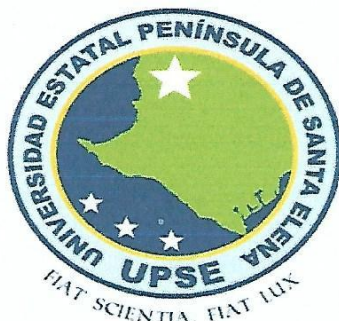




**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

**“LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL
DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALLENITA”**

**CANTÓN SANTA ELENA,
AÑO 2016**

TRABAJO DE TITULACIÓN
Prevía la obtención del Título de:

INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTORA:

María Verónica González Olave

PROFESOR GUÍA:

ADM. Mauro Ricardo Miranda Barreto, PhD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2018



LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALLENITA

AUTORA:

María González Olave

TUTOR:

PhD. Mauro Miranda Barreto

Resumen

Desarrollar el potencial turístico de las comunidades depende de la identificación y manejo adecuado de sus potencialidades. Constituye un problema grave para muchas localidades el débil aprovechamiento de sus atractivos turísticos, pues dejan de percibir beneficios económicos importantes que podrán dinamizar su desarrollo. La presente investigación tiene por objeto identificar los principales recursos y atractivos turísticos del sector del Malecón de Ballenita que permitan diversificar su oferta actual, así como el aporte en el desarrollo económico. Para tal efecto se aplicó una metodología de carácter descriptiva aplicando técnicas investigativas que permitieron obtener información cualitativa de las variables, objeto de estudio. El estudio de campo permitió analizar el sistema turístico local y la revisión bibliográfica previa permitió identificar los indicadores más adecuados para la determinación del perfil del turista, así como sus gustos y preferencias, en base a estos aspectos se definió una propuesta de diversificación en base un contexto local y de mercado. El levantamiento de información se realizó a través de técnicas cualitativas como son focus group, entrevista y ficha de observación, los resultados fueron sometidos a un procesamiento para su posterior análisis y elaboración de proyecciones. La propuesta de diversificación, fruto del presente estudio incluye líneas de productos, actividades turísticas principales y complementarias factibles de realizar en el destino y varias estrategias de consolidación que facilitarán su desarrollo y fortalecimiento. Las conclusiones y recomendaciones finales son el resultado del análisis integral de los diferentes aspectos estudiados durante la realización del presente proyecto como aporte al desarrollo turístico.

Palabras clave: Diversificación, potencial turístico, oferta, desarrollo económico.



THE DIVERSIFICATION OF TOURISM AS A CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF MALECÓN DE BALLENITA

AUTORA:

María González Olave

TUTOR:

PhD. Mauro Miranda Barreto

ABSTRACT

Developing the tourism potential of communities depends on identifying and managing their potential. It is a serious problem for many localities the weak use of their tourist attractions, since they fail to perceive important economic benefits that can boost their economic development. The present research aims to identify the main resources and tourist attractions of the sector of the Malecon of Ballenita that allow to diversify its present offer, as well as the contribution in the economic development. For this purpose, an exploratory methodology was applied applying investigative techniques that allowed to obtain qualitative information of the variables object of study. The field study allowed to analyze the local tourist system and the previous bibliographic review allowed to identify the most adequate indicators for the determination of the profile of the tourist, as well as his tastes and preferences, and based on these aspects a proposal of diversification was defined in base A local and market context. The information gathering was done through qualitative techniques such as focus group, interview and observation sheet, the results were submitted for processing for later analysis and elaboration of projections. The diversification proposal resulting from the present study includes product lines, main and complementary tourism activities feasible to be carried out at the destination and several consolidation strategies that facilitate their development and strengthening. The final conclusions and recommendations are the result of a comprehensive analysis of the different aspects studied during the implementation of this project as a contribution to tourism development

Keyword: diversification, tourist potential, offer, economic development.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALLENITA“, elaborado por María Verónica González Olave, egresada de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes

.Atentamente

P



ADM. Mauro Ricardo Miranda Barreto, PhD.

PROFESOR GUÍA

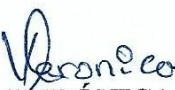
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALLENITA”**, elaborado por **María Verónica González Olave** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa.

Transferencia de derechos autorales.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Gestión y Desarrollo Turístico** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente


MARÍA VERÓNICA GONZÁLEZ OLAVE
C.C. No.: 0926916990

TRIBUNAL DE GRADO

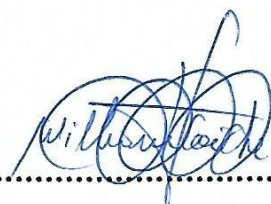


Econ. Rosa Panchana Panchana, Mtf
DECANA DE FACULTAD (e)
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

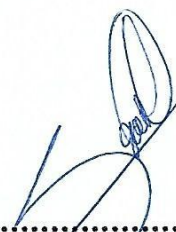


Lcda. Silvia Peralta Mendoza, MSc.
DIRECTORA DE CARRERA (e)
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO

P



PhD. Mauro Miranda Barreto
PROFESOR TUTOR



Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESORA DE AREA



Ab. Lidia Villamar Morán, Mgt.
SECRETARIA GENERAL (e)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	7
MARCO TEÓRICO	7
1.1 Revisión de literatura	7
Diversificación turística y desarrollo económico	7
1.2 Desarrollo de teorías y conceptos.....	10
Variable independiente: diversificación turística	10
Diversificación.....	10
Turismo.....	11
Atractivos.....	13
Producto Turístico	14
Facilidades	16
Acceso y conectividad.....	17
Perfil del turista	18
Variable Dependiente: desarrollo económico.....	18
Desarrollo Económico	18
Ingresos.....	20
Empleo.....	21
1.3 Fundamentos sociales y legales.....	22
CAPÍTULO II	25
MATERIALES Y MÉTODOS	25
2.1 Tipos de Investigación	25
2.2 Métodos de la investigación.....	26

2.3 Diseño de muestreo	26
2.4 Diseño de recolección de datos	27
CAPÍTULO III	29
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
3.1 Análisis de datos cualitativos	29
Análisis de la ficha de observación	29
Análisis de la entrevista realizada al presidente de la Asociación ASOCOMIL (Asociación de Comité del Mirador de Ballenita).....	33
Análisis de datos e información levantada en el focus group.....	34
3.2 Limitaciones	47
Ausencia de registros.....	47
Poca afluencia turística.....	47
Inexistencia de alternativas para medir la demanda turística	47
3.3 Resultados	48
3.4 Perfil del turista.....	49
3.5 Propuesta de diversificación turística.....	50
3.6 Proyecciones para el desarrollo económico	52
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	59
BIBLIOGRAFÍA	60
BIBLIOGRAFÍA PÁGINAS WEB.....	61
ANEXOS	63

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Perfil del turista.....	49
Cuadro 2 Líneas de productos y actividades para la diversificación turística del Malecón de Ballenita	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género.....	34
Gráfico 2 Edad	35
Gráfico 3 Procedencia.....	36
Gráfico 4 Ocupación.....	37
Gráfico 5 Ingresos.....	38
Gráfico 6 Instrucción	39
Gráfico 7 Grupo de viaje.....	40
Gráfico 8 Primera visita.....	41
Gráfico 9 Frecuencia de visita	42
Gráfico 10 Tipo de Turismo Preferido.....	43
Gráfico 11 Actividad Preferida.....	44
Gráfico 12 Motivo de Visita	45
Gráfico 13 Medio de información turística.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	34
Tabla 2 Edad	35
Tabla 3 Procedencia.....	36
Tabla 4 Ocupación.....	37
Tabla 5 Ingresos.....	38
Tabla 6 Instrucción	39
Tabla 7 Grupo de Viaje.....	40
Tabla 8 Primera Visita	41
Tabla 9 Frecuencia de Visita.....	42
Tabla 10 Tipo de Turismo Prefieren.....	43
Tabla 11 Actividad Preferida	44
Tabla 12 Motivo de Visita	45
Tabla 13 Medio de información turística.....	46
Tabla 14 Sector Alimentación Escenario Actual	52
Tabla 15 Sector Alimentación Escenario Deseado	53
Tabla 16 Sector Alimentación Ingresos Actuales.....	53
Tabla 17 Sector Alimentación Ingresos Proyectados	54
Tabla 18 Sector Servicios Ingresos Actuales.....	55
Tabla 19 Sector Servicios Ingresos Proyectados	56
Tabla 20 Empleos Actuales Sector Turístico De Ballenita.....	57
Tabla 21 Empleos Proyectados Sector Turístico De Ballenita.....	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA	64
Anexo 2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	65
Anexo 3 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE ..	66
Anexo 4 FORMATO DE ENTREVISTA (PRESIDENTE ASOCOMIL)	67
Anexo 5 FICHA DE OBSERVACIÓN	68
Anexo 6 GUIÓN FOCUS GROUP	70
Anexo 7 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE BALLEENITA	72
Anexo 8 EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DEL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	73
Anexo 9 EVIDENCIA LEVANTAMIENTO DE INFORMACION ENTREVISTA A PRESIDENTE DE ASOCOMIL	74
Anexo 10 ESTADO ACTUAL SECTOR MALECÓN DE BALLEENITA	75

INTRODUCCIÓN

El turismo se puede diversificar a través de la puesta en valor de los recursos naturales y culturales existentes en un territorio, logrando la captación de nuevos mercados y la consecuente dinamización de la economía local. Por tal razón el presente trabajo de investigación propone la diversificación del turismo en el sector del Malecón de Ballenita, como aporte al desarrollo de este singular balneario y de sus pobladores.

El turismo es una de las actividades de mayor crecimiento a escala mundial (Sousa, 2014), en este contexto existe un alto nivel de competitividad entre destinos turísticos, este aspecto debe ser considerado por los gestores locales de turismo con el fin de buscar estrategias para atraer la mayor cantidad de beneficios y posicionarse eficientemente en el mercado, una de las estrategias más idóneas en este sentido es la diversificación turística, ya que con esta se puede desarrollar nuevos productos para cubrir las necesidades de turistas que cada vez están más informados y con miras a lo actualizado.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2014), más del 50% de los flujos turísticos que visitan la región de las Américas y el Caribe se concentran en Estados Unidos y Canadá, entre las principales motivaciones de los turistas que visitan estos destinos constan la diversidad de productos que ofertan (OMT, 2014). Con el fin de alcanzar la competitividad resulta cada vez más necesario identificar elementos diferenciadores de cada territorio que puedan convertirse en ventajas comparativas a la hora de la elección del destino.

El Ecuador en general y la provincia de Santa Elena en particular requieren un arduo trabajo en materia de diversificación turística, sobre todo en el sector de costas y litorales, donde predomina el tradicional Sol y Playa que en la actualidad no representa un factor de competitividad, debido a los constantes cambios en las expectativas y exigencias de la demanda.

Es de gran importancia que desde cada pequeño sector de la patria con vocación turística se procure aportar a la reinversión de la oferta turística que prolongue el ciclo de vida de los destinos.

De esta manera el presente proyecto de investigación tiene como objetivo identificar la diversificación del turismo del malecón de Ballenita como aporte al desarrollo económico, para ofrecer a la población local, nacional y extranjera alternativas de recreación ya que no posee una oferta necesaria de establecimientos para motivar la visita de turistas.

Ballenita, primer balneario del cantón Santa Elena, reconocido desde hace más de seis décadas por el atractivo “La Glorieta”, mirador que facilitaba la observación de su extensa playa y acantilados, presentó, con el pasar de los años, que esta edificación ícono de Ballenita se deteriorara al punto de constituir un riesgo para pobladores y visitantes, lo que provocó una disminución drástica del flujo turístico que visitaba este sector, situación que ha afectado la economía de la población local.

Dentro del proyecto Ecuador Potencia Turística (2013), se considera como pilar fundamental el desarrollo de destinos y productos para generar experiencias únicas, para esto se requiere observar dos aspectos primordiales: la innovación y la

diferenciación, características básicas de la diversificación turística, estrategia que no se aplica de forma eficiente en la gran mayoría de destinos con potencial en el país, como es el caso de Ballenita.

Existe una marcada estacionalidad de la demanda turística, durante nueve meses en el año casi no se registran visitas, siendo únicamente la temporada vacacional de la región costa la de mayor afluencia. Debido a la mala imagen que tuvo hace años atrás por falta de mantenimiento del sector y de la Glorieta se tuvo un declive que ha sido un poco difícil de superar.

Las opciones de esparcimiento para los visitantes actuales son únicamente el disfrute del sol y playa y un bello paisaje que puede ser observado desde el mirador durante la temporada invernal, así como la devoción por la procesión religiosa “El Baño de la Cruz” en Semana Santa, acto tradicional de los pescadores y pobladores cercanos a la zona costera de la Provincia de Santa Elena, actividades que no generan ingresos económicos suficientes para aportar al desarrollo económico del balneario.

El problema de este estudio es que se evidencia la falta de diversidad de productos turísticos en el balneario de Ballenita, situación que no favorece su desarrollo. Esta realidad difiere de su alta potencialidad de atractivos que no ha sido aprovechada adecuadamente, lo que representa un problema para la localidad, ya que es ignorado el potencial turístico de este sector.

¿La diversificación del turismo aportará al desarrollo económico del Malecón de Ballenita?

El objetivo general de la presente investigación es analizar la diversificación del turismo del malecón de Ballenita como aporte al desarrollo económico.

Como tareas científicas tenemos los siguientes:

1. Investigación de la literatura sobre diversificación turística y desarrollo económico, como fundamentos de la investigación.
2. Análisis de criterios y opiniones sobre la temática de estudio a los principales actores involucrados en la diversificación del turismo del Malecón de Ballenita.
3. Análisis de los recursos y atractivos turísticos de Ballenita.

La diversificación turística aportará significativamente al desarrollo del Malecón de Ballenita y a la comunidad local. La investigación descriptiva realizada aplicando la técnica de grupo focal a turistas que visitan el destino, se enfocará en determinar los productos turísticos ideales para la diversificación del Malecón de Ballenita, que aporten al desarrollo de la localidad en materia de generación de empleos directos e indirectos, mayores ingresos económicos y crecimiento constante de la demanda. (**Matriz de consistencia - Ver anexo 1**).

El presente trabajo de investigación pretende identificar las problemáticas existentes en el balneario de Ballenita que no han permitido que se cuente con una oferta turística diversificada y diferenciada, a pesar de ser una de las playas más hermosas de Santa Elena donde la actividad turística dio inicio en los años 50, mucho antes que Salinas empezara su desarrollo turístico. Hoy en día resulta cada vez más evidente la necesidad de crear una diversa oferta de productos muy

especializados que convivan y a la vez se identifiquen con su propio entorno. En este nuevo panorama mundial es muy importante que las ciudades logren entender la importancia de la definición clara de su vocación, propia como destino turístico y a partir de ahí, posicionarse de acuerdo a sus atributos estableciendo las prioridades que le permitan un desarrollo sustentable (Nardone, 2015).

Al diversificar el turismo se logra captar un mayor número de visitantes y con ello se desencadenan una serie de beneficios como: la generación de empleos para la población local, el surgimiento de nuevos emprendimientos en servicios turísticos, la desestacionalización de la demanda y gracias a todo esto es posible generar importantes ingresos económicos que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los residentes (Junco 2015).

El presente trabajo se centrará en la diversificación del turismo y el desarrollo económico del balneario de Ballenita, abordando tres capítulos detallados a continuación:

Capítulo I: Presenta la revisión teórica, establecida por distintos autores en cada una de las variables investigadas, con su respectivo estudio de teorías y conceptos, así como fundamentos sociales y legales de acuerdo a la normativa vigente con el que se sustenta el tema.

Capítulo II: Detalla la metodología de la investigación, puntualizando sobre la tipología descriptiva aplicada, así como los métodos cualitativos indispensables para la realización del presente estudio y los instrumentos necesarios para el levantamiento de información.

Capítulo III: Dispone el correspondiente análisis de los resultados de las entrevistas realizadas, con sus pertinentes conclusiones, tomando como base a la información secundaria revisada en el capítulo I, además las limitaciones afrontadas durante el proceso investigativo, sus conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Revisión de literatura

Diversificación turística y desarrollo económico

El estudio “Turismo Sostenible y diversificación de la Oferta en las Islas Canarias”, se realizó con el objetivo de adaptar la oferta local a las exigencias y cambios continuos de la demanda para captar nuevos segmentos que favorezcan el sostenimiento de la actividad turística (Parreño, 2016).

El estudio aplicó la diversificación como opción estratégica, realizando un diagnóstico que permitió la identificación de nuevos productos en dos ámbitos distintos. En el ámbito litoral se reorientó la oferta adicionando productos como el turismo de golf, náutico y desarrollo de eventos, por otra parte, en el ámbito no tradicional, se implementó el turismo en el medio rural. Se infiere la importancia del diagnóstico de las potencialidades del territorio previo a la propuesta de diversificación, considerando además los gustos y preferencias de la demanda con el fin de definir la oferta más adecuada para el desarrollo del destino.

A través de su estudio “La oferta turística complementaria en los destinos turísticos alicantinos: implicaciones territoriales y opciones de diversificación” se recomendó establecer políticas turísticas que permitan redefinir los productos turísticos en destinos litorales como estrategia de diversificación e innovación (Baños, 2013).

Esta investigación permitió analizar el estancamiento de los destinos de Alicante, que llegaron a la etapa de madurez teniendo como producto principal el Sol y Playa dirigido a turismo de masas. Como resultado se propuso agregar nuevos elementos a la oferta basados en las potencialidades endógenas del territorio, integrando cultura y turismo. Estas acciones contaron con el apoyo de la administración Municipal a través de regulaciones y asistencia técnica. Queda claro que los destinos tradicionales de Sol y Playa, son los que en la actualidad requieren sólidas propuestas de diversificación para prolongar su ciclo de vida y evitar su inminente desaparición.

Un artículo relacionado a la diversificación con el tema “la industria de la cultura: una alternativa para la diversificación de la actividad turística en América Latina” (Villacís, Pons, & Garrido, 2015) tiene como objetivo aportar elementos que contribuyan al análisis y apreciación de la importancia que tiene esta industria referente a este tema, tomando como referencia indicadores económicos de diferentes instituciones entre los países miembros CAB (convenio Andrés Bello), por lo que se consensuaron las diferentes metodologías y herramientas que se aplican para comparar entre estos instrumentos.

La cultura, el patrimonio y el turismo cultural están íntimamente relacionados, pero lamentablemente no se vuelve visible su aporte a la economía y al sector turístico en específico en los once países del CAB por la falta de información actualizada y la falta de aplicación de los instrumentos metodológicos. El potencial crecimiento del turismo en América Latina entre el 8% y 9% representa una gran oportunidad

para que los países orienten sus esfuerzos para que la cultura y el patrimonio cultural puedan ser 23, es decir el aumento de la inversión y del emprendimiento, aspectos que afectan positivamente la economía de las localidades receptoras. Resulta evidente el impacto positivo que el turismo aporta a la economía en los territorios donde se desarrolla.

La importancia de la innovación, dinamización productiva y asociatividad, como elementos esenciales del desarrollo, se analizaron en el estudio denominado “Turismo y Desarrollo Económico Local” (Varisco, 2013).

El autor observa en primer lugar la innovación, entendida como la introducción permanente de nuevos productos a la oferta, que representa un factor indispensable para generar competitividad. La dinamización productiva que se evidencia a través de una cadena de valor sólida que fomente el desarrollo turístico. Los elementos anteriores se complementan con la asociatividad, que se refiere a la unión de un grupo de empresas de sectores afines para operar en conjunto, con el objetivo de lograr una mayor eficiencia.

Tomando como referencia el criterio anterior se puede decir que la diversificación, el fomento de nuevos emprendimientos y la cooperación en el sector turístico, conllevan una serie de acciones tendientes a mejorar la eficiencia, calidad y competitividad de los destinos, y por lo tanto favorecen el desarrollo económico.

La investigación parte de considerar al turismo como actividad estructural del territorio, a partir de la valorización e implementación de un escenario turístico-recreativo acorde a las necesidades del mercado.

Vera Rebollo, J.F (2011), La diversificación turística es protagonismo, a acciones que tienen como objetivo el mantenimiento y fidelización de la demanda, así como la captación de nuevos segmentos y el incremento de gastos turísticos en el destino, la reducción de la estabilidad mejora de la imagen del destino y la creación de nuevas oportunidades de negocio

Según el autor propone integrar actividades y recursos, para fomentar el crecimiento en el sector, donde convierte el turismo es una actividad productiva, logrando de esta manera que el lugar sea competitivo, ayudando al desarrollo económico de sector.

1.2 Desarrollo de teorías y conceptos

Variable Independiente: Diversificación Turística

Diversificación

Diversificar es integrar a los productos “tradicionales” nuevas experiencias turísticas creadas y gestionadas por las propias comunidades (Guzman, 2013). Por su parte, Ferreyra (2015) considera que diversificar es encontrar nuevos productos que satisfagan las necesidades de un cliente cada vez más informado y alejado de la práctica tradicional de turismo, aprovechando eficientemente el potencial natural y cultural existente en un territorio.

La diversificación también se puede definir como “La entrada de la empresa hacia nuevos mercados con nuevos productos” (Ansoff, 2012:143). Por su parte, Gort (2013:168) señala que la diversificación puede ser definida como: “Un incremento en la heterogeneidad de productos, desde el punto de vista del número de mercados servidos por aquellos productos”.

La competencia turística se basa cada vez en una mayor diversificación y diferenciación del producto de los destinos (Démelas, 2012; 4).

Los autores coinciden en que la diversificación es el incremento y la variación de productos en una oferta determinada y que esta estrategia permite captar nuevos mercados, lo que a su vez mejora la eficiencia y competitividad de la empresa o entidad que la aplique.

Para lograr una diversificación de turismo, incluye un enfoque a cliente como es; conocer motivaciones de interés a clientes actuales y potenciales, así como identificar segmentos con necesidades específicas, brindar experiencias turística, que aporten utilidades funcionales y vivenciales, en un espacio de ocio con los recursos turísticos necesarios, asegurando su preservación; elaborando un conjunto de planes que definan objetivos, metas, acciones y también precisen los recursos humanos y financieros su consecución (Eduardo Salazar, 2012).

Por lo tanto la diversificación conociendo las verdaderas necesidades, y agregándole nuevos atributos a una oferta turística, podemos construir nuevos productos y servicios.

Turismo

Según la OMT (2014), el turismo consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje fuera de su entorno habitual o de residencia, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, (Mochón, 2014)

Por lo tanto diversificar el turismo es adicionar nuevos productos y actividades a la oferta ya existente, con el objetivo de atraer un mayor número de visitantes y con esto mayores beneficios económicos a la comunidad receptora. Cabe recalcar que la estrategia de diversificación en sus inicios se enfocó en el ámbito netamente empresarial y de productos, pero en la actualidad en una de las más utilizadas en el sector turístico debido a las exigencias y cambios constantes de la demanda.

El turismo es una actividad muy compleja debido a la variedad de agentes que este integra, es necesario que su desarrollo requiere orden, la diversificación permite reinventar constantemente los destinos y los vuelve altamente competitivos, tal como lo exige el mercado actualmente, de ahí la importancia de agregar constantemente nuevos productos a la oferta que permitan evitar el estancamiento, alargar su ciclo de vida y potenciar los beneficios que genera esta dinámica.

Turismo resulta importante desde el punto de vista social, cultural y económico. Gracias al turismo aumenta notablemente la construcción de infraestructura y edificaciones, genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas, los medios de transportes suelen ser mejorados en cuanto a calidad y la frecuencia, así como también las divisas, las tasas de desempleo disminuye, generando un mayor bienestar en las comunidades.

Lograr un turismo diversificado, enfocado a clientes constituye una alternativa imprescindible para destinos turísticos para incrementar o mantener cuota de mercado, lo que además contribuye a garantizar una más justa distribución territorial de los ingresos que genera el turismo en los países menos desarrollado.

Atractivos

Son aquellas características y puntos de interés para los turistas que llaman su atención y atraen a los viajeros (Pérez, 2016).

Los atractivos turísticos son “el componente más importante del producto turístico, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización” (Acerenza 2015:231). Los atractivos turísticos conforman la “materia prima” que permite que la planta turística opere (Boullón, 2012).

En base a estos criterios se puede definir al atractivo como el elemento básico y fundamental del producto turístico, el mismo que puede ser de carácter natural o

cultural y debe poseer características singulares que lo conviertan en un factor clave para que el turista elija el destino.

Según (Calderón Sergio, 2012), es un conjunto de materiales susceptible de transformarse en producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamiento desde su lugar de residencia habitual.

Atractivo turístico es lo que motiva a turista a viajar, donde generalmente la fluencia de turista a un lugar o destino genera actividad económica,

Producto Turístico

Desde el punto de vista conceptual, “el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista. Es en realidad, un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso” (Acerenza, 2015:166).

El producto turístico es “un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos; entre los intangibles, se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio” (Valls 2014:53). Según la OMT (2014:161) es el conjunto de bienes y servicios

que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

En conclusión, el producto turístico al igual que cualquier otro producto posee elementos específicos que determinan su estructura, estos son en primer lugar los atractivos como elemento esencial del producto, además las facilidades que son los servicios que el turista requiere durante su estadía y por último la accesibilidad que debe existir para que pueda establecerse la conexión entre oferta y demanda.

Según (López, 2004) indica que producto turístico engloba varios subproductos. Una marca con una cartera de productos, Esos productos representan el verdadero valor añadido del producto, compuesto de una serie de recursos que lo hacen atractivo (playa, clima) y una serie de servicios y equipamiento que permite al turista disfrutar de los recursos dotados de infraestructura adecuada para sus atractivos puedan ser disfrutados.

Vemos que el autor se refiere que producto turístico son componentes de un servicio turístico ofertado que el turista requiere en su estadía en el destino, satisfaciendo las necesidades del cliente.

Según Pavón y Sánchez 2012,pag.125) mencionan que s productos turísticos y servicios turísticos se caracterizan por ser gran entramado de relaciones con sistemas de transportes, infraestructura, servicios generales, equipamiento de ocio

y deportes, lo cual hace necesario que se haga una buena gestión para optimizar los recursos y alcanzar los objetivos propuestos.

Esto define que es un conjunto de componentes tangible e intangible que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicas, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos en conjunto como parte de experiencia turística.

Facilidades

Son aquellas que complementan los atractivos, pues permiten la permanencia y el disfrute de una estancia agradable. Son todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento y la alimentación al igual que distracciones, amenidades y servicios complementarios para el turista (Sujey, 2013). Se concluye que un destino requiere no solo de atractivos de belleza excepcional para atraer visitantes, sino que además debe poseer ciertas características esenciales como: comodidad, hospitalidad y entretenimiento a sus visitantes, lo que se logra a través de las facilidades.

Sammarchi (2012) indica que facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro de receptor. Esto implica que sin la existencia de las facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico, entre estas facilidades se deben contar: el equipamiento de alojamiento, servicios

gastronómicos, infraestructura o servicios necesarios para el turista, accesibilidad y de transporte.

Acceso y conectividad

Según el glosario del Servicio Nacional de Turismo de Chile (2013), el acceso se refiere a la posibilidad de llegar a lugares de interés turístico, a través de alguna ruta terrestre, aéreos o acuáticos.

En la actualidad los términos acceso o accesibilidad se utilizan para las facilidades requeridas en turismo por personas con discapacidad y en Ecuador específicamente se está utilizando el término conectividad para referirse a este componente del producto turístico.

Dentro del plan denominado Ecuador Potencia Turística, se establece como eje fundamental la conectividad, como parte de una nueva estrategia de desarrollo turístico que busca la eficiencia del país como destino turístico, dentro del cual se contemplan los siguientes lineamientos: Transporte multimodal, rutas y conexiones, señalización, vías óptimas, telefonía e internet (Alvarado, 2013).

Por tanto se concluye que la conectividad va mucho más allá que la infraestructura y servicios contemplados en las facilidades, pues establece como elementos fundamentales para el desarrollo del turismo parámetros requeridos por el turista actual; como telefonía celular y principalmente acceso a internet, los mismos que aportan eficiencia y competitividad al destino.

Perfil del turista

Según Matos (2015|), el perfil de los turistas va a estar dado por una serie de características que identifican a un grupo de personas, a partir de las variables geográficas, demográficas, psicográficas y conductuales que los diferencian del resto.

Según información del Centro de Estudios Turísticos de México para determinar el perfil del turista se requiere investigar datos socio-demográficos para caracterizar a los consumidores de servicios turísticos: nacionalidad, lugar de residencia, género, edad, composición familiar y nivel socioeconómico (CESTUR 2013). Conocer el perfil del visitante o turista es fundamental para el diseño de productos turísticos competitivos, la identificación oportuna de las características particulares de la demanda, así como sus gustos y preferencias, ayuda a definir una oferta concreta con grandes posibilidades de éxito y mantener un turismo activo para intentar atraer a perfiles de turistas diferentes.

Variable Dependiente: desarrollo económico

Desarrollo Económico

Desde un enfoque económico la actividad turística permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y es un satisfactor de necesidades económico-sociales debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre

un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico que repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos (Colvin 2013).

Por otra parte, el turismo puede adquirir un desarrollo en términos sustentables, y la diversificación de la oferta puede constituir el medio ideal tanto para la protección y puesta en valor de los recursos locales como para el desarrollo del territorio en términos económicos, sociales, culturales y ambientales (Montes Elizondo, 2014).

Es indudable el rol fundamental del turismo en la economía de las comunidades receptoras, ya que gracias a su efecto multiplicador la gran mayoría de los sectores productivos y el emprendimiento son beneficiados con el incremento de los flujos turísticos, siendo evidente su impacto, principalmente en el incremento de ingresos económicos y en la generación tanto de empleos directos como indirectos.

(Vázquez Baquero, 2013), define el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que mediante la utiliza con del potencial de desarrollo existente en el territorio conduce a la mejora del bienestar de la población de una localidad o región. El proceso de desarrollo endógeno se produce gracias a la utilización eficiente del potencial económico local que se ve facilitada por el funcionamiento adecuado de las instituciones y mecanismo de regulación del territorio.

El desarrollo económico local supone la creación de institucionalidad para el fomento económico territorial; el fomento de nuevos emprendimientos empresariales con la siguiente diversificación de las actividades productivas y las acciones tendientes de mejorar la eficiencia y competitividad del lugar (Alburquerque, 2011:11).

Es indudable que el desarrollo económico es fundamental en el área de turismo ya que la diversificación de productos y servicios turísticos fomentan un desarrollo para la economía el destino y genera a su vez empleos a los pobladores del sector.

Ingresos

En el ámbito de la economía, el concepto de ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Se entiende por ingresos a todas las ganancias que se registran en el conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal como resultado de las actividades económicas realizadas. (Torres, 2013).

Ingresos son el conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos de un país a razón de las actividades productivas que forman parte de su economía (Carrasco 2013). En los últimos años el turismo ha escalado posiciones hasta ubicarse entre las principales actividades económicas a nivel mundial, según datos de World Travel & Tourism Council (WTTC, 2015) el sector creció en un 3,7%, contribuyendo a un total del 9,8% del PIB global.

La actividad turística contribuye como una fuente importante de ingresos desde el momento de una persona decide desplazarse a un destino, mediante este desplazamiento el turista registra gastos, esto generado por motivos de viaje, hace uso de hospedaje, alimentación, recreación entre otras actividades propia de la actividad turística, permitiendo al turista no limitarse a un solo pago de consumo.

Empleo

Según Jahoda (2015:98) “Se refiere al trabajo realizado en condiciones contractuales por el que se recibe una remuneración material”.

De acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se considerará con empleo a todas las personas que tengan edad para trabajar y que, durante un breve periodo de referencia, tal como una semana o un día, estuvieran en cualquiera de las siguientes categorías: con un empleo asalariado o con un empleo independiente (OIT, 2013).

El turismo ha generado una creciente oferta de empleo a nivel nacional, creciendo en los últimos tres años hasta llegar a los casi 500 000 empleos, lo que ha permitido aportar el 6.1% del empleo total. En el primer trimestre del año 2017, el turismo creó 470 535 plazas de empleo a nivel nacional, lo que lo convierte en uno de los sectores que mayores empleos genera en Ecuador.

La industria turística generó un total de 284 millones de empleos en 2015, un aumento de 7,2 millones, “lo que significa que actualmente representa, entre

empleos directos e indirectos, 1 de cada 11 puestos de trabajo del planeta” (WTTC, 2015).

Es indudable que actualmente el turismo constituye un pilar fundamental para la economía, en especial para las comunidades que consideran a la actividad turística como un instrumento de desarrollo y trabajan en su fortalecimiento, con el fin de mantener un bienestar económico y social de los mismos.

1.3 Fundamentos sociales y legales

Desde sus inicios el turismo bajo un enfoque social fue concebido como un fenómeno masivo, estudiado como una manifestación social con causas y efectos identificables susceptibles a medición (De la Torre, 2015). Desde este enfoque se ha podido analizar su magnitud, construir su historia y definir conceptos.

A partir de las necesidades y cambios constantes del sector turístico, surgen distintas estrategias para enfrentar la situación del presente mercado como el liderazgo en precios que implica mejorar relación calidad-precio a través de una oferta moderna, mayor calidad del producto y del entorno, control de calidad y eficiencia; una diferenciación a través de la innovación y diversificación de productos con el objetivo de fidelizar clientes a través de marketing especializado e investigación permanente (Oyarzún & Szmulewicz 2014)

Otros autores han estudiado el turismo como una acción social derivada del ocio, lo que ha permitido analizar las actividades externas que expresan su comportamiento como el uso de servicios y los impactos que ocasiona, además las condiciones en su contexto socio-estructural como el desarrollo económico, político y cultural (Fuster & Álvarez, 2012).

En un entorno global competitivo los destinos turísticos se enfrentan a nuevos desafíos: cambios acelerados en el aspecto económico, político y tecnológico, disminución drástica de las distancias, de los tiempos de reacción, riesgos de deterioro en áreas urbanas, creciente número de competidores, mayor disponibilidad de información por parte de los compradores, dependencia cada vez mayor de recursos propios, mencionado de una forma más simplificada es "necesidad de pensar globalmente, pero actuar localmente" (Kotler 2016:275).

La presente investigación se fundamenta en el siguiente marco normativo vigente: (Constitución de la República del Ecuador, 2016), (Ley de Turismo, 2014), (PLANDETUR 2020, 2014)y (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013).

La Constitución del Ecuador establece como prioridad impulsar el desarrollo de las actividades económicas, desde distintos sectores como el turístico, mediante un orden jurídico e instituciones públicas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de las normas existentes para tal efecto.

La ley de Turismo tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector. Dentro de los principios de la

actividad turística, que establece esta ley consta la iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa y la generación de empleo.

El Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador PLANDETUR 2020 busca potenciar un desarrollo sostenible integral

con visión sectorial para un desarrollo humano en armonía con la naturaleza y con una base institucional sólida, con tres elementos fundamentales sostenibilidad, competitividad y fortalecimiento del marco legal e institucional.

El Plan Nacional del Buen Vivir define el régimen de desarrollo como conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del Sumak kawsay. A través de una de sus estrategias define al territorio como una construcción social de carácter multidimensional y dinámico, busca articular la política pública a las características propias de cada territorio a partir de la identificación de necesidades para desarrollar soluciones que permitan mejorar la calidad de vida de la población.

Las normativas antes analizadas propenden al desarrollo sostenible como alternativa para la sociedad que anhela mejores días. Es el turismo uno de los mejores caminos para lograrlo, siempre que se lo promueva de forma planificada buscando los más altos beneficios con el menor impacto ambiental, calidad y competitividad.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 Tipos de Investigación

Para efectos del presente estudio se aplicó una investigación de tipo descriptiva, para identificar las potencialidades del Malecón de Ballenita, así como las preferencias de la demanda que permitan determinar la diversificación turística más adecuada para este destino.

En cuanto a las potencialidades se realizó un análisis en el campo de los atractivos naturales y culturales, así como de los servicios turísticos que posee el territorio objeto de estudio, en cuanto a las preferencias de la demanda se estableció el perfil del visitante, así como sus gustos y preferencias.

El proceso descriptivo en la variable cualitativa nominal Diversificación Turística, se abordó desde los componentes esenciales del producto turístico que son: Atractivos, facilidades y acceso. En cuanto a la variable cualitativa ordinal Desarrollo económico, se indagaron los ingresos por concepto de servicios turísticos y los empleos directos e indirectos que genera actualmente el sector, para contar con una línea base que permita establecer metas en estos aspectos con la propuesta de diversificación.

2.2 Métodos de la investigación

En el presente estudio se aplicó el método analítico-sintético, partiendo de un amplio análisis de la literatura sobre las variables objeto de estudio, bajo una perspectiva estructural que permitió llegar a la comprensión del fenómeno investigado y definir los posibles alcances que a continuación se detallan.

La revisión literaria permitió conocer casos similares de diversificación turística en diferentes lugares en el mundo y al mismo tiempo evidenciar la incipiente conceptualización que existe sobre el término, por lo que se pretende aportar en este sentido y dar la pauta para futuras investigaciones.

Por otra parte se busca innovar la actual oferta turística del Malecón de Ballenita a través de la diversificación de sus principales productos turísticos que son la gastronomía típica, así como sol y playa.

2.3 Diseño de muestreo

Por tratarse de una investigación descriptiva se aplicó un muestreo no probabilístico *in situ*. Considerando que para la aplicación de la técnica de *focus group* lo ideal es trabajar con grupos de 6 a 8 personas, se realizaron dos sesiones: la primera con 8 turistas y la segunda con 7, en total se seleccionaron 15 turistas al azar o muestreo de conveniencia ya que se aplicó a grupos de visitantes que se encontraban en el Malecón de Ballenita y sus playas en las fechas seleccionadas para el levantamiento de información.

2.4 Diseño de recolección de datos

Para la recolección de datos se diseñaron tres instrumentos, en primer lugar el Guión para grupo focal dirigido a turistas, cuyas preguntas estuvieron enfocadas a determinar el perfil del visitante, además conocer sus gustos y preferencias en cuanto a tipos de turismo y actividades recreacionales.

La técnica de focus group se aplicó in situ (Malecón de Ballenita) en dos sesiones realizadas el sábado 31 de enero y domingo 1 de febrero del 2017. La primera sesión se realizó con 8 personas que visitaban el Malecón y que estuvieron dispuestas a participar de esta técnica tipo taller con una duración aproximada de 30 minutos.

El guión se dividió en dos apartados: Datos del informante y 8 preguntas orientadas a conocer frecuencia de visita, preferencias en cuanto a productos y actividades turísticas, motivaciones de viaje y formas de búsqueda de información turística, para concluir con lo que más les gustó y menos les gustó de Ballenita, reforzando con una breve charla sobre la diversificación turística y así generar el debate para la obtención de información cualitativa. Para la segunda sesión realizada al día siguiente en la playa de Ballenita se contó con la participación de 7 personas y se aplicó la misma metodología.

El segundo instrumento diseñado y aplicado fue la guía de observación, con la cual se recopiló información sobre el estado de conservación de los atractivos, vías de

acceso, servicios básicos, servicios turísticos ofertados y existencia de organizaciones de apoyo al sector turístico a nivel local.

Como tercer instrumento se aplicó sobre el levantamiento de información del desarrollo económico del balneario de Ballenita, al presidente de la asociación ASOCOMIL sr. Benito Rosales.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de datos cualitativos

Análisis de la ficha de observación

Ballenita está localizada en la costa del Pacífico ecuatoriano, es una pequeña comunidad pesquera ubicada a 2 km. de la provincia de Santa Elena sobre acantilados pequeños y playas cercanas como Castillo y El Punto de Surf Chuyuipe. Cuenta con un clima seco con pocas lluvias. Anualmente presenta una temperatura promedio de 25°C. Posee una hermosa playa con 1600 metros de longitud, incluidos 200 metros de zona rocosa y 300 metros de arena y roca. **(Grafico Anexo 5)**

Posee una población estimada de 2000 personas que se dedican principalmente a la pesca artesanal y submarina, un reducido grupo poblacional se dedica a la prestación de servicios turísticos. Desde el peñón que se encuentra hacia el lado oeste de la playa de Ballenita se avistaban antiguamente ballenas de cola blanca y a este particular suceso se debe su nombre.

Su principal atractivo es la playa, la misma que se caracteriza por poseer un pequeño acantilado que forma una ensenada donde se forman pequeñas pozas ideales y seguras para el disfrute de los niños, de mayo a junio se presenta un fenómeno denominado marea 0 y se puede caminar en medio del mar hasta las rocas ubicadas

120 metros de la orilla. Este balneario se caracteriza además por la agradable temperatura de sus aguas y su cálida arena.

Otro de sus atractivos es la deliciosa gastronomía típica a base de mariscos que se oferta en diferentes locales como el Patio de Comidas de Ballenita ubicado frente al mar, donde la Asociación “ASOCOMIL” posee 9 restaurantes que son los más reconocidos y visitados; existen además otros establecimientos de restauración ubicados al interior de la localidad pero solo prestan servicios en temporada alta (Costa) y en feriados.

Su principal atractivo a nivel cultural es la procesión del Baño de la Cruz que se realiza anualmente en Semana Santa, específicamente el día Martes Santo. Se trata de una tradición religiosa que es realizada desde hace varias décadas por los pescadores locales para agradecer las bendiciones recibidas, el rito consiste en sumergir tres veces una gran cruz de madera al mar y levantarla con reverencia. En la actualidad a esta manifestación cultural acuden masivamente tanto gente local como turistas.

Otro atractivo cultural de la localidad es la leyenda denominada “Sirenas de Ballenita” que se ha transmitido de forma oral de generación a generación. De acuerdo a los relatos antiguamente los pescadores que salían o retornaban de sus faenas podían escuchar el canto de las sirenas, se referían a dulces y angelicales melodías que provenían del mar, pero muy pocos las podían observar. Este fenómeno provocaba que los pescadores llegaran tarde a sus casas pues al parecer se quedaban embelesados escuchando estas maravillosas melodías.

Sin duda alguna el nuevo y moderno Malecón de Ballenita que está construyendo el GAD Municipal de Santa Elena, con una inversión de 4'391.211,68 dólares, se convertirá en el principal atractivo de este balneario. Esta importante obra que comprende la construcción de una plaza de comidas, ágora, juegos infantiles, edificio múltiple de dos plantas, plaza alegórica, explanada para eventos masivos, mirador, modernas baterías sanitarias, camineras adoquinadas, áreas verdes, rampas y escaleras de acceso a la playa y parqueaderos, se edificará sobre un área de 11.400 metros cuadrados.

Esta magnífica obra de infraestructura debe ser complementada con una diversa oferta de productos y servicios turísticos, la misma que debe ser diseñada en base a los gustos y preferencias de la demanda. Además es fundamental fomentar el emprendimiento local para generar un verdadero desarrollo económico del destino, donde los pobladores sean los principales actores y beneficiarios.

Otra característica de Ballenita es la facilidad de llegar a este destino, pues posee vías en buen estado gracias a las cuales tanto vehículos particulares como transporte público pueden llegar de forma rápida y oportuna. Desde el terminal de Santa Elena “Sumpa” solo toma tres minutos llegar, mientras que desde Salinas 20 minutos, existen tres líneas de transporte público que llegan a Ballenita que son la 7, 11 y 13 de la Alianza de Transporte Peninsular.

Posee señalética de ingreso, además acceso a internet y telefonía fija a través de la operadora estatal CNT y las operadoras privada Claro y Movistar que además facilitan el servicio de telefonía celular. La población local se abastece de agua a

través de la empresa AGUAPEN y en cuanto al servicio de energía eléctrica lo reciben de la empresa CNEL Unidad de Negocio Santa Elena.

Los principales establecimientos de hospedaje son: La Hostería Farallón Dillon que cuenta con un museo náutico, la hospedería Bellavista Bellevue y Edie's Hostal, los costos de alojamiento están entre \$30,00 hasta \$100,00. Entre los servicios adicionales que ofertan están alimentación, piscina y conexión Wi-fi ilimitada.

**Análisis de la entrevista realizada al presidente de la Asociación ASOCOMIL
(Asociación de Comité del Mirador de Ballenita)**

El Sr. Benito Rosales indicó que existen 9 establecimientos de restauración que brindan atención durante todo el año en el Mirador de Ballenita y que pertenecen a su asociación, pero también existen 8 establecimientos más al interior de la comunidad que solo funcionan en temporada alta y en feriados. Cada local percibe un promedio de ingresos mensuales de 600 dólares y emplea de forma permanente de 3 a 4 personas que en su mayoría pertenecen al núcleo familiar del propietario, en temporada alta y feriados cada local contrata adicionalmente a dos personas más.

Indicó además que actualmente la denominada temporada alta que es la de mayor impacto económico se ha reducido drásticamente, pues está marcada por la temporada vacacional que antiguamente era de 3 meses y actualmente es de 2 meses, otro aspecto que también considera que ha afectado en gran medida el progreso de sus negocios es la recesión económica que vive el país actualmente, además la falta de opciones recreativas que no ubican a Ballenita como primera opción para el turista que visita la provincia.

En cuanto a los feriados de mayor impacto económico mencionó el de Carnaval, Semana Santa, Feriado de Difuntos y fiestas de provincialización de Santa Elena, comentó que esperan un impacto mayor este año como efecto de la nueva ley de feriados del Ecuador.

Análisis de datos e información levantada en el focus group

GENERO

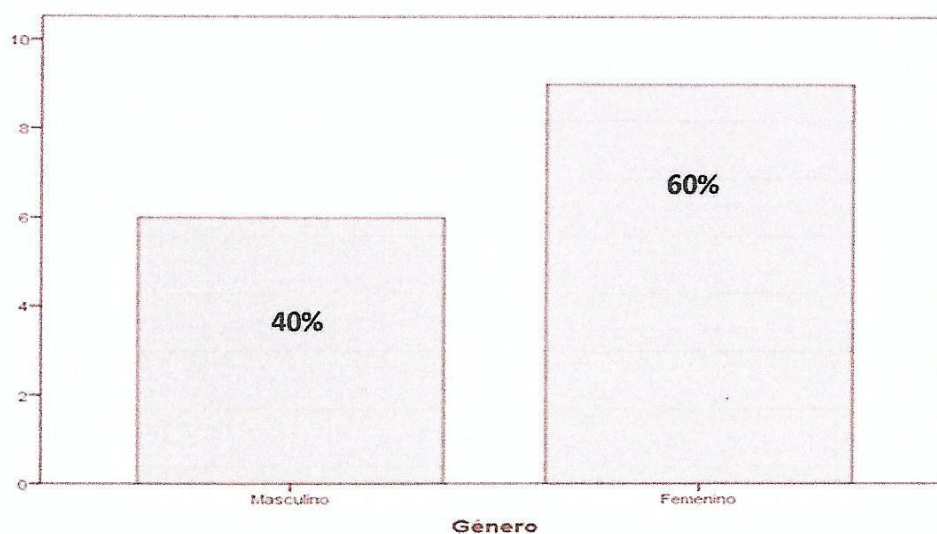
Tabla 1 Género

		Género	
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Masculino	6	40%
	Femenino	9	60%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 1 Género



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

En la demanda real que actualmente visita el Balneario de Ballenita predomina el género femenino con una importante presencia del 60%, segmento compuesto principalmente por amas de casa que viajan en compañía de su familia en busca de descanso y recreación familiar. Este dato resultó importante en el diseño de la oferta pues se consideraron productos turísticos y actividades atractivas para este segmento así como para sus familias.

EDAD

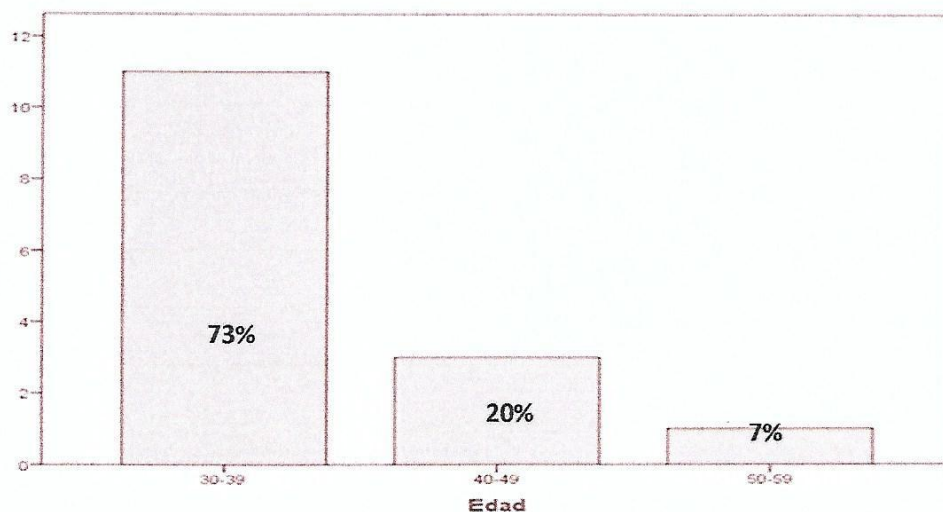
Tabla 2 Edad

Edad			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	30-39	11	73,3%
	40-49	3	20,0%
	50-59	1	6,7%
	Total	15	100,0%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 2 Edad



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

La edad que predomina en las personas que visitan Ballenita es de 30 a 39 años con un porcentaje superior al 70%, se denota la presencia de una demanda turística relativamente joven que podría seguir visitando el destino por al menos dos décadas. Este indicador además fue útil para la selección de actividades turísticas que se incluyen en la propuesta y que pueden ser realizadas sin dificultad ni riesgo por este importante segmento.

LUGAR DE PROCEDENCIA

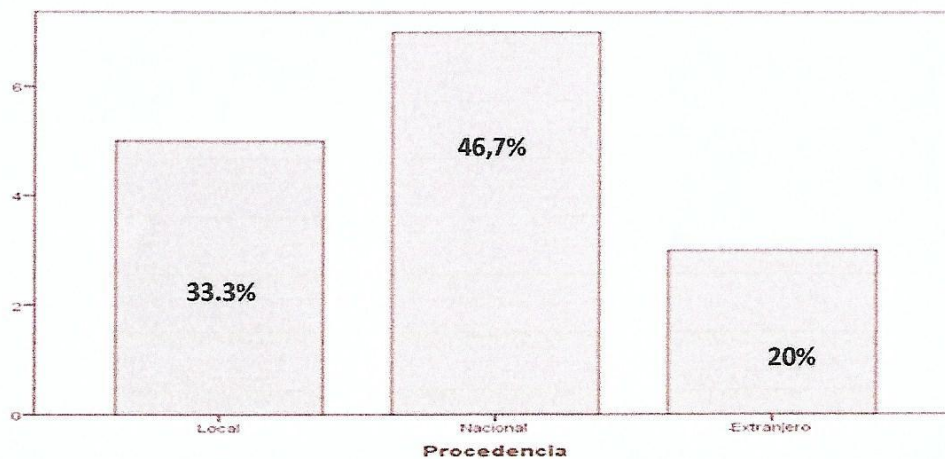
Tabla 3 Procedencia

Procedencia			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Local	5	33,3%
	Nacional	7	46,7%
	Extranjero	3	20,0%
	Total	15	100,0%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 3 Procedencia



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

El 46,7% de las personas que visitan Ballenita tienen procedencia nacional, entre las principales ciudades emisoras constan Guayaquil, Quito y Cuenca. El 33,3% son visitantes que provienen de los tres cantones de la provincia de Santa Elena y el 20% tienen procedencia internacional principalmente de Estados Unidos y Canadá. Resulta preocupante la mínima presencia de turistas internacionales, situación que podría estar relacionada con la pobre oferta turística con la que cuenta actualmente el destino

OCUPACION

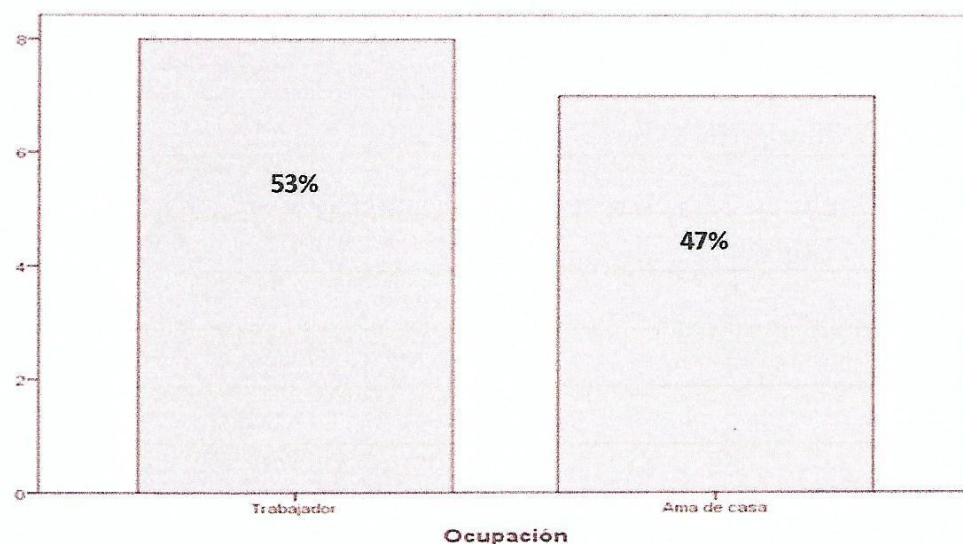
Tabla 4 Ocupación

Ocupación			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Trabajador	8	53,3%
	Ama de casa	7	46,7%
	Total	15	100,0%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 4 Ocupación



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

La demanda turística actual de Ballenita está compuesta principalmente por personas asalariadas, segmento constituido por un 53% del total, mientras que el 47% está integrado por amas de casa. Este indicador refleja que los visitantes actuales cuentan con ingresos fijos y que estos podrían quedarse en el destino si se adicionan a la oferta nuevos productos y servicios que satisfagan los deseos y expectativas de este segmento de demanda.

NIVEL DE INGRESOS

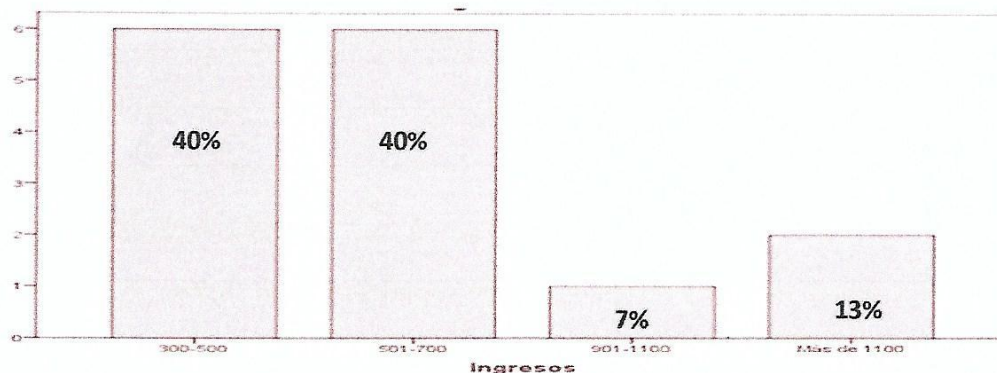
Tabla 5 Ingresos

Ingresos			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	300-500	6	40%
	501-700	6	40%
	901-1100	1	6,7%
	Más de 1100	2	13,3
	Total	15	100,0

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 5 Ingresos



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Un 40% de las personas que visitan Ballenita perciben ingresos mensuales entre 300 y 500 dólares, otro 40% tiene ingresos entre 501 y 700 dólares, el 7% entre 901 y 1100 dólares y el 13% más de 1100 dólares. Estas cifras sugieren la selección de actividades múltiples en el diseño de la oferta, pero de bajo costo, de tal manera que estén al alcance de la demanda real. Se evidencia también la necesidad de captar nuevos mercados que posean mayores niveles de ingresos con los cuales se pueda percibir una mejor calidad de gasto.

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

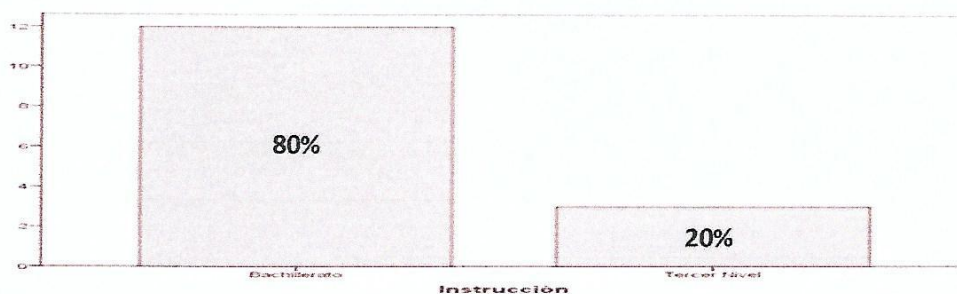
Tabla 6 Instrucción

Instrucción			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Bachillerato	12	80%
	Tercer Nivel	3	20%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 6 Instrucción



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

En la demanda turística actual que visita el balneario de Ballenita predomina el bachillerato como nivel de instrucción en un 80%, mientras que solo el 20% posee formación de tercer nivel.

La mínima presencia de demanda con formación de alto nivel constituye otra alerta importante a la cual prestar atención, pues refleja la necesidad de conquistar nuevos mercados con mayor preparación y por ende con mayor nivel de conciencia ambiental, que participe no solo del disfrute de los atractivos sino en la conservación de los mismos.

NUMERO DE PERSONAS QUE LO ACOMPAÑAN EN ESTE VIAJE

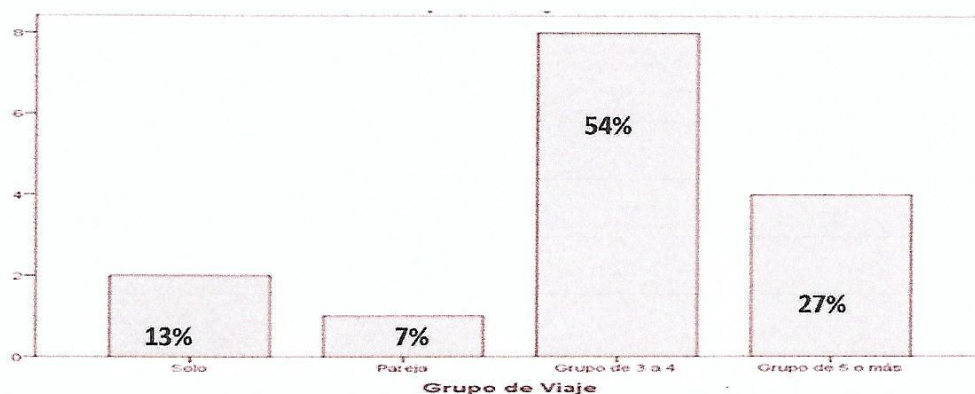
Tabla 7 Grupo de Viaje

Grupo de Viaje		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Solo	2	13,3%
	Pareja	1	6,7%
	Grupo de 3 a 4	8	53,3%
	Grupo de 5 o más	4	26,7%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 7 Grupo de viaje



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

La demanda turística actual que visita Ballenita está compuesta principalmente por grupos de 3 a 4 personas, seguido de grupos superiores a 5 personas lo que indica que predominan grupos de familiares y amigos. Este aspecto también debe ser considerado en el diseño de la oferta, pues constituye una demanda real a través de la cual se podría obtener resultados a corto plazo, es decir que las actividades recreacionales dirigidas a grupos podrían tener mayor aceptación y esto tendría un impacto inmediato en la economía local.

¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA BALLENITA?

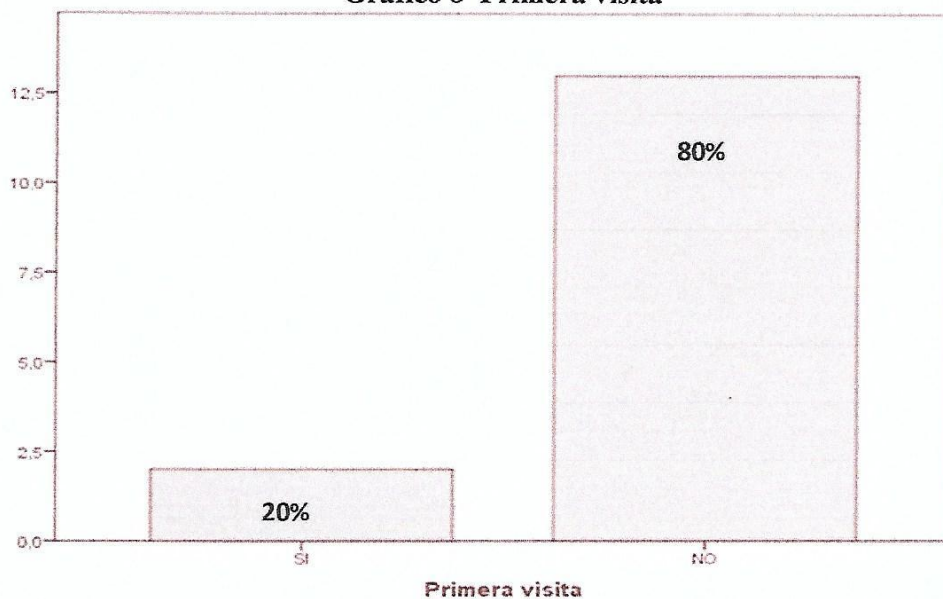
Tabla 8 Primera Visita

Primera visita			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	SI	2	13,3%
	NO	13	86,7%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 8 Primera visita



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Más del 80% de los turistas encuestados indicaron que no era su primera visita a Ballenita, por lo que se deduce que es una demanda constante e incluso fidelizada que no está siendo aprovechada adecuadamente por falta de una variada oferta turística.

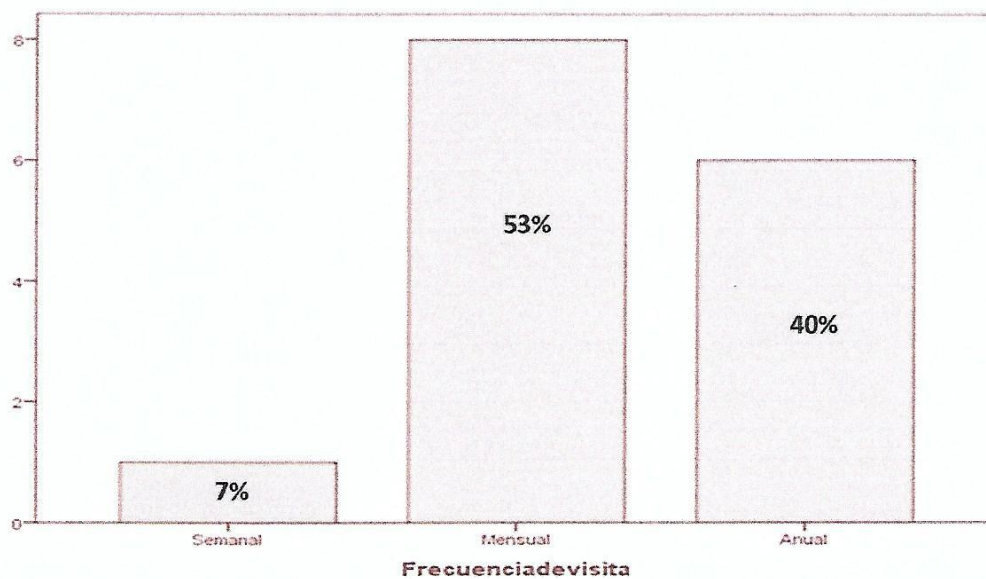
¿SI SU RESPUESTA ANTERIOR FUE NO, CON QUE FRECUENCIA VISITA ESTA PARROQUIA?

Tabla 9 Frecuencia de Visita

Frecuencia de visita			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Semanal	1	6,7%
	Mensual	8	53,3%
	Anual	6	40%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)
Elaborado por: María González Olave

Gráfico 9 Frecuencia de visita



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)
Elaborado por: María González Olave

Más del 50% de los turistas encuestados indicaron que visitan mensualmente el balneario de Ballenita, esto confirma el indicador anterior con respecto a la fidelidad de la demanda. El 40% indicó visitar al menos una vez al año este destino.

**DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE TURISMO INDIQUE LOS DE SU
PREFERENCIA**

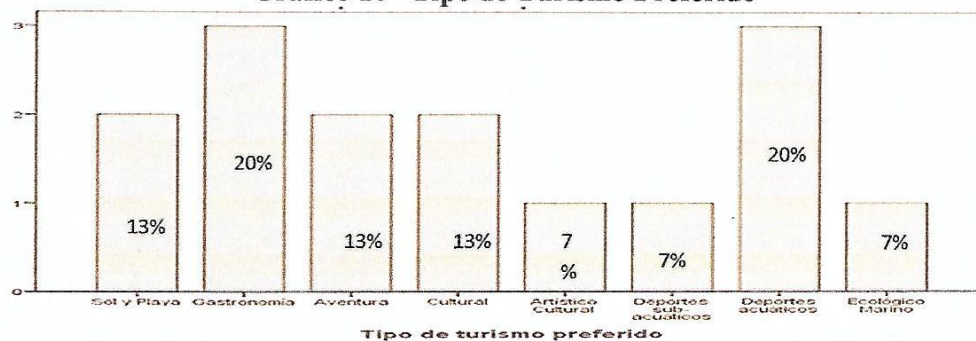
Tabla 10 Tipo de Turismo Prefieren

Tipo de Turismo Preferido		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Sol y Playa	2	13,3%
	Gastronomía	3	20%
	Aventura	2	13,3%
	Cultural	2	13,3%
	Artístico Cultural	1	6,7%
	Deportes sub-acuáticos	1	6,7%
	Deportes acuáticos	3	20%
	Ecológico Marino	1	6,7%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 10 Tipo de Turismo Preferido



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Los tipos de turismo preferidos por los turistas que visitan Ballenita son en primer lugar el gastronómico y de deportes acuáticos; en segundo lugar, se ubica el turismo de deportes y aventura, junto con el cultural y el de sol y playa. Este indicador marca la pauta para la definición de productos turísticos que deberían integrar una nueva y diversificada oferta que permita potenciar el destino para generar desarrollo económico en la localidad.

DEL SIGUIENTE LISTADO ELIJA ACTIVIDADES DE SU PREFERENCIA

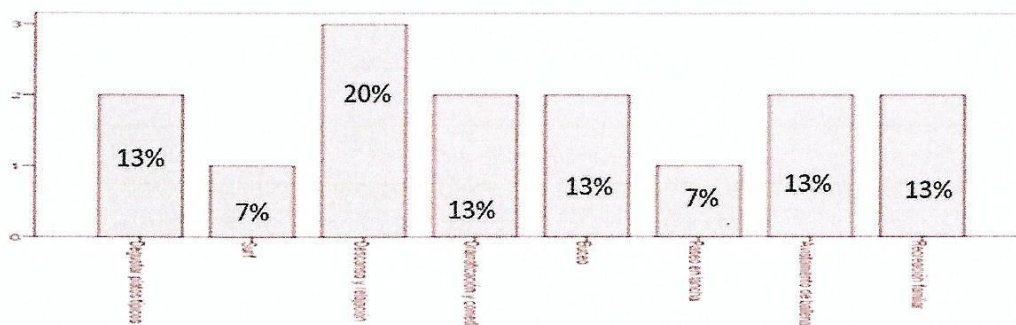
Tabla 11 Actividad Preferida

Actividad Preferida		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Degustar platos típicos	2	13,3%
	Surf	1	6,7%
	Descanso y relajación	3	20%
	Dramatización y comedia	2	13,3%
	Buceo	2	13,3%
	Paseo en lancha	1	6,7%
	Avistamiento de ballenas	2	13,3%
	Recreación familiar	2	13,3%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 11 Actividad Preferida



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

La actividad de mayor preferencia entre los encuestados es el descanso y la relajación con un 20% de aceptación; seguida por degustación de platos típicos, recreación familiar, buceo, avistamiento de ballenas, dramatización y comedia, cada una de estas con un 13% de aceptación. A través de estas opciones se define con mayor claridad la oferta a diseñar, la misma que contará con mayores posibilidades de éxito.

DEL SIGUIENTE LISTADO SELECCIONE LA MOTIVACION DE SU VISITA

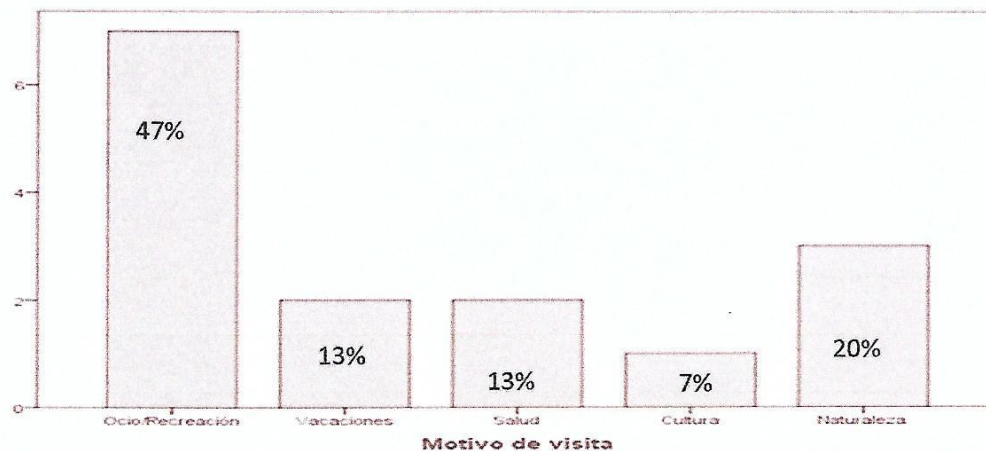
Tabla 12 Motivo de Visita

Motivo de Visita		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Ocio/Recreación	7	46,7%
	Vacaciones	2	13,3%
	Salud	2	13,3%
	Cultura	1	6,7%
	Naturaleza	3	20%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 12 Motivo de Visita



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

La principal motivación de visita para los turistas entrevistados es el ocio y la recreación, la segunda motivación más importante es el disfrute de la naturaleza, seguido de vacaciones y salud. A través de este indicador se confirma que la propuesta de diversificación turística deberá estar enfocada a satisfacer el entretenimiento y distracción principalmente de tipo familiar.

**DEL SIGUIENTE LISTADO SELECCIONE COMO PREFIRE RECIBIR
INFORMACION TURISTICA**

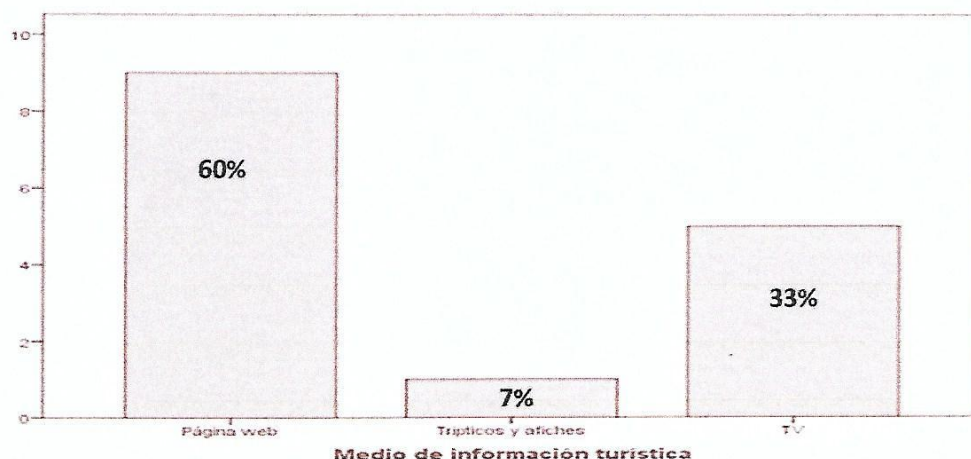
Tabla 13 Medio de información turística

Medio de información turística			
		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Página web	9	60%
	Trípticos y afiches	1	6,7%
	TV	5	33,3%
	Total	15	100%

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Gráfico 13 Medio de información turística



Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)

Elaborado por: María González Olave

Los resultados muestran que 6 de cada diez entrevistados declararon utilizar como principal medio de información turística el internet, por lo tanto, es este el medio más adecuado para promocionar la propuesta de diversificación turística que motivó la presente investigación. En este sentido las alternativas más apropiadas son la creación de una página web del destino, reforzada con páginas en las redes sociales más utilizadas como Facebook y Twitter.

3.2 Limitaciones

Las siguientes limitaciones podrían restringir la presente investigación:

Ausencia de registros

No existen datos previos sobre nivel de ingresos y empleos provenientes del sector turístico objeto de estudio, por lo que se ha realizado proyecciones basadas en información primaria proporcionada por el Sr. Benito Rosales, presidente de la Asociación ASOCOMIL, para determinar el impacto de la propuesta en el desarrollo económico de la localidad.

Poca afluencia turística

Durante el desarrollo de la investigación de campo se evidenció una mínima afluencia turística en el destino lo que dificultó el levantamiento de información, se tuvo que visitar varias veces la playa y malecón de Ballenita por cuanto en algunas ocasiones no se encontró ningún visitante en el destino e incluso el sector de servicios de restauración completamente cerrado.

Inexistencia de alternativas para medir la demanda turística

No existen mecanismos que permitan conocer un número real o aproximado de personas que visitan este balneario, o la procedencia de estos, como dato previo o línea base para la presente investigación. Se trabajó con visitas actuales únicamente que no podrían reflejar exactamente la realidad.

3.3 Resultados

En base a la investigación realizada se ha podido definir las actividades y productos turísticos más adecuados para la diversificación turística del Malecón de Ballenita, así como los posibles impactos en el desarrollo económico de la localidad, específicamente en el nivel de ingresos y en la generación de empleos.

Mediante la investigación realizada, se observa factores que inciden en la diversificación turística y desarrollo económico como facilidades, acceso y conectividad, que influyen a que el turista se sienta satisfecho con lo nuevos productos a implementar, generando ingresos económicos.

A través de la temática de estudio y sus principales actores involucrados, la diversificación dio paso a una propuesta que contiene líneas de productos preferidos que se asociaron a actividades de preferencia de turistas encuestados mediante la técnicas focus group.

A través de la propuesta realizada la diversificación turística del Malecón de ballenita se llevó a cabo proyecciones a futuro, lo que dio como resultado el aporte del desarrollo de la localidad, generador de empleos directos e indirectos a pobladores del sector.

3.4 Perfil del turista

El perfil del turista identificado en el presente estudio se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 1 Perfil del turista

Género	60% Femenino - Masculino 40%
Edad	30-39
Procedencia	Nacional
Ocupación	Trabajador
Ingresos	300-700
Instrucción	Bachillerato
Grupo de viaje	3 a 4 personas
Frecuencia de viaje	Mensual
Tipo de turismo preferido	Gastronomía y Deportes acuáticos
Actividad preferida	Descanso y relajación
Motivación	Ocio y recreación
Medio de información	Internet

Fuente: Focus group turistas (Febrero 2017)
Elaborado por: María González Olave

3.5 Propuesta de diversificación turística

Cuadro 2 Líneas de productos y actividades para la diversificación turística del Malecón de Ballenita

Líneas de Producto preferidas	Actividades preferidas	Actividades adicionales	Estrategia de consolidación
Gastronomía	Degustación de gastronomía típica	Ferias gastronómicas temáticas	Rescate de platos tradicionales
		Historia de la gastronomía local	Servicio a la playa
Deportes acuáticos	Paseo en lancha	Paseo en banana	Sector específico de la playa
		Sky acuático	Capacitar guías locales
Turismo de Aventura	Buceo	Surf	Establecer procesos seguros de acuerdo a normativa vigente
		Kayak	Animación turística enfocada a la concientización
Turismo Cultural	Dramatización y comedia	Eventos culturales que incluyan drama, comedia y danza	
		Narración de cuentos y leyendas	Desarrollar personajes locales
Sol y Playa	Descanso y relajación	Alquiler de hamacas	Sectorizar la playa y destinar un espacio exclusivo para relajación sin ruido y reducida oferta de servicios
		Clases de yoga	

Fuente: Estudio técnico y de campo
Elaborado por: María González Olave (2017)

La propuesta de diversificación detallada en el cuadro anterior, contiene en primer lugar las líneas de producto preferidas por los turistas entrevistados mediante la técnica de focus group, las mismas que fueron asociadas con las actividades preferidas y que son aquellas que los turistas podrían realizar durante sus estadias en Ballenita como oferta principal. Se consideró importante proponer además una oferta complementaria de actividades alineadas con la oferta principal.

Para el desarrollo de ferias gastronómicas temáticas y eventos culturales que incluyan drama, comedia y danza, la asociación gastronómica local podría plantear la idea a los entes gubernamentales encargados de fomentar el desarrollo turístico, como por ejemplo a la Empresa Municipal de Turismo (EMUTURISMO) y a la Oficina de Gestión y Promoción de Turismo de Santa Elena, para que ellos sean los encargados de financiar y ejecutar dichos proyectos.

Dentro de las estrategias de consolidación, se sugiere realizar la feria del Ceviche, crear un platillo especial que solo se sirva en Ballenita, como hace varios años lo hicieron en la comuna Ayangue creando el Ayanguero. En cuanto a los eventos culturales deben ser constantes y variados enfocados al rescate de la historia y cultura local. En este sentido también se podría realizar animación turística concientizando a los visitantes sobre el cuidado de los recursos naturales, esto se podría realizar a través de personajes como por ejemplo personas con disfraces de ballenas quienes además podrían contar la historia de Ballenita, así como cuentos y leyendas tradicionales.

3.6 Proyecciones para el desarrollo económico

A continuación se presenta una tabla que detalla la capacidad instalada en el sector de alimentación del Malecón de Ballenita. Un total de 1200 usuarios podrían ser atendidos en las condiciones actuales.

Tabla 14 Sector Alimentación Escenario Actual

ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	CANTIDAD	PLAZAS X ESTABLECIMIENTO	PLAZAS TOTALES	USUARIOS X DÍA
ACTIVOS TODO EL AÑO	9	20	180	720
ACTIVOS EN TEMPORADA Y FERIADOS	8	15	120	480
Total	17		300	1200

Fuente: Entrevista presidente Asociación ASOCOMIL

Elaborado por: María González Olave (2017)

En la siguiente tabla se detalla el incremento de plazas de alimentación requeridas para la atención de nuevos visitantes que acudirán a Ballenita por efecto de la diversificación turística.

Se ha estimado un incremento del 67% de la demanda turística, la meta es lograr la visita de 2000 personas por día, situación que es perfectamente posible pues en la Actualización de la Capacidad de carga Turística de los Balnearios del Cantón Santa Elena realizada en el 2010 por el Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, se determinó que esta playa posee una capacidad de carga real de 3105 personas.

Tabla 15 Sector Alimentación Escenario Deseado

ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	CANTIDAD	PLAZAS X ESTABLECIMIENTO	PLAZAS TOTALES	USUARIOS X DÍA
ACTIVOS TODO EL AÑO	9	20	180	720
ACTIVOS EN TEMPORADA Y FERIADOS	8	15	120	480
NUEVOS REQUERIDOS POR DIVERSIFICACIÓN	10	20	200	800
	27	55	500	2000

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: María González Olave (2017)

Siendo uno de los indicadores del desarrollo económico el nivel de ingresos, se procedió a establecer el nivel de ingresos actual de los establecimientos de alimentación, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 16 Sector Alimentación Ingresos Actuales

ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	CANTIDAD	INGRESOS PROMEDIO MENSUALES	INGRESOS MENSUALES X GRUPO DE ESTABLECIMIENTOS	PERIODOS MENSUALES ACTIVOS	INGRESOS ANUALES
ACTIVOS TODO EL AÑO	9	600	5400	12	64800
ACTIVOS EN TEMPORADA Y FERIADOS	8	600	4800	3	14400
			TOTAL		79200

Fuente: Entrevista presidente Asociación ASOCOMIL

Elaborado por: María González Olave (2017)

El incremento de ingresos que podría generar la presente propuesta en base al incremento de plazas antes detallado podría alcanzar el 91% sobre los ingresos actuales, lo que significaría un impacto altamente positivo para la economía local. La proyección de ingresos esperada se detalla a continuación.

Tabla 17 Sector Alimentación Ingresos Proyectados

ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN	CANTIDAD	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS MENSUALES X GRUPO DE ESTABLECIMIENTOS	PERIODOS MENSUALES ACTIVOS	INGRESOS ANUALES
ACTIVOS TODO EL AÑO	9	600	5400	12	64800
ACTIVOS EN TEMPORADA Y FERIADOS	8	600	4800	3	14400
NUEVOS REQUERIDOS POR DIVERSIFICACIÓN	10	600	6000	12	72000
					151200

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: María González Olave (2017)

En cuanto al indicador ingresos también se analizó el sector de servicios turísticos.

El escenario actual es el siguiente.

Tabla 18 Sector Servicios Ingresos Actuales

SERVICIOS OFERTADOS	PRESTADORES	INGRESOS MENSUALES POR PRESTADOR	INGRESOS POR CATEGORÍA	INGRESOS ANUALES
RENTA DE CARPAS	15	200	3000	36000
VENDEDORES AMBULANTES	25	150	3750	45000
TOTAL	40	350	6750	81000

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: María González Olave (2017)

En base a la propuesta de diversificación turística que motivó el presente estudio se espera contar con una vasta oferta de actividades y servicios, a través de los cuales se podría incrementar en un 293% los ingresos actuales, como refleja la tabla que sigue:

Tabla 19 Sector Servicios Ingresos Proyectados

SERVICIOS OFERTADOS	PRESTADORES	INGRESOS MENSUALES POR PRESTADOR	INGRESOS POR CATEGORÍA	INGRESOS ANUALES
RENTA DE CARPAS	30	300	9000	108000
VENEDORES AMBULANTES	50	200	10000	120000
PASEO EN LANCHAS	5	250	1250	15000
BUCEO	5	400	2000	24000
PASEO EN BANANA	3	250	750	9000
SKY ACUÁTICO	2	200	400	4800
SURF	5	200	1000	12000
KAYAK	3	200	600	7200
ALQUILER DE HAMACAS	3	180	540	6480
CLASES DE YOGA	2	500	1000	12000
TOTAL	108	2680	26540	318480

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: María González Olave (2017)

Otro indicador económico considerado en el presente estudio es el empleo, por tal razón se realizó un análisis comparativo de la plaza de trabajo generado en el Malecón de Ballenita específicamente en el sector turístico de acuerdo a los servicios prestados actualmente en relación a la proyección esperada como consecuencia de la diversificación turística planteada.

Tabla 20 Empleos Actuales Sector Turístico De Ballenita

ESTABLECIMIENTOS Y ACTIVIDADES	CANTIDAD	EMPLEOS X ESTABLECIMIENTO	EMPLEOS X CATEGORÍAS
ALIMENTACIÓN - ACTIVOS TODO EL AÑO	9	4	36
ALIMENTACIÓN - ACTIVOS EN TEMPORADA Y FERIADOS	8	3	24
SECTOR DE SERVICIOS	2		40
Total			100

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: María González Olave (2017)

Tabla 21 Empleos Proyectados Sector Turístico De Ballenita

ESTABLECIMIENTOS Y ACTIVIDADES	CANTIDAD	EMPLEOS X ESTABLECIMIENTO	EMPLEOS X CATEGORÍAS
ALIMENTACIÓN - ACTIVOS TODO EL AÑO	9	4	36
ALIMENTACIÓN - ACTIVOS EN TEMPORADA Y FERIADOS	8	3	24
ALIMENTACIÓN - NUEVOS REQUERIDOS POR DIVERSIFICACIÓN	10	4	40
SECTOR DE SERVICIOS	10		108
Total			208

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: María González Olave (2017)

Se puede observar un importante incremento en la generación de empleos que asciende al 108% del total actual. A través de las proyecciones efectuadas se evidencia el impacto positivo que conlleva la diversificación del turismo en el Malecón de Ballenita en el desarrollo económico de la localidad, así como de sus pobladores de este hermoso balneario.

CONCLUSIONES

La revisión literaria permitió conocer que la diversificación turística es una de las herramientas de planificación más utilizadas actualmente en los destinos que pretenden alcanzar competitividad y generar mayores beneficios a los residentes, pero a nivel conceptual el término no ha sido adecuadamente desarrollado por lo que no se cuenta con una base teórica sólida. En cuanto al desarrollo se evidenció como principales indicadores el nivel de ingreso y la generación de empleos.

Los criterios de los principales actores involucrados, que fueron obtenidos durante el desarrollo del presente estudio, marcaron la pauta para la elaboración de la propuesta de diversificación del turismo del Malecón de Ballenita, pues la misma recoge los gustos y preferencias de los turistas que visitan la zona ajustadas a la realidad territorial, por lo que resultará atractiva para la potencial demanda, contando con grandes probabilidades de éxito.

Tomando como base los recursos y atractivos del Malecón de Ballenita se logró definir una adecuada diversificación del turismo para este sector, y esto a su vez podría influir favorablemente en el desarrollo económico de sus habitantes, incrementando de manera considerable tanto el nivel de ingresos, como las plazas de empleo en el sector turístico.

RECOMENDACIONES

Incentivar el desarrollo de investigaciones, congresos y foros; con el objetivo de establecer una base teórica conceptual sobre diversificación turística, la misma que debe ser fortalecida y actualizada constantemente, contar con el aporte de expertos en materia turística, con el fin brindar un punto de partida confiable a futuras investigaciones sobre esta temática.

Aplicar la presente propuesta de diversificación como una herramienta técnica que permita poner en valor atractivos como la gastronomía típica del balneario y agregar al tradicional turismo de sol y playa actividades atractivas para innovar la actual oferta con el objetivo de captar un mayor número de visitantes, aumentar el tiempo de estadía y mejorar la calidad de gasto, siguiendo con las líneas de productos y sus actividades para la diversificación turística.

Se recomienda conservar y valorar los recursos turísticos existentes territoriales, incentivando el emprendimiento del sector, definiendo la adecuada diversificación para influir favorablemente al desarrollo económico, como el incremento de ingresos y generación de empleo que benefician a la mayor parte de la población.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. (2015:166). Promoción Turística: un enfoque metodológico. Mexico: Trillas.

Altamira, R., & Muñoz, X. (2015). El turismo como motor de crecimiento económico. España: Real Centro Universitario.

Baños, C. (2013). La Oferta Turística Complementaria en los destinos turísticos alicantinos, implicaciones territoriales y opciones de diversificación. Cervantes. Obtenido de www.cervantesvirtual.com/.../la-oferta-turstica-complementaria-en-los-destinos-tursticos

Boullón, R. (2012). Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas.

Constitución de la República del Ecuador. (2013).

Ecuador, C. d. (2016).

Ecuador, C. d. (2016).

Guzman, S. (2013). El turismo en la dinamica territorial. Colombia: EPT.

Ley de Turismo. (2014).

Bizquera, R. (2015). Métodos de Investigación Educativa. Editorial CEAC: España.

Blanco, M. (2013). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio.

Costa Rica

Mochón. (2014). Comision de estadistia de las nacionales unidas.

Nardone, A. (2015). La importancia de la diversificación de los productos turísticos. Telescopio.

Parreño, J. (2016). Turismo Sostenible y Diversificación de la Oferta en las Islas Canarias. Etudes Caribeens.

Eduardo Salazar (2012). paradigma de un turismo diversificado

Vera Rebollo, J.F (2011). protagonismo la diversificación turística

Sammarchi (2012). La diversificación turística en pie al desarrollo

(Vázquez Baquero, 2013). crecimiento del desarrollo turístico

(Alburquerque, 2011:11). Desarrollo Economico

Pérez. (Noviembre de 2016). Definiciones.de. Obtenido de <http://definicion.de/attractivo-turistico/>

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013).

PLANDETUR 2020 . (2014).

Rumel, A. (2012). Estrategia, Estructura y desempeño económico. Boston: Harvard Bussines School.

Such, M., Zapata, S. R., Brida, J., & Pereyra, J. (2014). Turismo y crecimiento económico: Un análisis empírico de Colombia. Scielo, 21-34.

Varisco, C. (2013). Turismo y Desarrollo Economico Local. Redalyc, 128-146.

Calderón Sergio, 2012), Atractivo turístico

Villacís, M., Pons, R., & Garrido, C. (2015). La industria de la cultura: una alternativa para la diversificación de la actividad turística en América Latina.

BIBLIOGRAFÍA PÁGINAS WEB

Baños, C. (2013). La Oferta Turística Complementaria en los destinos turísticos alicantinos, implicaciones territoriales y opciones de diversificación. Cervantes. Obtenido de www.cervantesvirtual.com/.../la-oferta-turstica-complementaria-en-los-destinos-tursticos

Pérez. (Noviembre de 2016). Definiciones de Obtenido de
<http://definicion.de/attractivo-turistico/>

ANEXOS

Anexo 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema	Objetivo	Variables	Indicadores
“LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALLENTA” CANTON SANTA ELENA AÑO 2016	¿Por qué actualmente el Malecón de Ballenita, no cuenta con una diversificación turística que aporte significativamente a su desarrollo? P1.- De qué manera aportará la diversificación del turismo al desarrollo de ballenita P2.- Cuales serán los recursos y atractivos ideales para diversificar la oferta turística del Malecón de Ballenita.	Realizar un diagnóstico de recursos turísticos, identificando los atractivos ideales para diversificar la oferta del sector del Malecón de Ballenita, como aporte a su desarrollo y el de los habitantes de este Balneario. Específicos. O1 Revisión de literatura básica y complementaria de la diversificación turística como aporte al desarrollo. O2 Identificar los problemas que impiden la diversificación del turismo en el Malecón de Ballenita. O3 Determinar los productos turísticos ideales para diversificar la oferta del Malecón de Ballenita, como aporte a su desarrollo.	Variable Independiente. - Diversificación del turismo Variable Dependiente - Aporte al desarrollo económico	- Recursos naturales y culturales - Inventario de atractivos turísticos - Facilidades y accesibilidad - Perfil del turista - Motivaciones de viaje y actividades preferidas - Oferta de Servicios: Hospedaje, Alimentación y entretenimiento - Nivel promedio de ingresos por turismo - Generación de empleos directos e indirectos

Elaborado: María González Olave (2017)

Anexo 2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Idea a defender	Variable dependiente	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos de recolección de datos
La turística diversificación aportará significativamente al desarrollo del Malecón de Ballenita y a la comunidad local. La investigación exploratoria realizada aplicando la técnica de grupo focal a turistas que visitan el destino, se enfocó en determinar los productos turísticos ideales para la diversificación turística del Malecón de Ballenita, que aporten al desarrollo de la localidad en materia de generación de empleos directos e indirectos, mayores ingresos económicos y crecimiento constante de la demanda.	Diversificación del turismo	Incremento de nuevos segmentos y variación de una oferta turística determinada debido a la exigencias y cambios continuos de la demanda para el sostenimiento de la actividad turística	- Nuevos segmentos - Oferta - Exigencias - Cambios continuos - Demandas - Sostenimiento a la actividad turística	- oferta de servicios: hospedaje y alimentación y entretenimiento - innovación de atractivos - motivación de viaje y actividades preferidas - recursos naturales y culturales - perfil del turista - inventario de atractivos turísticos - facilidades y accesibilidad	- ¿Qué tipo de turismo es de su preferencia? - ¿Qué actividades turísticas son de su preferencia? - ¿Cuál es la motivación de su visita al malecón de ballenita? - Recibió información turística de la playa ballenita?	- Encuestas - Fichas de observación

Elaborado: María González Olave (2017)

Anexo 3 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Idea a defender	Variable Independiente	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos de recolección de datos
La diversificación turística aportará significativamente al desarrollo del Malecón de Ballenita y a la comunidad local. La investigación exploratoria realizada aplicando la técnica de grupo focal a turistas que visitan el destino, se enfocó en determinar los productos turísticos ideales para la diversificación turística del Malecón de Ballenita, que aporten al desarrollo de la localidad en materia de generación de empleos directos e indirectos, mayores ingresos económicos y crecimiento constante de la demanda	Aporte al desarrollo económico	Capacidad de países o regiones para crear captación de divisas a fin de mantener el bienestar económico y creación de puesto de trabajo	- Capacidad de divisas - Bienestar económico - Creación de puesto de trabajo	- Nivel promedio de ingresos o por turismo - Generación de empleos directos e indirectos	¿Cuál es el promedio de ingreso mensual de los establecimientos turísticos? ¿Los establecimientos generan más fuente de empleo?	- Entradas

Elaborado: María González Olave (2017)

Anexo 4 FORMATO DE ENTREVISTA (PRESIDENTE ASOCOMIL)



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL
DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALLENITA”.**

INVESTIGADOR: Verónica González

FORMATO DE ENTREVISTA

Objetivo: Extraer información real acerca de la diversificación y desarrollo económico del Malecón de Ballenita.

1.- ¿CUANTOS ESTABLECIMIENTO DE RESTAURACION TIENE EL
BALNEARIO DE BALLENITA?

2.- ¿CUAL ES EL INGRESO MENSUAL DE CADA ESTABLECIMIENTO?

3.- ¿CUANTAS PERSONAS TRABAJAN EN EL ESTABLECIMIENTO Y
CUANTAS CONTRATAN EN TEMPORADA ALTA?

4. ¿DE QUE MANERA AFECTA LA ECONOMIA DEL BALNEARIO DE
BALLENITA?

Anexo 5 FICHA DE OBSERVACIÓN



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL
DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALENITA”.

INVESTIGADOR: Verónica González

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Ubicación: _____

		Exist e	No exist e	Observacio nes	Estado de Conservaci ón	Afluenc ia
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Naturales					
	Culturales					
ACCESIBILID AD	Vías de acceso adecuadas					
	Medios de transporte					
	Señalética de ingreso					
	Señalética en atractivos					
	Conexión a internet					
SERVICIOS BÁSICOS	Agua potable					
	Energía eléctrica					

	Telefonía convencional					
	Telefonía celular					
OFERTA	Hoteles					
	Restaurantes					
	Pensiones					
	Camping					
	Bares y discotecas					
	Otros					
POBLACIÓN LOCAL	Emprendimientos turísticos					
	Capacidad o experiencia en guianza					
	Gastronomía tradicional					
	Dominio de ingles					
	Capacidad administrativa					

Anexo 6 GUIÓN FOCUS GROUP



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
INGENIERÍA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL DESARROLLO DEL MALECON DE BALENITA".

INVESTIGADOR: Verónica González

GUIÓN PARA FOCUS GROUP DIRIGIDO A TURISTAS

Objetivo: Determinar las preferencias de la demanda turística que visita al Malecón de Balenita como alternativas de diversificación.

1. DATOS DEL ENTREVISTADO

SEXO: Masculino ☐ Femenino ☐ LUGAR DE PROCEDENCIA: _____

EDAD: De 20 a 29 _____
De 30 a 39 _____
De 40 a 49 _____
De 50 a 59 _____

PROFESIÓN: _____

TRABAJA: SI ☐ NO ☐

A QUE SE DEDICA: _____

NIVEL DE INGRESOS: De 300 a 500 _____
De 501 a 700 _____
De 701 a 900 _____
De 901 a 1100 _____
Más de 1100 _____

NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Básico _____
Bachillerato _____
Tercer Nivel _____
Cuarto Nivel _____
PHD _____

Número de personas que los acompañan en este viaje: _____

2. PREGUNTAS

2.1. ¿Es la primera vez que visita Balenita? SI ☐ NO ☐

2.2. ¿Si su respuesta anterior fue no indique con qué frecuencia visita esta parroquia?

SEMANAL		MENSUAL		ANUAL	
---------	--	---------	--	-------	--

2.4. De los siguientes tipos de turismo indique los de su preferencia.

Sol y Playa		Artístico Cultural	
Gastronómico		Congresos y Convenciones	
Aventura		Deportes sub-acuáticos	
Cultural		Deportes acuáticos	
Religioso		Ecológico Marino	

2.5. Del siguiente listado elija las actividades de su preferencia.

Degustar platos típicos		Dramatización y comedia	
Surf		Bailes folclóricos	
Sky acuático		Buceo	
Parasailing		Snorkel	
Procesiones y prácticas religiosas		Paseo en lancha	
Paseo en banana		Avistamiento de Ballenas	
Descanso y relajación		Observación de atardeceres	
Espectáculos artísticos		Recreación familiar	

2.6. Del siguiente listado seleccione la motivación de su visita.

Ocio/Recreación	☐	Trabajo	☐	Otros	☐
Vacaciones	☐	Cultura	☐		
Salud	☐	Naturaleza	☐		

2.7. Del siguiente listado seleccione como prefiere recibir información turística

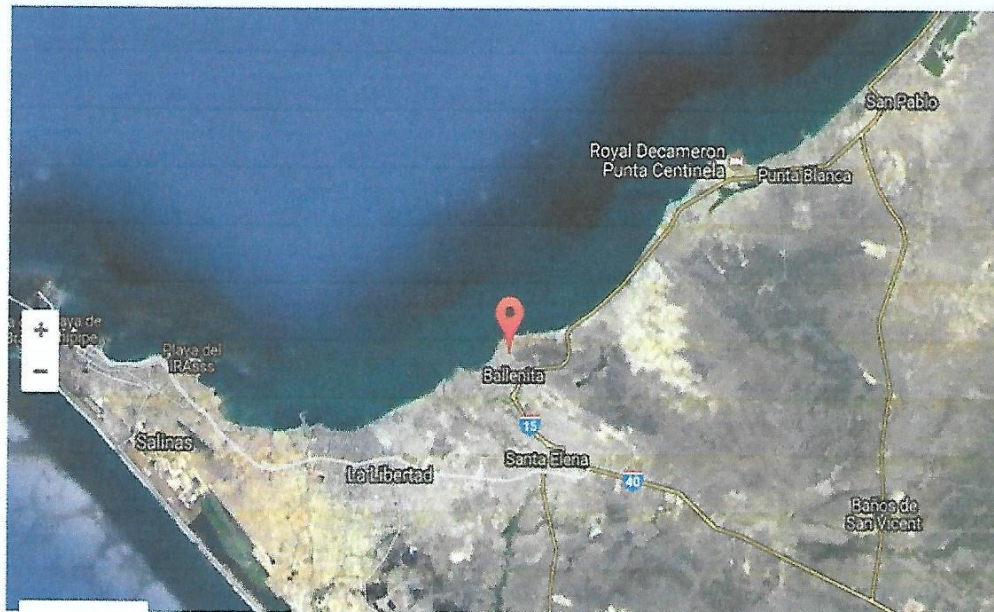
Página web	☐	Libros Guías	☐	TV	☐	Otro	☐
Tripticos y afiches	☐	Revistas	☐	Videos	☐		

2.8. Indique por favor:

¿Qué fue lo que más le gusto de Ballenita? _____

¿Qué fue lo que menos le gusto de Ballenita? _____

Anexo 7 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE BALLENITA



Fuente: Google Earth

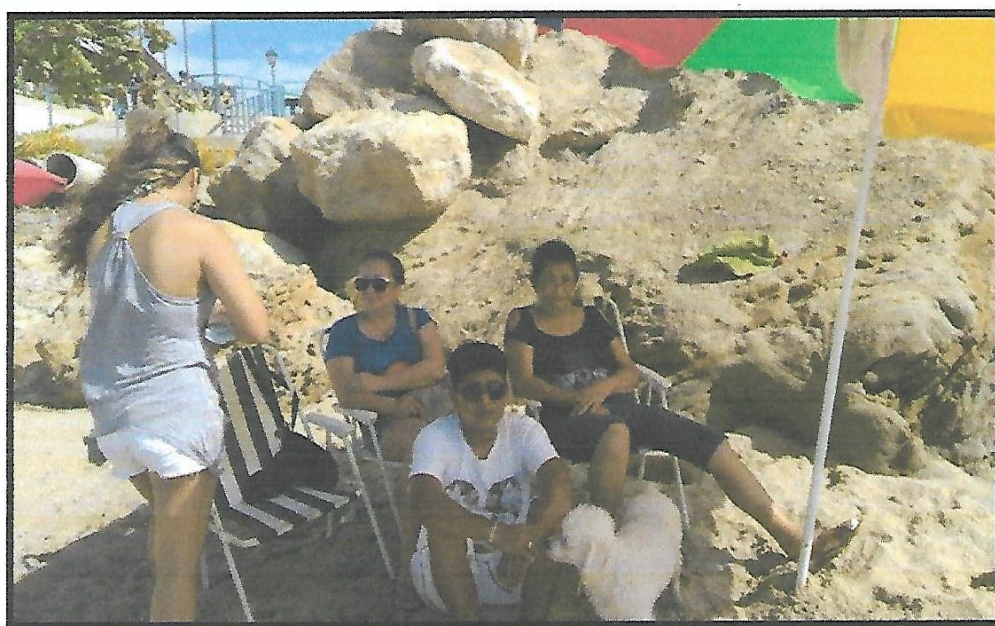
Elaborado por: María González Olave



Fuente: Ecostravel Ecuador

Elaborado por: María González Olave

**Anexo 8 EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DEL LEVANTAMIENTO DE
INFORMACIÓN**

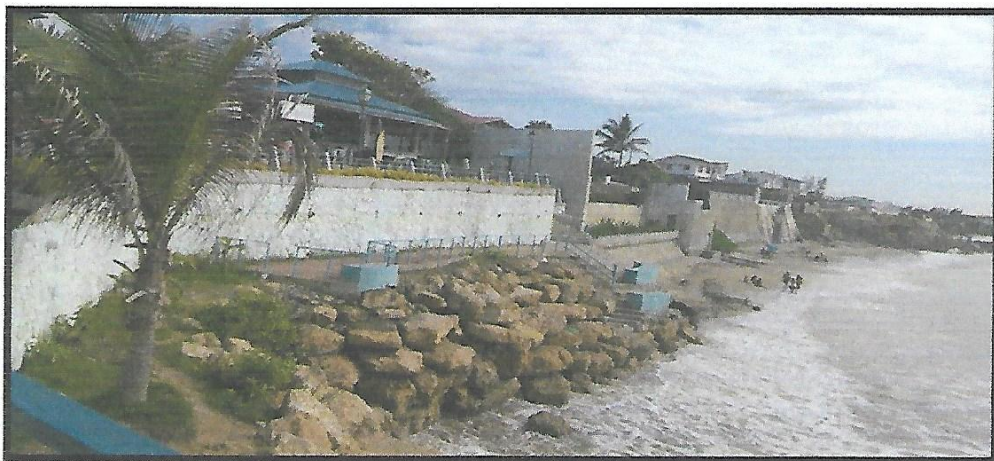
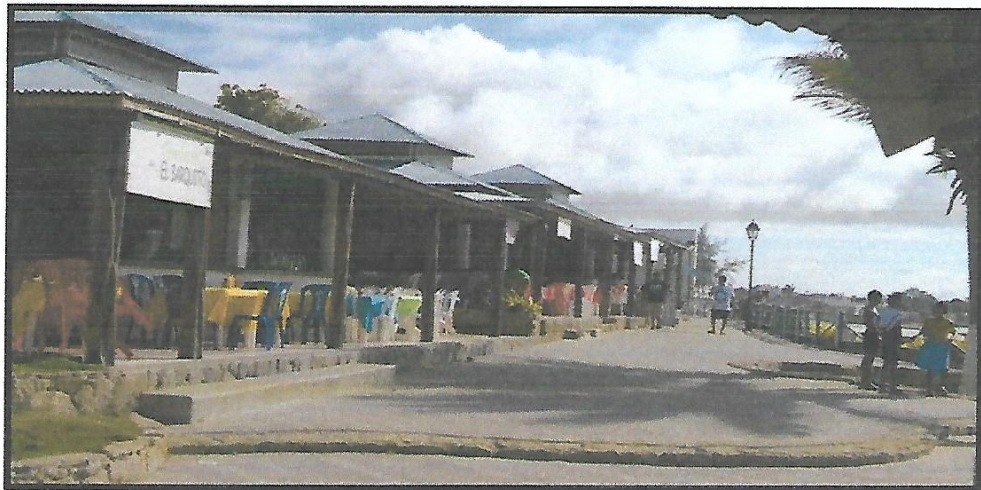


Anexo 9 EVIDENCIA LEVANTAMIENTO DE INFORMACION

ENTREVISTA A PRESIDENTE DE ASOCOMIL



Anexo 10 ESTADO ACTUAL SECTOR MALECÓN DE BALLENTA





EMUTURISMO-EP-OFICIO N° 505-GG-2017

Santa Elena, 29 de Diciembre del 2017.

Ingeniera
Linda Núñez Guale, MBA
DECANA DE LA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
En su despacho

De mi consideración:

Reciba cordiales saludos de parte de quienes formamos la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena EMUTURISMO EP, quienes deseamos éxitos en vuestros proyectos emprendidos para el desarrollo de la comunidad universitaria peninsular, a la vez exponemos lo siguiente:

En atención a la solicitud presentada por la Srta. GONZÁLEZ OLAVE MARÍA VERÓNICA, egresado de la carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena UPSE y de conformidad a la petición de actualización de la carta aval para el desarrollo del proyecto: **LA DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO COMO APOORTE AL DESARROLLO DEL MALECÓN DE BALENITA**", expongo que luego de la revisión del documento escrito, presentamos nuestro aval para la publicación del proyecto de investigación en el portal de la página Web de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Por la distinguida atención que se digne dar a la presente, sin otro particular, me despido reiterando mi consideración y estima.

Cordialmente,

Blga. Gladys Santos Marín, Mgs.
GERENTE DE EMUTURISMO EP.



C.c: Archivo

Fanny