

Elaboración propia.

Desde el punto de vista de las actividades turísticas, se ha hecho hincapié en el fortalecimiento de la oferta turística de naturaleza y al aire libre, que permite a

los turistas tener mayor seguridad en el momento de la visita, ya que no se trata de modalidades turísticas de alta afluencia o de lugares cerrados o confinados con muchas personas dentro de él. La apuesta por esta tipología turística paralelamente fortalece el desarrollo de un turismo sostenible, enfocado en la flora y fauna del país y la creación de conciencia de vivir una experiencia mucho más natural y de contacto con el medio ambiente en el que se vive. Este recurso turístico ya era contemplado por el Plan de Turismo vigente, pero se incrementa las actuaciones orientadas a su potenciación.

La cuarentena, estar encerrados tanto tiempo en casa, ha desencadenado en las personas un gran sentimiento de opresión y falta de libertad, que desde luego no se había experimentado por ninguna razón desde hace varios siglos atrás, por lo que actualmente el turista busca una experiencia que le permita vivir un sentimiento de libertad con alojamientos que no sean masivos, destinos locales y sin grandes volúmenes de usuarios. Teniendo en cuenta estos factores, destinos turísticos de carácter local y poco masificado y, en ocasiones, poco conocidos pueden convertir la situación generada por la Covid en una oportunidad que les permita posicionarse en el mercado y ser una opción para que muchos emprendedores desarrollen empresas enfocadas hacia este nuevo tipo de turismo. Pero también es necesario que la oferta ya existente (mayoritariamente hoteles y restaurantes) adapten su oferta de servicios a una opción que sea segura, accesible y adaptada a la nueva coyuntura.

Como se mencionó anteriormente, además de incentivar al turismo local, otras de las actuaciones adoptadas se han orientado a fortalecer el nivel de competitividad de las MIPYMES del sector turístico. Para ello el ministerio con competencias en esta materia se encuentra trabajando en modelos que las beneficien a través de incentivos financieros, laborales y tributarios, que respondan a las necesidades del sector y que les permitan amortiguar el peso financiero que tienen que solventar como consecuencia del tremendo parón que han registrado sus actividades comerciales.

En la actualidad el Ministerio de Turismo del Ecuador con la ayuda de la Organización Mundial del Turismo, se encuentra trabajando en un plan de actuaciones orientadas a minimizar los impactos del COVID-19 en la actividad turística, pero también para adecuar esta actividad a la nueva coyuntura. Este, principalmente, consiste en buscar diferentes iniciativas de emprendedores que ayuden a mitigar el impacto que ha tenido la pandemia en el turismo y que aporten nuevas propuestas innovadoras y, sobre todo, adaptadas a la realidad actual, que permitan reactivar y dar impulso a las actividades de turismo del Ecuador.

Ante esta propuesta y en el marco de esta investigación se plantea la siguiente pregunta ¿Será fácil implementar dicho plan? La respuesta no es sencilla ni simple ya que implica realidades diversas. En primer lugar, es indispensable que el turista ecuatoriano y extranjero sienta la seguridad que le brinda tanto el país como los lugares que vaya a visitar en temas de bioseguridad, es decir, que se están tomando todas las medidas preventivas para evitar contagios, por lo que se debe trabajar en publicitar los protocolos que se encuentran aplicando, el tema del distanciamiento o evitar las aglomeraciones. Medidas que se están realizando y cumpliendo mayoritariamente, ya que no solo lo controlan las autoridades estatales, sino también las municipales y los propios turistas.

En segundo lugar, es indispensable que el plan de acción que se está implementando y las diversas medidas de recuperación de turismo que se ejecuten, se direccionen a todas las provincias del Ecuador. El mencionado plan en la actualidad no se está aplicando aún, ya que, por el momento, ni el propio gobierno central tiene claro qué, cómo y cuándo llevar a cabo todas las medidas que indica se deben tomar, por lo que simplemente resta esperar a ver qué sucede en los próximos meses desde el punto de vista de su aplicación y que cuente con el presupuesto financiero para poder ejecutarlo.

Por último, y en lo que respecta a la provincia de El Oro, principal objeto de estudio de la presente investigación, a continuación, se darán a conocer diversas campañas y medidas que se están empezando a publicitar en redes sociales para

atraer a nuevos turistas a los diferentes cantones de la provincia de El Oro. Como se ha indicado en párrafos anteriores, ninguna otra medida, aparte de las de bioseguridad, se han implantado todavía. Cabe destacar que esta reactivación, si bien tiene fines de atraer nuevos turistas, también incrementa la vulnerabilidad en las poblaciones en que se desarrollan estas actividades turísticas ante el incremento de posibles contagios o que, al no estar preparadas de manera adecuada para estas prácticas, se pueda causar algún tipo de daño o perjuicio a la naturaleza, la vida silvestre o cualquier otro recurso valioso presente.

Una de las campañas en las que está trabajando el Ministerio de Turismo se llama “Me quedo en Ecuador”, la cual a través de la promoción de videos, tiene como objetivo motivar a los viajeros nacionales a recorrer el país “de los cuatro mundos”. En esta campaña se muestran escenarios únicos, inspiradores, atractivos, al aire libre y, sobre todo, que cumplen con las medidas de seguridad requeridas para la nueva normalidad. En el marco de esta línea de actuación, y en lo que respecta a la provincia de El Oro, de las 6 rutas reconocidas por el gobierno se quiere reactivar la Ruta del Manglar (figura 6.2. y 6.3.) a través de esta campaña promocional y tanto en las cuentas oficiales del Ministerio de Turismo (<https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presentara-nueva-campana-de-promocion-me-quedo-en-ecuador/>) como en twitter y Facebook (figura 6.4.). Esta fue una de las rutas analizadas en esta investigación y en la que la implantación turística presentaba un índice de desarrollo más bajo, pero donde el componente natural era el más elevado. Esta ruta ha sido elegida por el Ministerio de Turismo porque se inserta plenamente en el plan de actuación orientado al fortalecimiento de la oferta turística de naturaleza



Figura 6.2. Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar.
 Fuente: (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).



Figura 6.3. Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar
 Fuente: (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020)



Figura 6.4. Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar
 Fuente: (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020).

Básicamente, se está promocionando esta ruta como “una joya natural”, es decir, un área de gran valor ambiental y donde las actuaciones se orientan a poner en valor esas externalidades positivas, con su principal actor, el manglar, en donde se puede llevar a cabo diversas alternativas de turismo al aire libre y de naturaleza combinado con iniciativas de aventura (figura 6.5). Esto le permite al turista tener una mayor seguridad al momento de la visita, ya que se visitan lugares abiertos, no masificados dada el carácter incipiente de las actividades turísticas. Este nuevo elemento se relaciona con las actuaciones ya iniciadas (aunque de manera incipiente) de poner en valor todos los recursos derivados de este ecosistema (rutas, avistamiento de aves, gastronomía, etc.).

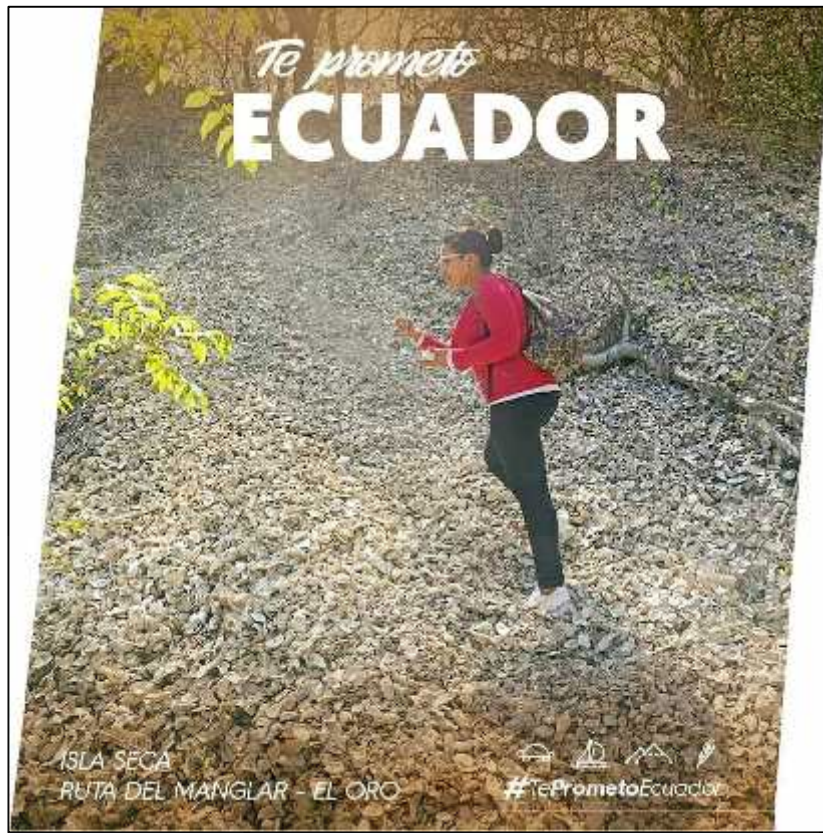


Figura 6.5. Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar.

Fuente: (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020)

En la Isla Santa Clara (incluida en la ruta del Manglar), también se están realizando acciones para incentivar al turismo en la isla. En la misma se pueden llevar a cabo actividades como el avistamiento de ballenas jorobadas, piqueros de patas azules, pelicanos pardos, entre otros. El avistamiento de aves y fauna era el principal atractivo turístico de este espacio y, dadas sus características, se ha apostado por una mayor promoción al adecuarse a elementos asociados a un “turismo de naturaleza”, de espacios abiertos y reducido nivel de visitantes, dadas las características del espacio, un área protegida de elevada biodiversidad. A continuación, se muestran algunas fotos de la difusión que se está realizando (figura 6.6.).

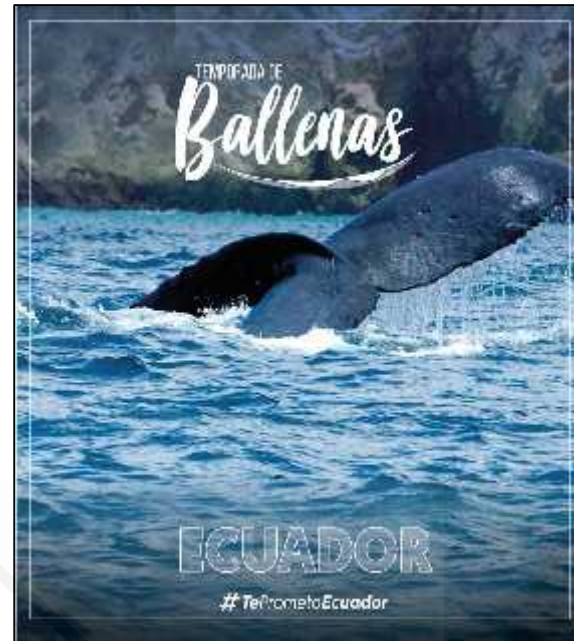
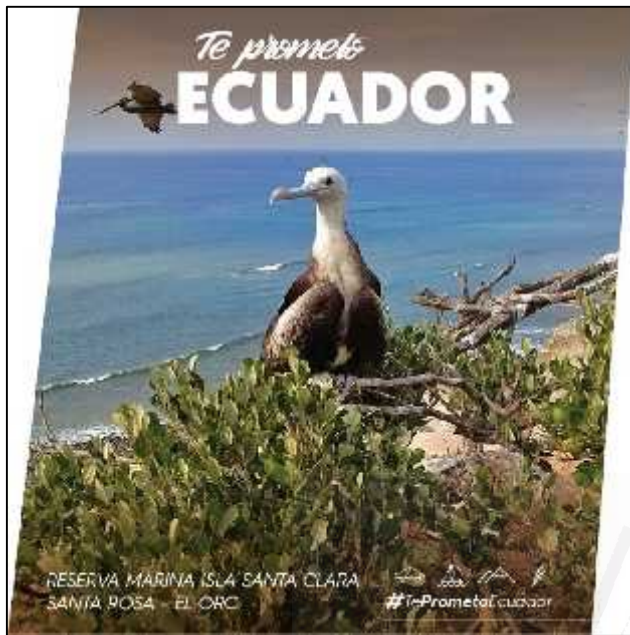


Figura 6.6.: Campaña promocional del Ministerio de Turismo para visita de Isla de Santa Clara

Fuente: (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2020)

Debido a que este suceso se dio de manera reciente, son pocos los recursos académicos y científicos que se pueden encontrar elaborados de manera específica en Ecuador y para Ecuador a diferencia de otros países (por ejemplo, España). Igualmente, el grado de aplicación del plan nacional para minimizar el impacto de la COVID-19 en el turismo es bajo ya que solo se han comenzado con campañas de promoción, ya comentadas, y de participación pública, auspiciada desde el mundo académico en colaboración con las administraciones provinciales para conocer cómo afectará la pandemia a las preferencias de viaje en la nueva normalidad. De ahí que a través de una encuesta se quiera conocer los factores determinantes en la elección de los destinos, tipos de servicios, actividades, etc. a nivel interno. Cuestionario elaborado por docentes del grado de Turismo de la Universidad Central de Ecuador con el aval del ministerio de turismo y donde participan docentes, entre otras universidades la UMET (Universidad Metropolitana Sede

Machala). Una de esas encuestas se ha realizado a residentes de la provincia de El Oro (<https://bit.ly/UMETTturismoInterno>).

Sin embargo, resulta importante destacar las diferentes campañas y estrategias que se están aplicando para poder reactivar el turismo en el Ecuador, y particularmente en la provincia de El Oro y las diferentes rutas que la conforman.

Actualmente, y como se mencionó en párrafos anteriores, son muy vagas y poco precisas las acciones concretas que quiere tomar el gobierno central para la reactivación económica del país y, más concretamente, del turismo. En lo que respecta a la provincia de El Oro (a fecha de 7 de agosto de 2020), esta se encuentra en semáforo amarillo, lo que trae consigo restricciones de diversa índole como cierre de universidades, escuelas, lugares públicos como cines, teatros, iglesias, etc. En esta situación, en el caso de que el Comité de Operaciones de Emergencia Nacional (COE) tome algunas medidas orientadas al incremento de la flexibilidad y autorizase una mayor libertad la movilidad y la reunión u organización de viajes a otros cantones de la provincia, los COE cantonales podrían no aceptarlas, ni aplicarlas en sus cantones, argumentando razones de preservar la salud y seguridad de sus ciudadanos, evitar posibles rebrotes del virus y el colapso de los sistemas de salud.

No se ha llevado a cabo ningún tipo de actuación en lo que respecta a reactivación hotelera, lo único que sí se ha dado es la apertura de restaurantes con restricciones con el aforo permitido y con la adecuación de ambientes en exteriores. El resto de aspectos se encuentran “en el aire” y sin ningún tipo de medida que se haya aplicado con inmediatez una vez que acabó la cuarentena en el país.

¿Se debe hacer algo con mayor proactividad?, La respuesta es, evidentemente, afirmativa, tal y como se está haciendo en numerosos países. Sin embargo, Ecuador se encuentra sumergido en una oleada de problemas políticos, económicos y de salud, que dificulta notablemente aprobar y adoptar iniciativas por parte del ministerio con competencias en materia turística, pero también para dar

las directrices a todas las provincias para que inicien lo más pronto posible, por lo que es necesario que, una vez evaluadas todas las condiciones del entorno y de salud, la provincia de El Oro, de marcha al emprendimiento turístico, fomente la creación de servicios y productos atractivos y a través de un trabajo conjunto con la banca privada, se aperturen líneas de crédito para el financiamiento de nuevos negocios o de capital de trabajo para los ya existentes.

6.1. Bibliografía

Banco Mundial. (2020). *Perspectivas económicas mundiales*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>. Recuperado el 1 de Junio de 2020.

Diario El Comercio. (2020). Ministerio de Turismo: Hasta USD 540 millones de pérdidas si la emergencia se prolonga por 90 días. *El Comercio*, págs. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/mintur-perdidas-emergencia-sanitaria-turismo.html>. Recuperado el 18 de Marzo de 2020.

Diario El Universo. (10 de Mayo de 2020). Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020. *Diario El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>. Recuperado el 10 de Mayo de 2020

INEC. (1 de Agosto de 2020). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Informe de actividades turísticas en el Ecuador. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>. Recuperaado el 1 de Agosto de 2020

Ministerio de Turismo de Ecuador. (1 de Agosto de 2020). *Turismo interno debe ser el primero en reactivarse después del COVID-19*. Obtenido de

<https://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-debe-ser-el-primero-en-reactivarse-despues-del-covid-19/>. Recuperado el 1 de Agosto de 2020

Navarro Jurado, E., Guevara Plaza, A., Anton Clavé, S., Russo, A.P., Ivars Baidal, J.A., Vera Rebollo, F., Fuster Huguet, M., López Sánchez, J.A., Pazos Otón, M., López, L., Piñeiro, A., León González, C. y Prats Planaguma, L.I (junio 2020). *La Agenda de investigación para el turismo en la etapa post-Covid. Respuesta a una crisis sin precedentes. Disponible en: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Instituto-para-el-Desarrollo-Social-Sostenible-noticias_imagenes-14.pdf.*

OMS. (29 de Julio de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Enfermedades emergentes en el mundo: Coronavirus. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>. Recuperado el 29 de Julio de 2020.

OMT. (1 de Agosto de 2020). *Organización Mundial de Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es>

Vera Rebollo, J.F. y Ivars Baidal, J.A. (abril de 2020). *El impacto del Covid-19 en la actividad turística de la Comunitat Valenciana*. Institut Universitari d'Investigacions Turístiques Universitat d'Alacant. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/INFORME-TURISMO-Y-COVID19-CV.pdf>. Comprueba la maquetación.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

7. CAPITULO: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente trabajo de investigación viene a establecer una contribución al análisis de 3 de las rutas turísticas que se encuentran disponibles en la provincia de El Oro. El desarrollo del potencial turístico de la provincia se encuentra vinculado principalmente a la planificación e inversión del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de El Oro y también al Ministerio de Turismo de Ecuador, como principal ente regulador de esta área a nivel nacional.

A manera de conclusiones, en este capítulo, se hace un recuento de los principales resultados obtenidos a lo largo del desarrollo del presente trabajo de investigación asociados con el estudio de casos que se llevaron a cabo. De igual manera se expondrán las limitaciones encontradas y se brindará una orientación para el desarrollo de futuras investigaciones.

7.1. Principales resultados

A continuación, se va a presentar una síntesis del desarrollo general del presente trabajo de investigación, en donde se van a exponer los objetivos planteados y el grado de consecución de los mismos, los cuales se encuentran sintetizados en la tabla 6.1 que se muestra a continuación.

Tabla 7.1.
Objetivos propuestos y grado de consecución

Capítulo	Objetivos	Grado de consecución
Capítulo II	Profundizar en los referentes teóricos de la temática, desde el contexto global hasta el nacional, que permitan la actualización y adecuación pertinentes.	MEDIO-ALTO
Capítulo V	Diagnosticar con un enfoque prospectivo, la situación actual de los destinos turísticos de la Provincia de El Oro, determinando sus potencialidades y oportunidades de desarrollo futuro.	ALTO
Capítulo V	Proponer lineamientos estratégicos que contribuyan al aprovechamiento de potencialidades turísticas de la Provincia de El Oro, así como herramientas para su implementación, con vistas a garantizar su competitividad en el mercado	MEDIO-ALTO
Capítulo V	Aplicar la metodología propuesta en los sitios seleccionados según representatividad, que permita su validación práctica.	ALTO

Elaboración propia.

Sin embargo, a pesar de que has habido un alto grado de consecución de objetivos, se presentaron ciertos desafíos. Uno de ellos fue la aplicación de la metodología que se está proponiendo en la presente investigación en los sitios seleccionados para la validación de información. Este proceso implicó un traslado logístico y de coordinación con la comunidad y sus representantes para poder ser atendidos, sobre todo poder obtener la información sin ningún tipo de sesgo o de mala interpretación que de alguna manera pudiera alterar los resultados finales.

Otro desafío fue el acceso a la información por parte de los gobiernos municipales, ya que en muchos casos dichos datos eran bastante limitados o no había mucha apertura por parte de las autoridades políticas en proveer de lo que se necesitaba o dar su punto de vista al respecto. Esta cuestión dificulta la realización de un diagnóstico de la situación actual y sobre todo de la evolución registrada en el tiempo.

7.2. Contribuciones al campo de estudio

Como se mencionó en capítulos anteriores, el objetivo general de la investigación es la de contribuir al aprovechamiento de potencialidades turísticas, mediante la adecuación y aplicación metodológica, obteniendo lineamientos estratégicos para el desarrollo local de esta provincia, con aportación de herramientas para su implementación. Tal como se ha venido desarrollando los diferentes análisis, las conclusiones se realizarán de acuerdo a las tres rutas que han sido objeto de investigación.

7.2.1. Ruta Patrimonio y Cultura

La ruta Patrimonio y Cultura, como su nombre indican, tiene entre sus lugares más atractivos aquellos cantones que cuentan con las estructuras más

representativas de los recursos relativos a cultura y patrimonio especialmente de tipo arquitectónico. A modo de síntesis se hace referencia a los siguientes puntos que se detallan a continuación.

Los principales atractivos turísticos de esta ruta se encuentran conformados por Zaruma, Portovelo, Malvas y Atahualpa. Como se mencionó en capítulos anteriores, se la considera como una ruta alta, es decir, con una elevada integración desde el punto de vista del desarrollo de actividades turísticas. Es llamada así debido a la estrecha relación que guardan dichas ciudades con el patrimonio y cultura de la provincia de El Oro y del país en general, ya que, por ejemplo, la primera de ellas (Zaruma), fue declarada Ciudad de Interés Turístico Nacional” (1977), Patrimonio Cultural del Estado Ecuatoriano (1990) y Pueblo Mágico del Ecuador (2019). Declaraciones que han contribuido de manera importante a la promoción de la ruta.

La ciudad de Zaruma tiene un alto potencial turístico debido al gran patrimonio y cultura que la caracteriza y vinculado a la explotación de las minas de oro. Sin embargo, también, es notable la falta de compromiso de las autoridades municipales en aprovechar el potencial del lugar y apostar por el valor histórico que esta posee, al ser la segunda ciudad que fundaron los españoles en 1549 para explotar el oro de la zona. La minería ha sido un arma de doble filo para el cantón Zaruma, ya que por un lado se sobreexplotan los recursos (como el oro), pero, por otro lado, también atrae a turistas, por la curiosidad de experimentar el proceso de extracción y transformación del mismo, así como conocer cómo se lleva a cabo esta actividad. En este sentido la visita a la mina el Sexmo es uno de los recursos más visitados en esta ruta.

Zaruma fue el primer cantón de la zona sur de la provincia de El Oro, que fue incorporado dentro de la ruta de “Pueblos Mágicos”. Turísticamente se puede decir que los oreñenses lo visitan por tradición, ya que es un plan de fin de semana familiar por su gastronomía, clima, paisajes y recursos patrimoniales. Desde hace unos diez años, se ha venido promocionando más activamente el cantón Zaruma. Sin

embargo, no se ha llevado a cabo un buen manejo de recursos en lo que respecta al turismo porque no se invirtió en promoción a nivel internacional para poder consolidar la marca en otros países, por lo que ha habido una ausencia de campañas de difusión, presencia en ferias, y demás. Esta situación, acompañada de la minería ilegal y desmedida ha ocasionado varios socavones en el núcleo urbano desde 2017 debido al sistema de explotación del oro, ha generado cierta inseguridad y temor en los turistas, que lo han visto como un lugar algo inseguro, por lo que deciden optar por otros destinos.

Zaruma cuenta con hoteles y demás facilidades para turistas, sin embargo, en el caso de que exista o se genere una alta afluencia, podría suceder que su capacidad no sea suficiente para atender a todos los visitantes. Por ejemplo: el turismo religioso ocasionado por la romería que se hace a la Virgen del Carmen (costumbre católica) atrae a miles de personas anualmente (turismo religioso). Sin embargo, la mayoría de estos regresa a sus ciudades de origen por la incapacidad del cantón en alojar y atender a todos los que lo requieran. Una ampliación de la oferta de alojamiento permitiría incrementar el periodo de estancia en el cantón y, a su vez, hacer uso de otros servicios turísticos lo que incrementaría los ingresos para la población local.

Es indispensable, asimismo, llevar a cabo campañas de promoción. Las encuestas han puesto de manifiesto el escaso conocimiento que los turistas tienen de estos recursos tanto de la ciudad como de otros recursos existentes en la ruta. Es necesario que el turista conozca qué es lo que se está haciendo en la ciudad para mejorar su infraestructura y también que se puedan identificar los puntos más representativos. Asimismo, sería importante dotar de señalética para que el turista por sí solo tenga la capacidad de recorrer y saber específicamente a donde ir. La falta de información turística es una debilidad que se hace notar con facilidad.

En lo que respecta a la mina “El Sexmo” (muy próxima a la ciudad de Zaruma) es uno de los principales recursos relacionados con la explotación del oro valorizado desde el punto de vista turístico. La visita a una de las galerías permite conocer

como fue la explotación del oro en el siglo XIX. Esta valorización (señalización de unos 500 metros de túnel y visita guiada) ha sido llevada a cabo por la empresa que explota la mina como forma de repercutir en la sociedad local parte de los beneficios que obtiene con la explotación del oro. Ello determina que la visita sea gratuita. La gratuidad para ingresar actualmente ha hecho que la mina se vaya deteriorando poco a poco, ya que carece de mantenimiento y de los cuidados para su preservación, por lo que es recomendable que se cobre un valor determinado para el ingreso, el cual podría ser diferenciado para nacionales y extranjeros, pero que a través de esos ingresos se puedan mantener los gastos básicos de la mina. Además, existe la percepción que al ser gratuito, no es un recurso valioso.

También el cantón Portovelo, que se encuentra situado en un lugar privilegiado por los grandes yacimientos de oro existentes, es considerado como una región minera y parte de la valorización turística se relaciona con esta actividad. Sin embargo, esta misma actividad económica ha traído varios problemas a la población que en él habita, por ejemplo, la contaminación del “Río Amarillo” y el “Río Caleras”, por sus grandes niveles de contaminación asociados a la extracción de oro. En cambio, dada su dinámica económica, sus carreteras son de primer orden y están en buen estado, por lo que es considerado como un destino accesible tanto el pueblo, como los atractivos que se encuentran a su alrededor.

A pesar de ser un cantón pequeño, tiene numerosos lugares turísticos como se señalaron en capítulos precedentes, sin embargo, no se le ha dado la importancia que realmente merece ya que gran parte de las inversiones se han concentrado en Zaruma. Ejemplo significativo, como se deduce de las encuestas, es que la prefectura provincial carece de planes de mejora continua, por ejemplo, actualmente se encuentra falto de un sub-centro de salud de primer orden, uno de los requerimientos de la población. Desde el punto de vista turístico, es necesario la adecuación turística de la mayor parte de los recursos (que no cuentan, por ejemplo, con paneles informativos) y el mantenimiento de los existentes (señalética de localización) lo que determina que muchos de los atractivos turísticos no tiene las

condiciones para ser considerado como destino turístico. Otra cuestión relevante es la cuestión de la seguridad. La migración procedente de otros países (como Venezuela, Colombia, entre otros) ha dañado el ambiente de familiaridad y seguridad que tenían, generando un incremento en la delincuencia, que ha generado cierto rechazo por los visitantes y turistas que recorrían esta ruta. La sensación de falta de seguridad es otra de las cuestiones que aparece en las entrevistas como amenaza a esta ruta.

Al margen de los recursos relacionados con la explotación del oro, otra de las potencialidades, como quedó de manifiesto en encuestas y entrevistas, son los recursos arqueológicos. En lo que respecta a yacimientos arqueológicos, Yacuviña, ubicada en el cantón Atahualpa, es un ejemplo de iniciativa orientada a la recuperación de los elementos patrimoniales que se ha implementado en los últimos cinco años, donde los estudios orientados a conocer el pasado y recuperar y estabilizar una parte del yacimiento es el elemento consolidado y una apuesta de las autoridades del cantón. Sin embargo, precisa de numerosas inversiones ya que es necesario dotar de paneles e interpretar los lugares que así lo requieran las prospecciones arqueológicas y la eliminación de la vegetación van descubriendo. Los existentes en la actualidad son claramente insuficientes. Además, sería necesario construir un centro de interpretación que permitiese poner en valor la cultura de la población indígena y los factores que explican su ubicación en ese lugar y, a su vez, preservar el yacimiento.

No solamente Yacuviña sino también su entorno, presenta un elevado potencial, ya que hay hermosos paisajes (bosques y sector de montaña) que fácilmente se podrían incorporar en la ruta, que además de incrementar la duración de la ruta permitirían entender y contextualizar la ubicación de Yacuviña. El yacimiento de Yacuviña se encontraba en un punto estratégico para asuntos de comercio entre la parte baja y alta de la provincia de El Oro, es decir, la costa y la montaña. Como ejes de comercialización, los incas aprovecharon ese espacio montañoso y los aterrazamientos para desarrollar sus sistemas de canalización y

recepción de aguas, las cuales no solo era para el uso de baños y aseo, sino también para la agricultura. Con esa estructura desarrollada ancestralmente, se podría aprovechar para crear rutas turísticas, incorporando cerros y cascadas, lo cual permitirá incluir nuevos puntos y diversificar la ruta, creando nuevas opciones que permitiría que el turista permanezca más tiempo en el lugar y eso desde luego significará mayor ingreso para la población local.

Ejemplo paradigmático del elevado potencial de recursos y su escaso aprovechamiento turísticos es el balcón del cielo, que por su ubicación es un mirador de gran valor paisajístico ya que se sitúa en el cantón Atahualpa, en el sector de cumbre de la alineación montañosa de la cordillera de Dumari. Sin embargo, le falta paneles que explique qué significa este espacio y su localización, pero también una adecuación del mirador en si (ampliación de la zona de aparcamiento y dotación de ciertos equipamientos como baños e incluso una pequeña cafetería) para los turistas, dado su atractivo desde el punto de vista paisajístico (línea de cumbres), pero también desde el punto de vista del cambio de vegetación al atravesar el mar de nubes.

Malvas, parroquia de Zaruma e incluido por la administración en esta ruta. Refleja el estado de gran parte de los recursos de esta ruta, que fueron identificados por los estudios conducentes a la configuración de esta ruta, pero que no han sido objeto de ninguna actuación para su puesta en valor. De ahí que, que las actividades turísticas sean testimoniales, como reflejaban las encuestas; siendo además considerado como un lugar de paso. No cuenta, por ejemplo, con equipamientos en el área del turismo, por lo que la hotelería, restaurantes y demás servicios son bastante limitados. La economía de este cantón se basa principalmente en la agricultura y la elaboración en forma artesanal de dulces y manjares. Estos, que tienen una elevada aceptación a nivel local y provincial, apoyados por el gobierno municipal, podrían constituirse en el reclamo para diversificar su economía. Para ello sería necesario actuaciones orientadas a sensibilizar a su población sobre esta

actividad, es decir, poner en valor su gastronomía para diversificar las actividades económicas, así como actuaciones para conservar su arquitectura tradicional.

7.2.2. Ruta Bosques Mágicos

La ruta Bosques Mágicos se encuentra conformada por el Bosque Petrificado de Puyango y los cantones de Piñas, Arenillas y Santa Rosa. Se la considera como una ruta media, desde el punto de vista del desarrollo de las actividades turísticas. Su elemento articulador es la presencia de diversas áreas forestales, con una extensa diversidad de vegetación. Dentro de la ruta “Bosques Mágicos” las actividades turísticas son una fuente de desarrollo económico significativo, teniendo en consideración que cuenta con diversas tipologías de turismo como: turismo de aventura, ecoturismo, senderismo, avistamientos de ave y observación de flora y fauna endémica de la zona, si bien con diferencias significativas entre unos recursos y otros.

La reserva de Jocotoco, ubicada en el cantón Piñas, representa un ejemplo paradigmático de la generación de ingresos a partir de la conservación y puesta en valor del entorno mediante prácticas de turismo sostenibles. La empresa suiza propietaria de la reserva basa su actividad económica en su valor ambiental, ya que tienen cabañas apropiadas e integradas en el sistema ecológico y la reserva prioriza las actividades vinculadas con el aviturismo. Un gran atractivo es su selva ecuatorial húmeda, que está ubicada muy cerca de la ciudad de Machala. Siendo su accesibilidad y proximidad uno de sus principales rentas de posición ya que ha sabido posicionarse en un segmento que permite al turista “ahorrarse un viaje de más de 12 horas al oriente ecuatoriano para realizar la misma observación de aves” (aviturismo). Asociada a esta reserva podrían ponerse en valor otros recursos que actualmente presentan una escasa puesta en valor desde el punto de vista turístico.

En esta ruta existen otros recursos turísticos que han sido puestos en valor, pero cuyo aprovechamiento turístico presenta diversas debilidades como pusieron

de manifiesto las entrevistas semiestructuradas y las encuestas, pero también otros cuya puesta en valor turístico es nula o muy incipiente.

El bosque petrificado de Puyando ejemplifica la puesta inicial en valor de un recurso natural con finalidad turística, pero que no se continua en el tiempo y se deja incompleta, generando la desafección por parte de la población local. En Puyango no existe una buena planificación estratégica turística, es un lugar inmensamente valioso desde el punto de vista del potencial turístico, pero recibe una escasa atención por la administración y la percepción de la población local y de los técnicos es que está abandonado por un asunto meramente político (gestión mancomunada al desarrollarse entre dos provincias) y eso ha ocasionado la desilusión de toda la comunidad. Puyango presenta una elevada potencialidad ya que se combina bosque petrificado y bosque vivo. Sin embargo, se caracteriza por la falta de señalética en los senderos debido a la mala gestión de la empresa que está a cargo, donde los guías “están solos”, es decir, son los únicos que intentan mantener las actividades desarrolladas en este espacio, pero sin apoyo del ente gestor. Ello se refleja en la falta de restauración y alojamiento in situ, pero también de la nula relación con la oferta que existe en la parroquia próxima y que podría beneficiarse, desde el punto de vista de la generación de rentas, asociadas con los visitantes de este espacio, por ejemplo, mediante la restauración. Este lugar cuenta, además, con un potencial asociado a su posición, sobre todo el hecho de que el bosque está cerca del cantón de Arenillas, y a 2 horas de la ciudad de Machala, que lo convierte en un elemento diferenciador y se puede formar como un nudo de atracción, dada su accesibilidad y buena conectividad. Incluso dado su valor ecológico podría iniciar los trámites para ser declarado como geoparque por la Unesco.

Arenillas es un cantón agrícola, ganadero y camaronero, que se caracteriza por tener un clima seco, lo que contrasta con otros espacios de esta propia ruta (por ejemplo la resera de Jocotoco), lo que determinó la aprobación de la “Reserva Ecológica Arenillas”, separados por menos de dos horas en coche y donde uno de

sus principales atractivos es el florecimiento, en enero y febrero, del árbol guayacán. Esta diversidad de ecosistemas es uno de los principales recursos con los que cuenta la provincia, ya que permite en muy pocos kilómetros pasar de unos a otros, cuando en Ecuador o en otros países es necesario grandes desplazamientos. Este es uno de sus principales puntos fuertes, pero no parece que las administraciones opten por su interconexión. El disponer de una figura de protección favorece que haya mayores inversiones desde el punto de vista de la conservación del ecosistema como reflejan las instalaciones existentes en la zona que se constituye como “centro de recepción”, sin embargo, se evidencia de nuevo la falta de equipamientos para un potencial aprovechamiento turístico. La panelización es escasa y se remite básicamente a información sobre las especies.

En el marco de esta ruta se han desarrollado varias iniciativas que tienen finalidad turística, si bien tienen origen y planteamientos contrastados. Hillary Nature Resort es un hotel emblemático para el cantón Arenillas, que forma parte de las infraestructuras hoteleras de mayor prestigio en la zona. Uno de los aspectos que más se destacan es la calidad de servicio, pero también que en los últimos años hayas ido incorporando toda una serie de actividades tanto en el propio resort (por ejemplo, la ruta del cacao), como fuera de él para los turistas que se alojan en él y así aumentar la duración de su estancia. Ello lo ha posesionado como una de las iniciativas de referencia tanto en el cantón como en la provincia como un destino atractivo y diferente, donde se pueden llevar a cabo actividades de turismo experiencial.

Vinculado con el turismo experiencial y la diversificación económica se sitúa la Finca Agroecológica “Happy Fruit”, donde las actividades turísticas (ruta del cacao, visita a la explotación, alojamiento y restauración) se incardinan en planteamientos agroecológicos. Este planteamiento resulta innovador en el contexto provincial, lo que, gracias a la visión de sus propietarios, ha permitido el desarrollo y consolidación de esta iniciativa especialmente para turistas extranjeros y de manera creciente para el nacional. Configurándose como un ejemplo de buenas

prácticas para el resto de la comunidad, lo que ha permitido que se vayan iniciando algunas otras actuaciones de tipo agroturístico por parte de la población local. En esa difusión de la potencialidad del turismo como diversificador de rentas ha ayudado la creación de programas de ayuda a la comunidad por parte de los turistas que la visitan, por ejemplo, se dictan clases de inglés o participan en diversas actividades cotidianas.

Santa Rosa es el último cantón que forma parte de esta ruta y donde menor es la impronta de las actividades turísticas. Su principal actividad económica es la camaronera y junto a esta el sector agrícola y ganadero. Cuenta con un aeropuerto, sin embargo, las tarifas de pasajes son bastante elevadas, por lo que los turistas y orenses prefieren utilizar el aeropuerto de Guayaquil para partir y arribar de las diferentes ciudades. Los resultados de las entrevistas y las encuestas reflejan que el principal elemento identificado es la gastronomía, por ejemplo, el cebiche (pescado, camarón o mariscos), acompañado de arroz con pollo, una mezcla perfecta entre la gastronomía costeña y serrana del Ecuador.

La disfuncionalidad entre promoción e impronta de las actividades turísticas se pone de manifiesto en este cantón. Al ser uno de los cantos más grandes de la provincia de El Oro, el nivel de promoción de la oferta turística a nivel nacional tiene un nivel medio-alto. Sin embargo, esta no termina de despuntar como una actividad primaria y de sustento para sus habitantes. Ejemplo de esa disfuncionalidad es la iniciativa de la Tembladera. La Tembladera fue una iniciativa con orientación turística que en sus comienzos se consideraba como una actuación con elevada potencialidad al combinar atractivos para poblaciones del entorno (zona de ocio y recreación) y potenciales turistas asociadas a su valor ambiental. Durante el mandato del prefecto Estaban Quirola, se le entregó a la comunidad herramientas para el desarrollo de actividades turísticas (como kayaks y patinetes). Sin embargo, no se crearon herramientas para su implantación ni para el desarrollo de la actividad por parte de la comunidad. Así, por ejemplo, no hay una persona designada ni de parte de la prefectura, ni de parte de la comunidad, que se responsabilice y organice

a todos los lugareños para sacar provecho de sus actividades. Ello ha determinado que no se haya hecho un seguimiento adecuado y no se ven avances, al contrario, ha generado sensación de fracaso y degradación de la iniciativa (que ha fracasado) y pérdida de una inversión, ya que las instalaciones evidencian su abandono. Subsecuentemente la comunidad también se desmotiva, ya que estos descuidos generan a futuro que las personas no vuelven a confiar, tomando en cuenta que los lugareños invierten el poco dinero que tienen, el cual no les genera una retribución.

Varias universidades, entre ellas la Universidad Metropolitana del Ecuador Sede Machala, ha intentado tener acercamientos con las autoridades locales para realizar actividades de mejoramiento con la comunidad, que no han avanzado. Sin embargo, ese lugar es un área de trabajo designada a la Universidad Técnica de Machala (Universidad estatal), que realiza investigaciones, por ejemplo, la reproducción de la tilapia en sus aguas. Teniendo en cuenta el arraigo de este pez y la impronta de esta iniciativa, en este lugar se podría aplicar alguna actuación orientada hacia el turismo experiencial asociada a la pesca de tilapia y, posteriormente, se puede consumir lo pescado.

7.2.3. Ruta del Manglar

La ruta del manglar se encuentra conformada por Machala, Isla de Santa Clara, La Puntilla y Archipiélago de Jambelí (isla de San Gregorio e isla de Costa Rica). Su elemento articulador es la presencia de zonas húmedas y el ecosistema de los manglares en el sector litoral continental e insular. Es una ruta que presenta numerosos atractivos y potencialidades vinculadas como su nombre indica al manglar, ecosistema característico de los ámbitos tropicales, es, sin embargo, un desconocido para numerosos turistas que visitan el país desde Europa o Asia.

El análisis y diagnóstico de las actuaciones llevadas a cabo pone de manifiesto que es una ruta con baja implantación de las actividades turísticas. Dentro de esta ruta se han llevado a cabo algunas iniciativas turísticas que no se

han consolidado asociadas a iniciativas de tipo privado y otras, de carácter comunitario, vinculado a la puesta en valor del manglar como ecosistema (aviturismo) y las actividades económicas desarrolladas por la comunidad (gastronomía basada en la pesca). Estas iniciativas, a diferencia de lo que sucede con las otras dos rutas, se caracterizan por su carácter incipiente y, en ocasiones, a modo de iniciativas de carácter pionero y/o exploratorio.

Las iniciativas turísticas llevadas a cabo en los manglares se encuentran vinculados de manera significativa al agroturismo y también a la extracción de animales característicos entre ellos el camarón y las conchas para desarrollar una gran variedad de platos característicos de la gastronomía local. Sin embargo, debe apostarse por poner en valor no solo la gastronomía, sino las externalidades asociadas con la conservación del manglar. Para la conservación del manglar, se puede poner en valor los valores eco-sistémicos que el propio manglar proporciona, entre los que se puede hacer referencia, por un lado, a ayuda a controlar los procesos erosivos (pérdidas de arena y regresión de playas) y los efectos de las inundaciones, que se acentuarán a tenor de las previsiones del cambio climático, y por otro, su biodiversidad que presenta un alto valor para el avistamiento de aves. Además, esta valorización permitiría, a su vez, su conservación frente a la reducción de sus superficies como consecuencia de la implantación de actividades camaroneras. De ahí la importancia de poner en valor que una gestión sostenible de estos recursos puede contribuir al desarrollo de las poblaciones locales. En esta línea, el aviturismo es la actividad a potenciar junto a la gastronomía. Para realizar la práctica del aviturismo, se puede tomar como ejemplo lo que se realiza en la Reserva Ecológica Jocotoco (que se centra únicamente en el avistamiento de aves). Por tanto, se podría aplicar un tipo de ruta mixta en el manglar, es decir, por un lado, apreciar las aves y, por otro lado, recorridos por el manglar y las diversas islas.

El aprovechamiento turístico y la problemática asociada a su uso varían según las islas que conforman el archipiélago de Jambelí. La Isla San Gregorio presenta un elevado atractivo, sobre todo porque es una isla poco poblada (9

personas habitan permanentemente) con un hermoso paisaje de playa que conserva el ecosistema costero prácticamente sin alteraciones. Sin embargo, se debe mencionar el lado negativo de la misma. Uno de estos aspectos es la falta de un punto de salvavidas y señalética para seguridad en la playa. Otro aspecto negativo radica en las construcciones que se están realizando en el lugar en los últimos años al amparo de la llegada incipiente de turistas. Debido a estas construcciones se está perdiendo la calidad visual y paisajística acorde al ecosistema que se visita.

Por otro lado, en la Isla Costa Rica, también ubicada en el Archipiélago de Jambelí, las construcciones de la población contrastan con el lugar donde viven ya que la integración paisajística es escasa. También el manejo de los desechos (basura) y el tratamiento de las aguas servidas son muy deficientes, ya que no tienen un buen desfogue y eso perjudica a la población, a las aves y a la extracción de conchas (la principal actividad económica de la población junto a la pesca). En esta isla sería necesario incorporar medidas orientadas a la mejora del manejo de los desechos sólidos y la contaminación del agua para evitar los impactos generados en el ecosistema y paso previo a planeamientos orientados a desarrollar iniciativas turísticas. Cabe destacar que la Isla Costa Rica es una iniciativa de turismo comunitario en la provincia de El Oro, donde se pone de manifiesto cómo la comunidad ha ido mejorando y desarrollándose con el trabajo en equipo y la colaboración conjunta. Actualmente cuenta con sub-centros de salud, escuela, colegio y lo más importante desde el punto de vista del desarrollo local el trabajo de las mujeres empoderadas de la comunidad, que generan ingresos a través de la gastronomía, lo cual les proporciona un reconocimiento social frente a los demás. La formación a la comunidad es un elemento clave para el crecimiento y desarrollo de la ruta del manglar, ya que los lugareños deberían ser los encargados de realizar la guianza, ya que son los que conocen los sitios y serían los indicados para el trabajo in situ. En esta línea resulta de gran interés las actuaciones asociadas con la puesta en valor de la gastronomía de la isla.

A manera de acotaciones finales, las Islas Costa Rica y San Gregorio basan su incipiente oferta turística en el turismo de aventura y el avistamiento de aves, estando supeditada a los horarios de la marea, para la transportación del turista. Frente a estas actuaciones, Jambelí es un destino litoral saturado (pero probablemente el más conocido al estar asociado a turismo de sol y playa) y afectado por los procesos de regresión de la costa. Todo lo contrario de la Isla San Gregorio, en la que el incipiente desarrollo turístico mucho más respetuoso con el ecosistema litoral y donde las actuaciones adoptadas han ido encaminadas hacia un mantenimiento de dicho ecosistema.

En esta ruta, también se incluye La Puntilla, que está ubicada en el cantón el Guabo, donde su principal atractivo es también el aviturismo. Tiene la particularidad (frente al archipiélago de Jambelí) que se sale desde Tendales por medio del río de agua dulce (Río Chaguani) y posteriormente se encuentra con el agua salada (océano Pacífico). Para poder llegar a ella, el medio de transporte para su acceso, es a través de las lanchas de los pescadores de la zona, ya que no se cuenta con un servicio turístico de transportación formal. Sus playas son consideradas como vírgenes a pesar de ser una de las más grandes de la provincia. Al igual que en las islas del archipiélago esta modalidad turística es muy incipiente y los manglares se ven amenazados por las camaronerías que han eliminado extensas áreas de manglar. Ese carácter incipiente se refleja en cuestiones como el hecho de que no cuenta con ningún tipo de infraestructura hotelera, por lo que tiene sumamente limitada la oferta de actividades turísticas a las que se pueda acceder. Su tiempo de acogida es únicamente durante los feriados nacionales como carnaval.

En la ruta se incluye Machala si bien su adscripción no se debe tanto a la ciudad en sí, sino a puerto Bolívar donde se pueden observar buques que transportan banano y demás productos que se transportan a otros países del mundo y, donde se articularía una infraestructura para acceder a los manglares. No obstante, esto es un proyecto que no se ha ejecutado. Desde el punto de vista turístico, carece de ciclo vías, parques deportivos y de áreas naturales para

recreación familiar y dada su estructura económica no parece que se vaya a llevar a cabo.

7.3. Conclusiones generales de las tres rutas

El proceso de implementación de las tres rutas analizadas desde el punto de vista turístico evidencia una serie de rasgos comunes que obstaculizan su desarrollo y consolidación. En las tres rutas se pudo concluir que la población local tiene una falta de capacitación en materia turística, así como carencias desde el punto de vista de la formación educativa. En segundo lugar, se pone de manifiesto la falta de preocupación de las autoridades responsables del turismo de la zona en instruir las y capacitarlas, y por otro, el desinterés de ellos mismos en conocer más acerca de su tierra y sus recursos. Esta falta de conocimiento genera una mala atención al turista, limitaciones en la calidad de vida y en la capacidad de generar pequeños o medianos negocios en torno a esta actividad turística. En tercer lugar, todas las rutas tienen una gran limitante de movilización, en algunos casos las carreteras de acceso no se encuentran ejecutadas (aunque están planificadas) o su estado dificulta la movilidad notablemente. En cuarto lugar, se observa un déficit de empresas operadoras de turismo (o directamente no existen) que realicen rutas turísticas hacia determinados lugares, lo cual limita enormemente el desarrollo de la zona y desde luego de los lugareños del área.

La iniciativa de la empresa privada ha sido de gran apoyo para el desarrollo de las diferentes rutas mencionadas a lo largo de esta investigación, ya que en numerosas ocasiones han desarrollado actuaciones con escaso apoyo gubernamental. La existencia de volúmenes significativos de población y de dinámica económica ha favorecido la construcción de infraestructura como escuelas, sub-centros, sobre todo, en las zonas dedicadas a la explotación minera. La afluencia de grandes cantidades de trabajadores genera que la comunidad inicie

negocios como restaurantes, alojamientos, centros de diversión nocturna, que son concurridos principalmente por los trabajadores de dichas empresas. La inversión privada se da principalmente por parte de los lugareños que ponen sus pequeños negocios de alimentos, alojamiento, o demás herramientas para hacer turismo. Sin embargo, tienen una orientación más local que hacia el potencial turista. Si bien se observa ciertas iniciativas orientadas hacia la diversificación económica. Con el paso del tiempo, asociaciones como AMA (Asociación de Mujeres Agro-artesanales) han vinculado su trabajo con la prefectura de El Oro, para elaborar sombreros a base de la fibra de banano, y actualmente son reconocidos por empresarios internacionales de Inglaterra, Estados Unidos, México y Francia.

Las razones aducidas para la “búsqueda de la población local y no turistas” van asociadas a que el progreso de las mismas depende totalmente de la afluencia de turistas a las zonas. Y esta viene condicionada por la falta de planificación de autoridades gubernamentales, pero sobre todo por su continuidad en el tiempo. La falta de preocupación generalizada de los gobiernos cantonales y gobiernos provinciales, así como de los ministerios estatales por mejorar las condiciones generales de presentación, acceso y recorrido de la provincia de El Oro es una constante que ha generado malestar entre población local y emprendedores en materia turística. Este malestar empezó hace años atrás y, a pesar de los cambios y de los nuevos gobiernos, no se ha modificado significativamente. En pleno siglo XXI es inadmisibile que, por ejemplo, no se explore todo el potencial que provee, por ejemplo, internet para la promoción turística de la provincia de El Oro como un destino con notable variedad de recursos. Sin embargo, en la actualidad es muy pobre la difusión que se realiza, sin una marca provincial que represente a los orenses y los diferencie en el medio internacional.

7.4. Limitaciones

La presente investigación afrontó ciertas limitaciones en su proceso de desarrollo. Una de las más trascendentes fue la falta de cooperación y participación de la comunidad. La misma que la mayor parte de tiempo se rehusaba a participar de los planes de capacitación que se ofrecían o en proveer de información sobre determinadas áreas dentro de la zona, pero que, a la vez, lamentaba su falta de formación o de desinterés de la administración por diversificar su economía. Para contrarrestar esta negativa de los lugareños, se solicitó el apoyo de los GAD municipales, los cuales a través de la comunicación de los beneficios que trae para ellos mejorar la calidad de los servicios que ofrecen y una adecuada planificación empresarial de sus negocios, motivaban a la comunidad a participar de dichos talleres y obtener certificados con avales, que el municipio posteriormente solicitaba para que puedan continuar con su actividad comercial y recibir ayudas.

Otra limitante que se afrontó fueron las largas distancias entre los sectores que se debían visitar, ya sea para dictar las capacitaciones planeadas, o para recopilar la información necesaria requerida para el desarrollo de la investigación (encuestas y entrevistas). En muchas comunidades, en determinadas épocas del año era muy difícil poder acceder a ellas. Por lo que el trabajo de campo requirió un tiempo superior al previsto en el cronograma inicial. Cuestión acentuada por la necesidad de crear un ambiente de confianza en las comunidades locales para participar en actividades como las encuestas o los talleres.

Finalmente, otro fuerte limitante, es la inestabilidad y cambio de las autoridades políticas de los diferentes municipios, ya que con frecuencia sucede que la mayoría (por no decir todos) los proyectos desarrollados por un gobierno (perteneciente a un partido político concreto), es abatido, guardado o ignorado cuando dichas autoridades cambian. Esto, desde luego, genera una gran incertidumbre con la comunidad, y la poca confianza que estos puedan tener en sus autoridades políticas, queda totalmente aniquilada por la inactividad política e

inversión en el lugar que ellos consideran su hogar, y en muchos casos su potencial fuente de ingresos.

7.5. Futuras líneas de investigación

La presente tesis doctoral ha puesto de manifiesto el análisis de las principales rutas turísticas de la provincia de El Oro mediante el estudio de casos, por lo que una futura línea de investigación sería la de ahondar en todo lo concerniente a la biodiversidad y la gestión de ecosistemas, desarrollo sostenible y medio ambiente de todo el Ecuador como una de las líneas prioritarias en las que se debe fundamentar la promoción turística de esta provincia, donde la biodiversidad y el amplio número de ecosistemas en ámbitos territoriales próximos es una de sus principales fortalezas. Las medidas adoptadas para combatir los efectos de la pandemia de la COVID-19 confirman la trascendencia de esta temática.

Actualmente el país cuenta con muy poca información de análisis en el campo turístico relativa a su biodiversidad y a los numerosos recursos naturales con los que cuenta, por lo que es necesario profundizar en su conocimiento. Un adecuado conocimiento y diagnóstico debe ser el elemento que articule cualquier iniciativa para garantizar un uso sostenible. Desde luego es indispensable que se estudie el impacto que tiene la realización de diversas actividades económicas, tales como la construcción, la minería o el tratamiento de aguas servidas. En esa línea la puesta en valor de las externalidades ambientales debe ser uno de los elementos que permita generar ingresos y frenar procesos de destrucción de los manglares, por ejemplo, pero también para la conservación de bosques primarios.

También es importante, a partir de lo puesto de manifiesto en esta tesis, futuras investigaciones en emprendimiento turístico comunitario a través de estudios sobre patrimonio natural, cultural y ancestral de Ecuador, ya que muchas

de estas comunidades parte de las opciones de desarrollo va vinculado a la diversificación económica y las actividades vinculadas directamente con la práctica turística o indirecta (por ejemplo, a través de la venta de artesanía) tienen un papel fundamental. Por ende, es necesario ahondar investigaciones en cómo se puede desarrollar programas piloto para analizar su implantación y desarrollo a medio y largo plazo. Los pueblos pequeños tienen la característica de que la comunidad se encuentra bastante unida, donde todos se conocen entre sí. Esto permite realizar investigaciones en esa línea, es decir, que definan cuáles son las características de dichos lugares, las expectativas de los lugareños para empezar con sus emprendimientos, cuáles son los requerimientos para llevarlos a alcanzar el éxito y la permanencia en el mercado, etc. definiendo así un perfil de emprendedor comunitario y adecuando las actuaciones a dichos elementos.

Ese emprendimiento permitirá poner en valor aquellos elementos identitarios a la vez que reforzar el sentimiento de comunidad. Significativo resulta al respecto la actuación llevada en la Isla de Santa Rosa, donde a pesar de la escasa impronta desde el punto de vista del número de visitantes, se evidencia el interés despertado entre la comunidad por el desarrollo de actividades vinculadas con la gastronomía o la visita a áreas de manglares. Los negocios inclusivos con las comunidades que forman parte de las rutas turísticas también es una línea de investigación bastante atractiva, ya que, en este caso, se analiza no solamente el esfuerzo de la comunidad en querer progresar, sino también el apoyo del sector privado en apoyar y ayudar a mejorar la calidad de vida de muchas de las personas que trabajan para ellos.

Finalmente, una última línea de investigación es aquella que tendría como objetivo la gestión turística a diversas escalas. Esta puede tener diferentes enfoques, por ejemplo, desde la perspectiva del patrimonio y la cultura se puede tomar en consideración la preservación y cuidado de las infraestructuras durante la visita de turistas, también se puede tomar en consideración toda la cadena de la prestación del servicio turístico, desde cuáles son los motivos por los que el turista es motivado a visitar a un lugar, hasta todos los procesos que la actividad turística

conllewa (alojamiento, restauración, empresas de servicios complementarios, etc.) hasta que este regresa a su país o ciudad de origen. La gestión turística es un tema de amplio estudio e investigación, pero en Ecuador, en términos generales, es una cuestión que ha recibido escasa atención. Es necesario que se levante información que permita a técnicos, gestores, pero también a la parte empresarial conocer a mayor profundidad y desde todas las perspectivas la gestión turística del país. Levantamiento de cifras, estudio de casos y demás información relevante para la toma de decisiones para los sectores privados, públicos y comunitarios es un requerimiento para un desarrollo a medio y largo plazo de muchas de las ofertas turísticas que se han ido adoptando en el país en los últimos años. Iniciativas que en muchas ocasiones evidencian la puesta en valor de determinados recursos, pero sin un estudio previo de mercado y donde la promoción (a veces sin un producto articulado) es el único elemento donde han actuado las administraciones.



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Acerenza Miguel, A. (2006): Conceptualización, origen y evolución del turismo. México, Editorial Trillas.

Alianza de Turismo Rural Comunitario del Instituto Costarricense de Turismo (2005): *Turismo rural comunitario*. Información disponible en. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de: <https://www.turismoruralbolivia.com/docs/TRComunitarioCR.pdf>

Araujo, R. (2016). El turismo como actividad esencial en el crecimiento económico. *Hospitalidad ESDAI*(29), 21-34.

Arriaga, R., & González, C. (2019). La contribución de la cultura y el turismo al empleo en México: Una estimación de los multiplicadores tipo I y tipo II. *Análisis Económico*, 34(86), 35-64.

Asamblea Nacional. (11 de Octubre de 1989). *Instructivo para los departamentos de registro y control de actividades turísticas de la Corporación Ecuatoriana de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/RESOLUCION-172.pdf>

Asamblea Nacional. (19 de Abril de 2001). *Ley de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-TURISMO-2014.pdf>. O siemore recuperado y obtenido, no los puedes utilizar de manera indistinta

Asamblea Nacional. (27 de Diciembre de 2002). *Recaudación de propinas en hoteles, bares y restaurantes*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/RECAUDACION-DE-PROPINAS-EN-HOTELES-BARES-Y.pdf>

Asamblea Nacional. (17 de Diciembre de 2002). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>

Asamblea Nacional. (5 de Enero de 2004). *Reglamento General a la Ley de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo : <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-TURISMO-2015.pdf>

Asamblea Nacional. (19 de Marzo de 2010). *Reglamento para los centros turísticos comunitarios*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>

Asamblea Nacional. (3 de Octubre de 2011). *Reglamento de juegos de azar practicados en casinos y salas de juego*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-JUEGOS-DE-AZAR-PRACTICADOS-EN.pdf>

Asamblea Nacional. (16 de Julio de 2013). *Designa al cantón Puerto López de Manabí área turística protegida (ATP)*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/DESIGNA-AL-CANTON-PUERTO-LOPEZ-MANABI-AREA-TURISTICA-PROTEGIDA-ATP.pdf>

Asamblea Nacional. (31 de Diciembre de 2014). *Ley Organica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TRANSITO-Y-SEGURIDAD-VIAL.pdf>

Asamblea Nacional. (29 de Diciembre de 2014). *Ley Orgánica de incentivos a producción y prevención de fraude fiscal*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-ORGANICA-DE-INCENTIVOS-A-PRODUCCI%C3%93N-Y-PREVENCI%C3%93N-FRAUDE-FISCAL.pdf>

Asamblea Nacional. (11 de Febrero de 2014). *Reglamento de operación turística de aventura*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-TURISMO-DE-AVENTURA.pdf>

Asamblea Nacional. (11 de Junio de 2015). *Ley Orgánica de régimen especial de la provincia de Galápagos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LOREG-11-06-2015.pdf>

Asamblea Nacional. (24 de Marzo de 2015). *Reglamento de Alojamiento Turístico*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>

Asamblea Nacional. (18 de Diciembre de 2015). *Reglamento de alojamiento turístico de la provincia de Galápagos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-ALOJAMIENTO-TURISTICO-GALAPAGOS.pdf>

Asamblea Nacional. (23 de Marzo de 2016). *Facultades a gobiernos autónomos en el desarrollo de actividades turísticas*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAlense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>

Asamblea Nacional. (7 de Abril de 2016). *Reglamento de guianza turística para régimen especial del Galápagos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2019, de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Gu%C3%ADas-Gal%C3%A1pagos.pdf>

Astudillo, C. (2015). *Historias del Terruño Orense*. Machala: Casa de la Cultura de El Oro.

Astudillo, C. (2016). *Historias de El Oro y de la Patria*. Machala: Casa de la Cultura de El Oro.

Ávila, R., & Barrado, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.

Banco Central de Ecuador (2017). Cuentas Nacionales Regionales. Recuperado el 16 de marzo de 2019, de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/293-cuentas-provinciales/>

Banco Central del Ecuador. (5 de Febrero de 2018). La Provincia de El Oro y sus consideraciones en los sectores productivo y empresarial. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica>

Banco Mundial. (2020). *Perspectivas económicas mundiales*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/publication/global-economic-prospects>. Recuperado el 1 de Junio de 2020.

Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico: Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, 160, 45-68.

Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 8(1), 50-56.

- Bigné, E., Sánchez, I., & Currás, R. (2007). El papel de la imagen del destino en la valoración y comportamiento postcompra del turista de sol y playa. *Papers de Turisme*, 42, 57-73.
- Bosch, J. L., Suárez, S., & Olivares, G. (2004). La importancia de la generación de empleo como dinamizadora del desarrollo local en un centro turístico. Caso: San Carlos de Bariloche. *Aportes y Transferencias*, 8(2), 25-44.
- Brouse, D. (1992). Socially Responsible Travel. *Transitions Abroad*, 23, 1-94.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Cabanilla, E. (2013). *Turismo comunitario: Del diagnóstico al plan de negocios*. Argentina: Licencia Creative Commons.
- Cámara de Turismo de El Oro. (2017). *Tríptico del Páramo al Manglar - Rutas turísticas de la Provincia de El Oro*. Machala.
- Cámara Nacional de Acuacultura. (2017). Más de 900 millones de libras de camarón ecuatoriano se exportan en 2017. Recuperado el 24 de febrero de 2019, de <https://www.cna-ecuador.com/mas-de-900-millones-de-libras-de-camaron-ecuadoriano-se-exportaron-en-el-2017/>
- Cánoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: Difícil equilibrio. *Boletín de la A.G.E*, 41, 199-217.
- Cañada, E. (2015). La comercialización internacional del turismo comunitario. La experiencia en América Latina. *Journal of tourism research*, 5(2), 23-47.
- Cañizares, M. C. (2013). Sostenibilidad y turismo: De la documentación internacional a la planificación en España "Horizonte 2020". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 61, 67-92.
- Capa, L., Alaña, T., & Benitez, R. (2016). Importancia de la producción de banano orgánico. Caso: Provincia El Oro. *Universidad y Sociedad*, 8(2), 64-71.

Capa, L., Sotomayor, J., & Vega, F. (2017). *La provincia de El Oro: Algunas consideraciones de los sectores productivos y empresariales*. Machala: Editorial UTMACH.

Carballo, R., Moreno, S., León, C., & Ritchie, J. B. (2015). La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación. *Cuaderno de Turismo*(35), 71-94. doi:<https://doi.org/10.6018/turismo.35.221511>

Cardoso, C., Castillo, M., & Hernández, C. (2014). Sosteniendo al turismo o turismo sostenible. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23, 376-395.

Carta de Lanzarote (1995): *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible* Información disponible en: <http://www.icomoscr.org/doc/teoria/VARIOS.1995.carta.lanzarote.turismo.sostenible.pdf>. Accedido: 21/02/2019.

Castiblanco, C. (19 de Octubre de 2019). Curso Internacional: Cambio climático, Economía Ambiental y Estilos de Desarrollo. *CEPAL*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/courses/files/presentacion_carmenza_castiblanco.pdf.

Cervantes, I., Castellanos, L., González, G., & Ruíz, C. (2018). Innovación en el turismo: Un análisis en la provincia de Camaguey. *Retos Turísticos*, 17(2), 1-12.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2013): “*Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible*” Información disponible: https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf Accedido: 29/03/2019.

Congreso Nacional. (16 de Enero de 2015). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 14 de Octubre de

2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/LEY-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

Convenio Andrés Bello (2006). *Somos Patrimonio Vol. 5: 361 experiencias de apropiación social del patrimonio cultural y natural*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Crouch, G., & Ritchie, B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Social Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. doi:[https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)

De Frutos, P., Martínez, F., & Esteban, S. (2011). El turismo micológico como fuente de ingresos y empleo en el medio rural. El caso de Castilla y León. *Estudios de Economía Aplicada*, 29(1), 279-308.

De Kadt, E. (1979) *Tourism: passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism on developing countries*. Oxford University Press for the World Bank and UNESCO: Nueva York.

Diario El Comercio. (2020). Ministerio de Turismo: Hasta USD 540 millones de pérdidas si la emergencia se prolonga por 90 días. *El Comercio*, págs. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/mintur-perdidas-emergencia-sanitaria-turismo.html>. Recuperado el 18 de Marzo de 2020.

Diario El Universo. (10 de Mayo de 2020). Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020. *Diario El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>. Recuperado el 10 de Mayo de 2020

Diario El Comercio. (26 de Enero de 2018). Machala concentra el eje productivo y económico. *Diario El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/pages/economia-provincia-oro.html>.

Diario El Correo. (26 de Enero de 2017). *Lanzan marca provincia "El Oro megadiverso, del páramo al manglar"*. Obtenido de <https://www.diariocorreo.com.ec/6822/cantonal/lanzan-marca-provincia-el-oro-megadiverso-del-paramo-al-manglar>

Diario El Universo. (26 de Abril de 2015). Playas de Jambelí. *Diario El Universo*.

Diario El Correo. (26 de Enero de 2017). *Lanzan marca provincia "El Oro megadiverso, del páramo al manglar"*. Obtenido de <https://www.diariocorreo.com.ec/6822/cantonal/lanzan-marca-provincia-el-oro-megadiverso-del-paramo-al-manglar>

Ekins, P. (1993). Limits to growth and sustainable development. Grappling with ecological realities. *Ecological Economics*, 8, 269-288.

Ekins, P., Simon, S., Deutsch, L., Folke, C., & De Groot, R. (2003). A framework for the practical application of the concepts of critical natural capital and strong sustainability. *Ecological Economics*, 44, 165-185.

Embajada Suiza en Perú. (15 de Mayo de 2014). *Secretaría de Estado para Asuntos Económicos*. Conceptos Básicos para la gestión de destinos turísticos. Recuperado el 18 de Octubre de 2019, de https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf.

Fariñas, R. (2011): *Destinos turísticos. Realidad y Concepto*. Turismo y Desarrollo Local, 11. Información disponible en: <http://www.red-redial.net/revista-turydes,turismo,y,desarrollo,local-202-2011-4-11.html>. Accedido: 03/10/2017.

García, M., Parra, D., Mena, P. (2014): *El país de la biodiversidad: Ecuador*. Quito, Ecuador: Fundación Botánica de los Andes, Ministerio del Ambiente y Fundación EcoFondo.

- García, N., & Quintero, Y. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 52-64.
- Gobierno de Andalucía. (18 de Octubre de 2015). *Andalucía Lab*. Ecoturismo. Obtenido de https://www.andalucialab.org/wp-content/uploads/2015/10/ebook_ecoturismo_Andaluc%C3%ADaLab.pdf
- Gobierno Autónomo Provincial Descentralizado de El Oro. (14 de Octubre de 2015). *GAPDEO*. Obtenido de Plan Desarrollo Ordenamiento Territorial: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000180001_PDYOT-PROVINCIA%20EL%20ORO-14-08-2015_14-08-2015_18-31-46.pdf.
- Gomes de Moraes, A. (2012). Turismo de eventos: Un análisis del impacto económico en el comercio de la ciudad de Barretos (Brasil) durante la fiesta del peón rural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 1594-1608.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2011). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw Hill.
- Illescas, W., Landín, S., & Romero, L. (2015). *Costumbres y tradiciones en la Provincia de El Oro - Ecuador: Un enfoque turístico*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (14 de Octubre de 2010). *INEC*. Obtenido de Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador: 2: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/el_oro.pdf.
- INEC. (1 de Agosto de 2020). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Informe de actividades turísticas en el Ecuador. Obtenido de

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>. Recuperado el 1 de Agosto de 2020

Lalangui, J., Pérez, M. J., & Espinoza, C. (2017). Turismo sostenible: Un aporte a la responsabilidad social empresarial. Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 148-153.

León, J. B. (2010). *Manual de geografía del Ecuador: Medio natural, población y organización del espacio*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador: Corporación Editora Nacional.

Mantilla, S. (12 de Mayo de 2010). El COOTAD. *El Comercio*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de <https://www.elcomercio.com/opinion/cootad.html>.

Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 193(785), 1-14. doi:doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Mestanza, J. (23 de Mayo de 2015). La Tembladera controla inundaciones. *Diario El Comercio*. Obtenido de: <https://www.elcomercio.com/ediciones-antteriores/2015/5/23#>

Ministerio Coordinador de Patrimonio (2010). *Guía de bienes culturales del Ecuador*. Quito: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (1 de Enero de 2019). Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). Obtenido de <http://balcon.mag.gob.ec/mag01/magapaldia/RDC%20-%202018/Fase%201/Direcciones%20Distritales/7.El%20Oro/2.%20informe%20de%20rendicion%20de%20cuentas%20-%20dd%20el%20oro.pdf>

Ministerio de Turismo. (3 de Octubre de 2017). *Ecuador potencia turística*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/catastro-siete>

Ministerio de Turismo. (22 de Octubre de 2018). *Clasificación de establecimientos turísticos*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2019). Servicios turísticos. Recuperado el 17 de marzo de 2019, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (24 de Enero de 2015). Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/content/bosques-protectores>.

Ministerio del Ambiente del Ecuador. (3 de Octubre de 2015). *Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/areas-protegidas/parque-nacional-gal%C3%A1pagos>

Ministerio de Ambiente (2015) *Metodología para la Representación Cartográfica de Ecosistemas del Ecuador Continental*. Quito: Ministerio del Ambiente. Obtenido de https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Documento_Metodolog+%C2%A1a_28_05_2012_v2_1.pdf 58.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2010): *El turismo interno en el Ecuador aporta 1.100 millones a la economía*. Obtenido de: <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador-aporta-1-100-millones-de-dolares-a-la-economia-3/> *Accedido: 03/10/2017.*

Ministerio de Turismo del Ecuador (2014): *Posición del Turismo en la economía: rendición de cuentas*. Obtenido de: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Rendici%C3%B3n-Cuentas-2014.pdf>. *Accedido: 03/10/2017.*

- Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) (2019). Rendición de cuentas. Ministerio de Turismo. Obtenido de: <https://www.turismo.gob.ec/rendicion-de-cuentas-ministerio-de-turismo-2019/>. Accedido: 07/06/2020.
- Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2019). Normativa del Ministerio de Turismo. *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/Matriz-con-enlaces-FINAL.pdf>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (1 de Agosto de 2020). *Turismo interno debe ser el primero en reactivarse después del COVID-19*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/turismo-interno-debe-ser-el-primero-en-reactivarse-despues-del-covid-19/>. Recuperado el 1 de Agosto de 2020
- Moncada, J. (2003). *Desigualdades y Desafíos: Provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe*. Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Murillo, R. (2000). *Zaruma, historia minera: Identidad en Portovelo*. Quito: Abya Yala.
- Naciones Unidas. (2013). *Turismo sostenible: Contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible*. Ginebra: Naciones Unidas.
- Navarro Jurado, E., Guevara Plaza, A., Anton Clavé, S., Russo, A.P., Ivars Baidal, J.A., Vera Rebollo, F., Fuster Huguet, M., López Sánchez, J.A., Pazos Otón, M., López, L., Piñeiro, A., León González, C. y Prats Planaguma, L.I (junio 2020). *La Agenda de investigación para el turismo en la etapa post-Covid. Respuesta a una crisis sin precedentes*. Disponible en: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Instituto-para-el-Desarrollo-Social-Sostenible-noticias_imagenes-14.pdf.
- Noakes, G. (2019). Travel and tourism 'will generate 10 millions jobs in the next decade'. *Travel Trade Gazette UK & Ireland*(3237), 15.

- Nieto, J.L., Román, I.M., Bonillo, D. y Paulova, N. (2016) El Turismo a nivel mundial, *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2 (1), 129-144
- Ollague, J. K., Capa, L B., Novillo, E. F., Sánchez, T. X., Sánchez, L. C. y García, M. B. (2019). Variables sociales, económicas y productivas como referente de posicionamiento nacional de la provincia de El Oro, Ecuador. *Espacios*, 40 (37). Disponible en: [https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403713.html#:~:text=VAB%20FPIB,nacional%20\(Figura%20No%201\)](https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/19403713.html#:~:text=VAB%20FPIB,nacional%20(Figura%20No%201)).
- OMS. (29 de Julio de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Enfermedades emergentes en el mundo: Coronavirus. Obtenido de <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>. Recuperado el 29 de Julio de 2020.
- OMT. (1 de Agosto de 2020). *Organización Mundial de Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Organización Mundial de Turismo. (28 de Febrero de 2005). Datos esenciales del Turismo. OMT. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Organización Mundial de Turismo. (5 de Octubre de 2017). Panorama OMT del turismo internacional. OMT. Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Organización Mundial de Turismo: (2017): *El Turismo: un fenómeno económico y social*. Obtenido de: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>. Accedido: 05/12/2018.
- Organización Internacional del Trabajo (2005): *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Información disponible en: http://oit.org/wcmstp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf. Accedido: 21/02/2019.

Organización Mundial de Turismo. (20 de Febrero de 2002). *Ecoturismo y áreas protegidas*. Recuperado el 18 de Octubre de 2019, de <http://www2.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

Organización Mundial del Turismo (2008): *Entender el turismo: Glosario Básico*. Información disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> Accedido: 23/03/2019.

Organización Mundial del Turismo (2011): *Tipos de Turismo*. Información disponible en: <http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/store/shops/infoshop/Products/1034/1034-4> Accedido: 23/02/2019.

Organización Mundial del Turismo (2015): *Primer Foro de Turismo Gastronómico*. Información disponible en: <https://www.unwto.org/archive/global/event/1st-unwto-world-forum-food-tourism>. Accedido: 8/09/2020

Organización Mundial del Turismo (2016): *Segundo Foro de Turismo Gastronómico*. Información disponible en: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2016-06-01/2nd-world-forum-gastronomy-tourism-underlines-relevance-local-communities-a>. Accedido: 8/09/2020

Organización mundial del Turismo (2018). El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Información disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419937>. Accedido; 23/02/2019.

Orgaz, F., & Cañero, P. (2015). El ecoturismo como motor de desarrollo en zonas rurales: Un estudio de caso en República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 40(1), 47-76.

Plandetur. (2007): *“Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador”*. Obtenido de: <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>.

Plandetur (2020): *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo para el Turismo Sostenible del Ecuador*. Informe Final. Gobierno de Ecuador. Información disponible: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>. Accedido 05/07/2020.

Plan Ecuador (21 de febrero de 2018). *Productivo y Sostenible*. Obtenido de <https://ecuador2030.org/>

Prefectura de El Oro. (24 de Octubre de 2013). Obtenido de <http://www.eloro.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/diagsocprov.pdf>

Rebollo, N. (2012). *Ecoturismo*. México: Red Tercer Milenio.

Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo (1994): "*Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas*" *Informes Estadísticos serie M. NQ 83*. Información disponible en: <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf> Accedido: 29/03/2019.

Rodríguez, R. (2011). Destinos turísticos: Realidad y concepto. *Revista de Investigación en turismo y desarrollo local*, 4(11), 1-10.

Rojas, H. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial? *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 6(62), 145-171.

Romero, A. (2015). Actualidad del turismo en "Las Américas". *Retos Turísticos*, 14(1), 1-15.

Salvador, M. (2015). *Turismo sostenible: Un nuevo motor de desarrollo para el Ecuador*. Quito : Universidad San Francisco de Quito.

- Savino, A. (2008). *Estrategia de turismo sostenible*. Buenos Aires: Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación.
- Sayadi, S., & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montañas del sureste español. *Cuadernos de Turismo*, 7, 131-157.
- Secretaría del Agua. (4 de Febrero de 2019). *Plan Nacional de Riego y Drenaje 2019-2027*. Obtenido de <https://www.agua.gob.ec/wp-content/uploads/2019/09/RESUMEN-PNRD-2019-2027.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf
- Secretaría Técnica. (1 de Octubre de 2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/Folletos-autoridades-provinciales.pdf>
- Secretaría de Turismo de México. (24 de Marzo de 2016). *Turismo de Naturaleza*. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de Entorno Turístico: Hablemos de Turismo: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Servicios Turísticos del Ecuador: (2017): *Ecuador Potencia Turística*. Obtenido de: http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/catastro-siete_ Accedido: 03/10/17.
- Silva, I. (2003). *Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*. Santiago de Chile: CEPAL.

Sistema Nacional de Información. (14 de Agosto de 2015). Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial de la Provincia de El Oro. Quito, Ecuador: Sistema Nacional de Información. Obtenido de: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0760000180001_PDYOT-PROVINCIA%20EL%20ORO-14-08-2015_14-08-2015_18-31-46.pdf

Sociedad Internacional de Ecoturismo. (18 de Octubre de 2019). ¿Qué es el Ecoturismo?. *Sociedad Internacional de Ecoturismo*. Obtenido de <https://ecotourism.org>

Sole, B. (2004). La acelerada erosión de la playa del balneario de Jambelí (Varios métodos para su regeneración). *Acta Oceanográfica del Pacífico*, 12(1), 160-176.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (12 de Septiembre de 2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de <https://www.seps.gob.ec/noticia?que-es-la-economia-popular-y-solidaria-eps->

Surugiu, C., Surugiu, M., & Mazilescu, R. (2019). Sharing economy, ICT, and digital marketing impact on the recent tourism developments. *Hyperion International Journal of Econophysics & New Economy*, 12(1), 167-175.

Terán, D., & Palomeque, J. (2017). Competitividad del sector hotelero de la Provincia de El Oro. *EUMED*, 765-770.

Tobón, S., & Tobón, N. (2013). Turismo religioso: Fenómeno social y económico. *Anuario de Turismo y Sociedad*, 14, 237-249.

UNESCO: (2016): *Centro del Patrimonio Mundial. Listas tentativas*. Obtenido de: <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/state=ec/>. Accedido: 03/10/2017.

UNICEF. (18 de Abril de 2019). *UNICEF Ecuador*. Obtenido de <https://www.unicef.org/ecuador/>

Vanegas, G. (4 de Marzo de 2006). *Ecoturismo: Instrumento de desarrollo sostenible*. Obtenido de Biblioteca Digital UDEA: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>

Ventura-Dias, V. (1 de Se 2011). *El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: los casos de Brasil y México*. Recuperado el 17 de Octubre de 2019, de Latno: http://latn.org.ar/wp-content/uploads/2014/09/WP_138_FLA_SCCI_Ventura.pdf.

Vera, J.F., Ivars J.A y Celdran M.A (2016) Evolución y Metabolismo de un lugar transformado por el turismo de masas. Una interpretación del modelo turístico de Torrevieja desde la teoría de la independencia de la trayectoria. (Path Dependence). En: Vera, JF, Olcina J. y Hernández M. (Eds.) Paisaje, cultura territorial y vivencia de la Geografía. Libro homenaje al profesor Alfredo Morales Gil. San Vicente del Raspeig: Publicaciones de la Universidad de Alicante: Pag: 707-708.

Vera Rebollo, J.F. y Ivars Baidal, J.A. (abril de 2020). *El impacto del Covid-19 en la actividad turística de la Comunitat Valenciana*. Institut Universitari d'Investigacions Turístiques Universitat d'Alacant. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/INFORME-TURISMO-Y-COVID19-CV.pdf>. Comprueba la maquetación.

ViajandoX. (9 de Diciembre de 2018). *ViajandoX*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/zaruma/cerro-de-arcos-A1389>

Visita El Oro. (14 de 08 de 2018). *Visita El Oro.com*. Obtenido de Visita El Oro.com: <http://visitaeloro.com/informacion/provincia-el-oro/zaruma/gastronomia-y-restaurantes/>

Zambrano, J. (2011). *Historia social de la provincia de El Oro: Poblamiento Inicial*. Machala: Universidad Técnica de Machala.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 - Exigencias del turismo sostenible.....	35
Figura 2.2 - Escalas de los destinos turísticos	43
Figura 2.3 - Ciclo de vida de los destinos turísticos	45
Figura 3.1 - Mapa político del Ecuador: Provincias.....	61
Figura 3.2 - Mapa político de la Provincia de El Oro: cantones.....	62
Figura 3.3 - Mapa cantonal de la Provincia de El Oro.....	63
Figura 3.4 - Archipiélago de Jambeli.....	64
Figura 3.5 - Malecón playa de Jambeli	64
Figura 3.6 - Unidades geomorfológicas.....	66
Figura 3.7 - La laguna de la Tembladera.....	67
Figura 3.8 - Cerro de Arcos.....	68
Figura 3.9 - Tipos de clima.....	69
Figura 3.10 - Distribución de la pluviometría.....	70
Figura 3.11 - Entradas y salidas internacionales 2017 en Ecuador (en miles de movimientos).....	78
Figura 3.12 - Evolución del sector hotelero de la Provincia de El Oro: nº de alojamientos.....	80
Figura 4.1 - Metodología para el diseño de lineamientos estratégicos que potencien el desarrollo de destinos turísticos en la provincia de El Oro	94
Figura 4.2 - Modelo de encuesta a prestadores turísticos.....	101
Figura 4.3 - Modelo de encuestas a turistas	104
Figura 4.4 - Presentación de los talleres a los participantes: funcionamiento, objetivos y finalidad en la Isla Costa Rica del cantón Santa Rosa.....	112
Figura 4.5 - Participantes y moderadores de los talleres en el cantón Zaruma...	112
Figura 4.6 - Rutas turísticas de la provincia de El Oro.....	118

Figura 5.1 - Imagen de satélite, donde se señala el trazado de la ruta de Patrimonio y Cultura de la Provincia de El Oro	122
Figura 5.2 - Detalle de la ruta Patrimonio y Cultura: recursos.....	122
Figura 5.3 - Entrada a la mina del Sexmo	124
Figura 5.4 - Mirador Batea Rumi.....	125
Figura 5.5 - Atractivos turísticos del cantón de Portovelo.....	126
Figura 5.6 - Iglesia Central de Malvas	126
Figura 5.7 - Yacimiento arqueológico de Yacuviña	127
Figura 5.8 - Imagen de satélite donde se señala el trazado de la ruta de Bosques Mágicos de la Provincia de El Oro	129
Figura 5.9 - Detalle de la ruta Bosques Mágicos: recursos.....	129
Figura 5.10 - Reserva Ecológica Buenaventura.....	130
Figura 5.11 - Bosque Petrificado Puyango.	131
Figura 5.12 - Reserva Ecológica Arenillas.....	132
Figura 5.13 - Fotografía área del hotel más representativo de la zona “Hillary Nature Resort & Spa”.....	133
Figura 5.14 - Monumento al pescador.....	134
Figura 5.15 - Laguna de La Tembladera	135
Figura 5.16 - Mapa de ubicación del Humedal “La Tembladera”.....	135
Figura 5.17 - Imagen de satélite donde se señala el trazado de la ruta del Manglar.....	136
Figura 5.18 - Detalle de la ruta del Manglar: recursos.....	137
Figura 5.19 - Balneario Dos Bocas.....	137
Figura 5.20 - Reserva Marina Isla de Santa Clara	138
Figura 5.21 - Avistamiento de aves en La Puntilla.....	140
Figura 5.22 - Localización del Archipiélago de Jambelí.....	141
Figura 5.23 - Acceso/ingreso a la isla de San Gregorio.....	142
Figura 5.24 - ¿Considera que su cantón es un sitio turístico?	146
Figura 5.25 - ¿Cuál cantón encuentra más atractivo turísticamente para pasar sus vacaciones?	146

Figura 5.26 - ¿Considera usted que su cantón es turístico?	147
Figura 5.27 - Actividad turística que le gustaría realizar	148
Figura 5.28 - ¿Considera que en los últimos 5 años se ha producido un desarrollo de la actividad turística en su cantón?	149
Figura 5.29 - ¿Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas?	150
Figura 5.30 - ¿Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez?..	151
Figura 5.31 - ¿La actividad turística ha provocado cambios en la cultura de los residentes y/o pérdida de tradiciones y costumbres?	152
Figura 5.32 - ¿Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorara la calidad de vida de los residentes?	154
Figura 5.33 - ¿Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad?	154
Figura 5.34 - ¿Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local?	154
Figura 5.35 - ¿Considera usted que el turismo proporciona puestos de empleo para los residentes?	155
Figura 5.36 - ¿Considera usted que con la llegada de turistas la calidad de infraestructura y de servicios públicos mejorará?	156
Figura 5.37 - ¿Considera usted que la seguridad, servicios básicos y manejo de residuos de su cantón se manejan adecuadamente?	157
Figura 5.38 - ¿Usted conoce si su cantón cuenta con una página web donde promociona los lugares turísticos del cantón?	158
Figura 5.39 - ¿Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población?	159
Figura 5.40 - Los que contestaron NO a la pregunta anterior, ¿Cuál es la razón por la que considera que su cantón no es un sitio turístico?	161
Figura 5.41 - Los que contestaron SI a la pregunta: ¿Cuál cree usted que es la razón que motiva al turista a visitar su cantón?	162

Figura 5.42 - ¿Qué tipo de productos ofrece a sus visitantes?	163
Figura 5.43 - ¿Cuántos años lleva en la actividad turística?	164
Figura 5.44 - ¿Cuántos turistas reciben al mes en su negocio?	164
Figura 5.45 - ¿Considera que en los últimos 5 años se ha incrementado la actividad turística en su cantón?	165
Figura 5.46 - ¿El número de turistas se ha incrementado significativamente en los últimos 5 años?	166
Figura 5.47 - ¿Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas?	167
Figura 5.48 - ¿Cómo considera usted la labor que el sector público ha realizado en torno a la actividad turística?	168
Figura 5.49 - ¿Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez?	169
Figura 5.50 - ¿Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorará la calidad de vida de los residentes?	169
Figura 5.51 - ¿Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad?	170
Figura 5.52 - ¿Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local?	170
Figura 5.53 - ¿Considera usted que el turismo proporcionará puestos de empleo para los residentes?	171
Figura 5.54 - Las llegadas de turistas son más extranjeros o nacionales	172
Figura 5.55 - ¿Considera usted que con la llegada de turistas, la calidad de infraestructura y de servicios públicos mejorará?	173
Figura 5.56 - ¿Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población?	174
Figura 5.57 - El acceso a los atractivos turísticos que usted conoce, son de fácil acceso	174
Figura 5.58 - ¿Conoce usted si el municipio de su cantón realiza promoción de actividades turísticas?	175

Figura 6.1 - Entrada de visitantes extranjeros al Ecuador por año.....	209
Figura 6.2 - Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar.....	215
Figura 6.3 - Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar.....	215
Figura 6.4 - Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar.....	216
Figura 6.5 - Campaña promocional del Ministerio de Turismo sobre la Ruta del Manglar.....	217
Figura 6.6 - Campaña promocional del Ministerio de Turismo para visita de Isla de Santa Clara	218



Universitat d'Alacant
 Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1- Leyes y Reglamentos primarios de Turismo.....	17
Tabla 2.2 - Leyes Conexas.....	21
Tabla 2.3 – Decretos.....	23
Tabla 2.4 - Reglamentos relacionados al transporte turístico.....	26
Tabla 2.5 - Aporte del turismo al PIB y a la generación de empleos.....	29
Tabla 2.6 - Modalidades de turismo de naturaleza.....	39
Tabla 2.7 - Aspectos socio culturales positivos y negativos del turismo.....	50
Tabla 3.1 - Producción por sectores de actividad económica en la provincia de El Oro	75
Tabla 3.2 - Datos estadísticos Provincia de El Oro	79
Tabla 4.1 - Objetivos, actividades, fuentes, metodología y resultados.....	88
Tabla 4.2 - Ejemplificación de tabla para realizar Análisis FODA.....	93
Tabla 4.3 - Itinerario de visitas de campo del año 2017	97
Tabla 4.4 - Itinerario de visitas de campo del año 2019	99
Tabla 4.5 - Cálculo de la muestra	107
Tabla 4.6 - Distribución de la muestra “Prestadores” por tipo y Proporcional al tamaño del estrato de la provincia de El Oro	108
Tabla 4.7 - Distribución de la muestra de prestadores turísticos por cantón.....	108
Tabla 4.8 - Distribución de la muestra “potencial turístico por cantón” proporcional al tamaño de la población de cada cantón.....	108
Tabla 4.9 - Número total de encuestas a realizadas	109
Tabla 4.10 - Pregunta de entrevistas	110
Tabla 4.11 - Datos de los entrevistados	110
Tabla 4.12 - Descripción de establecimientos por cada ruta de estudio.....	116
Tabla 5.1 - Atractivos turísticos por cada ruta según tipología.....	143

Tabla 5.2 - FODA de las rutas de estudio190

Tabla 5.3 - Estrategias de las rutas de estudio195

Tabla 6.1 - Medidas tomadas por el gobierno ecuatoriano para reactivar el turismo
.....211

Tabla 7.1 - Objetivos propuestos y grado de consecución.....224



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

LISTADO DE ACRÓNIMOS

ATP: Área Turística Protegida

BCE: Banco Central del Ecuador

CETUR: Corporación Ecuatoriana de Turismo

COOAT: Código Orgánico de Organización Territorial

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

MINTUR: Ministerio de Turismo

OMT: Organización Mundial del Turismo



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

ANEXOS

ANEXO 1. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN A PRESTADORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN DE ZARUMA PROVINCIA DE EL ORO 2019

1. Datos Generales

Fecha: 26 al 29 de noviembre

Lugar: Salón de la Prefectura de El Oro

Hora: 10:00 – 12:00

2. Participantes del evento: ponentes

Lcda. Jessica Lalangui Ramírez

Ing. María José Pérez

Ec. Ariana Herrera

3. Asistentes

Prestadores turísticos del cantón Zaruma y sus alrededores

4. Programación del evento

Del 1 al 22 de noviembre de 2019 (Planificación)

CRONOGRAMA

22 de noviembre de 2019

10:00 a 10:10 Inauguración y presentación del conferencista

Representante de la Prefectura

10:10 a 12:00 Conferencia

Tema: Comercialización del Producto Turístico

Ponente: Lcda. Jessica Lalangui Ramírez

23 de noviembre de 2019

10:00 a 10:10 Inauguración y presentación del conferencista

Representante de la Prefectura

10:10 a 12:00 Conferencia

Tema: Plan de Marketing

Ponente: Ing. Maria José Pérez

24 de noviembre de 2019

10:00 a 10:10 Inauguración y presentación del conferencista

Representante de la Prefectura

10:10 a 12:00 Conferencia

Tema: Social Media

Ponente: Ec. Ariana Herrera Pérez

5. Responsable: Lcda. Jessica Lalangui Ramírez

Fotografías

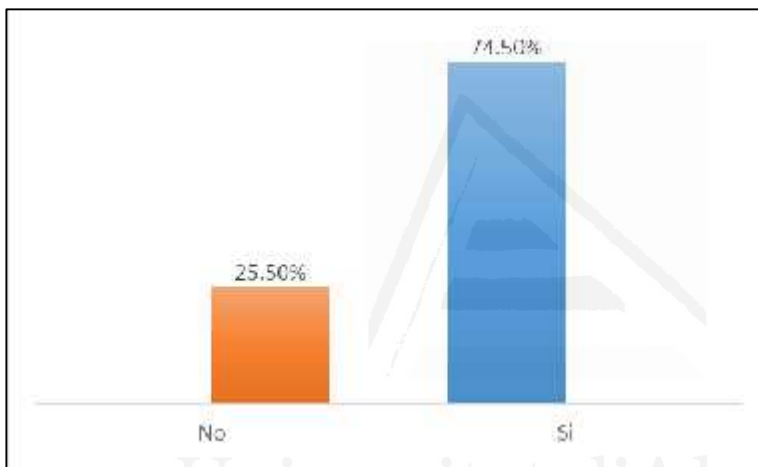




ANEXO II. ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS POTENCIALES: RESULTADOS

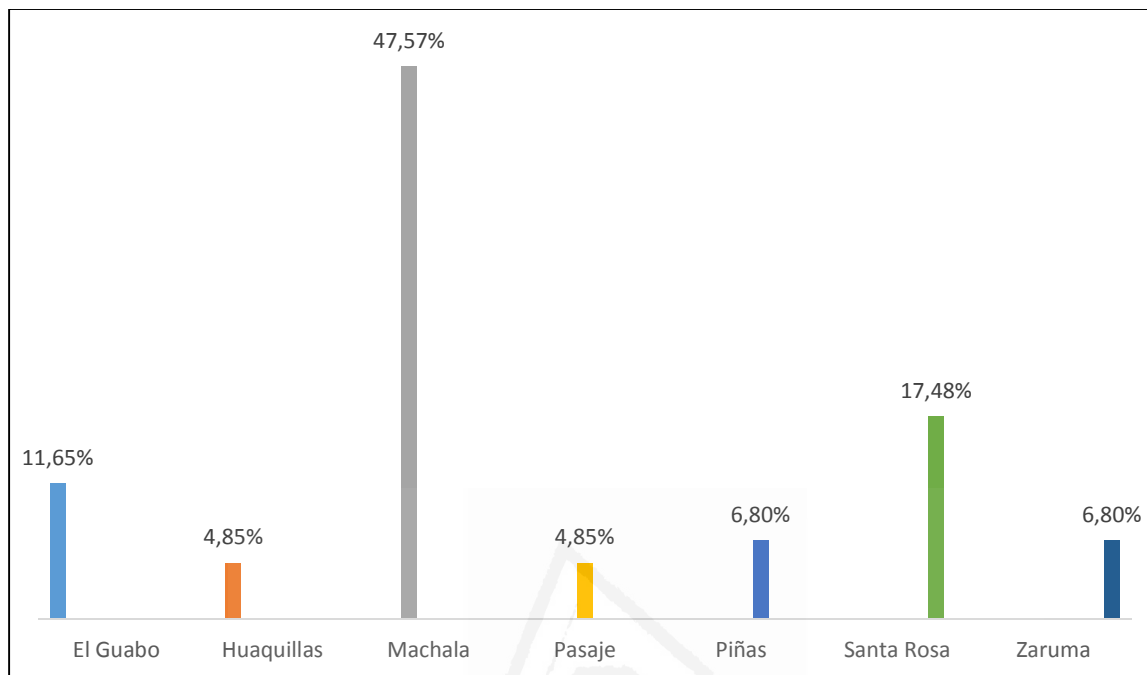
PREGUNTA 1. ¿Considera que su cantón es un sitio turístico?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	No	103	25,5
	Si	301	74,5
	Total	404	100,0



PREGUNTA 2. Cantón en el que vive

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	El Guabo	12	11,7
	Huaquillas	5	4,9
	Machala	49	47,6
	Pasaje	5	4,9
	Piñas	7	6,8
	Santa Rosa	18	17,5
	Zaruma	7	6,8
	Total	103	100,0



PREGUNTA 3. ¿Cuál Cantón encuentra más atractivo turísticamente para pasar sus vacaciones?

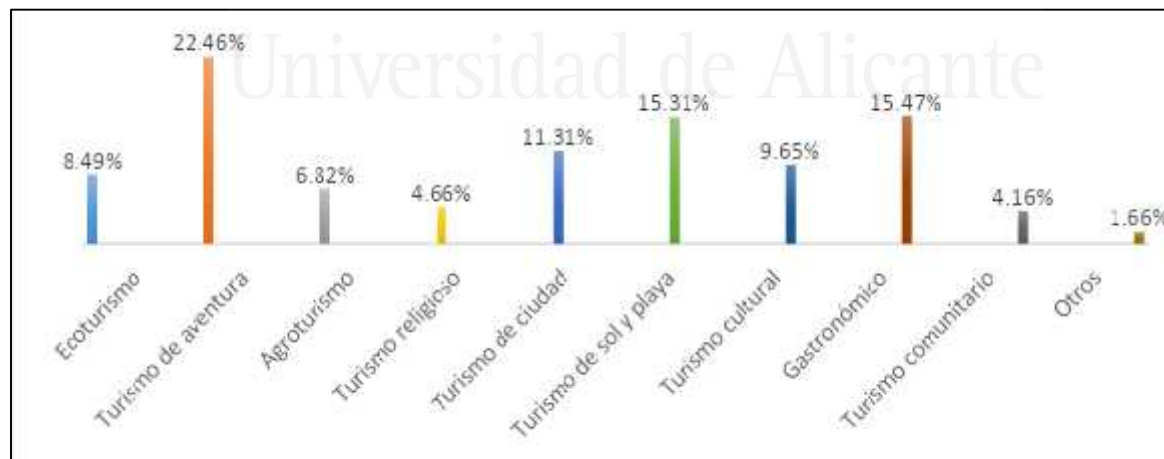
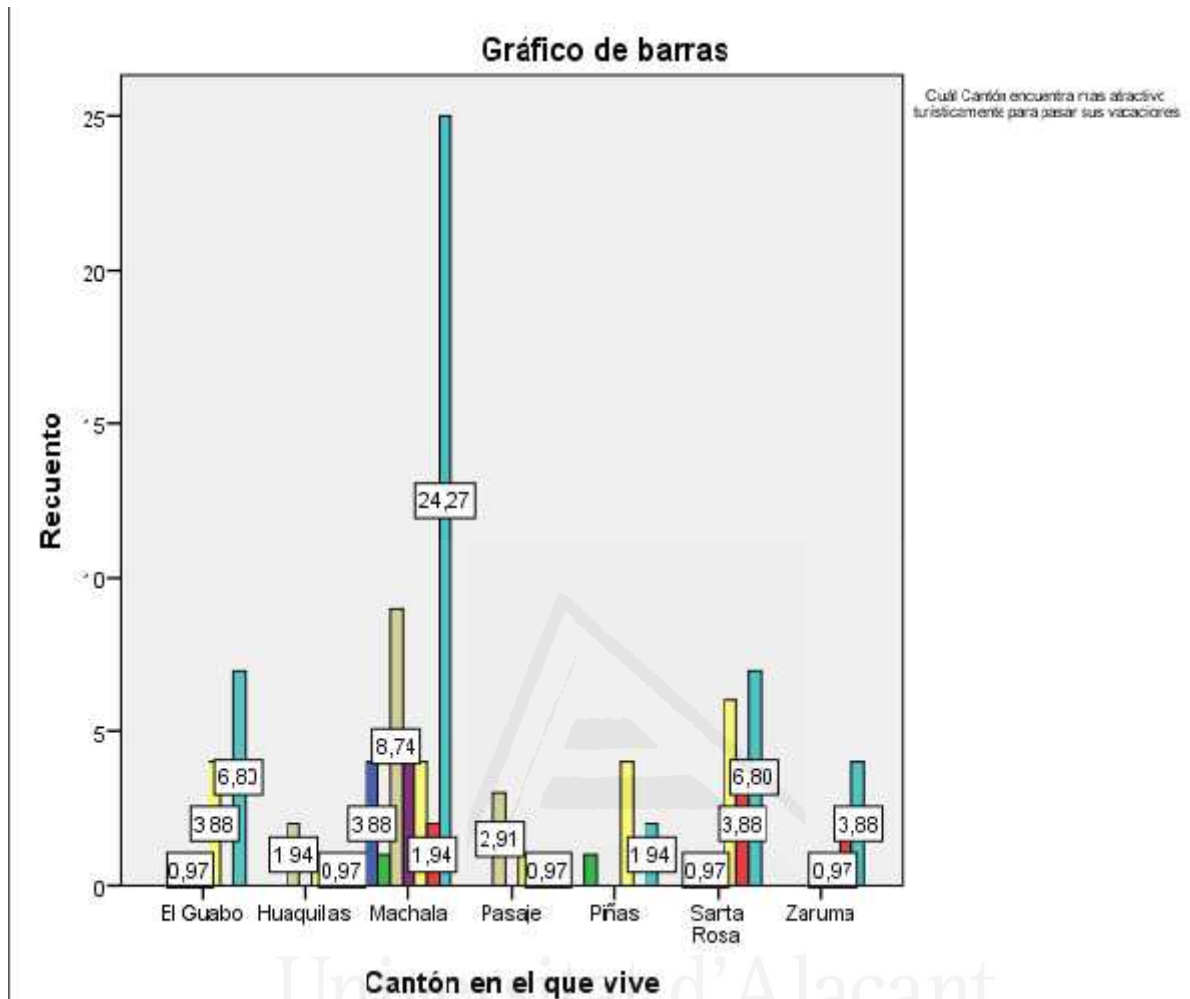
	Frecuencia	Porcentaje
Válido El Guabo	4	3,9
Huaquillas	2	1,9
Machala	16	15,5
Pasaje	4	3,9
Piñas	21	20,4
Santa Rosa	9	8,7
Zaruma	47	45,6
Total	103	100,0



PREGUNTA 4. Cantón en el que vive:

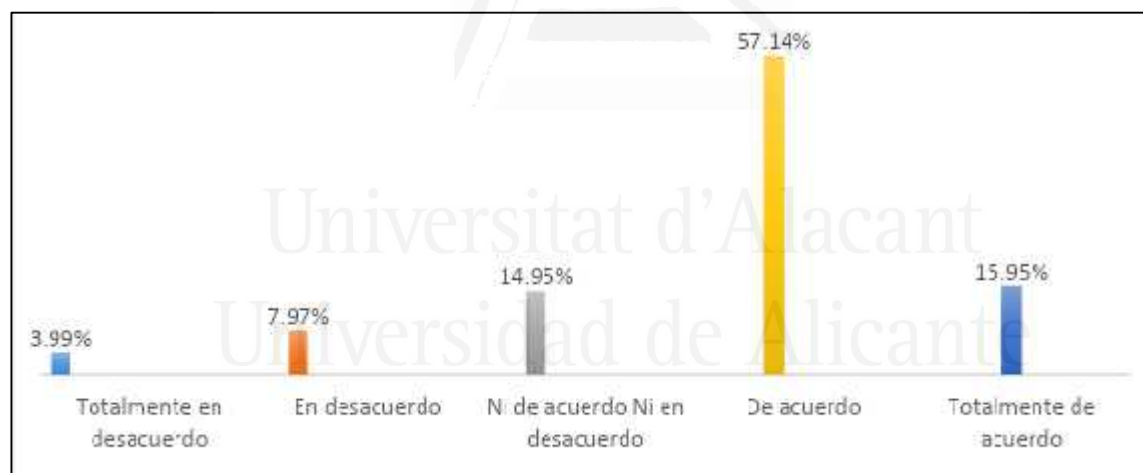
¿Cuál cantón encuentra más atractivo turísticamente para pasar sus vacaciones?

		Cuál Cantón encuentra más atractivo turísticamente para pasar sus vacaciones							Total
		El Guabo	Huaquillas	Machala	Pasaje	Piñas	Santa Rosa	Zaruma	
Cantón en el que vive	El Guabo	0	0	1	0	4	0	7	12
	Huaquillas	0	0	2	0	1	1	1	5
	Machala	4	1	9	4	4	2	25	49
	Pasaje	0	0	3	0	1	0	1	5
	Piñas	0	1	0	0	4	0	2	7
	Santa Rosa	0	0	1	0	6	4	7	18
	Zaruma	0	0	0	0	1	2	4	7
Total		4	2	16	4	21	9	47	103



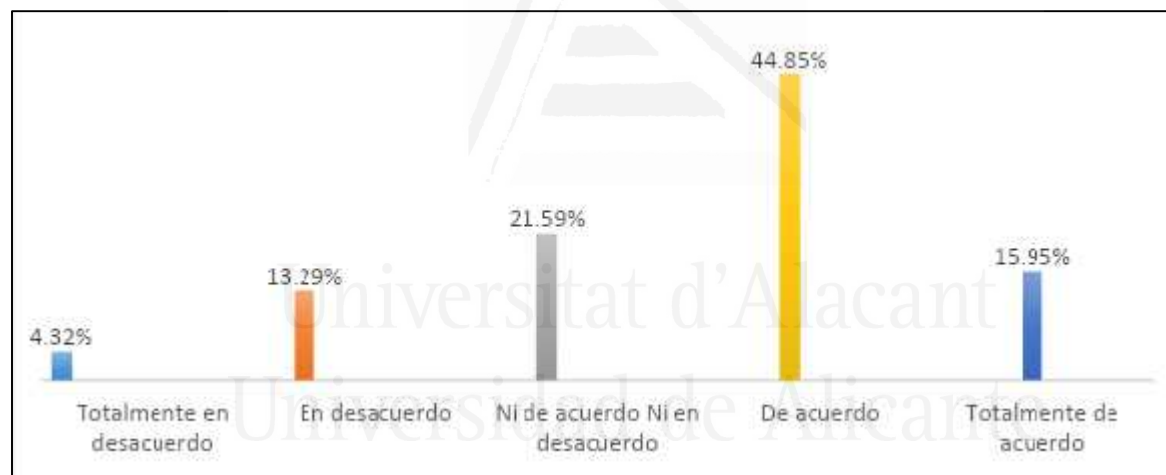
PREGUNTA 5. ¿Considera que en los últimos 5 años se ha producido un desarrollo de la actividad turística en su cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	12	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	24	8,0	8,0	12,0
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	45	15,0	15,0	26,9
De acuerdo	172	57,1	57,1	84,1
Totalmente de acuerdo	48	15,9	15,9	100,0
Total	301	100,0	100,0	



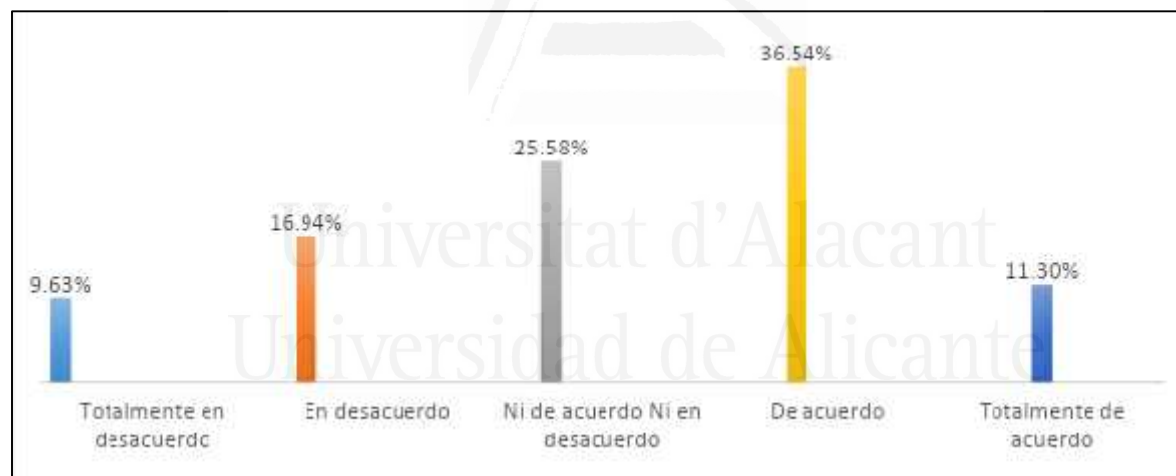
PREGUNTA 6. ¿Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	13	4,3	4,3	4,3
En desacuerdo	40	13,3	13,3	17,6
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	65	21,6	21,6	39,2
De acuerdo	135	44,9	44,9	84,1
Totalmente de acuerdo	48	15,9	15,9	100,0
Total	301	100,0	100,0	



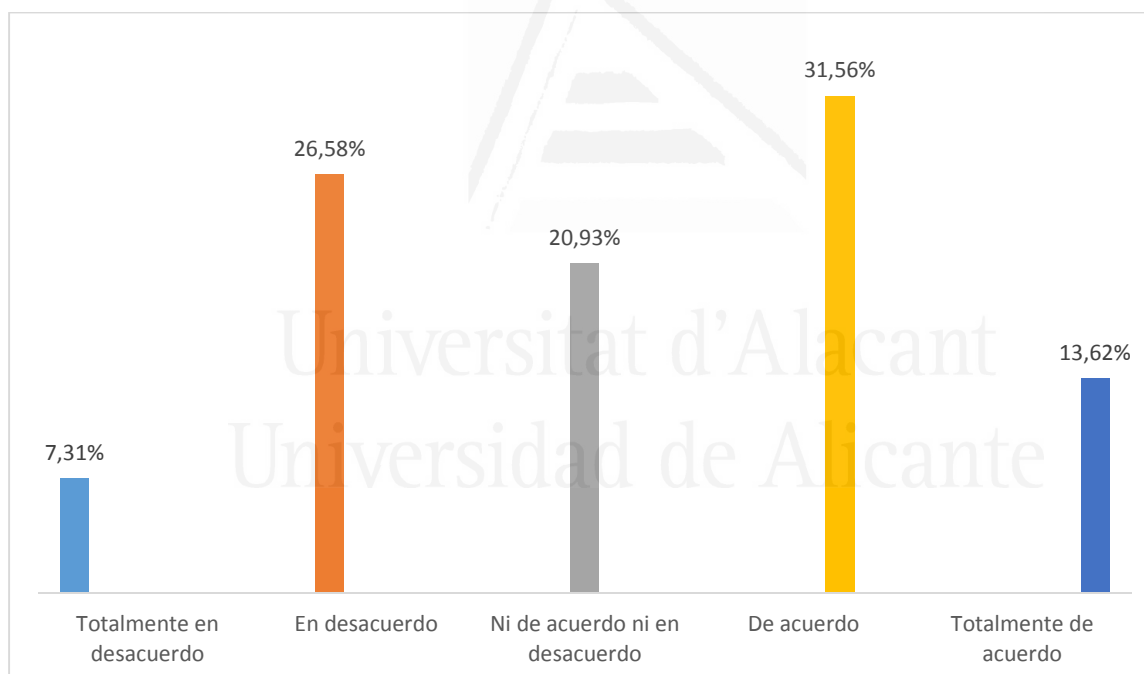
PREGUNTA 7. ¿La actividad turística ha provocado cambios en la cultura de los residentes y/o pérdida de tradiciones y costumbres?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	29	9,6	9,6	9,6
En desacuerdo	51	16,9	16,9	26,6
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	77	25,6	25,6	52,2
De acuerdo	110	36,5	36,5	88,7
Totalmente de acuerdo	34	11,3	11,3	100,0
Total	301	100,0	100,0	



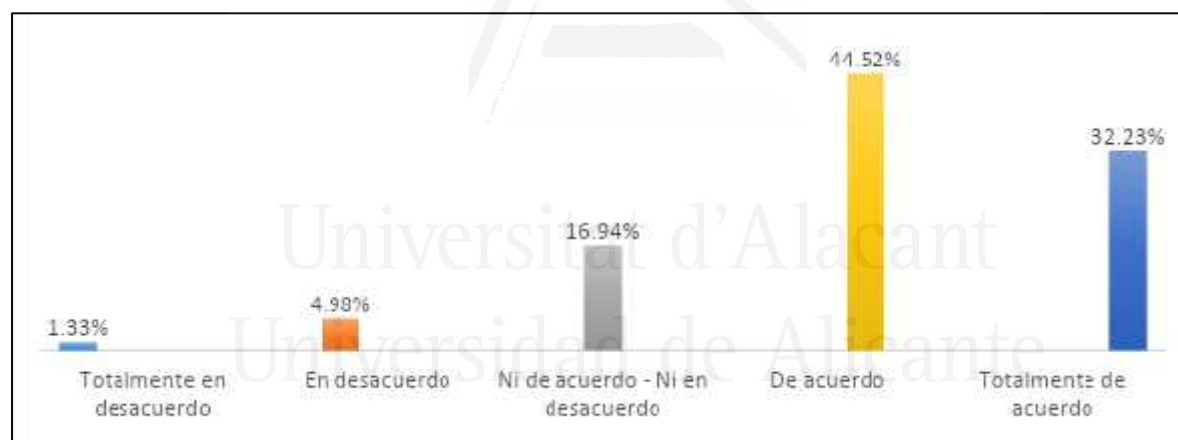
PREGUNTA 8. ¿La relación entre turistas y residentes es distante?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	22	7,3	7,3	7,3
En desacuerdo	80	26,6	26,6	33,9
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	63	20,9	20,9	54,8
De acuerdo	95	31,6	31,6	86,4
Totalmente de acuerdo	41	13,6	13,6	100,0
Total	301	100,0	100,0	



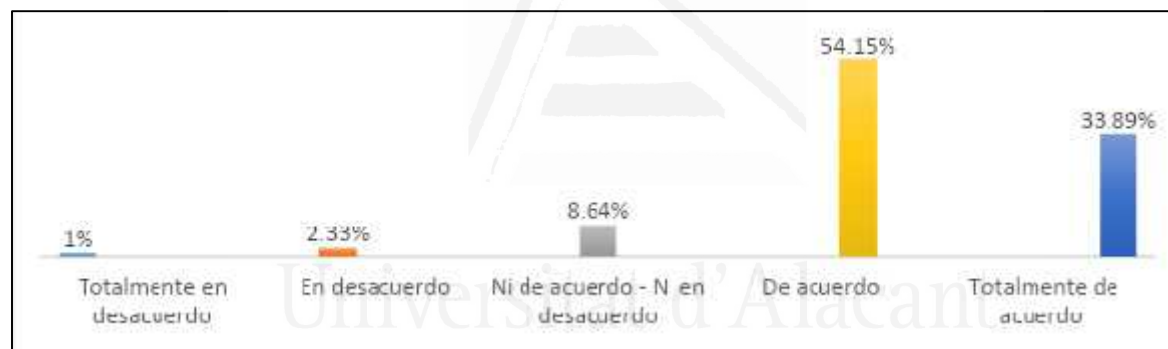
PREGUNTA 9. ¿Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	4	1,3	1,3	1,3
En desacuerdo	15	5,0	5,0	6,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	51	16,9	16,9	23,3
De acuerdo	134	44,5	44,5	67,8
Totalmente de acuerdo	97	32,2	32,2	100,0
Total	301	100,0	100,0	



PREGUNTA 10. ¿Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorara la calidad de vida de los residentes?

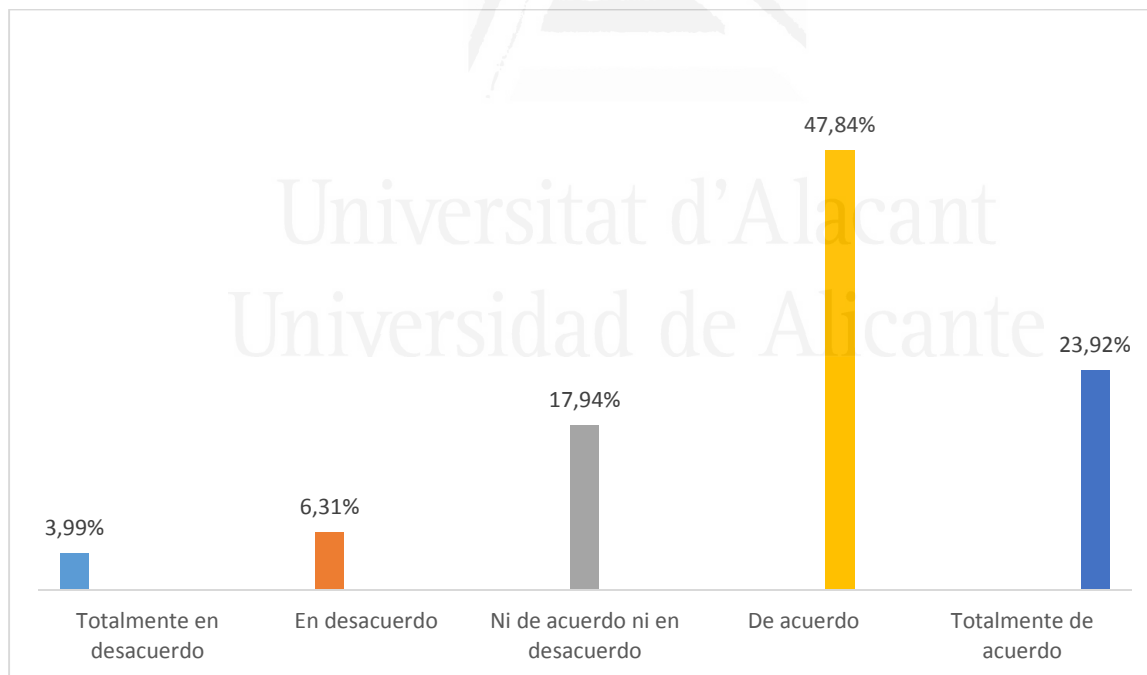
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,0	1,0	1,0
En desacuerdo	7	2,3	2,3	3,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	26	8,6	8,6	12,0
De acuerdo	163	54,2	54,2	66,1
Totalmente de acuerdo	102	33,9	33,9	100,0
Total	301	100,0	100,0	



Universidad de Alicante

PREGUNTA 11. ¿Le gustaría pagar un valor módico por los servicios de un guía turístico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	12	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	19	6,3	6,3	10,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	54	17,9	17,9	28,2
De acuerdo	144	47,8	47,8	76,1
Totalmente de acuerdo	72	23,9	23,9	100,0
Total	301	100,0	100,0	



PREGUNTA 12. ¿Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	8	2,7	2,7	2,7
En desacuerdo	21	7,0	7,0	9,6
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	36	12,0	12,0	21,6
De acuerdo	161	53,5	53,5	75,1
Totalmente de acuerdo	75	24,9	24,9	100,0
Total	301	100,0	100,0	



PREGUNTA 13. ¿Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	,3	,3	,3
En desacuerdo	2	,7	,7	1,0
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	31	10,3	10,3	11,3
De acuerdo	160	53,2	53,2	64,5
Totalmente de acuerdo	107	35,5	35,5	100,0
Total	301	100,0	100,0	



PREGUNTA 14. ¿Considera usted que con la llegada de turistas la calidad de infraestructuras y de servicios públicos mejorará?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	6	2,0	2,0	2,0
En desacuerdo	12	4,0	4,0	6,0
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	49	16,3	16,3	22,3
De acuerdo	142	47,2	47,2	69,4
Totalmente de acuerdo	92	30,6	30,6	100,0
Total	301	100,0	100,0	



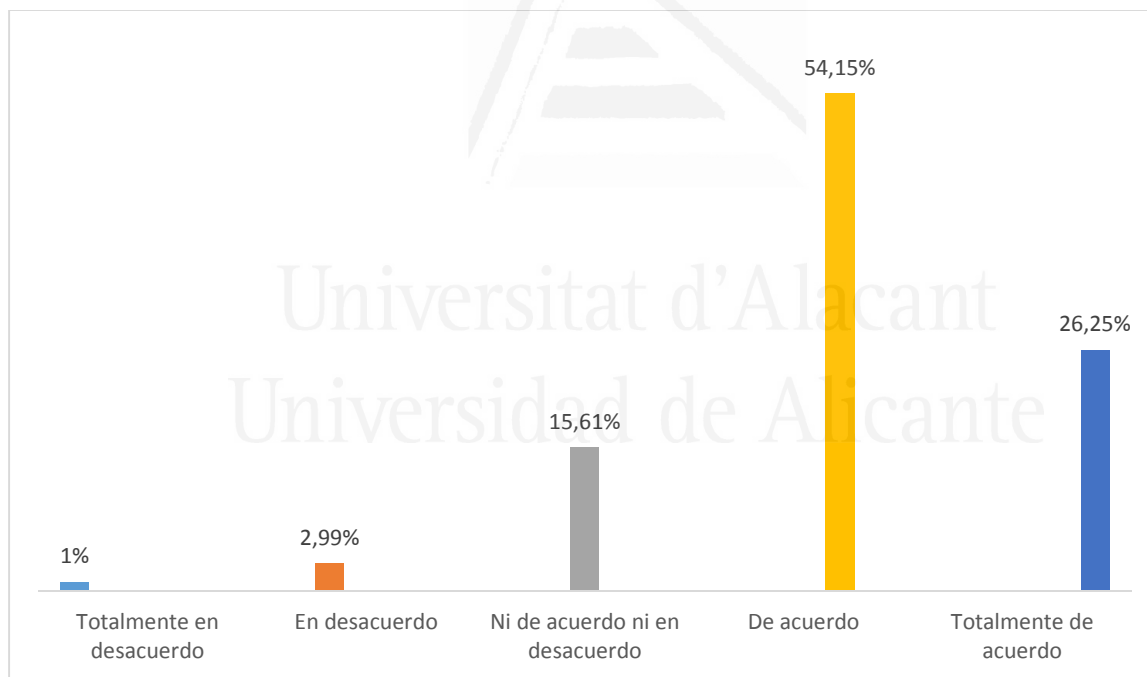
PREGUNTA 15. ¿Considera usted que su cantón es turístico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	,3	,3	,3
En desacuerdo	4	1,3	1,3	1,7
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	31	10,3	10,3	12,0
De acuerdo	147	48,8	48,8	60,8
Totalmente de acuerdo	118	39,2	39,2	100,0
Total	301	100,0	100,0	



PREGUNTA 16. ¿Conoce usted los atractivos turísticos de su cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	1,0	1,0	1,0
En desacuerdo	9	3,0	3,0	4,0
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	47	15,6	15,6	19,6
De acuerdo	163	54,2	54,2	73,8
Totalmente de acuerdo	79	26,2	26,2	100,0
Total	301	100,0	100,0	



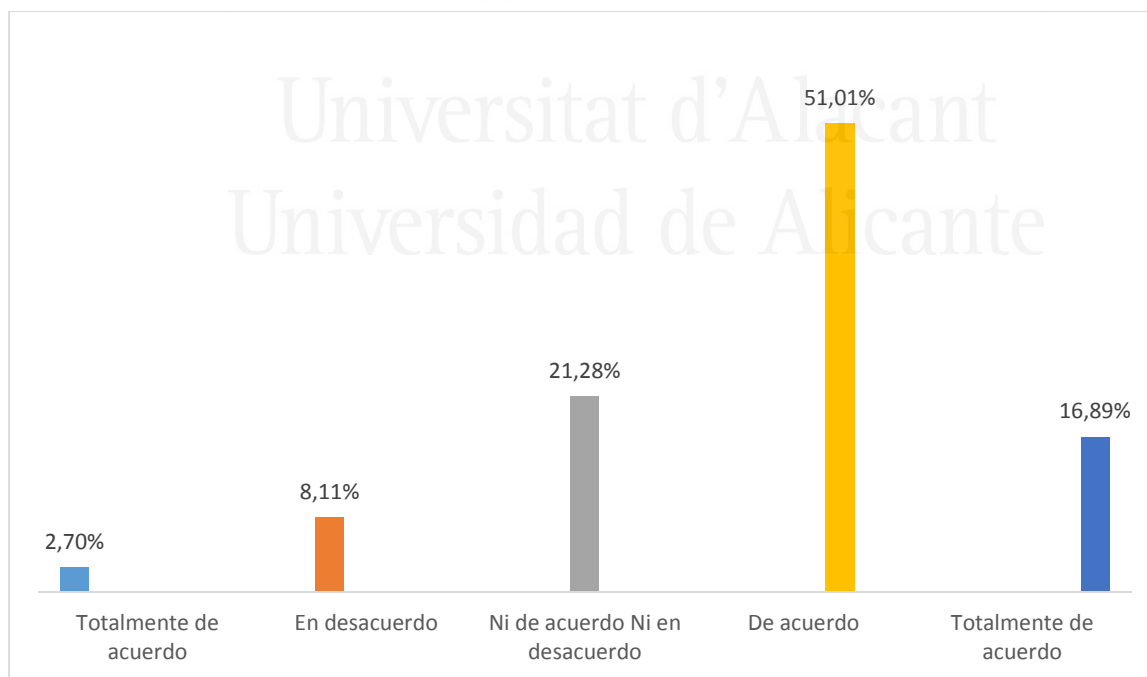
PREGUNTA 17. ¿Considera usted que la seguridad, servicios básicos y manejo de residuos de su cantón se manejan adecuadamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	50	16,6	16,8	16,8
	En desacuerdo	56	18,6	18,9	35,7
	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	76	25,2	25,6	61,3
	De acuerdo	95	31,6	32,0	93,3
	Totalmente de acuerdo	20	6,6	6,7	100,0
Total		297	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,3		
Total		301	100,0		



PREGUNTA 18. ¿El acceso a los atractivos turísticos que usted conoce, son de fácil acceso?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2,7	2,7	2,7
	En desacuerdo	24	8,0	8,1	10,8
	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	63	20,9	21,3	32,1
	De acuerdo	151	50,2	51,0	83,1
	Totalmente de acuerdo	50	16,6	16,9	100,0
	Total	296	98,3	100,0	
Perdidos	Sistema	5	1,7		
Total		301	100,0		



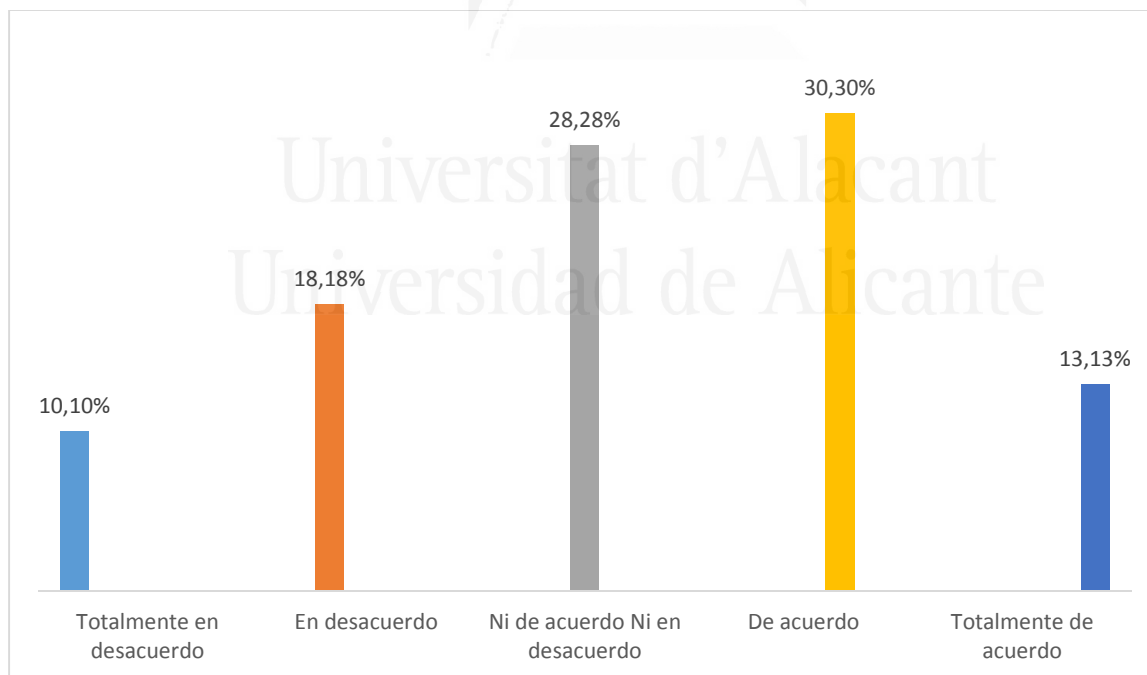
PREGUNTA 19. ¿Usted conoce si su cantón cuenta con una página Web donde promociona los lugares turísticos del cantón?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	10,0	10,1	10,1
	En desacuerdo	47	15,6	15,8	25,9
	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	92	30,6	31,0	56,9
	De acuerdo	88	29,2	29,6	86,5
	Totalmente de acuerdo	40	13,3	13,5	100,0
	Total	297	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,3		
	Total	301	100,0		



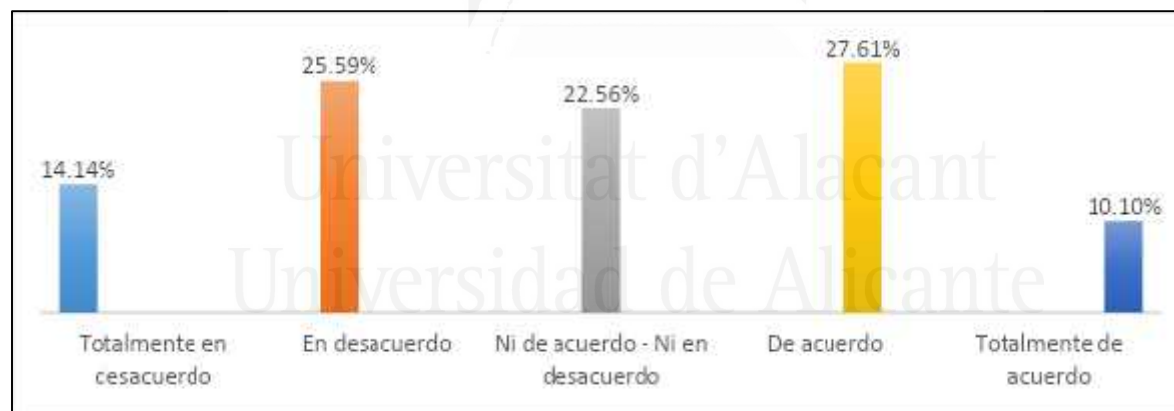
PREGUNTA 20. ¿Conoce usted si el municipio de su cantón realiza promoción de actividades turísticas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	30	10,0	10,1	10,1
	En desacuerdo	54	17,9	18,2	28,3
	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	84	27,9	28,3	56,6
	De acuerdo	90	29,9	30,3	86,9
	Totalmente de acuerdo	39	13,0	13,1	100,0
	Total	297	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,3		
Total		301	100,0		



PREGUNTA 21. ¿Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	42	14,0	14,1	14,1
	En desacuerdo	76	25,2	25,6	39,7
	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	67	22,3	22,6	62,3
	De acuerdo	82	27,2	27,6	89,9
	Totalmente de acuerdo	30	10,0	10,1	100,0
	Total	297	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,3		
	Total	301	100,0		



PREGUNTA 22. ¿Considera usted que el turismo proporcionara puestos de empleo para los residentes?

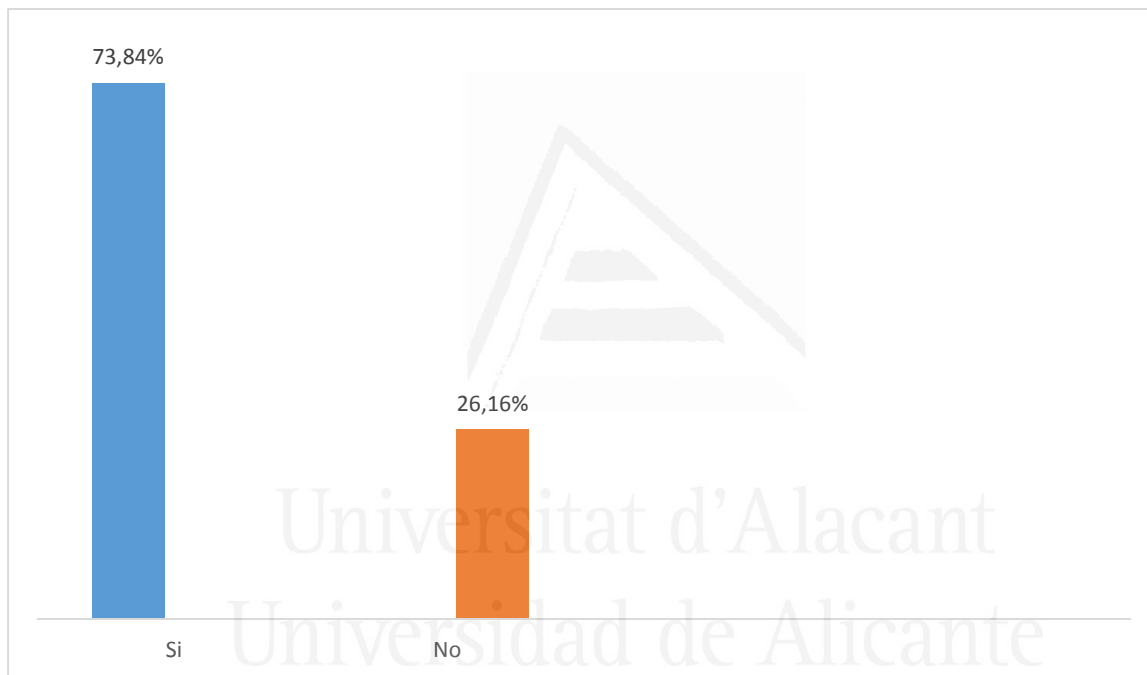
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	2,3	2,4	2,4
	En desacuerdo	9	3,0	3,0	5,4
	Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	32	10,6	10,8	16,2
	De acuerdo	137	45,5	46,1	62,3
	Totalmente de acuerdo	112	37,2	37,7	100,0
	Total	297	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,3		
Total		301	100,0		



ANEXO III. ENCUESTAS REALIZADAS A PRESTADORES TURÍSTICOS: RESULTADOS

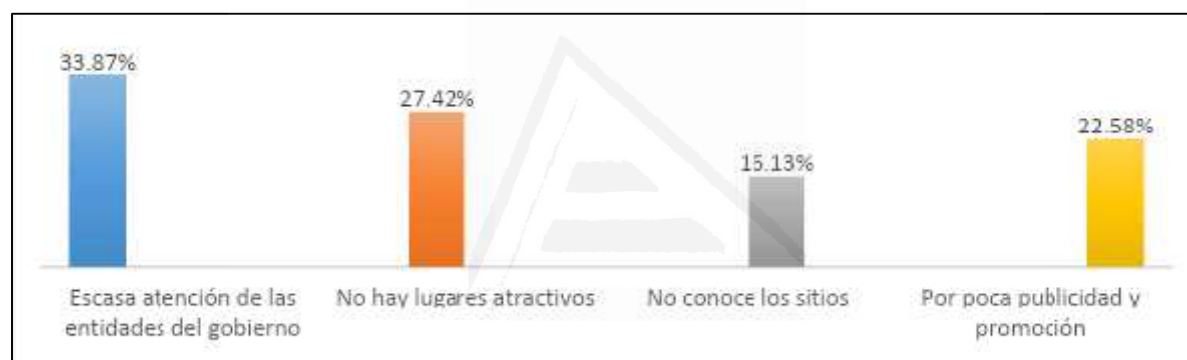
PREGUNTA 1. ¿Considera que su cantón es un sitio turístico?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido No	62	26,2
Si	175	73,8
Total	237	100,0



PREGUNTA 2. Los que contestaron NO a la pregunta: ¿Considera que su cantón es un sitio turístico? ¿Cuál es la razón que considera Ud. por la que su cantón no es un sitio turístico?

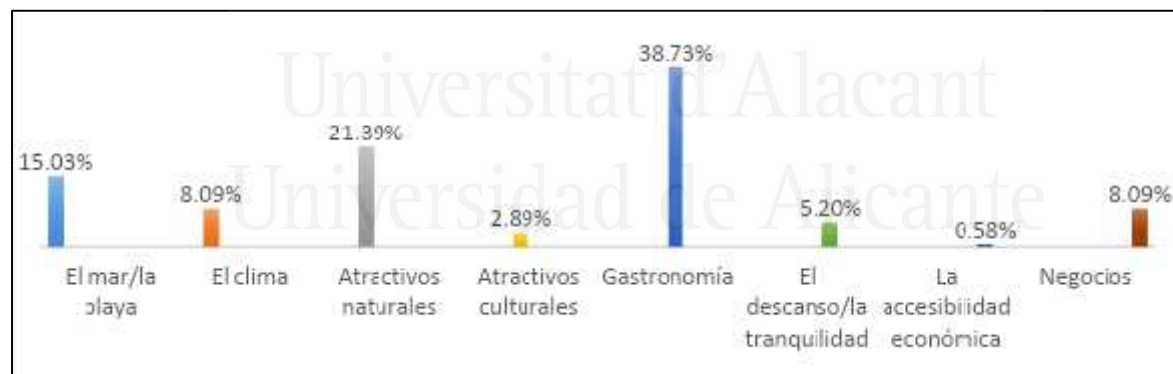
	Frecuencia	Porcentaje
Válido Escasa atención de las entidades del gobierno	21	33,9
No hay lugares atractivos	17	27,4
No conoce los sitios	10	16,1
Por poca publicidad y promoción	14	22,6
Total	62	100,0



Universitat d'Alacant
 Universidad de Alicante

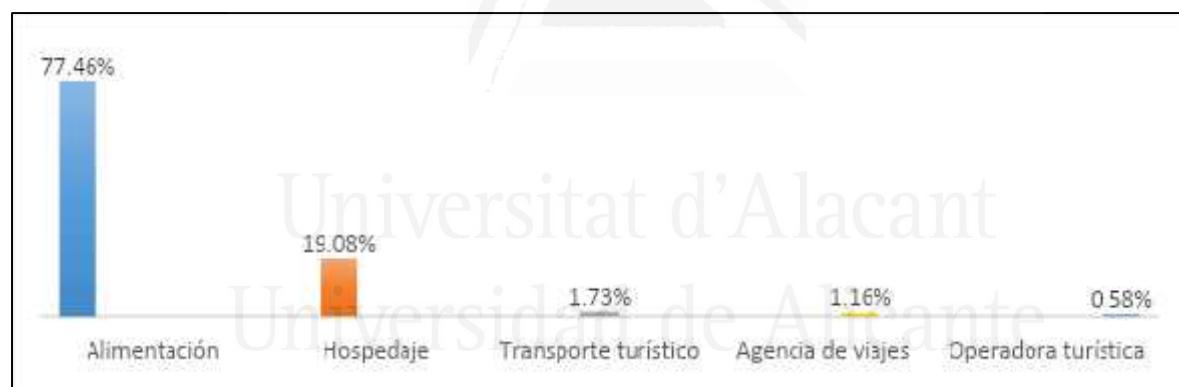
PREGUNTA 3. Los que contestaron SI a la pregunta: ¿Considera que su cantón es un sitio turístico? ¿Cuál cree usted que es la razón que motiva al turista visitar su cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido El mar/ la playa	26	15,0	15,0	15,0
El clima	14	8,1	8,1	23,1
Atractivos naturales	37	21,4	21,4	44,5
Atractivos culturales	5	2,9	2,9	47,4
Gastronomía	67	38,7	38,7	86,1
El descanso/la tranquilidad	9	5,2	5,2	91,3
La accesibilidad económica	1	,6	,6	91,9
Negocios	14	8,1	8,1	100,0
Total	173	100,0	100,0	



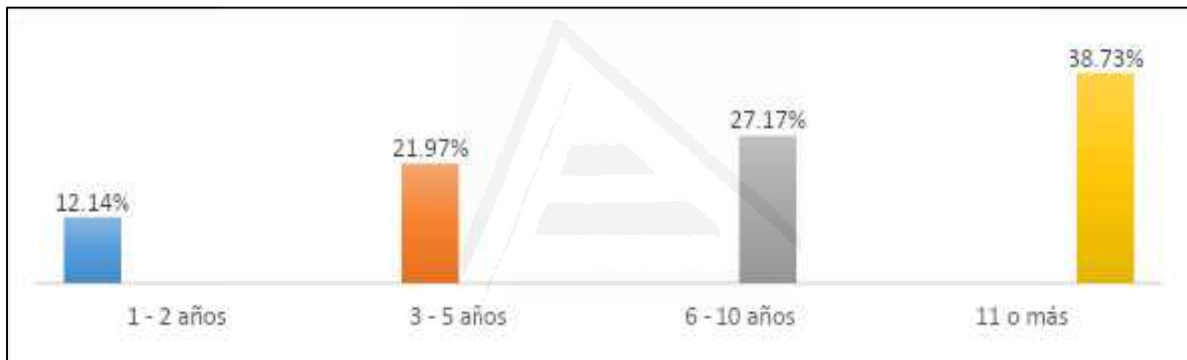
PREGUNTA 4. ¿Qué tipo de productos ofrece a sus visitantes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Alimentación	134	77,5	77,5	77,5
Hospedaje	33	19,1	19,1	96,5
Transporte turístico	3	1,7	1,7	98,3
Agencia de Viajes	2	1,2	1,2	99,4
Operadora turística	1	,6	,6	100,0
Total	173	100,0	100,0	



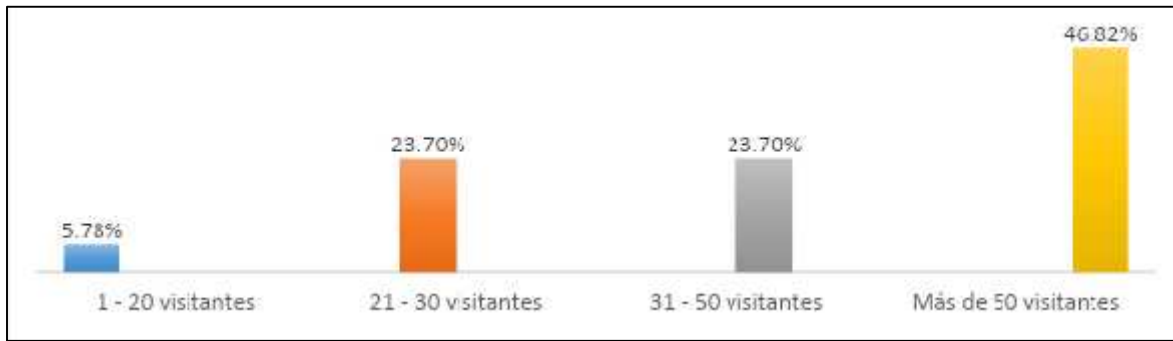
PREGUNTA 5. ¿Cuántos años lleva en la actividad turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1-2 años	21	12,1	12,1	12,1
3-5 años	38	22,0	22,0	34,1
6-10 años	47	27,2	27,2	61,3
11 o más	67	38,7	38,7	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 6. ¿Cuántos turistas recibe al mes en su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 - 20 visitantes	10	5,8	5,8	5,8
21 a 30 visitantes	41	23,7	23,7	29,5
31 a 50 visitantes	41	23,7	23,7	53,2
Más de 50 visitantes	81	46,8	46,8	100,0
Total	173	100,0	100,0	



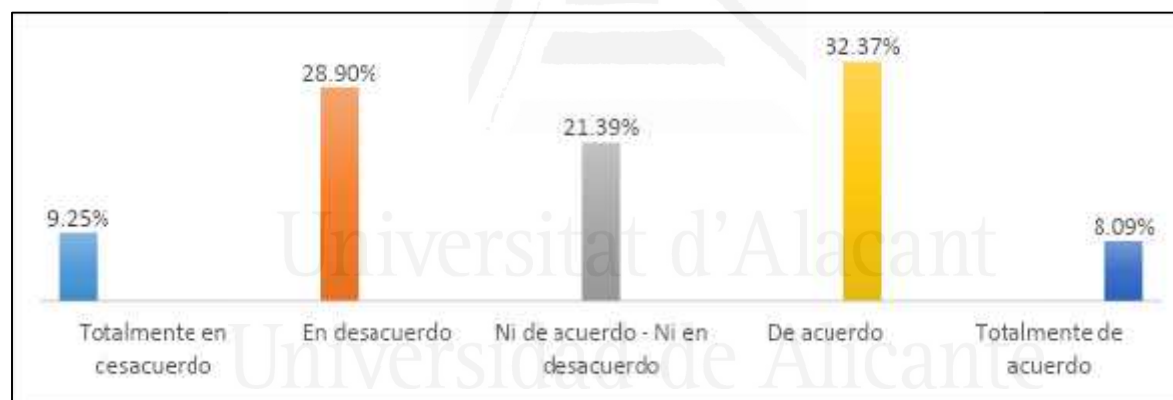
PREGUNTA 7. ¿Considera que en los últimos 5 años se ha incrementado la actividad turística en su cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	10	5,8	5,8	5,8
En desacuerdo	17	9,8	9,8	15,6
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	55	31,8	31,8	47,4
De acuerdo	76	43,9	43,9	91,3
Totalmente de acuerdo	15	8,7	8,7	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 8. ¿Considera usted que la comunidad está integrada en el desarrollo, organización y manejo de las actividades turísticas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	16	9,2	9,2	9,2
En desacuerdo	50	28,9	28,9	38,2
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	37	21,4	21,4	59,5
De acuerdo	56	32,4	32,4	91,9
Totalmente de acuerdo	14	8,1	8,1	100,0
Total	173	100,0	100,0	



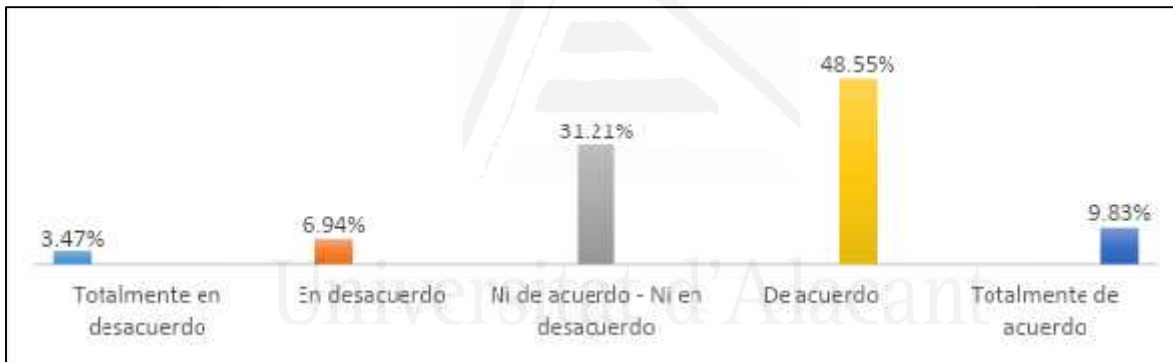
PREGUNTA 9. ¿Cómo considera usted la labor que el sector público ha realizado en torno a la actividad turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	21	12,1	12,1	12,1
En desacuerdo	28	16,2	16,2	28,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	51	29,5	29,5	57,8
De acuerdo	58	33,5	33,5	91,3
Totalmente de acuerdo	15	8,7	8,7	100,0
Total	173	100,0	100,0	



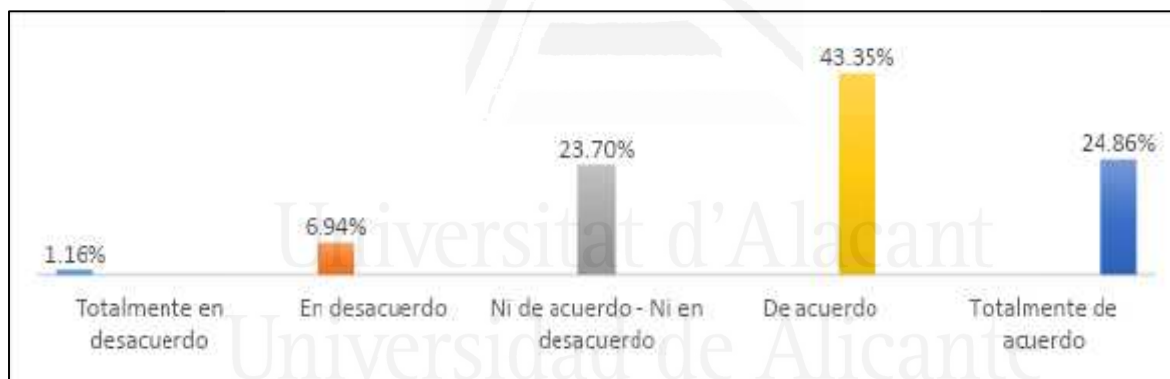
PREGUNTA 10. ¿El número de turistas se ha incrementado significativamente en los últimos 5 años?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	6	3,5	3,5	3,5
En desacuerdo	12	6,9	6,9	10,4
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	54	31,2	31,2	41,6
De acuerdo	84	48,6	48,6	90,2
Totalmente de acuerdo	17	9,8	9,8	100,0
Total	173	100,0	100,0	



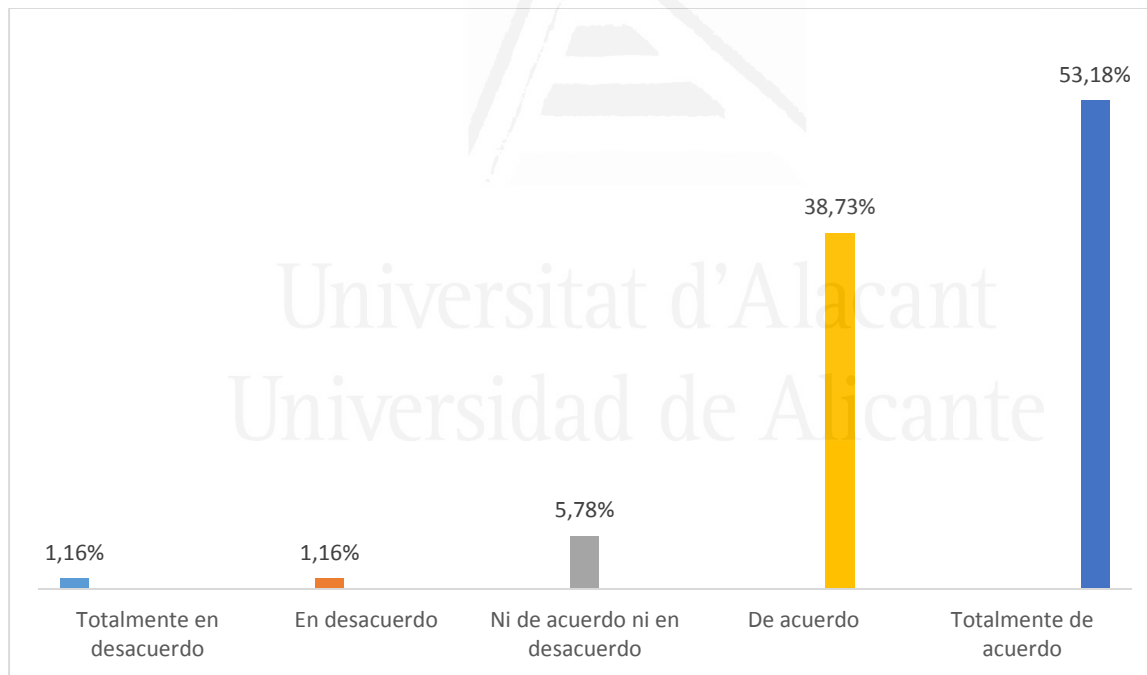
PREGUNTA 11. ¿Los residentes de su localidad acogen a los turistas con calidez?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	12	6,9	6,9	8,1
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	41	23,7	23,7	31,8
De acuerdo	75	43,4	43,4	75,1
Totalmente de acuerdo	43	24,9	24,9	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 12. ¿Considera usted que la Prov. de El Oro debería tener guías locales profesionales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	2	1,2	1,2	2,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	10	5,8	5,8	8,1
De acuerdo	67	38,7	38,7	46,8
Totalmente de acuerdo	92	53,2	53,2	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 13. ¿Considera usted que la visita de turistas a su localidad mejorará la calidad de vida de los residentes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	3	1,7	1,7	1,7
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	16	9,2	9,2	11,0
De acuerdo	68	39,3	39,3	50,3
Totalmente de acuerdo	86	49,7	49,7	100,0
Total	173	100,0	100,0	



Universidad d'Alacant
Universidad de Alicante

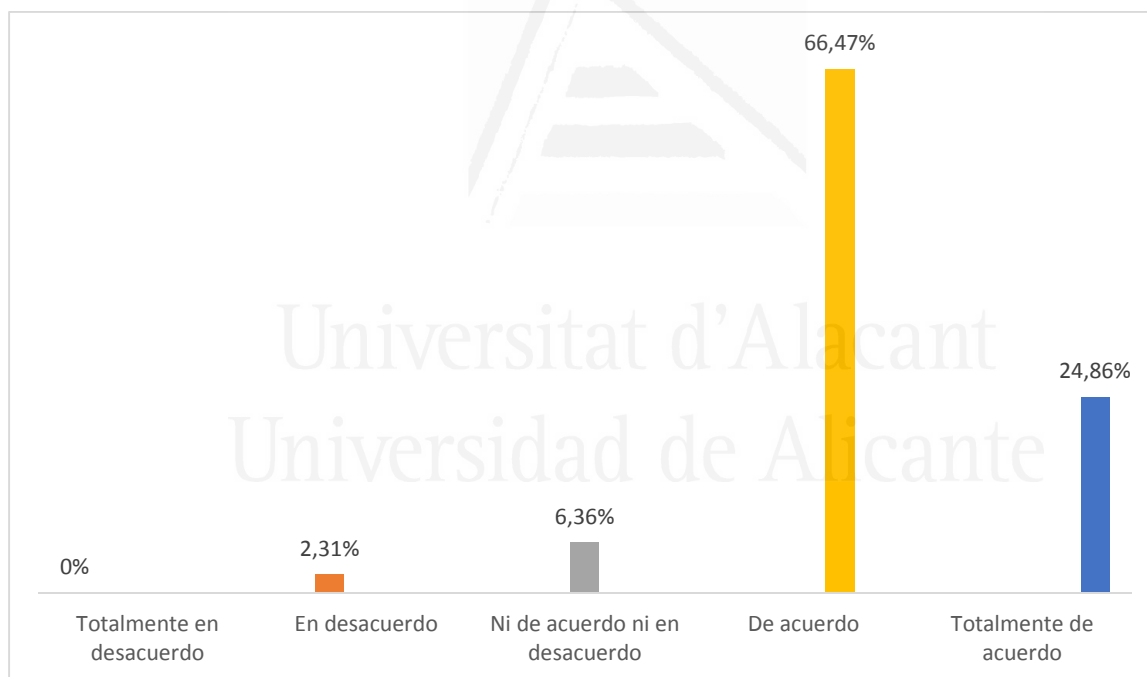
PREGUNTA 14. ¿Considera usted que los residentes están involucrados en el desarrollo de actividades turísticas y que esto traerá beneficios para su localidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	7	4,0	4,0	4,0
En desacuerdo	27	15,6	15,6	19,7
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	49	28,3	28,3	48,0
De acuerdo	69	39,9	39,9	87,9
Totalmente de acuerdo	21	12,1	12,1	100,0
Total	173	100,0	100,0	



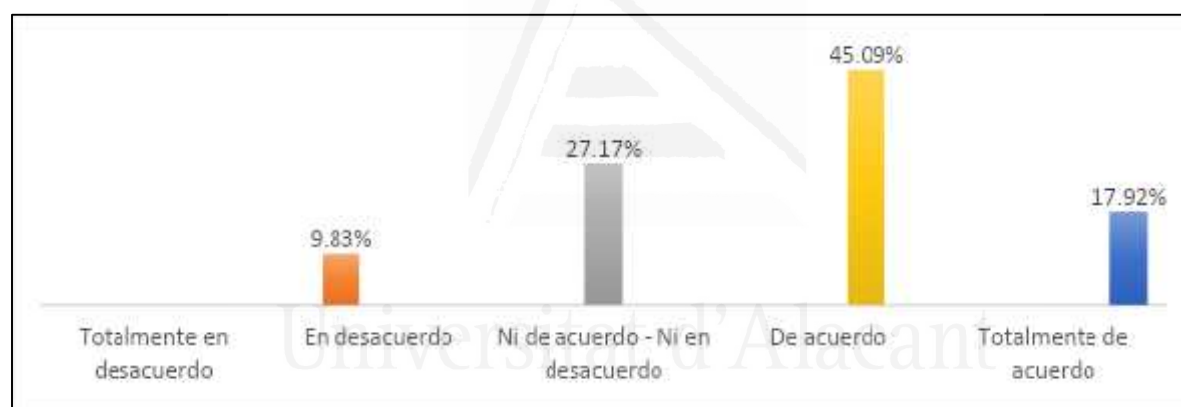
PREGUNTA 15. ¿Cree usted que la actividad turística tendría una gran relevancia en la economía local?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	4	2,3	2,3	2,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	11	6,4	6,4	8,7
De acuerdo	115	66,5	66,5	75,1
Totalmente de acuerdo	43	24,9	24,9	100,0
Total	173	100,0	100,0	



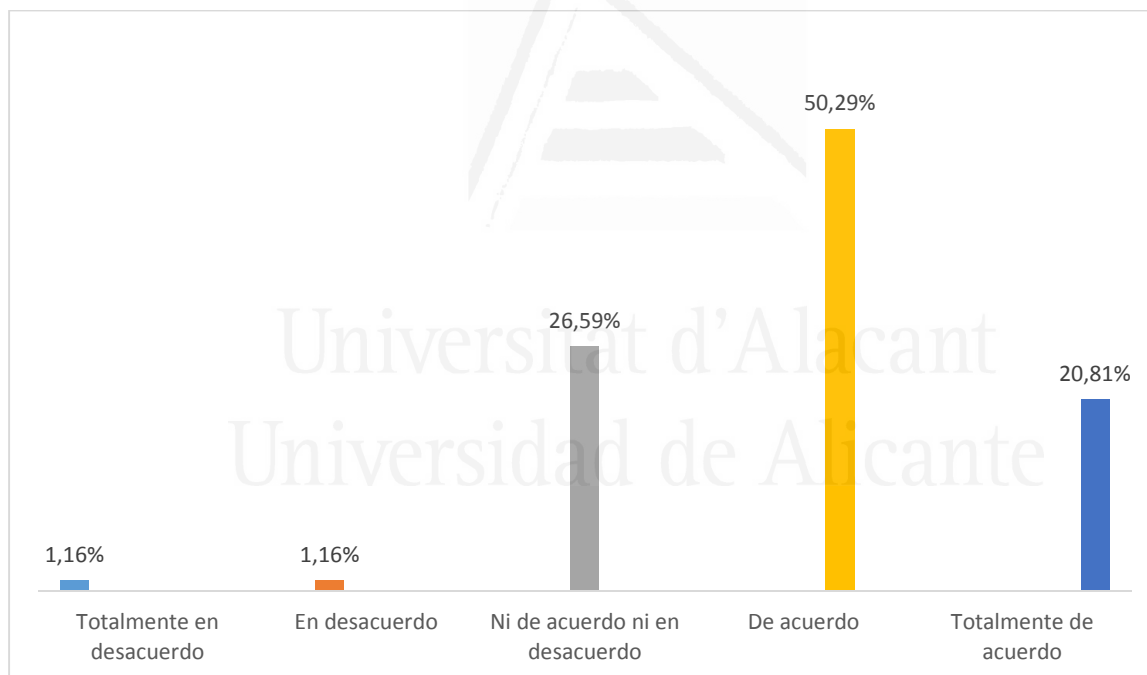
PREGUNTA 16. ¿Considera usted que con la llegada de turistas la calidad de infraestructuras y de servicios públicos mejorará?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	17	9,8	9,8	9,8
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	47	27,2	27,2	37,0
De acuerdo	78	45,1	45,1	82,1
Totalmente de acuerdo	31	17,9	17,9	100,0
Total	173	100,0	100,0	



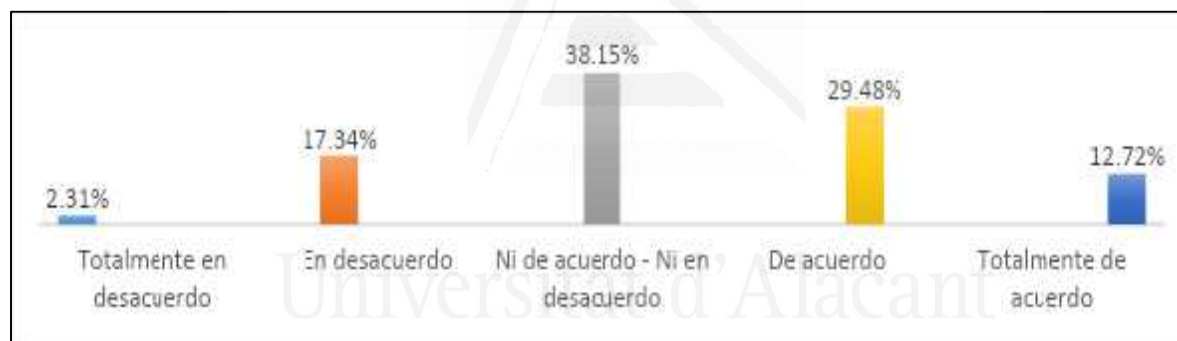
PREGUNTA 17. ¿Conoce usted los atractivos turísticos de su cantón?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	2	1,2	1,2	2,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	46	26,6	26,6	28,9
De acuerdo	87	50,3	50,3	79,2
Totalmente de acuerdo	36	20,8	20,8	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 18. ¿La llegada de turistas son más extranjeros o nacionales?

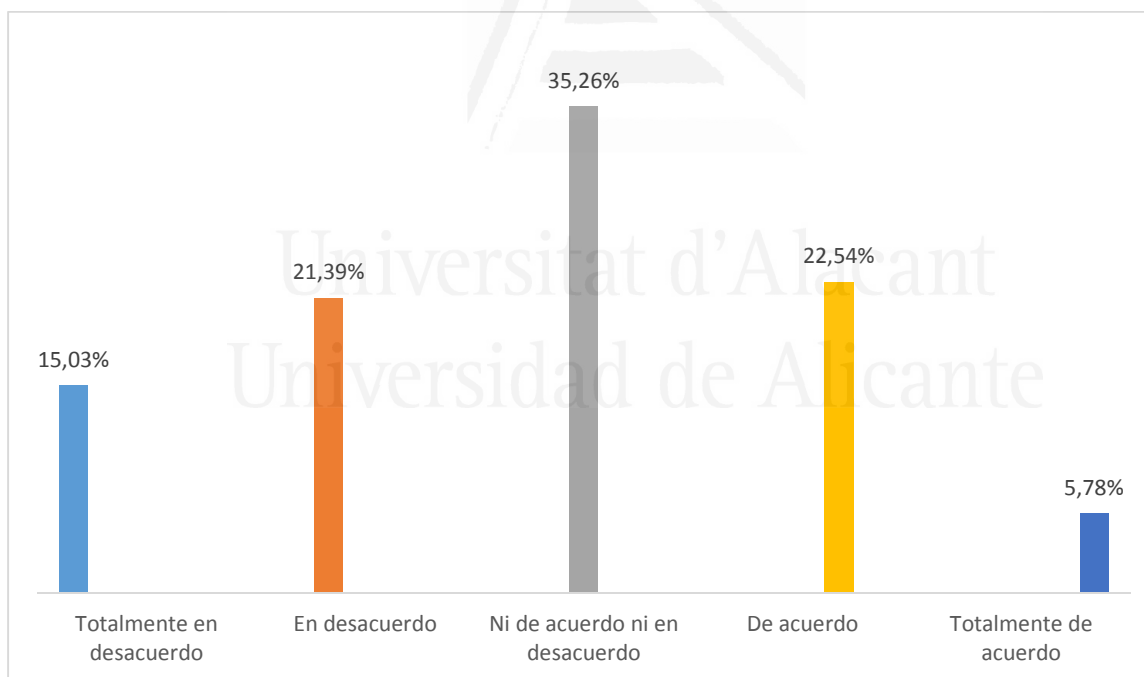
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	4	2,3	2,3	2,3
En desacuerdo	30	17,3	17,3	19,7
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	66	38,2	38,2	57,8
De acuerdo	51	29,5	29,5	87,3
Totalmente de acuerdo	22	12,7	12,7	100,0
Total	173	100,0	100,0	



Universidad de Alicante

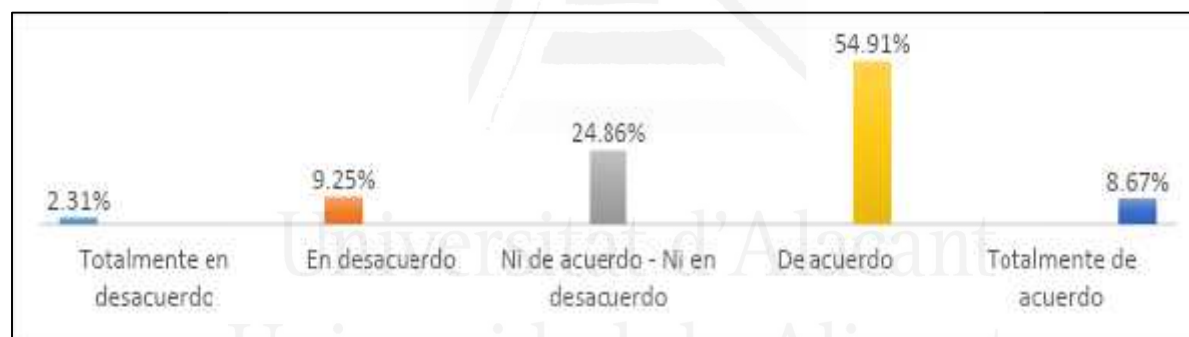
PREGUNTA 19. ¿Considera usted que la seguridad, servicios básicos y manejo de residuos de su cantón se manejan adecuadamente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	26	15,0	15,0	15,0
En desacuerdo	37	21,4	21,4	36,4
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	61	35,3	35,3	71,7
De acuerdo	39	22,5	22,5	94,2
Totalmente de acuerdo	10	5,8	5,8	100,0
Total	173	100,0	100,0	



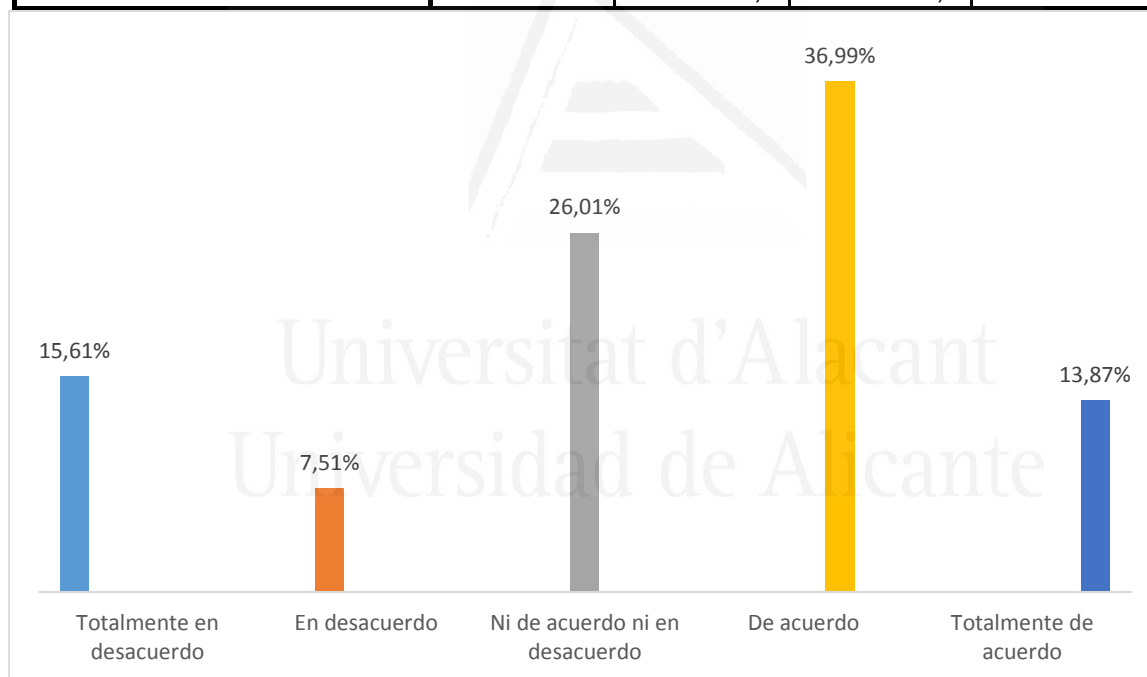
PREGUNTA 20. ¿El acceso a los atractivos turísticos que usted conoce, son de fácil acceso?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	4	2,3	2,3	2,3
En desacuerdo	16	9,2	9,2	11,6
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	43	24,9	24,9	36,4
De acuerdo	95	54,9	54,9	91,3
Totalmente de acuerdo	15	8,7	8,7	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 21. ¿Sabe usted si su cantón cuenta con una página Web donde promociona los lugares turísticos del sector?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	27	15,6	15,6	15,6
En desacuerdo	13	7,5	7,5	23,1
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	45	26,0	26,0	49,1
De acuerdo	64	37,0	37,0	86,1
Totalmente de acuerdo	24	13,9	13,9	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 22. ¿Conoce usted si el municipio de su cantón realiza promoción de actividades turísticas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	16	9,2	9,2	9,2
En desacuerdo	27	15,6	15,6	24,9
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	45	26,0	26,0	50,9
De acuerdo	61	35,3	35,3	86,1
Totalmente de acuerdo	24	13,9	13,9	100,0
Total	173	100,0	100,0	



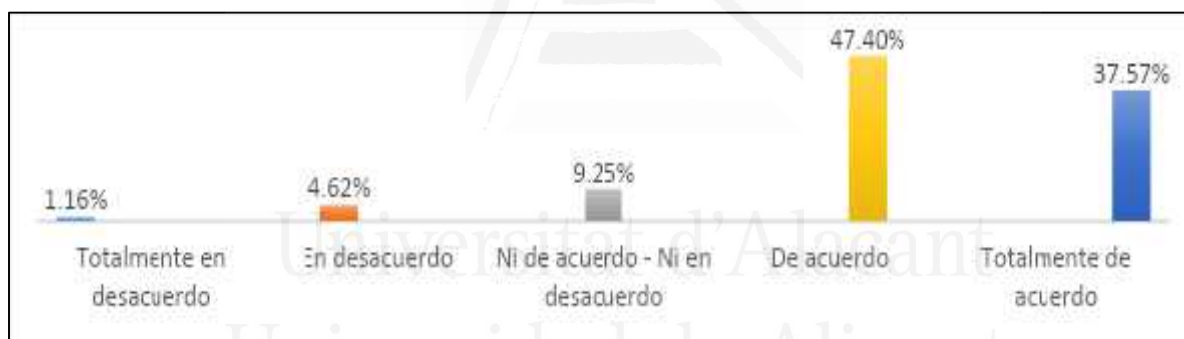
PREGUNTA 23. ¿Sabe usted si se realiza en su cantón capacitaciones a nivel de turismo para la población?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	35	20,2	20,2	20,2
En desacuerdo	33	19,1	19,1	39,3
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	37	21,4	21,4	60,7
De acuerdo	39	22,5	22,5	83,2
Totalmente de acuerdo	29	16,8	16,8	100,0
Total	173	100,0	100,0	



PREGUNTA 24. ¿Considera usted que el turismo proporcionara puestos de empleo para los residentes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	8	4,6	4,6	5,8
Ni de acuerdo-Ni en desacuerdo	16	9,2	9,2	15,0
De acuerdo	82	47,4	47,4	62,4
Totalmente de acuerdo	65	37,6	37,6	100,0
Total	173	100,0	100,0	





Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

ED|UA Escola de Doctorat
Escuela de Doctorado

edu.ua.es