



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO
DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA
AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE DEL
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR:

PEDRO DAVID BORBOR POZO

TUTOR:

ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO
DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA
AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE DEL
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR:

PEDRO DAVID BORBOR POZO

TUTOR:

ING. JHONY YUMISACA TUQUINGA, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, 23 de abril de 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación **“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE, DEL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”**, elaborado por el Sr. **PEDRO DAVID BORBOR POZO**, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo Facultad de Ciencias Administrativas, de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Jhonny Yumisaca Tuquinga, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis está dedicado a Mauro Borbor y Esther Pozo. Gracias por atreverse a confiar en mí; es evidente que sin ustedes este sueño nunca hubiera podido ser concluido. Humildemente ustedes son la base de mi vida profesional y en todo momento estaré agradecido. Verdaderamente no hay palabras que logren expresar lo mucho que quiero agradecerles.

Pedro David.

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme todos los días. A mis padres por ser mis mejores amigos, mis aliados, mi ejemplo, gracias por todo el apoyo en esta tesis y en mi vida. A mis hermanos gracias por su infinita paciencia, por su irrenunciable ayuda, esta tesis también es de ustedes, los aprecio mucho. A todos mis amigos, compañeros y maestros de la UPSE, que formaron parte de esta aventura y que siempre quedaran en mis recuerdos. Gracias por todo el apoyo recibido.

Pedro David.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Ing. Jhony Yumisaca Tuquinga, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESORA DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO
COMUNITARIO EN LA COMUNA AYANGUE PARROQUIA COLONCHE
DEL CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO
2014.”**

AUTOR: Pedro David Borbor Pozo.
TUTOR: Ing. Jhonny Yumisaca Tuquinga, MSc.

RESUMEN

El objetivo del estudio es elaborar un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna de Ayangue que permita el impulso económico, social, ambiental y cultural de manera sustentable de la comunidad. La perspectiva a corto, mediano o largo plazo, es la respuesta a la pregunta de ¿En dónde necesita estar la organización en un momento específico del futuro para desempeñar su Visión, Misión y Estrategias? El Planeamiento Estratégico es un proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias. Desde el punto de vista del turismo comunitario el planeamiento estratégico es importante porque se sustenta en la visión que tiene el país en consolidar un turismo sostenible como una herramienta eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad social que genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de la calidad de vida de la población. Las estrategias que se emplearon fueron de un nivel descriptivo que buscó especificar las propiedades importantes del grupo objeto de estudio. Se midieron las variables independientemente con el fin de comprobar la hipótesis planteada. El método utilizado fue el inductivo y deductivo para observar las causas y efectos del problema y llegar a una conclusión. Las técnicas empleadas estuvieron dirigidas a los prestadores de servicios y a los turistas, evidenciándose la importancia de la planificación estratégica del turismo comunitario para Ayangue, mediante un proceso sistemático para gestionar la evolución de la actividad hacia el turismo sostenible y un futuro comunitario comprometido con los participantes de la empresa comunitaria y con la demanda al brindar un servicio de calidad. La planificación estratégica es posible mediante la autogestión como instrumento de desarrollo de carácter autónomo, integral en todos los niveles y global considerando a todos los participantes.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE ESQUEMAS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	4
TEMA 4	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
Formulación del Problema	5
Sistematización del Problema	6
Evaluación del Problema.....	6
JUSTIFICACIÓN	7
OBJETIVOS	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos.....	8
HIPÓTESIS.....	9
VARIABLES	9
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	10
CAPÍTULO I.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
1.1. ANTECEDENTES	12
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13

1.2.1.	Planificación	13
1.2.1.1	Plan Estratégico	14
1.2.1.2	Ventajas de la Planificación.....	15
1.2.1.3	Proceso de Planificación.....	16
1.2.1.4	Planes de Desarrollo.	16
1.2.1.5	Modelos De Planes De Desarrollo Turísticos Comunitario.....	17
1.2.1.6	Responsables del Turismo Comunitario Local	23
1.2.2	Políticas de Sostenibilidad	24
1.2.3	Oferta Turística	24
1.2.3.1	Recursos para el turismo de naturaleza.....	26
1.2.3.2	Productos Turísticos del Ecuador	27
1.2.3.3	Beneficios del turismo comunitario en Ayangue.....	27
1.2.3.4	Vías de acceso.....	28
1.2.3.5	Seguridad, Salud y Servicios Básicos.....	28
1.2.4	Demanda: consumidor.	29
1.2.5	Turismo Interno	29
1.2.6	Comercialización	31
1.2.7	Superestructura: Política administrativa.	32
1.3	TURISMO COMUNITARIO	32
1.3.1	Concepto de Turismo.....	32
1.3.2	Tipos de Turismo.	33
1.3.3	Turismo Comunitario.....	34
1.3.4	Organización Empresarial.....	35
1.3.5	Autogestión.....	37
1.3.6	Principios de Turismo Responsable.....	39
1.3.6.1	Principios Ambientales.....	40
1.3.6.2	Principios Culturales.....	41
1.3.6.3	Principios Sociales.....	41
1.3.6.4	Principios Económicos.	42
1.3.6.5	Principios Políticos.....	42
1.4	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	43

1.4.1	Ley de Turismo	43
1.4.2	Código Ético Mundial para el Turismo	43
1.4.3	Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitario	43
CAPÍTULO II		45
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		45
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	45
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	45
2.2.1	Nivel Descriptivo o Correlacional.	45
2.3	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	46
2.3.1	Por el Propósito.....	46
2.3.2	Por el Lugar.	46
2.3.3	Investigación de campo	46
2.4	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	47
2.4.1	Método Inductivo.....	47
2.4.2	Método Deductivo	47
2.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
2.5.1	Encuesta	48
2.5.2	La Entrevista	49
2.6	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	49
CAPÍTULO III		52
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		52
3.1.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS PRESTADORES TURÍSTICOS.....	52
3.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS TURÍSTICOS.	64
3.3.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	76
3.4.	ANÁLISIS GENERAL.....	76
CAPÍTULO IV		79
4.1.	PRESENTACIÓN	79
4.2.	JUSTIFICACIÓN	80
4.3.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	80

4.3.1	Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo comunitario en la comuna Ayangue	81
4.3.1.1	Fase I. Diagnóstico Turístico	82
4.3.1.1.1	Situación Geográfica de la Comuna Ayangue	82
4.3.1.1.2	Aspectos Socio Económicos y Demográficos	83
4.3.1.1.3	Servicios Públicos y Sociales	83
4.3.1.1.4	Actividad Económica y Productiva	84
4.3.1.1.5	Turismo	85
4.3.1.1.5.1	Oferta Turística	87
4.3.1.1.5.2	Recursos Turísticos	88
4.3.1.1.5.3	Jerarquización de los Atractivos Turísticos	90
4.3.1.1.5.4	Productos Turísticos	91
4.3.1.1.5.5	Servicios Turísticos	93
4.3.1.1.5.6	La Demanda Turística	96
4.3.1.1.6	Condiciones del Entorno	97
4.3.1.1.7	Metodología del Análisis FODA	97
4.3.1.1.8	Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)	99
4.3.1.1.9	Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)	100
4.3.1.2	Fase II Directrices de Actuación	101
4.3.1.2.1	Estrategias de Mercado	101
4.3.1.2.2	Estrategia Competitiva	104
4.3.1.2.3	Estrategia de Posicionamiento	106
4.3.1.2.4	Análisis PETS	108
4.3.1.2.5	FODA Estratégico	109
4.3.1.2.6	Direccionamiento Estratégico	111
4.3.1.2.7	Modelos de Desarrollo Turístico	112
4.3.1.2.8	Descripción de actividades.	114
4.3.1.2.9	Visión	114
4.3.1.2.10	Misión	114
4.3.1.2.11	Objetivos	114
4.3.1.2.11.1	Objetivo General	114

4.3.1.2.11.2	Objetivos Específicos	115
4.3.1.2.11.3	Objetivos de Desarrollo Estratégico del Plan.....	115
4.3.1.2.12	Lineamientos de Políticas Rectoras.....	116
4.3.1.3	Fase III Plan de Actuación.....	117
4.3.1.3.1	Programas	118
	CONCLUSIONES	134
	RECOMENDACIONES	135
	BIBLIOGRAFÍA	136
	ANEXOS	138

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N.º 1 VARIABLE DEPENDIENTE.....	10
CUADRO N.º 2 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	11
CUADRO N.º 3 PREFERENCIAS DE ACTIVIDADES DE TURISTAS NACIONALES	30
CUADRO N.º 4 PREFERENCIAS DE VISITA ATRACTIVOS TURÍSTICOS NACIONALES	31
CUADRO N.º 5 POBLACIÓN	50
CUADRO N.º 6 MUESTRA	51
CUADRO N.º 7 OFERTA TURÍSTICA DE AYANGUE.....	87
CUADRO N.º 8 RECURSOS TURÍSTICOS.....	89
CUADRO N.º 9 RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES	89
CUADRO N.º 10 JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	90
CUADRO N.º 11 PRODUCTOS TURÍSTICOS	92
CUADRO N.º 12 HOTELES.....	93
CUADRO N.º 13 RESTAURANTES	94
CUADRO N.º 14 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.....	96
CUADRO N.º 15 ANÁLISIS FODA	98
CUADRO N.º 16 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)	99
CUADRO N.º 17 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)	100
CUADRO N.º 18 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	107
CUADRO N.º 19 FODA ESTRATÉGICO	110
CUADRO N.º 20 BALANCED SCORECARD.....	115
CUADRO N.º 21 EJES DEL PLAN	116
CUADRO N.º 22 PROGRAMA 1.....	119
CUADRO N.º 23 CRONOGRAMA DE LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA COMUNITARIA.....	120

CUADRO N.º 24 PROGRAMA 2.....	121
CUADRO N.º 25 EJECUCIÓN DE LOS SERVICIOS	122
CUADRO N.º 26 MEJORAR LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN.....	123
CUADRO N.º 27 CRONOGRAMA ESTIMADO PARA MEJORAR LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN	124
CUADRO N.º 28 FORMACIÓN DE LOS ASOCIADOS.....	125
CUADRO N.º 29 CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN	126
CUADRO N.º 30 ÁREA DE OPERACIÓN	127
CUADRO N.º 31 CRONOGRAMA DE INFORMACIÓN Y OPERACIÓN ...	128
CUADRO N.º 32 MERCADEO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	130
CUADRO N.º 33 CRONOGRAMA DE MERCADEO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	132
CUADRO N.º 34 PRESUPUESTO GENERAL	133

ÍNDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA N.º 1 PASOS DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN.....	16
ESQUEMA N.º 2 MODELO DE PLANIFICACIÓN PARA EL PROGRESO SUSTENTABLE.....	17
ESQUEMA N.º 3 MODELO DE PLANIFICACIÓN PARA EMPRESAS COMUNITARIAS	18
ESQUEMA N.º 4 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	19
ESQUEMA N.º 5 PLAN ESTRATÉGICO COMUNITARIO (P.E.C.).....	20
ESQUEMA N.º 6 RESPONSABLES DEL TURISMO	23
ESQUEMA N.º 7 EL TURISMO SOSTENIBLE	24
ESQUEMA N.º 8 ELEMENTOS DEL PROYECTO DE TURISMO COMUNITARIO	38
ESQUEMA N.º 9 FASES DEL PLAN DE DESARROLLO.....	81
ESQUEMA N.º 10 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO.....	86
ESQUEMA N.º 11 DIRECTRICES DE ACTUACIÓN	101
ESQUEMA N.º 12 SEGMENTOS DE MERCADO.....	102
ESQUEMA N.º 13 SEGMENTO DE DESTINO.....	103
ESQUEMA N.º 14 LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS	104
ESQUEMA N.º 15 MAPA DE POSICIONAMIENTO	107
ESQUEMA N.º 16 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	112
ESQUEMA N.º 17 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA – OPERATIVA COMUNITARIA	113
ESQUEMA N.º 18 PLAN DE ACTUACIÓN.....	117
ESQUEMA N.º 19 DISEÑO DE LA PÁGINA WEB.....	131
ESQUEMA N.º 20 DISEÑO DEL TRÍPTICO	131

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N.º 1 SEXO	52
TABLA N.º 2 EDAD	53
TABLA N.º 3 INTERÉS POR CONOCER EL SECTOR	54
TABLA N.º 4 GENERACIÓN DE INGRESOS ECONÓMICOS.....	55
TABLA N.º 5 DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA	56
TABLA N.º 6 VOLUNTAD PARA DESARROLLAR TURISMO.....	57
TABLA N.º 7 MINIMIZAR EL IMPACTO EN LOS RECURSOS	58
TABLA N.º 8 INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO.....	59
TABLA N.º 9 OFERTA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.....	60
TABLA N.º 10 NECESIDADES DEL TURISTA.....	61
TABLA N.º 11 ALIANZAS	62
TABLA N.º 12 PLAN ESTRATÉGICO PARA EL TURISMO COMUNITARIO	63
TABLA N.º 13 SEXO (TURISTAS).....	64
TABLA N.º 14 EDAD (TURISTAS).....	65
TABLA N.º 15 PROCEDENCIA	66
TABLA N.º 16 OCUPACIÓN O ACTIVIDAD	67
TABLA N.º 17 FRECUENCIA DE VISITA	68
TABLA N.º 18 DÍAS PROMEDIO DE VISITAS	69
TABLA N.º 19 MOTIVOS.....	70
TABLA N.º 20 PREFERENCIAS DE COMPAÑÍA	71
TABLA N.º 21 TRANSPORTE	72
TABLA N.º 22 ALOJAMIENTO.....	73
TABLA N.º 23 CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS	74
TABLA N.º 24 VÍAS DE ACCESO	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N.º 1 SEXO	52
GRÁFICO N.º 2 EDAD.....	53
GRÁFICO N.º 3 INTERÉS POR CONOCER EL SECTOR	54
GRÁFICO N.º 4 GENERACIÓN DE INGRESOS ECONÓMICOS	55
GRÁFICO N.º 5 DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA	56
GRÁFICO N.º 6 VOLUNTAD PARA DESARROLLAR TURISMO.....	57
GRÁFICO N.º 7 MINIMIZAR EL IMPACTO EN LOS RECURSOS	58
GRÁFICO N.º 8 INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO	59
GRÁFICO N.º 9 OFERTA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS	60
GRÁFICO N.º 10 NECESIDADES DEL TURISTA.....	61
GRÁFICO N.º 11 ALIANZAS.....	62
GRÁFICO N.º 12 PLAN ESTRATÉGICO PARA EL TURISMO COMUNITARIO	63
GRÁFICO N.º 13 SEXO (TURISTAS)	64
GRÁFICO N.º 14 EDAD (TURISTAS).....	65
GRÁFICO N.º 15 PROCEDENCIA.....	66
GRÁFICO N.º 16 OCUPACIÓN O ACTIVIDAD	67
GRÁFICO N.º 17 FRECUENCIA DE VISITA	68
GRÁFICO N.º 18 DÍAS PROMEDIO DE VISITAS	69
GRÁFICO N.º 19 MOTIVOS	70
GRÁFICO N.º 20 PREFERENCIA DE COMPAÑÍA	71
GRÁFICO N.º 21 TRANSPORTE.....	72
GRÁFICO N.º 22 ALOJAMIENTO	73
GRÁFICO N.º 23 CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS	74
GRÁFICO N.º 24 VÍAS DE ACCESO	75

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N.º 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	139
ANEXO N.º 2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	141
ANEXO N.º 3 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA COMUNIDAD DE AYANGUE.....	143
ANEXO N.º 4 REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS	165
ANEXO N.º 5 CARTA AVAL.....	167

INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario es un importante incentivo para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo.

Tanto es así que el turismo está considerado como una de las mayores actividades, que generan ingresos económicos. Pero el turismo puede tener efectos positivos y negativos. El desarrollo y la operación inapropiados de este pueden degradar el hábitat, los paisajes y agotar los recursos naturales.

En contraste, el turismo responsable puede ayudar a crear conciencia sobre la conservación y la cultura local; además de llevar consigo oportunidades económicas a los países y a las comunidades.

El presente Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, surge de los requerimientos de la población en lo que se refiere al progreso socio – económico de manera sostenible, otorgando valor a los recursos de la comunidad.

Considerando que el turismo comunitario atiende las necesidades de los turistas actuales y de las comunidades receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Es una vía para la gestión, con el objeto de satisfacer necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando los recursos naturales que posee el sector. Se hace imperioso medidas efectivas para lograr que las actividades turísticas se organicen y se equilibren en medida de un proceso participativo que conlleve a mantener en armonía con las propiedades naturales y culturales que tiene Ayangue.

El presente estudio tiene como objetivo elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, mediante un estudio sistemático que permita el desarrollo económico, social, ambiental y cultural de manera sustentable.

La investigación está estructurada de la siguiente manera:

Capítulo I. Marco Teórico: Se describen las variables, el Plan Estratégico como variables independiente hace alusión al diseño de la planificación estratégica del turismo comunitario, reflejando las políticas de sostenibilidad que incluye el entorno natural, cultural y económico.

Capítulo II. Metodología de la investigación: La modalidad de la investigación fue descriptiva, con la aplicación de los tipos de investigación bibliográfica-documental y de campo. Se aplicó el método Inductivo y Deductivo, con las técnicas de investigación de la Encuesta y la Entrevista.

Capítulo III. Análisis e interpretación de resultados: La recogida de información para este capítulo se llevó a cabo mediante el análisis de las unidades organizativas y de los procesos de los negocios. Se analiza y se interpreta los resultados de las técnicas aplicadas en la investigación, deduciendo que la población de Ayangue basa su economía en las actividades del turismo por sus hermosos paisajes donde se puede observar una espectacular vegetación y fauna marina; lamentablemente no se trabaja de manera planificada para desarrollar esta actividad.

Capítulo IV. La propuesta: Los resultados de la investigación orientó a desarrollar un Plan Estratégico para el progreso del turismo comunitario en la comuna de Ayangue parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena, año 2014-2018. Cuyo objetivo es de desarrollar el turismo comunitario mediante la organización empresarial de la comunidad de Ayangue, con el fin de conservar los

recursos naturales y culturales, proveyendo servicios apropiados a los visitantes y turistas de tal manera que se garantice su satisfacción.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA AYANGUE PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de emprendimientos, productos y servicios turísticos en la comuna de Ayangue, obstaculiza el desarrollo turístico de la comunidad

La Ley de Turismo del Ecuador establece que la población puede intervenir en iniciativas comunitarias, siempre y cuando se orienten a mantener una cultura basada en sus tradiciones.

En la provincia de Santa Elena, no se ha dado impulso al turismo comunitario o turismo sostenible, lo único que existen son cabañas comunitarias, creadas por iniciativas de una ONG, cuyo financiamiento proviene de España, las mismas que son adecuaciones de viviendas familiares que prestan servicio de alojamiento a un precio accesible a los turistas que visitan la Ruta del Spondylus.

La comuna de Ayangue perteneciente a la parroquia de Colonche, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena; cuenta con opciones de alojamiento, alimentación, conocida también como “LA PISCINA DEL PACÍFICO”, debido a que las montañas interrumpen en el mar y sus aguas forman una especie de piscina natural. Es considerado uno de los mejores lugares de esta provincia;

además posee embarcaciones que realizan tours por su isla y sus alrededores, avistamiento de ballenas, aves, buceo y snorkel. Con todos estos esfuerzos por parte de la población por llevar adelante iniciativas productivas, Ayangue se encuentra en una situación que presenta problemas ambientales, proliferación de animales que deambulan por las calles como perros que dan una mala imagen a este sector turístico; además la población se ha visto limitada al emprendimiento ya que no existen condiciones favorables al acceso económico para desarrollar actividades productivas, en cuanto al factor humano, las personas que se encuentran involucradas en la actividad turística tienen falencia en lo que se refiere a la atención al cliente, manejo de alimentos, esto hace muchas veces, que los visitantes o turistas no encuentren la satisfacción a sus necesidades requeridas.

Lamentablemente la comuna de Ayangue presenta otro inconveniente que es fundamental para que la misma no desarrolle turísticamente de manera sostenible, como es el acceso a la gestión por parte de sus habitantes que se ve limitada por cuanto no existe una organización que trabaje de manera articulada con los organismos tanto público, privado como las ONG's, para el progreso económico, cultural, ambiental, y social de manera sustentable de la comunidad.

El desarrollo turístico debe fundamentarse en la utilización de los recursos de manera razonables, sin hacer uso de ellos de forma que impacten negativamente el ambiente y los mismos. Por lo tanto, podemos manifestar que es un requerimiento indispensable elaborar un Plan Estratégico en el que se establezcan estrategias a seguir a través de líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente para el desarrollo del turismo comunitario de la comunidad de Ayangue.

Formulación del Problema

¿De qué manera incide la carencia de un Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Comunitario en la Comuna Ayangue parroquia Colonche cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena, año 2014?

Sistematización del Problema

¿Cuál es el Marco Teórico en el que se fundamenta el Plan Estratégico turístico para la comunidad de Ayangue?

¿Las técnicas que se emplean en el estudio responden a las necesidades del trabajo de investigación?

¿Cuáles son las condiciones que presenta la comuna de Ayangue para el desarrollo del turismo comunitario?

¿Los resultados del estudio suministran la información acertada para plantear los lineamientos de acción que sirva de base para la gestión del turismo comunitario?

¿El Plan Estratégico del Turismo Comunitario para Ayangue, establecerán las estrategias más acertadas para el desarrollo económico, cultural, social y ambiental de ésta comunidad?

Evaluación del Problema

Delimitado: Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue, parroquia Colonche, del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, 2014.

Claro: El presente estudio está redactado de manera clara, sencilla, con ideas precisas.

Evidente: El estudio analiza e interpreta la causa y efecto del problema para darle solución.

Relevante: El estudio es relevante porque se busca con sus resultados el desarrollo turístico comunitario, que genere ingresos económicos y empleos de manera sostenible.

Original: El estudio es único en la comunidad, no se han realizado estudios sobre Plan Estratégico para el turismo comunitario en Ayangue.

VARIABLES: El proyecto de investigación cuenta con dos variables: Independiente y dependiente, las que serán correlacionadas y comprobada.

JUSTIFICACIÓN

La utilidad teórica del estudio se encuentra inmersa en los principios teóricos referenciales sobre el turismo comunitario, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de sus habitantes de manera sostenible; la gestión comunitaria encauzada al resultado del proceso de participación de la comunidad en todas las fases de la intervención; y los diferentes enfoques sobre los planes estratégicos orientados a un proceso planificado de acciones para cumplir objetivos.

La eficacia metodológica de la presente investigación concierne a lograr los objetivos planteados en el estudio. Para ello fue necesario emplear la metodología adecuada, que considere los métodos, técnicas e instrumentos validos; más eficaces para el procesamiento de los datos obtenidos en la investigación.

La justificación de la presente investigación, está relacionado, con la utilidad práctica que se le dé a los resultados, en la comuna de Ayangue, dentro del contexto turístico.

La importancia que tenga el Plan Estratégico del Turismo Comunitario, es el de emprender en acciones conjuntamente con el gobierno el Gobierno en la ejecución

de proyectos para el progreso tanto en lo económico, social, ambiental y cultural, de manera sustentable.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un Plan de Desarrollo Turístico para la comunidad de Ayangue, con el fin de que la comunidad conserve los recursos naturales y culturales, proveyendo servicios apropiados a los visitantes y turistas de tal manera que se garantice su satisfacción.

Objetivos Específicos

- ▶ Fundamentar teóricamente el objeto de estudio, con el fin de que sirva de orientación en el desarrollo de la investigación.
- ▶ Establecer las estrategias metodológicas a emplearse en el estudio, en base a técnicas e instrumentos adecuados que asegure el correcto procedimiento del trabajo de investigación.
- ▶ Analizar los resultados del estudio que proporcione la información acertada permitiendo tomar decisiones en cuanto a las estrategias y líneas de acción que conduzca al desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue.
- ▶ Diseñar un Plan Estratégico del Turismo Comunitario con el fin de impulsar el desarrollo económico, cultural, social y ambiental de la comunidad.

HIPÓTESIS

Con la elaboración de un Plan Estratégico se logrará desarrollar el turismo comunitario en la comuna de Ayangue.

VARIABLES

Las Variable Dependiente: Plan Estratégico.

Es un documento en el que los máximos responsables de una empresa o institución establecen la estrategia a seguir en un periodo determinado a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente de la organización.

Variable Independiente: Turismo comunitario.

Esta variable tiene que ver con la organización comunitaria, en la que se gestiona la oferta turística que brinda la comunidad, basado en prácticas democráticas y solidarias en el trabajo.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES
CUADRO N.º 1 VARIABLE DEPENDIENTE

Variable I.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Plan Estratégico	Es un documento en el que los máximos responsables de una empresa o institución establecen la estrategia a seguir en un periodo determinado a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente de la organización.	Gestión	Interés	¿Considera usted que las personas que visitan la comuna de Ayangue se sienten interesados por conocer el sector?	Encuestas
			Infraestructura	¿Considera usted que existe la infraestructura pública para el desarrollo del turismo?	
		Estrategias	Generación de ingresos	¿Cree usted que el impulso turístico proporciona a la población un desarrollo económico?	
		Responsables	Voluntad	¿Cree usted que los servidores turísticos tienen voluntad para desarrollar el turismo?	
		Líneas de acción	Plan Estratégico	¿Está usted de acuerdo que se elabore un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue?	

Fuente: Comuna Ayangue. (2014)
Elaborado por: Borbor, P. (2014)

CUADRO N.º 2 VARIABLE INDEPENDIENTE

Variable D.	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Ítems	Instrumentos
Turismo comunitario	Se refiere a las empresas que desarrollan el turismo en la localidad, con prácticas democráticas, las mismas que mediante la autogestión se encaminan a mejorar la oferta existente en la comunidad.	Organización	Desarrollo de la oferta turística	¿Cree usted que la población colabore en mejorar el producto turístico?	Encuestas
			Necesidades del turista	¿Cuál cree usted que son las mayores necesidades que tiene el turista a la hora de visitar Ayangue?	
		Autogestión	Minimizar el impacto en los recursos	¿Ustedes como servidores turísticos han tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ayangue?	
		Prácticas democráticas	valores y destrezas	¿Considera usted que los productos turísticos que oferta la comuna están basados en los conocimientos valores y destrezas tradicionales de la comunidad?	
		Prestación de servicios	Alianzas	¿Considera usted que existe el interés de los servidores turístico en promover alianzas con otros sectores para el desarrollo del turismo comunitario?	

Fuente: Comuna Ayangue. (2014)
 Elaborado por: Borbor, P. (2014)

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES

Tres perspectivas fundamentales son abordadas por el turismo comunitario, todas ellas de relevancia para las comunas que emprenden en él: Una de ellas es la sensibilidad especial que muestra el entorno natural y sus particularidades culturales. La otra se refiere a la búsqueda de sostenibilidad social y natural; la tercera es el control efectivo del negocio turístico.

El turismo comunitario se practica ahora no solo en los países en desarrollo de Asia, África y particularmente de América Latina, sino que de manera creciente también se lo hace en Canadá, Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda.

En el Continente Americano lo practican federaciones nacionales y redes que agrupan las iniciativas de este tipo de turismo para trazar sus propias modalidades. En el Ecuador, el turismo comunitario tiene gran importancia se lo considera como oportunidad de progreso socio-económico; al punto que se reflexiona como motor estratégico para desarrollo de la localidad, al mismo tiempo que propicia el contacto intercultural positivo entre los habitantes de la comunidad y el turista.

Se considera que en las comunidades la naturaleza es uno de sus principales focos de atracción. Las virtualidades del turismo comunitario apuntan a la práctica de actividades económicas ambientalmente sustentables, que se basan en la autogestión y el desarrollo endógeno relacionados con la participación y el control comunitario de la actividad turística.

Al ser una opción complementaria a los modelos clásicos de desarrollo y al armonizar las actividades económicas con la necesidad de conservar el medio ambiente, el turismo comunitario se proyecta como un ejercicio estratégico de desarrollo económico, social y cultural; capaz de abordar exitosamente los más acuciantes desafíos del mundo actual. Lo que persigue el presente estudio es desarrollar en Ayangue un Plan Estratégico para el turismo comunitario que vincule el crecimiento con la conciencia ambiental y cultural de la comuna Ayangue, población de pescadores situada en el km 19 de la ruta del Spondylus, ya es un foco de atracción turística nacional e internacional, pero requiere de acciones que conviertan al turismo en una actividad ambiental, económica y culturalmente sostenible, al mismo tiempo satisfacer con eficacia las expectativas, las necesidades de los turistas y de sus propios habitantes.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La propuesta y los análisis del presente estudio se basan, en el aspecto teórico, en el trabajo de varios investigadores y autores que consideran al turismo comunitario como un instrumento de Planificación Estratégica.

1.2.1. Planificación

Los esfuerzos que realizan las organizaciones con el fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos se enmarcan dentro de una planificación. Este proceso requiere respetar una serie de pasos que se establecen en un primer momento, para lo cual aquellos que elaboran una planificación manejan diferentes herramientas y expresiones.

La planificación supone trabajar en una misma línea desde el comienzo de un proyecto, ya que se requieren múltiples acciones cuando se organiza cada uno de

los proyectos. Su primer paso dicen los expertos, es trazar el plan que luego será concretado: A continuación se observan las ventajas que tiene al aplicar la planificación.

1.2.1.1 Plan Estratégico

Toda organización exitosa debería contar con un Plan Estratégico que incluya elementos y conceptos tales como la Visión y la Misión, generalmente considerados como solo un decorado en las paredes de las organizaciones.

(De Vicuña, 2012), menciona que:

El Plan Estratégico es difundido entre todos los miembros de la organización, en este caso la comuna Ayangue, se forman sinergias que involucran a la participación de todo el conglomerado en la búsqueda de los objetivos estratégicos, con una idea clara del rumbo al que apunta la comunidad o la organización. Esto induce a todos a comprometerse con ese destino. Pág. 39.

Al diseñar un Plan Estratégico, lo que se está diseñando es el futuro deseado de Ayangue mediante un proceso sistemático para gestionar la evolución de la actividad hacia el turismo sostenible y un futuro comunitario mejorado.

El Plan Estratégico propicia la construcción consensuada de los planes operativos y los programas institucionales que permitirán una eficaz gestión del desarrollo turístico en la comuna.

La eficacia del Plan dependerá de que su diseño tome en cuenta el diagnóstico adecuado de las potencialidades y capacidades de la comuna para aprovechar las oportunidades que genera el turismo, así como la vulnerabilidad y amenazas que pueden atentar contra el éxito.

1.2.1.2 Ventajas de la Planificación.

Existen una serie de ventajas para las empresas que planifican, las cuales se señalan a continuación:

- ✚ Contribuye a actividades ordenadas y con un propósito. Todos los esfuerzos están apuntados hacia los resultados deseados y se logra una secuencia efectiva de tales esfuerzos. El trabajo no productivo se minimiza.
- ✚ Señala la necesidad de cambios futuros. Ayuda a visualizar las amenazas y oportunidades que se pueden presentar y evaluar nuevos campos para una posible participación en ellos. Lo anterior permite evitar la entropía, es decir, la tendencia de que las cosas sigan su curso hacia la destrucción.
- ✚ Proporciona una base para el control. La planificación y el control son inseparables, ya que son como los gemelos de la administración. Cualquier intento de controlar sin planes carece de sentido, puesto que no hay forma de que las personas sepan si van en la dirección correcta, a no ser que primero tengan en claro a donde ir. Así, los planes proporcionan los estándares de control.
- ✚ Obliga a la visualización de un todo. Se obtiene una identificación constructiva con los distintos problemas y las diversas potencialidades de la organización en general. Esta forma de abarcar todo es valiosa, pues capacita al gerente a ver relaciones de importancia, a obtener una comprensión más plena de cada actividad y a apreciar las bases sobre las cuales están apoyadas sus acciones administrativas.
- ✚ Dirige la atención hacia los objetivos. Ayuda a tener siempre presente, por parte de todos los componentes de la organización, los objetivos de esta y

la adecuación de ellos al medio, cuando es necesario. Así lo manifiesta (Carvajal, 2005)

1.2.1.3 Proceso de Planificación.

(Carvajal, 2005) Establece el proceso de planeación, destacando como actividades que están presentes prácticamente en todas las organizaciones, como la función inicial en toda técnica administrativa. En tal sentido se realiza el diagnóstico interno y externo, la misión, estrategia, visión, quienes son los grupos implicados, hasta llegar a las acciones estratégicas, tal cual muestra el esquema N° 1.

ESQUEMA N.º 1 PASOS DEL PROCESO DE PLANIFICACIÓN



Fuente: Carvajal, (2005)
Elaborado por: Borbor, P. (2014)

1.2.1.4 Planes de Desarrollo.

Un Plan de Desarrollo es un instrumento de gestión usado con el fin del desarrollo social de un territorio específico, a la vez es un diseño de un futuro esperado por

la población. (Carvajal, 2005) Manifiesta que: “El desarrollo es una construcción social histórica que alude a un proceso de articulación social que abarca los ámbitos material, socio-político y cultural”.

Un criterio muy acordado que aporta es el dado por (Cebrián, 2008) quien afirma que: “El Plan de Desarrollo invita al cambio de todos los actores sociales, para ser mejores y abordar objetivos para la construcción del bien común”. El Plan Estratégico como instrumento de Gestión del Desarrollo Local, se convierte en el punto de partida para empezar a unir esfuerzos y ser más competitivo y sostenible para el desarrollo integral y el mejoramiento de las capacidades humanas.

1.2.1.5 Modelos De Planes De Desarrollo Turísticos Comunitario

a) Modelo de Planificación para el progreso sustentable comunitario

Este modelo de planificación, busca transformar los recursos existentes en productos rentables a lo largo del tiempo. Se trabaja en los atractivos naturales y culturales, sobre la infraestructura de servicios, sobre las personas y la calidad de atención y sobre las organizaciones (públicas y privadas) que operan en una comunidad determinada.

ESQUEMA N.º 2 MODELO DE PLANIFICACIÓN PARA EL PROGRESO SUSTENTABLE



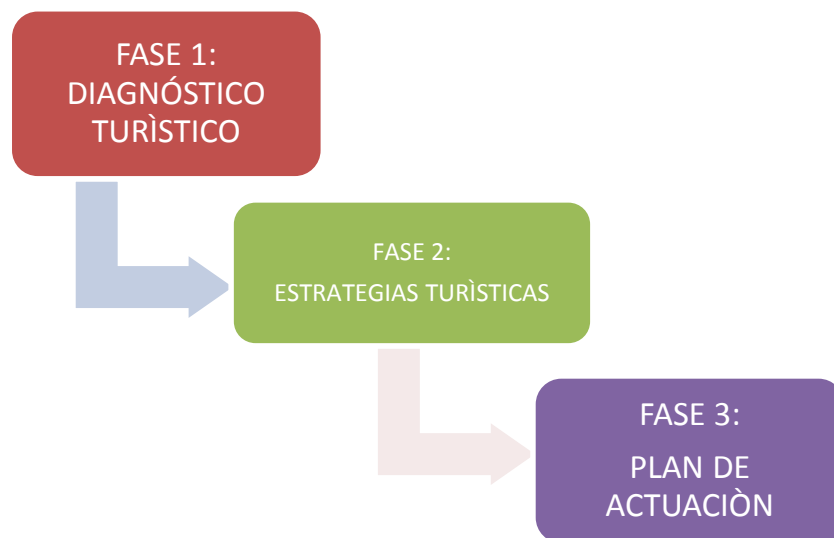
Fuente: Fundación de Ecoturismo de Argentina, (2008)
Elaborado por: Borbor, P. (2014).

b) Modelo De Planificación Para Empresas Comunitarias

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

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

ESQUEMA N.º 3 MODELO DE PLANIFICACIÓN PARA EMPRESAS COMUNITARIAS



Fuente: Núñez, (2009)
Elaborado por: Borbor, P. (2014)

El Diagnóstico Turístico: Es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. El diagnóstico constituye la fuente directa de información que permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos.

Estrategias Turísticas.-Es un conjunto de acciones que son planificadas de manera tal que contribuyan a lograr un fin u objetivo que se ha determinado previamente. Las estrategias van de la mano con el modelo de negocio. ¿Qué quiere decir esto? Que en función de ese modelo, las áreas relacionadas con la planificación, plantean las estrategias que la empresa debe adoptar para obtener los resultados que espera, y llegar así al objetivo propuesto.

Plan de negocios es un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro. Es una herramienta de uso interno, ya que le permite evaluar la viabilidad de las ideas y concretar un seguimiento de la puesta en marcha; una plataforma de análisis y pruebas, en la que pueden quedar archivados muchos proyectos.

Este modelo de planeación para una empresa comunitaria muestra la secuencia de acciones a seguir, que van desde la formulación hasta la implementación de la estrategia llamado "Proceso Estratégico".

ESQUEMA N.º 4 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO



Fuente: Núñez, (2009)
Elaborado por: Borbor, P. (2014)

Como se puede establecer en el gráfico, este modelo se basa en las estrategias como proceso de planeación, se fija primero los objetivos específicos, los mismos que direccionan el objetivo general, para proceder a elaborar las estrategias, evaluarlas, implantarlas, con el objeto de medir sus resultados, que tanto efectivo fueron las estrategias empleadas.

Los puntos que se deben desarrollar en el Plan Estratégico Comunitario (P.E.C.) comunitario son los siguientes:

ESQUEMA N.º 5 PLAN ESTRATÉGICO COMUNITARIO (P.E.C.)



Fuente: ASCANIO, (2007)
Elaborado por: Borbor P., (2014)

1) El Plan Estratégico del turismo comunitario desde un enfoque sistémico contiene lo siguiente:

La visión responde a la pregunta: ¿qué queremos ser o a donde queremos llegar? y resume el enfoque estratégico de la empresa en un objetivo inspirador que engloba al resto y es a largo plazo. En el fondo viene a ser una declaración de intenciones acerca de la situación que se desea para la empresa en el futuro, que debe ir más allá de los objetivos financieros e involucrar a los empleados

emocionalmente. En otras palabras la visión es la que da sentido a los cambios, evoca una imagen mental clara y positiva del futuro, cresa orgullo y energía, es memorable es motivante, es idealista, encaja con la historia y la cultura de la organización, establece estándares que reflejan los ideales elevados, clarifica los objetivos y la dirección”. (Carrión Morato, 2007).

La misión expresa la razón de ser de la empresa y su objetivo primordial. Constituye la auténtica declaración de principios corporativos, y es aconsejable que esté redactada explícitamente; en el desarrollo de la actividad empresarial conviene tener claro desde el principio todos los aspectos que contienen la misión”. (Carrión Morato, 2007).

La misión tiene que estar orientada al turismo como un sector productivo agregado a los existentes y a quienes deseen ser parte, como también considerar a los beneficiarios locales.

2) Ejecución del Plan Estratégico.

Para ejecutar la planificación se debe de crear o mejorar los sistemas para recopilar datos, la misma que requiere una cuidadosa planificación para asegurar que la ejecución sea exhaustiva, eficaz en función del costo y puntual. Esto comporta una serie de tareas que deben conciliarse dentro de un marco de ciclo de proyecto de planificación y que van desde la identificación y el análisis de las necesidades pasando por la formulación y el presupuesto del proyecto, hasta el diseño, la ejecución, el seguimiento y la evaluación del sistema.

3) Ponderación

La ponderación es la forma en que se aplican las reglas, es decir, las normas que tienen la estructura de preceptos de optimización. Estas normas no determinan

exactamente lo que debe hacerse, sino que ordenan “que algo sea realizado en la mayor medida posible, dentro de las posibilidades reales existentes”.

Para establecer esa “mayor medida posible” en que debe realizarse la norma, es necesario confrontarlo, con el objeto de verificar la variable mayor ponderada y proponerla como solución para el caso. En la planificación estratégica es importante la ponderación, porque esto permite tomar acciones para el desarrollo turístico de la comunidad de Ayangue.

4) Conclusiones

Una conclusión es una proposición al final de un argumento, luego de las premisas. Si el argumento es válido, las premisas implican la conclusión. Sin embargo, para que una proposición constituya conclusión no es necesario que el argumento sea válido: lo único relevante es su lugar en el argumento, no su rol o función.

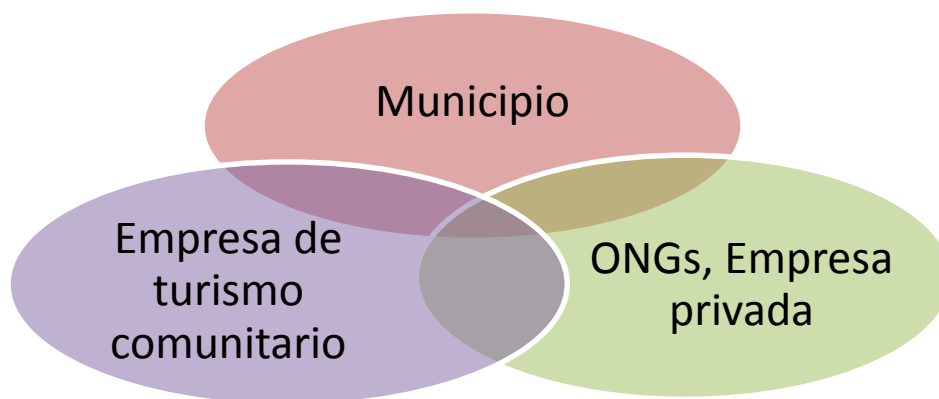
Antes que nada se debe recordar que una conclusión es una proposición lógica final y no una "opinión", sin embargo, se debe de recordar que para poder concluir debemos de basarnos en ciertas proposiciones que no sean falacias o simplemente falsas.

La Planificación Estratégica de Ayangue, debe de partir de un análisis situación del contexto turístico de la comunidad, identificar problemas para luego concluir. El modelo que se tomará como base para la planificación comunitaria de la comuna de Ayangue es el propuesto por (Nuñez, 2009), en el que consta de tres fases, el mismo que parte de un diagnóstico turístico de la comunidad, para luego plantear sus estrategias que orienten las acciones del plan, para culminar con la planificación operativa, tal cual muestra el esquema.

1.2.1.6 Responsables del Turismo Comunitario Local

El desarrollo del turismo comunitario es una tarea que corresponde al Estado y a los gobiernos locales mediante acuerdos de colaboración permanente que aborden especialmente el tema de la inversión pública.

ESQUEMA N.º 6 RESPONSABLES DEL TURISMO



Fuente: Cañada & Gascón , (2006)
Elaborado por: Borbor. (2014)

El turismo es un importante incentivo para el desarrollo local. Este sector en auge permite dinamizar las actividades económicas tradicionales, por lo tanto la responsabilidad que tiene el municipio, como ente público es coadyuvar al desarrollo de las comunidades rurales

(Cañada & Gascón , 2006), establecen que:

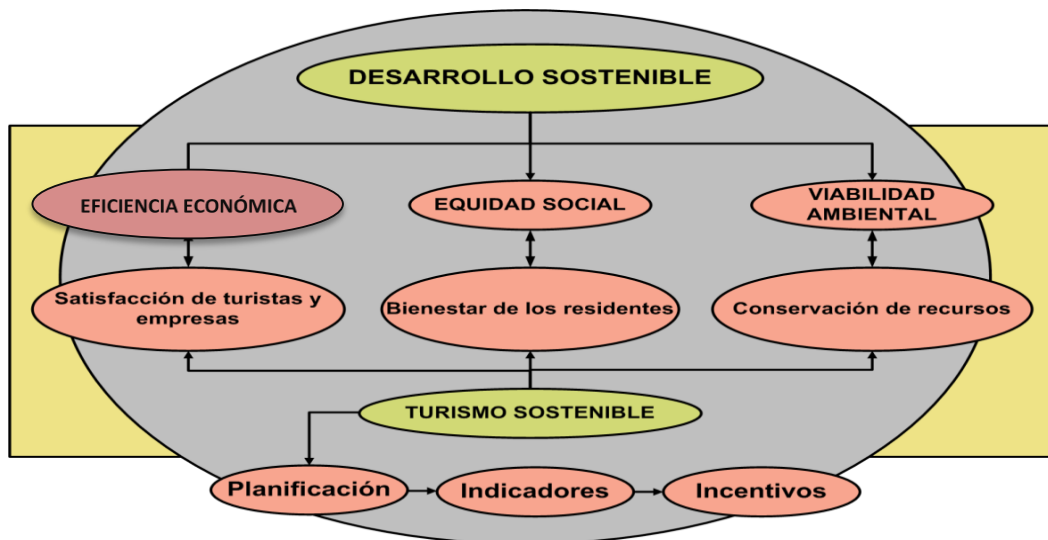
La comunidad siente la necesidad de organizarse para emprender un trabajo. Este debe arrancar en la realización de diagnósticos físicos, sociales, culturales y económicos de la comunidad.

El proceso de solución diseñado configura una estructuración formal con elementos interdependientes que forman un todo orgánico. El principio de toda organización es por lo tanto el desarrollo de fines y objetivos claros como respuesta pensada por un grupo humano que construye soluciones. Las ONG'S y las empresas privadas son coadyuvantes del proceso comunitario. Pág. 32.

1.2.2 Políticas de Sostenibilidad

(González & León, 2010) Argumenta que “El turismo sostenible es el paradigma que agrupa y da sentido al conjunto de preocupaciones y respuestas que nacen de la interacción entre esta actividad humana, la conservación del medio ambiente, y el desarrollo de las sociedades humanas”, pág. 30.

ESQUEMA N.º 7 EL TURISMO SOSTENIBLE



Fuente: González & León, (2010)
Elaborado por: Borbor P., (2014)

En la política de sostenibilidad incluye políticas como:

- ✚ Políticas del entorno natural.
- ✚ Políticas del entorno cultural.
- ✚ Políticas del entorno económico.

1.2.3 Oferta Turística

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios, por lo

tanto debería reflejar el capital directamente computable a los efectos turísticos.”
(Cabarcos Novás, 2006).

Adicionalmente (Quesada, 2010) menciona que:

“La oferta turística es el conjunto de transportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean utilizados por los turistas para desplazarse permanecer, y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones.”, pág. 136.





Los siguientes elementos deben estar incluidos en la oferta turística:

- a) Atractivos Naturales. Deben de existir programas de conservación ambiental e infraestructura para vincular el atractivo a las actividades turísticas.
- b) Atractivos Culturales. Se debe de realizar investigación, y sistematización de la riqueza cultural local.
- c) Atractivos Recreacionales. Estos atractivos tienen que ver con el rescate de juegos tradicionales. Planificación con el fin de insertarlo en la actividad turística.

De acuerdo con (Quesada, 2010) los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera los desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados la materia prima del turismo.”, pág. 170.




El Ecuador tiene enormes ventajas comparativas en lo que se refiere al ecoturismo como baluarte del turismo comunitario, realidad que beneficia también a Ayangue. El país más mega biodiverso del planeta al contar con la mayor

biodiversidad por unidad de superficie a escala mundial, característica que le permite al Ecuador brindar al turista una enorme variedad de atractivos naturales y culturales en sus cuatro regiones naturales:

-  Galápagos o Región Insular.
-  Costa o Litoral.
-  Andes o Interandina.
-  Amazonía u Oriental.

Tal diversidad se complementa con la ventaja de que el Ecuador ocupa un territorio relativamente pequeño que permite desplazamientos internos también relativamente cortos dentro de sus aproximadamente 256.000 Km².

1.2.3.1 Recursos para el turismo de naturaleza.

-  La comuna Ayangue además de su playa principal cuenta también con las playas Portete Grande, Portete Chico, Lobo Marino, Las Iguanas y Playa Rosada; playas que cuentan en sus alrededores áreas verdes ideales para el avistamiento de aves, caminatas, paseos a caballos y camping. A estos atractivos también se les considera alternativos para los visitantes.
-  El escenario paisajístico de la comuna Ayangue, es considerado por religiosos, como un lugar ideal para meditar, como resultado de aquello se destaca la ubicación bajo el mar de una estatua denominada Cristo de las Aguas.
-  Otra de las acciones favorable para el turismo es haber ubicado bajo el mar un barco cerca del islote El Pelado con la finalidad de mantener las especies marinas, según información de los prestadores de servicios de la comunidad.

1.2.3.2 Productos Turísticos del Ecuador

Las líneas de producto en nuestro país, el cual direccionan el desarrollo turístico, está basado en sol y playa, turismo comunitario y turismo cultural. Por tanto, se puede indicar que, las líneas de productos y variedades en la comuna Ayangue, es de un turismo de sol y playa, siendo su principal carta de presentación, del cual se originan actividades como paseos en bananas, buceo, pesca deportiva, avistamiento de ballenas y aves, diagonal a su malecón se encuentran ubicadas cabañas-restaurant construidas de material rustico típicas de un turismo comunitario. Su apetecida gastronomía es muy consumida por los visitantes destacándose la langosta, el pescado frito y el arroz ayanguero. Las fiestas populares de la comuna Ayangue se realizan los 24 del mes de mayo de cada año en homenaje a la virgen María Auxiliadora considerada Patrona de la comunidad, estos servicios y eventos se asocian y junto a dirigentes comunales asociaciones y prestadores de servicios aportan para darle relevancia al turismo en la comuna Ayangue.

En estas líneas de productos se percibe una oferta muy heterogénea en la que junto a un pequeño grupo de productos Estrella hay productos de bajo valor potencial que solo tienen sentido como oferta complementaria o de turismo local. El turismo comunitario figura dentro de las líneas de productos.

1.2.3.3 Beneficios del turismo comunitario en Ayangue.

El turismo comunitario tiene beneficios tanto económico, social, cultural, (ASCANIO, 2007) identifica tres dimensiones, las mismas que son:

- a) Una dimensión económica, referida a mejorar los productos turísticos en los mercados, y caracterizada por: una elevada división del trabajo entre las empresas del sistema productivo local, que estimula el cambio tecnológico.

- b) Una dimensión socio-cultural, tiene que basarse en sus valores para el desarrollo de la comunidad, las mismas que se fortalecen en el ejercicio de la propia estrategia, y constituye un conjunto de elementos entre los que podemos resaltar: una profunda identidad local proyectada en una cultura propia; la consideración de la capacidad empresarial y de iniciativa como valor social positivo en la colectividad.
- c) Dimensión política y administrativa, en que las iniciativas locales crean un entorno local favorable a la producción e impulsan el desarrollo sostenible.

1.2.3.4 Vías de acceso

Sin adecuadas vías de acceso, el turismo comunitario es inviable. Para acotar este tema se toma lo dado por (Quesada, 2010) quien advierte que:

Un núcleo receptor turístico debe ser fácilmente accesible, pues de otra forma se restringe o impide su visita. Cuanto mejores sean las vías de acceso, mayores son las posibilidades de su desarrollo, pues su comunicación terrestre, aérea y de otro tipo (acuática, funicular etc.) incrementaran las corrientes de visitantes domésticos y del exterior. Pág. 32

1.2.3.5 Seguridad, Salud y Servicios Básicos.

La comodidad y la seguridad del turista requieren que la cobertura turística contenga adecuados sistemas de comunicación, internet, telefonía, programas de salud preventiva y primeros auxilios, pues nadie está libre de un percance.

En cuanto a los Elementos del Turismo, (Quesada, 2010) afirma que:

La ausencia de agua en muchos casos es el principal factor a resolver, para un buen desarrollo turístico, otro componente de trascendental importancia

es la energía eléctrica, pues sin ella la planta turística tampoco funciona. La electricidad como fuente de energía es la que hace posible la operación de toda la gama de servicios producidos por el equipamiento y las instalaciones turísticas. Las comunicaciones resultan importantísimas tanto para los turistas como para los prestatarios turísticos, a más de los servicios hospitalarios y los de seguridad que son también necesarios para garantizarles a los turistas una grata permanencia. Pág. 193.

El bienestar de la población depende de la satisfacción de sus necesidades básicas. Las condiciones que influyen en mayor medida en el desarrollo turístico de la comunidad son: la carencia de agua potable, seguridad y salud.

1.2.4 Demanda: consumidor.

El éxito de un Plan de Desarrollo Turístico se deriva también de un adecuado estudio de mercado para determinar cuál es la realidad de la demanda local, regional e internacional.

El consumo óptimo se alcanza cuando los visitantes eligen los bienes y servicios turísticos que maximicen su bienestar, tomando en cuenta sus gustos, sus ingresos, sus gastos, así como las expectativas en la variación de precios.

1.2.5 Turismo Interno

Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas.

Una encuesta realizada hace 10 años por el MINTUR determinó que el turismo interno en el Ecuador abarcaba entonces un volumen de casi 10 millones de visitantes, de los cuales 3.504.131 (36%) eran excursionistas y 6.354.341 (64%) eran turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

En cuanto a preferencias de actividad de turistas internos, el mismo estudio hace una muestra de 2'666.315 turistas nacionales para conocer las preferencias y sitios de visita.

En el 2013 se registró 11,3 millones de visitas internas, superando a las 2,3 millones del 2005, las personas que laboran en turismo se incrementaron en un 40% desde el 2006, año en el que existían 8.000 empresas dedicadas este rubro en Ecuador, frente a las 20.000 que operaron en el 2012 y que emplean a cerca de 100.000 trabajadores, de acuerdo con cifras del ministerio de Turismo.

Por lo tanto se puede indicar que el turismo interno en el Ecuador ha tenido un desarrollo, el mismo que se orienta a impulsar mayormente las actividades turísticas.

CUADRO N.º 3 PREFERENCIAS DE ACTIVIDADES DE TURISTAS NACIONALES

Actividad realizada	Total de visitantes	%
Diversión	1.214.990	45,60
Visitar naturaleza o áreas protegidas	695.169	26,10
Practicar deportes	326.317	12,20
Gastronomía	170.882	6,40
Observar flora y fauna	79.232	3
Visitar sitios arqueológicos, históricos	77.126	2,90
Realizar compras	52.381	2
Visita a comunidades	4 473	0,20
Visitar shamanes, curanderos	1.608	0,10
Otros	44.137	1,70
Total del universo	2.666.315	100

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador
Elaborado por: Borbor P., (2014)

Las preferencias de turistas nacionales en cuanto a sus actividades que realizan

beneficia paulatinamente en posesionar turísticamente a la comuna Ayangue y sus servicios turísticos, por poseer un escenario paisajístico natural, gastronomía, y su flora y fauna marina ajustándose a la fuente del Ministerio de Turismo del Ecuador tal como lo indica el cuadro N°3 de las preferencias del turista nacional.

**CUADRO N.º 4 PREFERENCIAS DE VISITA ATRACTIVOS
TURÍSTICOS NACIONALES**

Atractivo visitado	Total de visitantes	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
Total del universo	2.666.315	100

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador
Elaborado por: Borbor P., (2014)

1.2.6 Comercialización

Según (Publicaciones Vertice S.L., 2008) “Comercialización es la acción y efecto de comercializar poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.”. Pág. 97.

El desarrollo turístico de Ayangue deberá tomar en cuenta una comercialización adecuada, que incluya un Plan de Promoción y Publicidad de los productos turísticos de la comuna.

1.2.7 Superestructura: Política administrativa.

De acuerdo con lo expuesto por (Aramberri, 2011).

La superestructura turística es entendida como aquel soporte del cual hacen parte los institutos e identidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, que tienen como función principal el desarrollo y fomento del turismo. Dentro de tal superestructura la responsabilidad de administración del turismo recae desde el nivel más alto, hasta los de dirección o institutos adscritos a bienestar social u otros organismos del Estado, es decir, allí participan entidades nacionales, departamentales y municipales. Pág.16.

Otro Autor manifiesta que:

Las superestructuras turísticas son el conjunto de instituciones públicas o privadas, así como los procesos de mercadeo del producto turístico. Comprende todos los organismos especializados tanto públicos como privados encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico. (Miralbell Izard, 2010).

1.3 TURISMO COMUNITARIO

1.3.1 Concepto de Turismo

Hoy en día ha crecido el índice de personas, cuentan con los recursos económicos y al mismo tiempo gozan del tiempo libre necesario para realizar viajes; el turismo

ha sido asociado a la acción de viajar por placer, sin embargo en esta asociación no se consideran motivaciones y dimensiones. Por esta razón existe un sin número de percepciones acerca del término turismo, no obstante, uno de los conceptos más acertados los expone (Cabarcos Novás, 2006), quien define al turismo como “el conjunto de actividades en el que se encuentran los recursos turísticos, los mismos que son aprovechados por una planta de servicio y dinamizados por visitantes y turistas..” Pág. 2.

1.3.2 Tipos de Turismo.

Hay diferentes formas de clasificar el turismo, debido a que a medida que pasa el tiempo se va identificando nuevas necesidades de las personas para efectuar desplazamientos, aun así, para efectos de esta investigación se empleará una clasificación general del turismo que es la siguiente:

✚ Turismo de Descanso o de Sol y Playa: A este tipo de turismo se lo conoce comúnmente como el turismo convencional o como también de "sol y playa", es un producto legítimo de la sociedad urbana e industrial, y su particularidad esencial es un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde la perspectiva de la demanda.

✚ Turismo Científico: Este tipo de turismo es efectuado específicamente por los viajeros que pretenden abrir sus fronteras para la investigación con el fin de ampliar y complementar sus conocimientos.

✚ Ecoturismo: Este tipo de turismo se fundamenta en la conservación del entorno sin alterar el equilibrio del medio ambiente, junto a esto, el ecoturismo se apega a un sentido de ética, pensando en el bienestar de la comunidad local más allá del disfrute del viajero, esta clase de turismo es realizado en zonas rurales y en paisajes naturales.

✚ Turismo de Aventura: Es una más de las clases de turismo alternativo, y seguramente una de las formas que genera mayores intereses a su alrededor, pues éste, implica la exploración de áreas remotas, donde el turista puede esperar lo inesperado.

✚ Turismo Cultural: Las personas inmersas en este tipo de turismo están motivadas al contacto con otras culturas y conocer más de su identidad. Pues esta modalidad hace ahínco en los aspectos culturales que oferta un determinado destino turístico.

✚ Turismo Histórico: Esta modalidad de turismo es efectuar particularmente en aquellos destinos turísticos que ofrecen como principal atractivo su valor histórico.

✚ Turismo Religioso: Al contrario de los anteriores segmentos del mercado turístico, éste sienta sus bases motivacionales en la fe, ya que las personas se desplazan a los diferentes destinos turísticos influenciados en actividades religiosas.

✚ Turismo Gastronómico: Al hablar de gastronomía, se refiere al estudio de la relación hombre, alimentación y medio ambiente, consecuentemente, el turismo gastronómico se refiere al impulso de las personas a visitar sitios para deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

1.3.3 Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario es definido genéricamente como un esquema en el que se haya una estructura empresarial, orientada a la gestión de los servicios y bienes con que cuenta la comunidad. Este tipo de turismo apunta a fomentar encuentros

de calidad con los visitantes, lo cual significa que el esfuerzo de la gestión debe satisfacer las expectativas del turista.

En este sentido, el turismo comunitario se ha destacado en los mercados internacionales como una nueva e interesante alternativa para quienes buscan experiencias turísticas de calidad ligadas al disfrute de la naturaleza.

(Rodríguez, 2005) Establece que:

El turismo comunitario es aquella actividad turística en donde el manejo, toma de decisiones, y participación accionaria de dicha actividad está a manos parcial o totalmente de las comunidades asentadas en un área natural apropiada para esta actividad, las cuales la comunidad y no individuos particulares reciben un porcentaje importante o la totalidad de los beneficios generados por esta actividad. Pág. 54

Las comunidades deberán asumir la responsabilidad de conservar sus recursos, esta iniciativa se encuentra planteada en publicaciones de asociaciones que tienen por objetivo el desarrollo del turismo comunitario, desde una perspectiva intercultural, tomando siempre en consideración el enfoque intercultural, el adecuado manejo de los recursos naturales y el respeto al patrimonio comunal y los derechos culturales y territoriales de las comunidades así lo expresa la (Guía de Turismo Comunitario Feptce 2006).

La característica del turismo comunitario es una oportunidad considerable del control, y los beneficios están en manos de personas de comunidades locales.

1.3.4 Organización Empresarial.

Es la comunidad donde radica la clave conceptual para definir al turismo comunitario, lo cual nos lleva a la pregunta de:

¿Qué concepto de comunidad sería operativo para comprender al turismo comunitario?

La comunidad es en el Ecuador una estructura que se desenvuelve como una organización marcada por liderazgos y relaciones de poder, con una fuerte adscripción territorial, organización que cuando funciona operativamente bien, viabiliza el funcionamiento del negocio turístico, lo adapta a sus propias formas organizativas y ayuda a otras comunidades a transitar por el mismo camino, tal como lo resalta (Cañada & Gascòn , 2006) “Así, un centro turístico exitoso puede ofrecer posibilidades laborales no sólo a sus habitantes, sino también a pobladores de zonas cercanas, ya sea de manera directa, indirecta o inducida, y ya sea de forma temporal o permanente”. Pág. 32.

El Turismo Comunitario desde la óptica de la economía social y (formas organizativas), se entiende como una empresa comunitaria, la misma que presenta ventajas en cuanto a la venta de sus productos.

La fuerza de lo comunitario, en el caso del Ecuador reside en factores sobre la vitalidad de culturas ancestrales, asentadas en un determinado medio geográfico, rodeado de naturaleza, manteniendo su cultura con el objeto de brindar experiencias a quienes la visitan.

El ecoturismo y etnoturismo adquieren una dimensión muy especial si se consumen desde el turismo comunitario, lo que coloca a este subsector turístico en una situación potencialmente privilegiada dentro del propio mercado. (Guía de Turismo Comunitario Feptce 2006)

La reivindicación de las organizaciones del turismo comunitario adquiere razón de ser. Desde el punto de vista legal y normativa, en el Ecuador aparece la Ley de Turismo del 2002, la que reconoce las operaciones turísticas comunitarias y

asimismo a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como su interlocutor colectivo.

En el año 2006 el Ministerio de Turismo y la FEPTCE llegan a un acuerdo para que esta organización se convierta en un protagonista para el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador. Por lo tanto se reconocen las actividades turísticas comunitarias; las mismas que forman alianzas entre el sector privado, público y comunitario.

Aquí surge una paradoja. Al mismo tiempo que la forma organizativa de la comunidad pudiera superar en eficacia y eficiencia a la propia organización empresarial, la estructura comunitaria, al apuntar a un sistema equilibrado, igualitario y rotativo en las tareas, puede volverse lenta y adversa a los requerimientos competitivos que plantea el mercado a nivel de servicios, calidad y prestaciones, temas que deben ser motivo de reflexión al analizar los proyectos de desarrollo turístico de Ayangue.

1.3.5 Autogestión

Respecto a la autogestión (Múnera, 2007) afirma que:

“La autogestión es un instrumento de desarrollo de carácter: Autónomo (la toma en sus manos). Integral (en todos los niveles) y Global y Universal (de los asuntos de todos los hombres). Pág. 179.

El desarrollo turístico de Ayangue bajo la modalidad del turismo comunitario, demandará una adecuada planificación estratégica y una efectiva participación de la comunidad en la toma de decisiones; pues al ser el turismo comunitario un instrumento de desarrollo colectivo, es indispensable la cooperación de todos los agentes sociales bajo la conducción de un grupo ciudadano organizado en una

asociación, uno de cuyos propósitos será promover acuerdos con las entidades públicas, los diferentes prestadores de servicios, entidades de educación superior, ciudadanos y visitantes que se quieran integrar.

El Esquema muestra los diferentes elementos que deberán promover el proyecto de turismo comunitario:

ESQUEMA N.º 8 ELEMENTOS DEL PROYECTO DE TURISMO COMUNITARIO



Fuente: Cañada & Gascón, (2006)
Elaborado por: Borbor P., (2014)

Esta interrelación ilustrada en el cuadro apunta a lograr que la gestión de cambio requerida en la comunidad, en este caso la comuna para viabilizar el proyecto de desarrollo turístico no debe ser aislada, pues, según Rosales, (2005), establece que “la política de cambio institucional y sectorial no se da de manera aislada de la política global, debe tener interrelación con las demás políticas sectoriales” Pág. 21.

El papel del sector público y privado en relación con el proceso de cambio debe ser discutido y adecuadamente orientado para identificar las nuevas actitudes por asumir. Las que no deben resultar del análisis económico únicamente, sino involucrar las relaciones Estado-sociedad civil y su poder de legitimación”.





Según este enfoque, el sector institucional asume la misión de promover acciones articuladas e incluyentes para atender las necesidades de la comunidad, la cual participa en la definición de la estrategia de la que se apropia desde el comienzo.

El liderazgo (en este caso de la Asociación promotora) debe coordinar la acción comunal alrededor de los objetivos compartidos, propiciando la participación ciudadana para evitar que el proyecto satisfaga intereses particulares.

1.3.6 Principios de Turismo Responsable.

El turismo responsable, el que respeta al medio ambiente, se sustenta en un Código de Conducta que ha sido publicado por el Manual de Calidad del Turismo Comunitario del Ecuador, partiendo de la base de que, como lo define (Muñoz Flores, 2006), “El turismo responsable es el turismo que satisface a los turistas, mantiene y mejora el medio ambiente del destino y beneficia a los residentes”. Pág. 83.

Seis elementos caracterizan al turismo responsable, según (García Téllez, 2006).

-  Usar sosteniblemente los recursos locales.
-  Mantener y promover la diversidad natural, económica, social y cultural.
-  Involucrar a la comunidad local en la planificación y la toma de decisiones.
-  Evaluar los impactos ambientales, sociales y económicos antes de desarrollar los planes de desarrollo turístico.

- ✚ Asegurar que las comunidades estén involucradas y se beneficien del turismo.
- ✚ Proporcionar la zona turística de manera responsable, respetando los ambientes locales, naturales y culturales”. Pág. 75.

Según la Guía de Turismo Comunitario (FEPTCE 2006), el turismo responsable se puede definir como “la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados, disponiendo los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados”

El respeto a la naturaleza, enfoque clave del turismo responsable, se basa en los siguientes principios:

1.3.6.1 Principios Ambientales.

- ✚ Porque es una forma de subsistencia para conservar el patrimonio natural.
- ✚ Porque es un factor importante para conservar nuestra diversidad de especies.
- ✚ Para valorar a la naturaleza, para cuidarla y mantenerla.
- ✚ Para evitar que se contamine nuestro patrimonio natural.
- ✚ Para cuidar y defender el territorio de las nacionalidades y pueblos.
- ✚ Para aprender y valorar nuestros recursos naturales.
- ✚ Para incentivar y concienciar a la gente a conservar el territorio.
- ✚ Para mantener el control de nuestro territorio.
- ✚ Porque apoya a la no extracción del Patrimonio Natural.
- ✚ Para concienciar a la gente de nuestras comunidades sobre el manejo de nuestros recursos naturales.
- ✚ Para contribuir mantener la diversidad agrícola de los territorios.

1.3.6.2 Principios Culturales.

- ✚ Para reivindicar nuestra identidad cultural.
- ✚ Para mantener nuestro idioma, forma de alimentación, vestimenta y costumbres ancestrales.
- ✚ Para revalorizar nuestra cultura.
- ✚ Para mostrar lo que éramos y aun somos.
- ✚ Para vivir en convivencia intercultural.
- ✚ Para evitar la pérdida de la cultura.
- ✚ Para rescatar y mantener el idioma.
- ✚ Para mantener la diversidad cultural de las nacionalidades y pueblos del Ecuador.
- ✚ Para promover relaciones respetuosas basadas en la interculturalidad.
- ✚ Para revalorar las prácticas, costumbres y saberes tradicionales.
- ✚ Para reafirmar el carácter pluricultural del Ecuador.

1.3.6.3 Principios Sociales.

- ✚ Para promover la práctica de los derechos colectivos.
- ✚ Para demostrar que no somos subdesarrollados.
- ✚ Para concienciar a los turistas sobre la importancia de la defensa de nuestros territorios.
- ✚ Para que los visitantes aprendan de nosotros.
- ✚ Para tomar nuestras propias decisiones e iniciativas
- ✚ Para beneficiar a nuestras comunidades.
- ✚ Para que nuestras futuras generaciones mantengan nuestro patrimonio.
- ✚ Porque es una alternativa que puede apoyar a nuestras familias.
- ✚ Para lograr el desarrollo social de la comunidad.
- ✚ Para fortalecernos a nivel organizativo.
- ✚ Para buscar acuerdos con los organismos públicos, privados y

comunitarios.

- ✚ Para dar a conocer a nuestras comunidades a nivel nacional e internacional.
- ✚ Para contribuir a mejorar las condiciones de la calidad de vida (mejores condiciones de salud, unión familiar, educación a los niños).
- ✚ Para evitar la migración.
- ✚ Para promover la integración de los miembros de la comunidad.
- ✚ Para promover la participación considerando el aspecto de género y generacional.
- ✚ Para fortalecer nuestro autoestima.
- ✚ Para promover la solidaridad, la cooperación, el respeto a la vida.

1.3.6.4 Principios Económicos.

- ✚ Para que haya fuentes de trabajo.
- ✚ Para generar ingresos económicos.
- ✚ Para contribuir a diversificar las actividades económicas y productivas de nuestras comunidades.
- ✚ Para generar una alternativa frente a las actividades extractivas.
- ✚ Para reinvertir los beneficios económicos en educación hacia nuestros hijos, en mejorar nuestra salud, tener servicios básicos, mejorar el nivel de vida.

1.3.6.5 Principios Políticos.

- ✚ Para ser escuchados como grupo no como personas individuales.
- ✚ Para lograr el empoderamiento de nuestras nacionalidades y pueblos.
- ✚ Para alcanzar y mantener una identidad frente a la defensa de nuestro territorio.

El respeto a estos principios garantiza que el desarrollo del turismo sea en Ayangue una experiencia exitosa, socialmente benéfica, económicamente rentable y ambientalmente segura, bases de un sistema de turismo sustentable que redunde en el progreso de toda la comunidad.

1.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El marco legal en que se sustenta la investigación es la norma constitucional que avala la organización comunitaria, es así que establece que se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

1.4.1 Ley de Turismo

La Ley de Turismo, determina los principios de la actividad turística, la iniciativa y la participación de las comunidades tanto indígenas, campesinas, montubias y negras o afro-ecuatorianas en la prestación de servicios turísticos.

1.4.2 Código Ético Mundial para el Turismo

El Código indica que la actividad, en la que se manejan los recursos turísticos de una localidad, de manera sustentable, debe incluir a todos los habitantes, para que conjuntamente realicen acciones en las que se observe la distribución equitativa de todos los recursos tanto naturales y culturales que posee dicha comunidad

1.4.3 Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitario

En el Reglamento para el Registro de Centros Turísticos comunitarios, define al

turismo comunitario como acciones de emprendimiento, referentes a servicios turísticos; las mismas que deben de desarrollar competencias en las actividades que ellas realicen.

El Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, parroquia Colonche, se fundamenta en estas leyes y reglamentos, las mismas que facilitan el desarrollo del turismo sostenible o comunitario. Incentivando las condiciones que dé impulso a esta práctica, generadora de ingresos económicos, creación de empleo, con participación social y consumo de los recursos tanto naturales como culturales de manera consciente.

Se puede establecer por lo tanto que es importante aplicar la planificación, para el desarrollo del turismo comunitario, ya que este contribuye a trabajar ordenadamente las actividades, buscando una necesidad de cambio a futuro, ya sea este a mediano y largo plazo, al igual que proporciona la base para llevar un control de las acciones que se llevan a cabo y dirige el esfuerzo hacia los objetivos.

El desarrollo del turismo comunitario debe de estar encaminado a un turismo sustentable, en el que intervengan, no sólo la comunidad, sino las empresas tanto públicas como privadas, tomando como guía o dirección las políticas que encauzan el desarrollo turístico del país. Basado en los principios del turismo responsable, como: los principios ambientales, culturales, sociales, económicos, y políticos, por lo tanto y basado en este enfoque teórico, se aplica la metodología que oriente a definir las necesidades que tiene la comuna de Ayangue, con el objeto de dar solución a las mismas

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio se encamina a dar respuestas a las interrogantes surgidas de la hipótesis, una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación. El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea.

La investigación se encauzó a describir las variables, utilizando la investigación de campo y bibliográfica, para responder a la pregunta: : ¿De qué manera incidirá la falta de un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, parroquia Colonche, cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena, año 2014?.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

2.2.1 Nivel Descriptivo o Correlacional.

Se relacionó la variable independiente “Plan Estratégico” como un documento en el que los máximos responsables de la administración de una comunidad establecen la estrategia a seguir en un periodo determinado a través de unas líneas de actuación que sirvan de base para la gestión eficaz y eficiente de la organización.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1 Por el Propósito.

El propósito orientó a la solución del problema del estudio, el mismo que tuvo su sustento en la asociatividad, como organización que centra su esfuerzo al mejoramiento de los habitantes de la comunidad.

2.3.2 Por el Lugar.

El Investigación Documental Bibliográfica:

Se refiere a que la investigación documental se rige bajo el diseño bibliográfico, por cuanto la información ha sido tomada de materiales impresos tales como libros, revistas, textos, entre otros. Una vez recabada la información se procedió a ordenarla para luego realizar su análisis respectivo y establecer las conclusiones necesarias de acuerdo al estudio realizado.

En esta investigación se analizó el Plan Estratégico, responsable del turismo comunitario local, las políticas de sostenibilidad, la oferta turística, turismo comunitario, Organización empresarial, principios del turismo responsable y la fundamentación legal en el que se sustenta el estudio.

2.3.3 Investigación de campo

Esta investigación dio respuesta a las interrogantes del estudio, e describieron las variables, y se recolectó la información con enfoque cuantitativo, con una probabilidad del 95% y un error del 0,5%.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1 Método Inductivo

La Inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, concluimos verdades generales.

Al emplear el Método Inductivo, se observaron las causas particulares, como es la falta de provisiones para mantener los recursos turísticos de manera sostenible, por parte de los prestadores de servicio turístico, falta de infraestructura pública para el desarrollo del turismo y ausencia de los servicios de calidad.

2.4.2 Método Deductivo

El conocimiento Deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. Así, de la teoría general acerca de un fenómeno o situación, se explican hechos o situaciones particulares.

Se estableció que es fundamental que los servidores turísticos formen alianzas para que, conjuntamente desarrollen el turismo y se orienten a la reducción del impacto ambiental. Incursionando los prestadores de servicios en el turismo comunitario, mediante la Planificación Estratégica que asegure una gestión exitosa

2.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.5.1 Encuesta

Las encuestas fueron dirigidas a los servidores turísticos y a los turistas que visitan Ayangue.

Se midió lo siguiente:

Prestadores de Servicios Turísticos

- ✚ Interés por conocer el sector.
- ✚ Generación de ingresos económicos.
- ✚ Desarrollo de la oferta turística.
- ✚ Voluntad para desarrollar el turismo.
- ✚ Minimizar el impacto en los recursos.
- ✚ Infraestructura para el desarrollo.
- ✚ Oferta de los productos turísticos.
- ✚ Necesidades del turista.
- ✚ Alianzas.
- ✚ Plan Estratégico para el turismo comunitario.

Encuesta a los turistas

- ✚ Procedencia.
- ✚ Ocupación o actividad.
- ✚ Frecuencia de visita.
- ✚ Días promedio de visita.
- ✚ Motivos.

- ✚ Preferencia de compañía.
- ✚ Transporte.
- ✚ Alojamiento.
- ✚ Calificación de los servicio.
- ✚ Vías de acceso.

2.5.2 La Entrevista

Los cuestionarios para la entrevista fueron con preguntas estructuradas con dos opciones. Las entrevistas fueron dirigidas al presidente de la comuna de Ayangue, al Vicepresidente, Secretario y Tesorero.

Los ítems fueron los siguientes:

- ✚ El turismo en Ayangue se ha desarrollado atendiendo las necesidades de los turistas.
- ✚ La planificación de las actividades turísticas es una vía de gestión para los servidores públicos.
- ✚ El desarrollo del turismo en Ayangue necesita de estrategias que asegure su permanencia en el mercado como destino turístico.

2.6 POBLACIÓN Y MUESTRA.

Para determinar la población y la muestra se investigaron a las personas que integran las diferentes asociaciones de la comuna de Ayangue, considerando las siguientes:

CUADRO N.º 5 POBLACIÓN

ORGANIZACIÓN	POBLACIÓN
Dirigentes de la comunidad	4
Turistas	1800
Prestadores de servicios turísticos	758
TOTAL	2562

Fuente: Casa comunal de Ayangue, (2013)
Elaborado por: Borbor P. (2014)

Muestra aleatoria simple: Se aplica el muestreo probabilístico con el método aleatorio simple.

Muestra dirigido a los prestadores de servicios turísticos

Su fórmula es:

$$n = \frac{N(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{K}\right)^2 + p.q}$$

$$n = \frac{758 (0,5.0,5)}{758-1 (0,05/2)^2 + 0,5.0,5}$$

$$n = \frac{189}{(757) (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{189}{0,723125}$$

$$n= 262$$

Lo que implica que la muestra probabilística sería 262 prestadores de servicios turísticos.

Muestra dirigido a los turistas

Su fórmula es:

$$n = \frac{N(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{K}\right)^2 + p.q}$$

$$n = \frac{1800 (0,5.0,5)}{1800-1 (0,05/2)^2 + 0,5.0,5}$$

$$n = \frac{450}{(1799) (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{450}{1,3743}$$

$$n = 327$$

Lo que implica que la muestra probabilística sería 327 turistas.

CUADRO N.º 6 MUESTRA

ORGANIZACIÓN	MUESTRA
Dirigentes de la comunidad	4
Turistas	62
Prestadores de servicios turísticos	327
TOTAL	393

Fuente: Casa comunal de Ayangue, (2013)
Elaborado por: Borbor P. (2014)

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS PRESTADORES TURÍSTICOS.

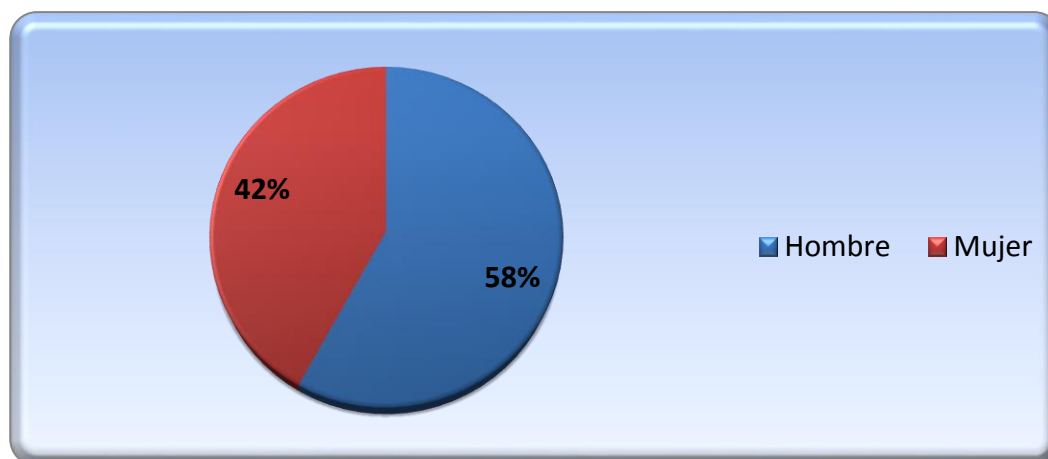
Pregunta 1. ¿Cuál es su sexo?

TABLA N.º 1 SEXO

Ítems	Valoración	F	%
1	Hombre	184	58%
	Mujer	78	42%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 1 SEXO



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

El gráfico indica que las personas que realizan y brindan servicios turísticos, en su mayoría son personas que corresponden al género masculino, con el 58%. Con un 48% se encuentra la mujer. Se evidencia la integración de la mujer en este ámbito productivo, para el desarrollo del turismo en la comuna de Ayangue.

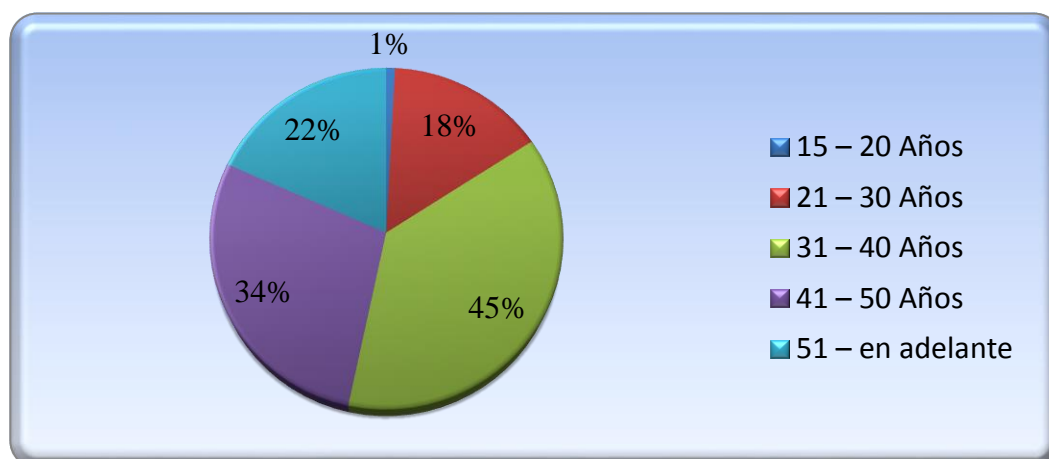
Pregunta 2. ¿Cuál es su edad?

TABLA N.º 2 EDAD

Ítems	Valoración	F	%
2	15 – 20 Años	3	1%
	21 – 30 Años	92	18%
	31 – 40 Años	63	45%
	41 – 50 Años	58	34%
	51 – en adelante	47	22%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 2 EDAD



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se observa que dentro de 31 – 40 años está el 45%, seguido del 34% que presenta un rango de 41 - 50 años en adelante; el 18% muestra un estado de 21 - 30 años. Se establece entonces que quienes prestan servicios turísticos están en la edad de una población económicamente activa. De todos los prestadores de servicios en su mayoría son personas, con una edad entre 31 y 40 años por el cual la investigación señala que es una edad bien considerada por los visitantes.

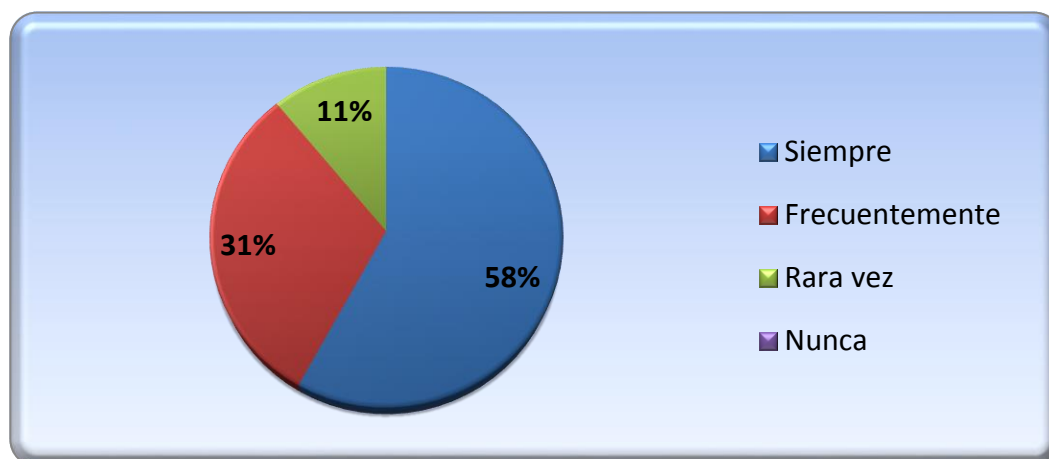
Pregunta 3. ¿Considera usted que las personas que visitan la comuna de Ayangue se sienten interesados por conocer el sector?

TABLA N.º 3 INTERÉS POR CONOCER EL SECTOR

3	Siempre	152	58%
	Frecuentemente	81	31%
	Rara vez	29	11%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 3 INTERÉS POR CONOCER EL SECTOR



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

De la gráfica se puede concluir que un 58% y 31% de las respuestas muestran que los habitantes de la comuna Ayangue tienen clara conciencia del potencial atractivo turístico que presenta y genera su comunidad y la satisfacción que causa entre sus visitantes por conocer este paradisiaco sector.

Esta conciencia mayoritaria es un activo psicológico que facilitará en expandir su involucramiento en un Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Comunitario y turismo en general.

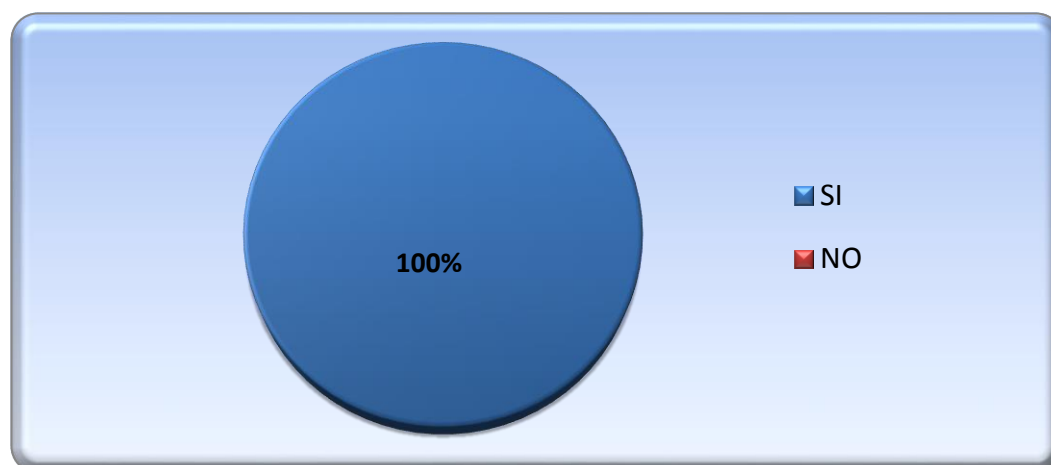
Pregunta 4. ¿Considera usted que las personas que visitan la comuna de Ayangue se sienten interesados por conocer el sector?

TABLA N.º 4 GENERACIÓN DE INGRESOS ECONÓMICOS

4	SI	262	100%
	NO	0	%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 4 GENERACIÓN DE INGRESOS ECONÓMICOS



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

El Si bien la respuesta es obvia, es interesante que exista unanimidad en la comunidad de Ayangue acerca del valor económico y sustentable del turismo en general y de su potencialidad para generar ingresos.

El hecho de que la respuesta positiva abarque al 100% de las personas encuestadas revela que no hay ninguna disidencia al respecto, como podría ocurrir si alguien de la población antes mencionada menospreciase el extraordinario potencial económico que tiene el turismo y en especial en territorio de la comuna Ayangue.

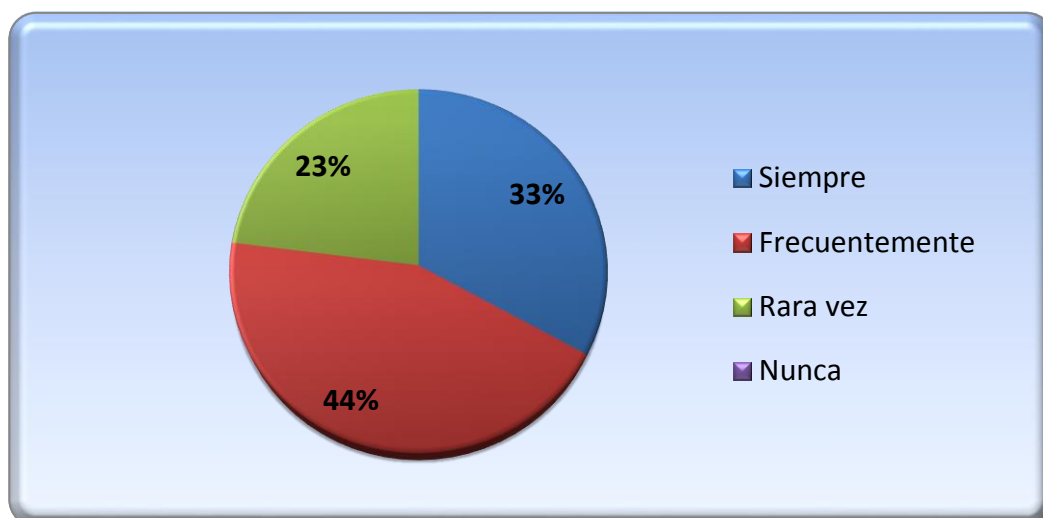
Pregunta 5. Cree usted que los habitantes están interesados en el progreso de la comunidad.

TABLA N.º 5 DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA

Ítems	Valoración	F	%
5	Siempre	86	33%
	Frecuentemente	115	44%
	Rara vez	55	23%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 5 DESARROLLO DE LA OFERTA TURÍSTICA



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se observa en el gráfico que el 44% de los encuestados señalan que frecuentemente los habitantes están interesados en el progreso de la comunidad, el 33% indica que siempre. Como bien se ha manifestado, el turismo comunitario es una especialidad del turismo que asigna a la comuna la mayor responsabilidad de su desarrollo, bajo el amparo de una planificación que se encargue de concretar el apoyo de los sectores público y empresarial.

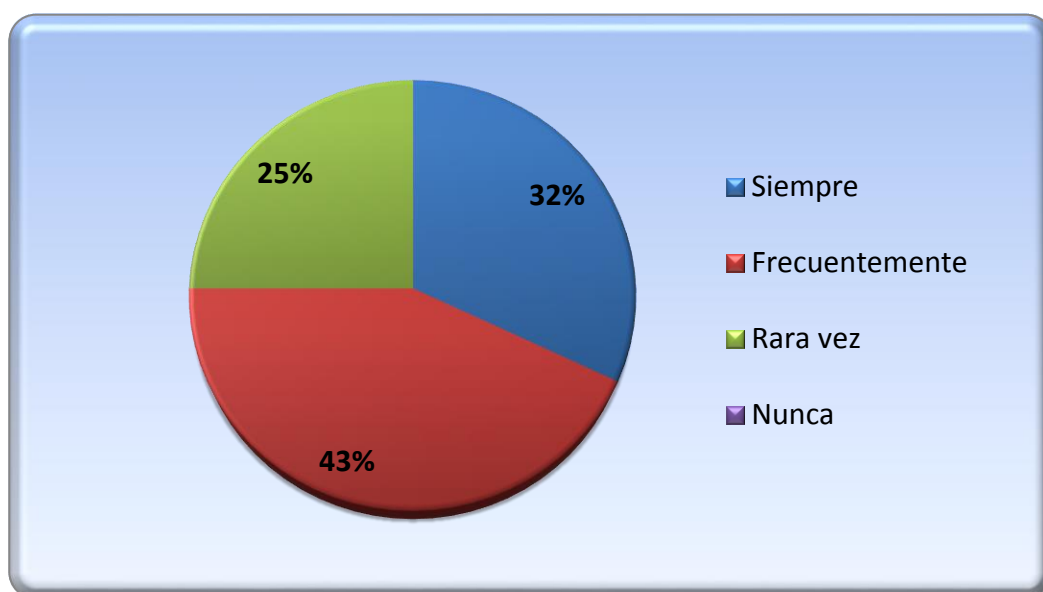
Pregunta 6. ¿Cree usted que los servidores turísticos tienen voluntad para desarrollar el turismo?

TABLA N.º 6 VOLUNTAD PARA DESARROLLAR TURISMO

Ítems	Valoración	F	%
6	Siempre	84	32%
	Frecuentemente	113	43%
	Rara vez	66	25%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 6 VOLUNTAD PARA DESARROLLAR TURISMO



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

La investigación refleja que los servidores turísticos tienen voluntad para desarrollar el turismo en Ayangue la actividad turística, con el apoyo de las autoridades comunales, parroquiales, municipales y provinciales, y de los gestores empresariales del turismo.

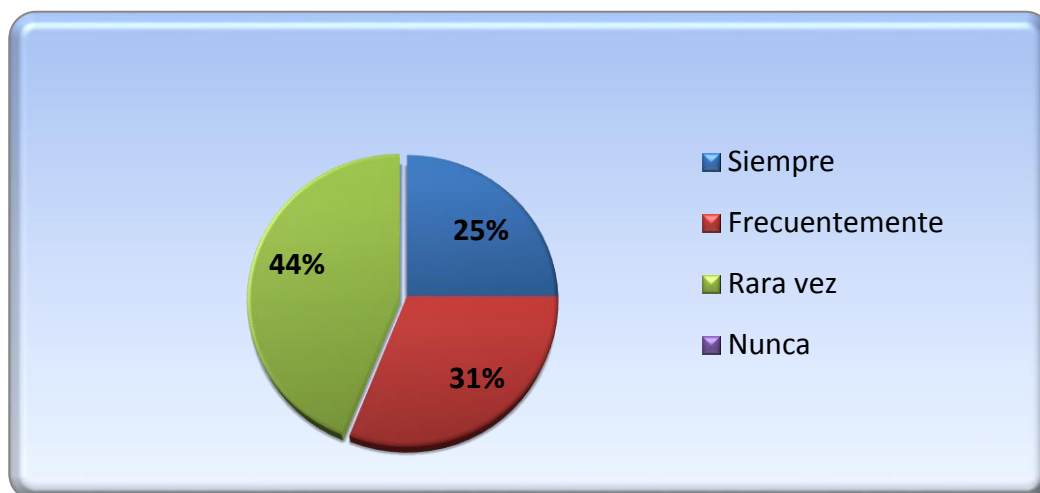
Pregunta 7 ¿Ustedes como servidores turísticos han tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ayangue?

TABLA N.º 7 MINIMIZAR EL IMPACTO EN LOS RECURSOS

7	Siempre	66	25%
	Frecuentemente	81	31%
	Rara vez	115	44%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 7 MINIMIZAR EL IMPACTO EN LOS RECURSOS



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

No hay unanimidad en la percepción de las medidas que se puedan tomar para minimizar el impacto del turismo en la comunidad y en el medio ambiente. En su mayoría afirman que rara vez se toman medidas preventivas, lo que revela que un importante segmento de la población mantiene una actitud crítica al respecto, lo cual debería ser motivo de investigación para analizar si la comuna cuenta con los servicios para desarrollar un turismo de calidad, y para garantizar la salud de los habitantes y la protección medio ambiental.

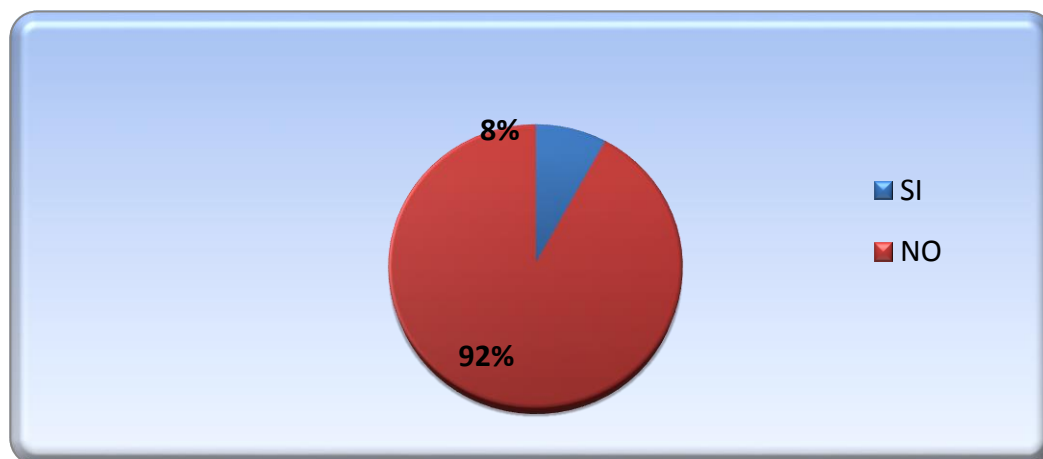
Pregunta 8. ¿Considera usted que existe la infraestructura pública para el desarrollo del turismo?

TABLA N.º 8 INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO

8	SI	21	8%
	NO	241	92%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 8 INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Estas respuestas mayoritariamente negativas dan la razón a quienes se mostraron escépticos en las respuestas a la pregunta anterior. Si Ayangue no cuenta con la infraestructura necesaria, el desarrollo sistemático y planificado del turismo de calidad es una utopía.

No puede haber una oferta turística de buen nivel si no hay infraestructura sanitaria, vías de acceso en buen estado, transporte frecuente y accesible, hotelería decorosa, internet, telefonía y servicios de salud. Sin estos requisitos, a lo sumo que Ayangue puede aspirar es a un turismo de tránsito, insuficiente para generar los ingresos que demanda el desarrollo socio económico de la comuna antes mencionada.

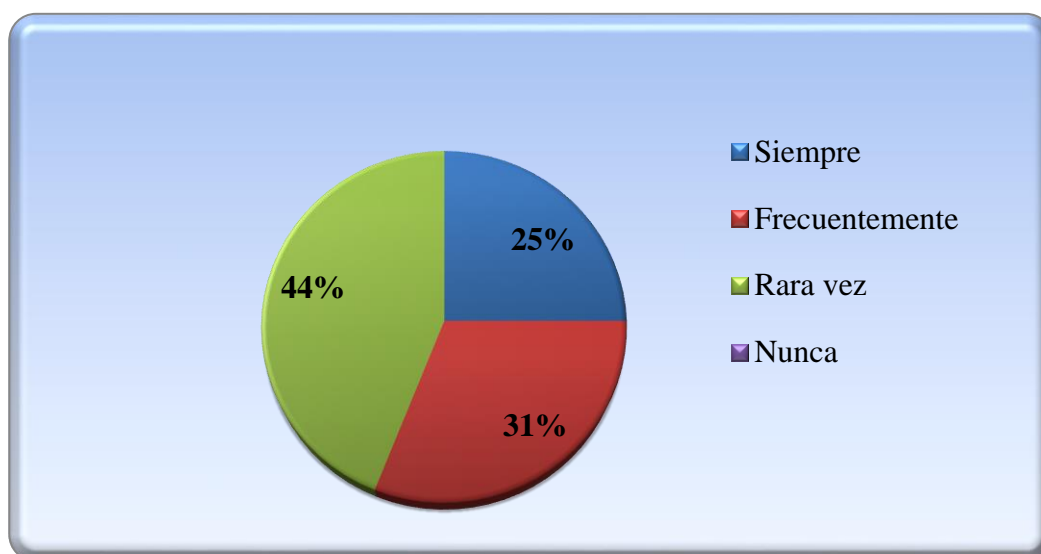
Pregunta 9. ¿Considera usted que los productos turísticos que oferta la comuna están basados en los conocimientos valores y destrezas tradicionales de la comunidad?

TABLA N.º 9 OFERTA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS

9	Siempre	121	46%
	Frecuentemente	141	54%
	Rara vez	0	0%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 9 OFERTA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Las respuestas a esta pregunta tienen un valor ambivalente. Por un lado, hay un criterio mayoritario de que la oferta turística se sustenta en las habilidades y capacidades de la comunidad. Pero de las respuestas anteriores se deduce que tales capacidades son insuficientes para ejecutar un plan estratégico de desarrollo turístico, al mismo tiempo hay serias deficiencias en infraestructura básica para ejecutar un proyecto de tal naturaleza.

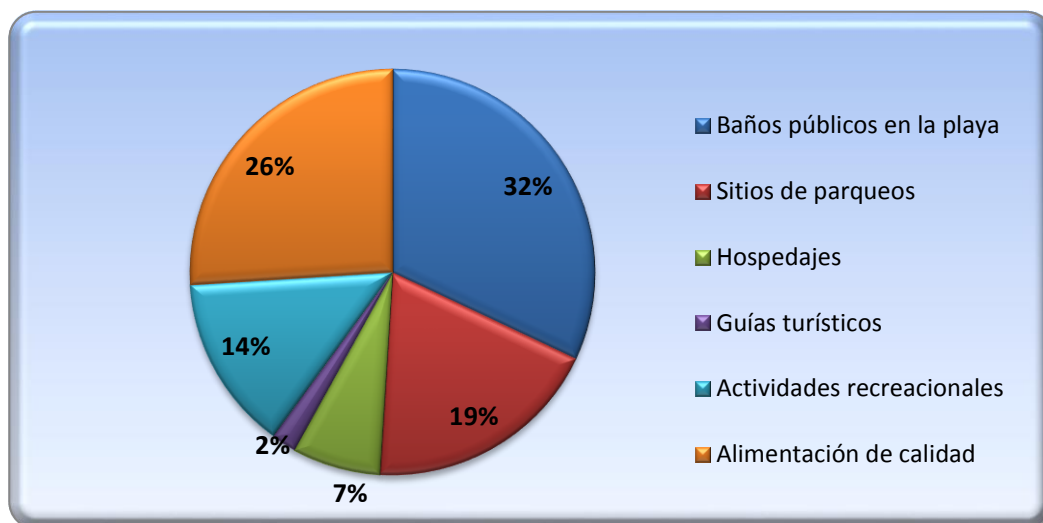
Pregunta 10. ¿Cuál cree usted que son las mayores necesidades que tiene el turista a la hora de visitar Ayangue?, indíquelas.

TABLA N.º 10 NECESIDADES DEL TURISTA

Ítems	Valoración	F	%
10	Baños públicos en la playa	84	32%
	Sitios de parqueos	50	19%
	Hospedajes	18	7%
	Guías turísticos	5	2%
	Actividades recreacionales	37	14%
	Alimentación de calidad	68	26%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 10 NECESIDADES DEL TURISTA



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Estas respuestas, por la valoración de las necesidades del turista en su orden de importancia, revelan que el que llega a Ayangue es mayormente un turismo de tránsito, pues los turistas no pernoctan en el balneario por las deficiencias en cuanto a hospedaje. He aquí el gran desafío de los planificadores para crear la infraestructura que motive al turista a pernoctar en Ayangue en condiciones satisfactorias de seguridad, confort y amenidad.

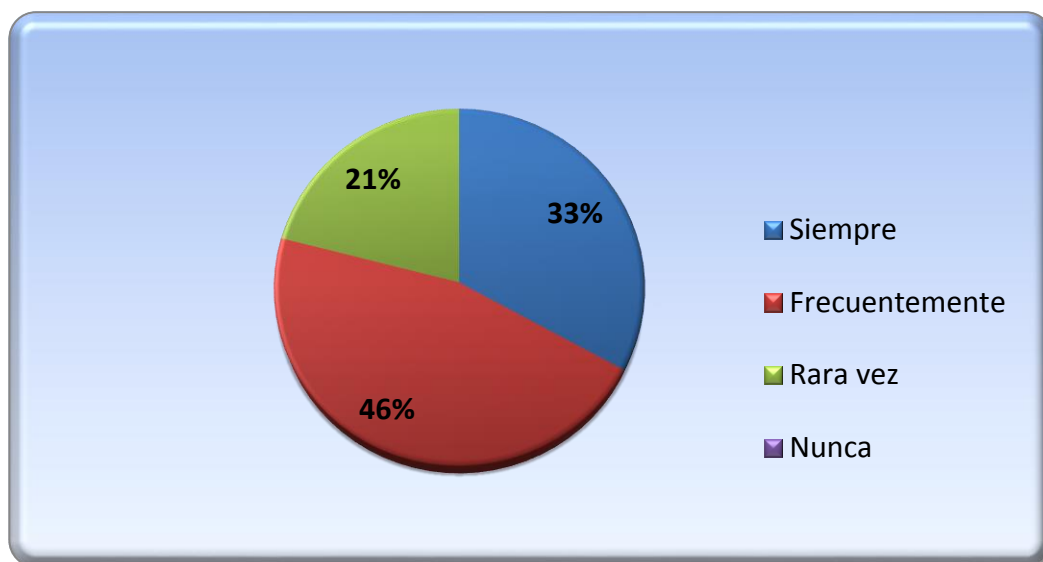
Pregunta 11. ¿Considera usted que existe el interés de los servidores turístico en promover alianzas con otros sectores para el desarrollo del turismo comunitario?

TABLA N.º 11 ALIANZAS

Ítems	Valoración	F	%
11	Siempre	86	33%
	Frecuentemente	121	46%
	Rara vez	55	21%
	Nunca	0	0%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 11 ALIANZAS



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se demuestra que el desarrollo del turismo y en especial del comunitario requieren de alianzas estratégicas que permitan el involucramiento de todos los gobiernos públicos locales y nacionales y los actores empresariales que estén dispuestos.

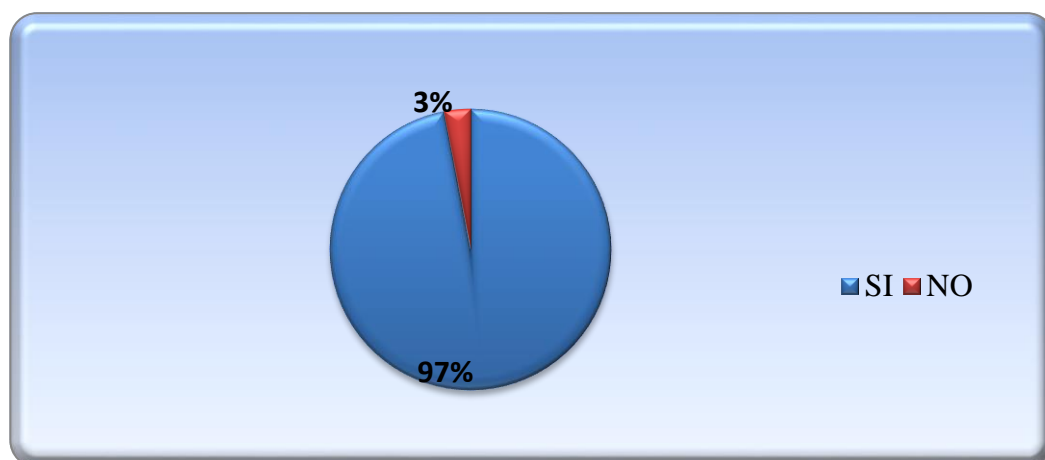
Pregunta 12 ¿Está usted de acuerdo que se elabore un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue?

**TABLA N.º 12 PLAN ESTRATÉGICO PARA EL TURISMO
COMUNITARIO**

Ítems	Valoración	F	%
12	SI	254	97%
	NO	8	3%
	TOTAL	262	100%

Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

**GRÁFICO N.º 12 PLAN ESTRATÉGICO PARA EL TURISMO
COMUNITARIO**



Fuente: Prestadores de servicios turísticos de Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

La conciencia de que el desarrollo del turismo es utópico sin una adecuada planificación es otro factor positivo que en su momento va a facilitar la participación de la ciudadanía de la comunidad en general, la ejecución operativa del Plan Estratégico a diseñarse para incorporar a la comuna de Ayangue al grupo de comunidades con un acelerado y sostenido desarrollo comunitario. El éxito de este tipo de turismo depende precisamente de la participación comprometida de toda la ciudadanía de la comunidad.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS TURÍSTICOS.

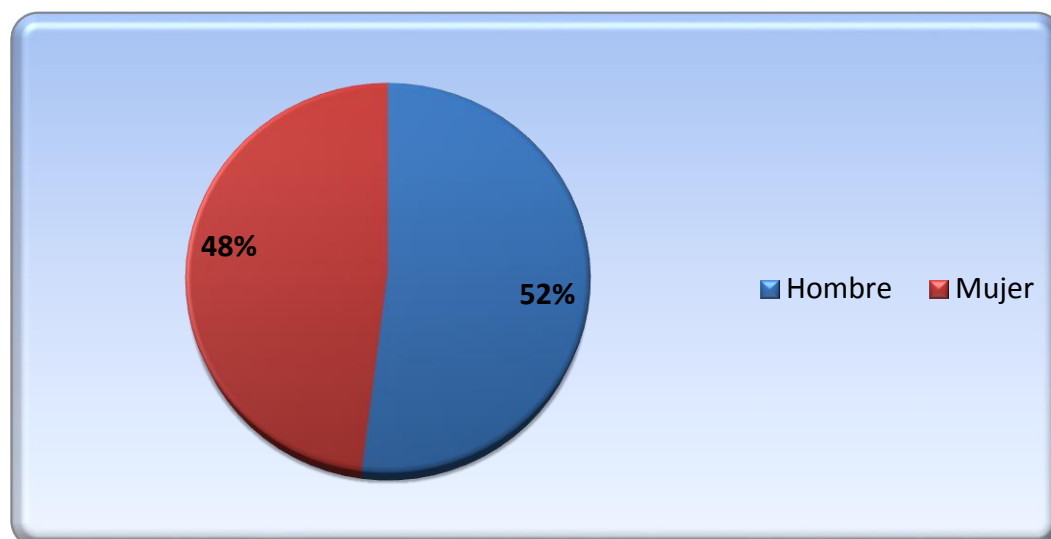
Pregunta 13. ¿Cuál es su sexo?

TABLA N.º 13 SEXO (TURISTAS)

13	Hombre	170	52%
	Mujer	157	48%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 13 SEXO (TURISTAS)



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se puede establecer que quienes se trasladan a la comuna de Ayangue en su mayoría son hombres, tal como muestra el gráfico; EL 48% corresponden a un flujo de turistas de mujeres. Por lo tanto vemos caracterizada la demanda en el segmento por género.

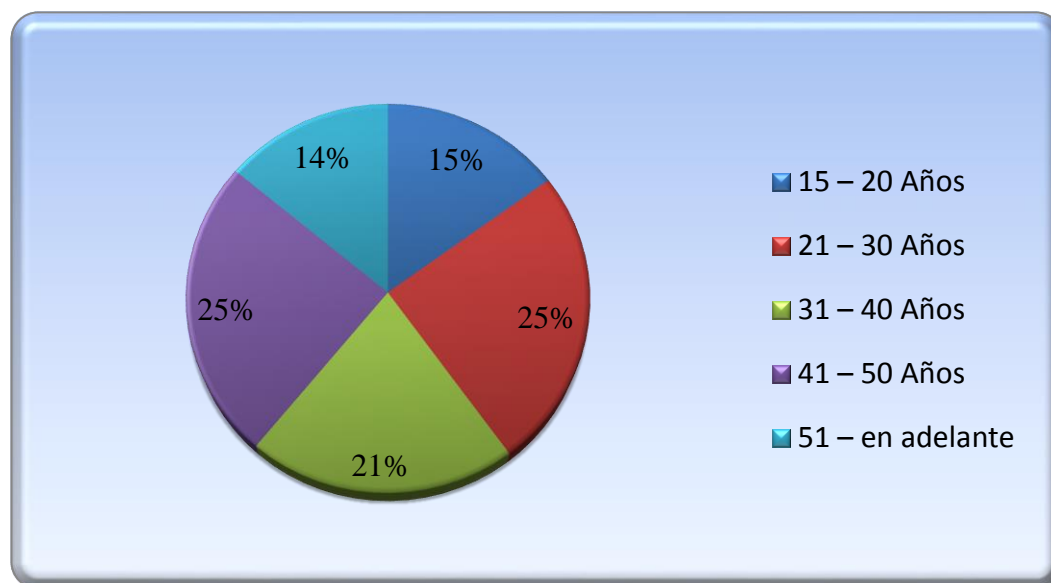
Pregunta 14. ¿Cuál es su edad?

TABLA N.º 14 EDAD (TURISTAS)

Ítems	Valoración	F	%
14	15 – 20 Años	49	15%
	21 – 30 Años	82	25%
	31 – 40 Años	69	21%
	41 – 50 Años	82	25%
	51 – en adelante	46	14%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 14 EDAD (TURISTAS)



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se aprecia en el gráfico que el segmento más importante para el desarrollo del turismo de Ayangue se encuentra en el rango de 21 a 40 años. Es en este segmento en donde se debe de dirigir las acciones para formar los productos turísticos.

Pregunta 15. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

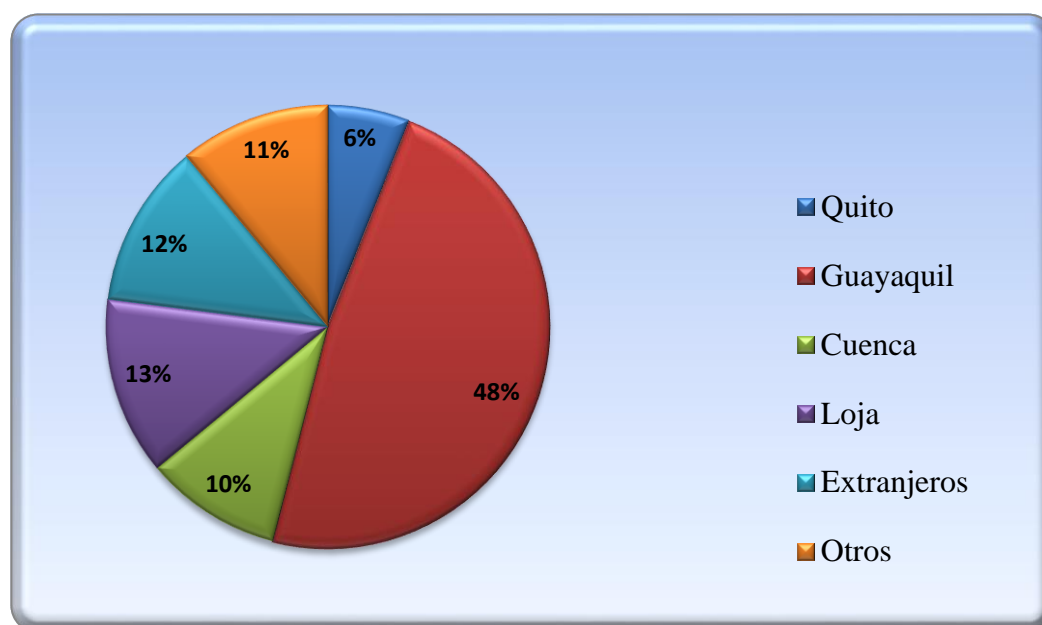
TABLA N.º 15 PROCEDENCIA

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	Quito	20	6%
	Guayaquil	157	48%
	Cuenca	33	10%
	Loja	43	13%
	Extranjeros	39	12%
	Otros	36	11%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 15 PROCEDENCIA



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

Como se observa en el gráfico, el 48% de los visitantes y turistas proviene de la ciudad de Guayaquil, el 13% de Loja, el 12% corresponden a los turistas extranjeros y el 10% provienen turistas de la ciudad de Cuenca. En menor porcentaje, Quito. Estas respuestas orientan directamente el lugar donde se encuentra el mercado turístico, con el objeto de desarrollar estrategias y posicionar turísticamente a la comuna Ayangue.

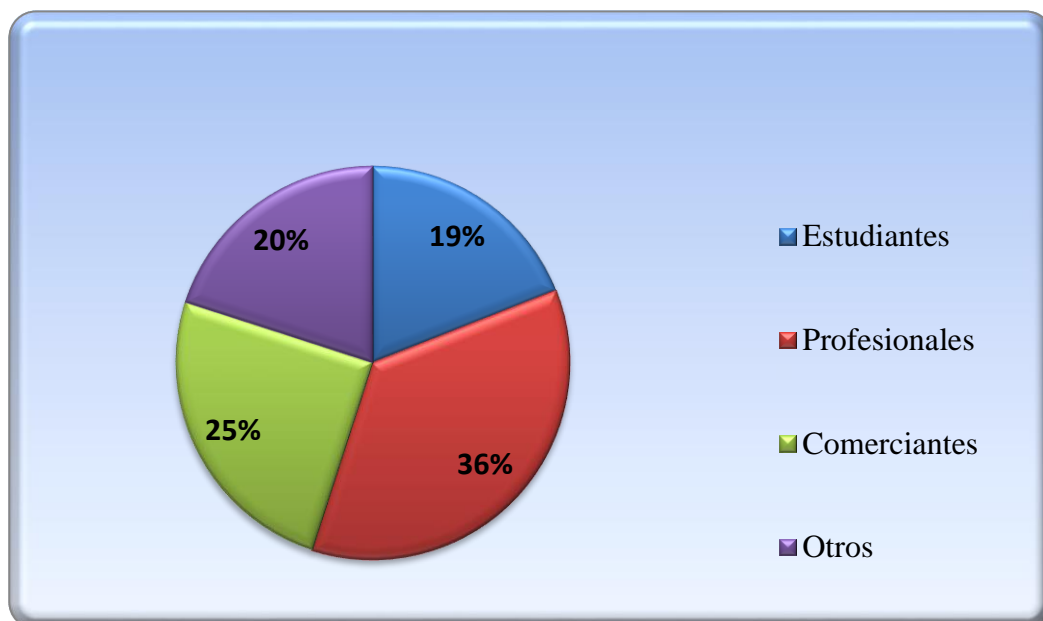
Pregunta 16. ¿Cuál es la ocupación o actividad que usted realiza?

TABLA N.º 16 OCUPACIÓN O ACTIVIDAD

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16	Estudiantes	62	19%
	Profesionales	118	36%
	Comerciantes	82	25%
	Otros	65	20%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 16 OCUPACIÓN O ACTIVIDAD



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se puede apreciar que el 36% de los turistas que visitan la comuna de Ayangue, tienen título universitario. La ocupación, es la actividad en la que se ubican mayormente los profesionales y comerciantes quedando demostrado que la comunidad es reconocida por profesionales.

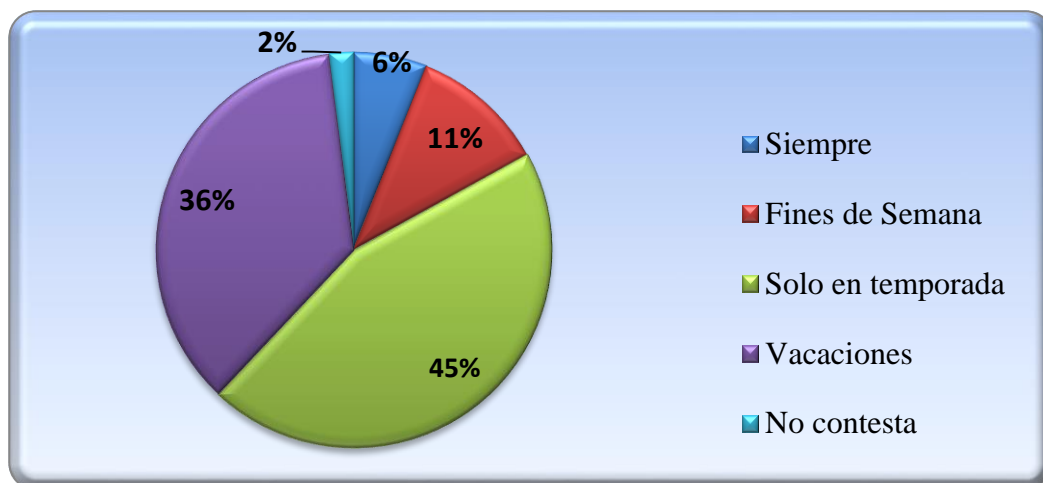
Pregunta 17. ¿Con qué frecuencia visita usted Ayangue?

TABLA N.º 17 FRECUENCIA DE VISITA

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
17	Siempre	20	6%
	Fines de Semana	36	11%
	Solo en temporada	147	45%
	Vacaciones	117	36%
	No contesta	7	2%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 17 FRECUENCIA DE VISITA



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Se establece que el 45% llega Ayangue sólo en temporada, el 36% visita la comunidad en vacaciones; el 11% lo hacen los fines de semanas. Estas respuestas conforman también la naturaleza estacional del turismo en la comuna de Ayangue.

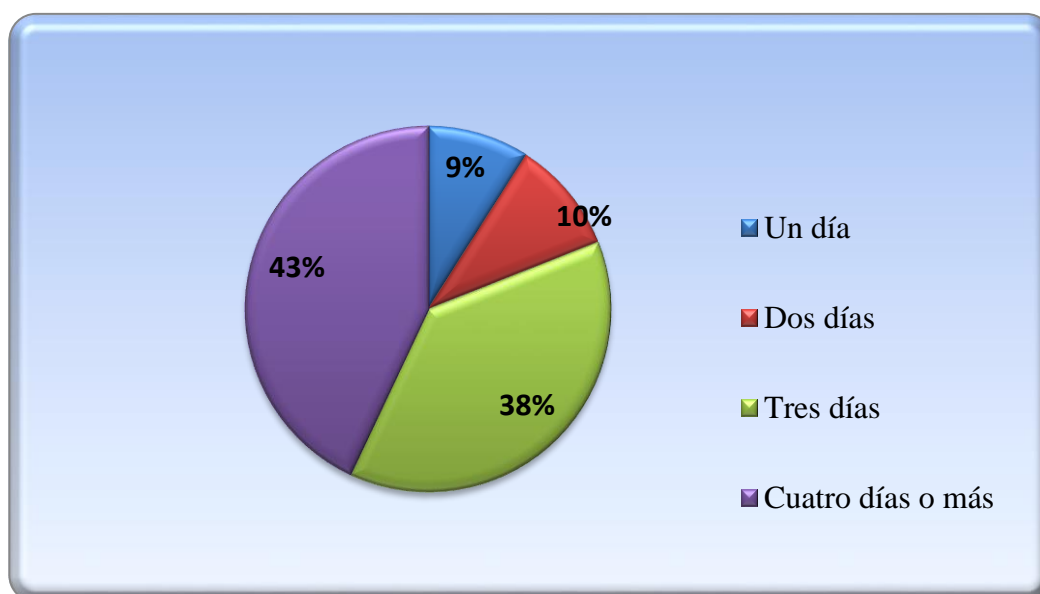
Pregunta 18. ¿De cuántos días promedio es su visita a este sector?

TABLA N.º 18 DÍAS PROMEDIO DE VISITAS

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18	Un días	29	9%
	Dos días	33	10%
	Tres días	124	38%
	Cuatro días o más	141	43%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 18 DÍAS PROMEDIO DE VISITAS



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

El 43% de la muestra, pernoctan cuatro días o más, el 38% expresó que son tres días, el 10% indicó que se quedan 2 días. Por lo tanto el mayor flujo turístico se aloja un fin de semana en Ayangue. Se trata del visitante que consume productos y servicios.

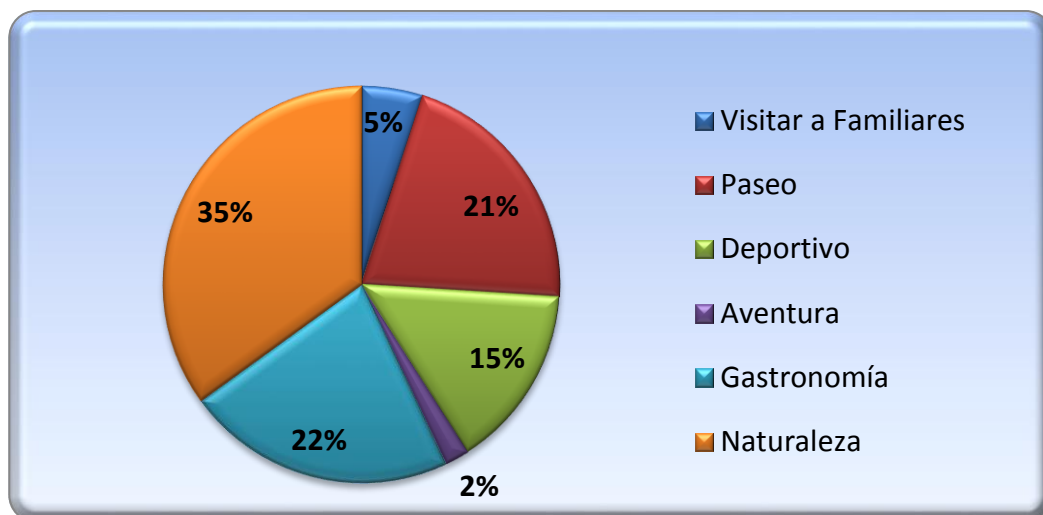
Pregunta 19. ¿Cuál es el motivo de su visita?

TABLA N.º 19 MOTIVOS

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
19	Visitar a Familiares	16	5%
	Descanso	69	21%
	Deporte	49	15%
	Aventura	7	2%
	Gastronomía	72	22%
	Naturaleza	114	35%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 19 MOTIVOS



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Los turistas nos indican que el 35% se desplazan hacia Ayangue por motivo de la naturaleza, otros por practicar deporte en la playa y de pesca. Lo visitantes que llegan a la comuna, están motivados en un gran porcentaje por su gastronomía y las playas.

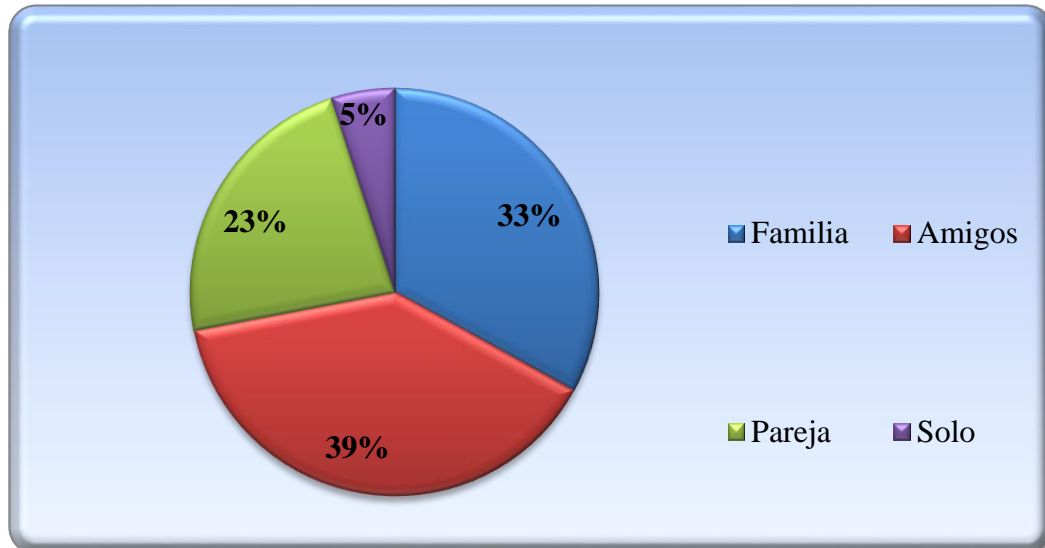
Pregunta 20. ¿Prefiere viajar con: familia, amigos, pareja o solo?

TABLA N.º 20 PREFERENCIAS DE COMPAÑÍA

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20	Familia	108	33%
	Amigos	128	39%
	Pareja	75	23%
	Solo	16	5%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 20 PREFERENCIA DE COMPAÑÍA



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Este gráfico muestra que un 39% de los turistas prefiere viajar con amigos; otros, con el 33% elige desplazarse con sus hijos otros con amigos y muy pocos lo hacen solos. Se puede considerar entonces que la empresa turística debe de realizar paquetes turísticos aprovechando este segmento.

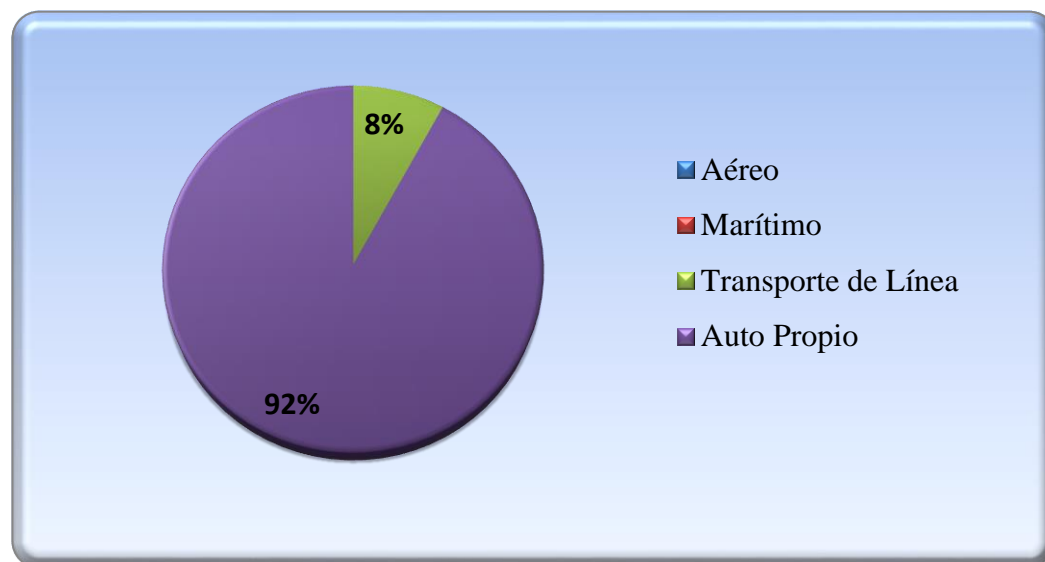
Pregunta 21. ¿Qué medio de transporte usted prefiere?

TABLA N.º 21 TRANSPORTE

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
21	Aéreo	0	8%
	Marítimo	0	0%
	Transporte de Línea	26	8%
	Auto Propio	301	92%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 21 TRANSPORTE



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

El 92% emplea su propio transporte para trasladarse Ayangue, el 8% emplea el transporte de línea. Estas respuestas revelan el poder adquisitivo de los turistas y las oportunidades que presenta el turismo para aplicar acciones y diversificar la oferta turística de calidad.

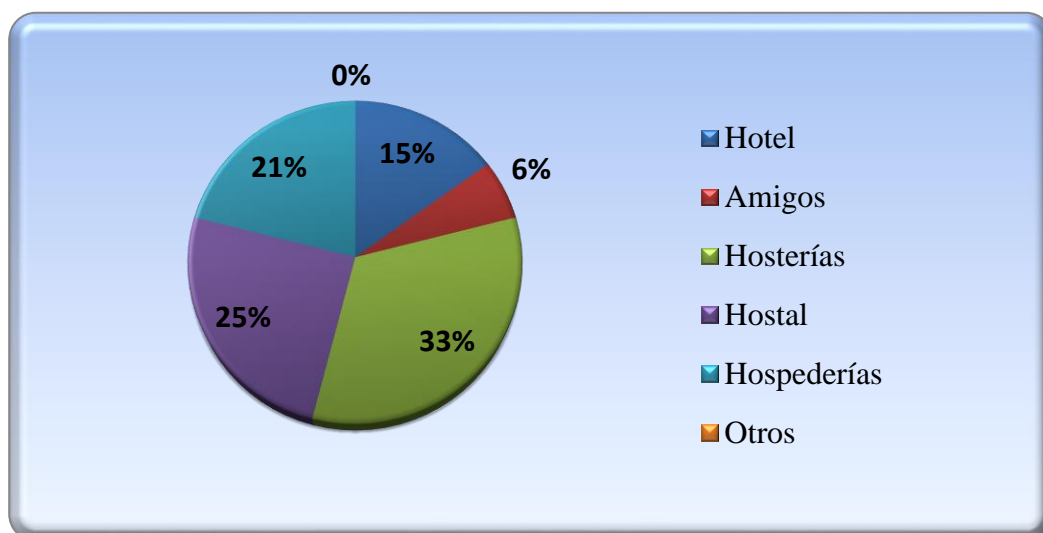
Pregunta 22. ¿Dónde prefiere alojarse cuando visita la comuna Ayangue?

TABLA N.º 22 ALOJAMIENTO

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
22	Hotel	15	15%
	Amigos	19	6%
	Hosterías	68	33%
	Hostal	71	25%
	Hospederías	39	21%
	Otros	7	0%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 22 ALOJAMIENTO



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Entre los lugares de alojamiento que prefieren los turistas, se encuentran la hosterías con un 33%, seguido hostal con el 25%, la proliferación de hospederías comunitarias en este sector, ha llevado a que el flujo de turistas prefieran también estos servicios de alojamiento, así se presentan éstas, entre las preferencia de quienes las consumen.

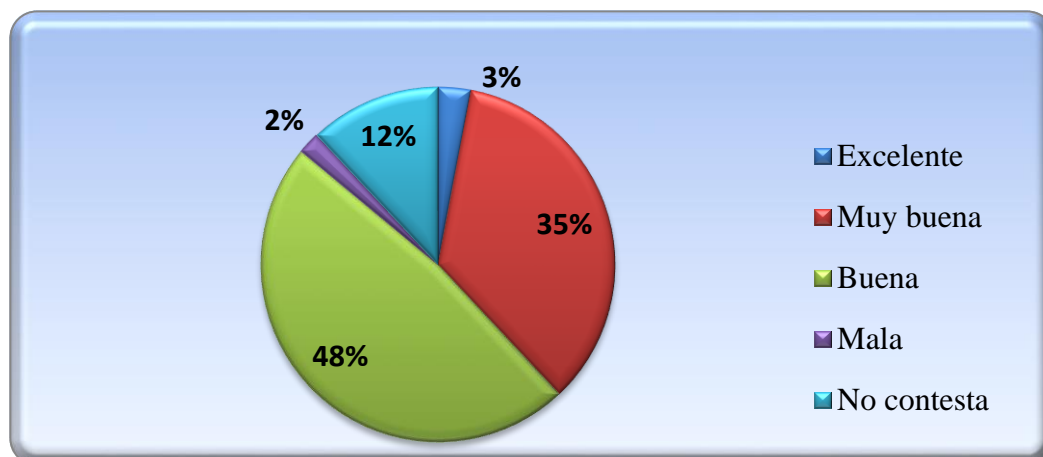
Pregunta 23. ¿De manera general cómo califica usted la prestación de servicio a los visitantes?

TABLA N.º 23 CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
23	Excelente	10	3%
	Muy buena	114	35%
	Buena	157	48%
	Mala	7	2%
	No contesta	39	12%
	TOTAL	282	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 23 CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Indica el gráfico que la calificación de los servicios es buena con un 48%, el 35% afirman que los servicios son muy buenos; con un mínimo del 2% que considera que es mala. Hay un sentimiento positivo acerca de la atención que recibe el turista en la comunidad visitada. Esto es bueno, porque revela que entre la población hay conciencia de que el turista es una fuente de ingresos a la que hay que tratar bien. Las respuestas también revelan que hay que mejorar la atención, brindando un servicio de calidad.

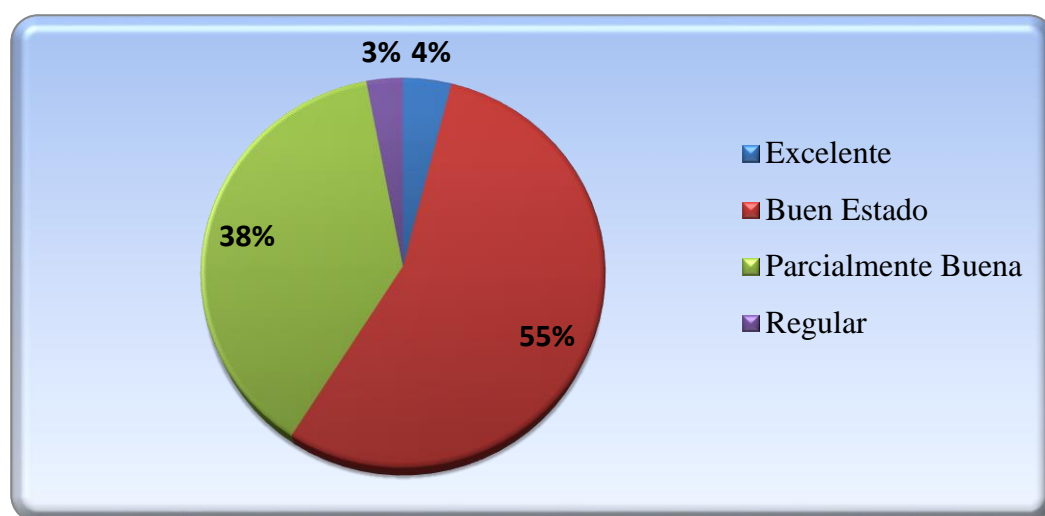
Pregunta 24. ¿Cómo califica usted las vías de acceso hacia este lugar?

TABLA N.º 24 VÍAS DE ACCESO

ITEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
24	Excelente	13	4%
	Buen Estado	180	55%
	Parcialmente Buena	124	38%
	Regular	10	3%
	TOTAL	327	100%

Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

GRÁFICO N.º 24 VÍAS DE ACCESO



Fuente: Turistas que visitaron Ayangue, (2014)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

Los turistas consideran que las vías de acceso están en buen estado, así lo expresó el 55%; el 38% indicó que las vías de acceso están parcialmente buenas; el 3% manifestó que están regular. Se nota que aunque un porcentaje alto de turistas definen las vías de acceso en buen estado, hay que mejorarlas con el fin de estimular el retorno de las personas que visitan el lugar.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Los dirigentes de la comunidad manifestaron que el turismo en Ayangue, se ha desarrollado paulatinamente, atendiendo las necesidades de los turistas. El desarrollo de las actividades turísticas es una oportunidad, debido a que estas acciones generan ingresos económicos, empleos y fuentes de trabajo a la población.

Los entrevistados indicaron que la planificación de las actividades turísticas debe ser una vía para la gestión de todos los recursos necesarios, de manera que se pueda satisfacer las necesidades de los turistas actuales, de la comunidad y al mismo tiempo proteger y fomentar las oportunidades para el futuro.

Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas y sociales, respetando al mismo tiempo la identidad cultural y la biodiversidad biológica.

Los entrevistados concluyeron que se hace necesaria medidas efectivas para lograr que las actividades turísticas se organicen y se equilibren, en medida de un proceso participativo que conlleve a mantener y proteger los bienes naturales y culturales con que cuenta Ayangue.

3.4. ANÁLISIS GENERAL

Con el estudio realizado se pudo observar que la población de Ayangue basa su economía en las actividades del turismo, lamentablemente no todos los prestadores de servicios turísticos trabajan en conjunto para desarrollar esta actividad. Si en una comunidad se quiere dar impulso al turismo, es necesaria la participación de todos los involucrados en esta acción.

Los prestadores de servicios son lo que hacen posible el desplazamiento, la permanencia, aprovechamiento de los atractivos y actividades en el lugar. Se observó en el estudio que rara vez los prestadores de servicios toman las previsiones necesarias para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ayangue, esto denota la falta de previsiones para mantener el recurso de manera sostenible.

Un factor importante a tener en cuenta es la falta de infraestructura pública para el desarrollo del turismo, hay que considerar que una comunidad turística debe ser fácilmente accesible, pues de otra forma se restringe o impide su visita. Cuanto mejores sean las vías de acceso, mayores son las posibilidades de su desarrollo.

Se evidenció en la investigación que existen inconvenientes en Ayangue para satisfacer a los visitantes y turistas. La falta de baños públicos, de parqueos, de actividades recreacionales, como también un servicio de alimentación de calidad, coadyuvan a que exista una insatisfacción parcial al consumir el servicio que ofrece la comunidad.

Es importante que los servidores turísticos formen alianzas para que conjuntamente desarrollen un turismo comunitario y así fortalecerse en lo económico, social y reducir el impacto ambiental en su patrimonio natural.

El turismo comunitario es un esquema de empresa fundamentada en acciones de preservación de los recursos patrimoniales comunitarios, en el que prevalecen prácticas democráticas, solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios.

Al incursionar los prestadores de servicios turísticos en el turismo comunitario es fundamental que se diseñe un Plan Estratégico, mediante un proceso sistemático

para gestionar la evolución de la actividad hacia el turismo sostenible y un futuro comunitario comprometido con los participantes de la empresa comunitaria y con los turistas al brindar un servicio de calidad.

Por lo tanto se determina que el turismo es una actividad dinamizadora que genera beneficios económicos y sociales en las localidades en donde se desarrolla responsablemente; se presenta como una alternativa diferente para mejorar la calidad de vida de las comunidades que despliegan esta actividad.

CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO EN LA COMUNA AYANGUE, PARROQUIA COLONCHE DEL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014.

El Turismo Comunitario es una actividad productiva, que se enmarcan en aspectos de sostenibilidad medio ambientales, económicos, sociales y culturales. Bajo este punto de vista el turismo comunitario, las actividades que se ejecuten para su desarrollo deben basarse en lineamientos medioambientales, económicos, sociales y culturales

4.1. PRESENTACIÓN

El turismo se ha convertido en los últimos tiempos, en un fenómeno capaz de propender al desplazamiento de millares de personas a nivel mundial. Contribuye al desarrollo de comunidades que están en el subdesarrollo y alientan a los gobiernos a invertir en esto sectores marginales.

Cada día los gobiernos están consiente de las oportunidades que brinda el turismo, reconocen la necesidad de cuidar el patrimonio socio. Cultural y natural. Los problemas que presentan poblaciones rurales, pueden ser solucionados en parte por la creación de actividades encaminada a dar impulso al turismo sostenible. La comuna de Ayangue y otras comunidades pertenecientes al cantón Santa Elena tales se encuentran en esta situación, habidas por un crecimiento sustentable y sostenible.

4.2. JUSTIFICACIÓN

La propuesta se justifica porque la base económica de la comuna es el turismo, y porque las personas que se dedican a la prestación del servicio turístico no han emprendido acciones para minimizar el impacto negativo en los recursos turísticos de Ayangue, tanto natural como cultural. Además la infraestructura turística de Ayangue no es la adecuada para satisfacer a los visitantes y a los turistas además no hay calidad en los servicios turísticos que se brinda.

Esta actividad debe desarrollarse de manera sustentable, respetando el medio natural, cultural, social y resaltando los valores de la comunidad, con el objeto de que se permita disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa. Es importante que las personas inmersas en la actividad turística de este sector formen alianzas estratégicas que coadyuven al desarrollo turístico local. Por lo antes mencionado se propone un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena.

La propuesta está basada en el art. 57 de la Constitución, que establece, que se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades y pueblos a mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

4.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en Ayangue, comprende tres fases:

- a) Diagnóstico turístico.

- b) Estrategias turísticas.
- c) Plan de acción.

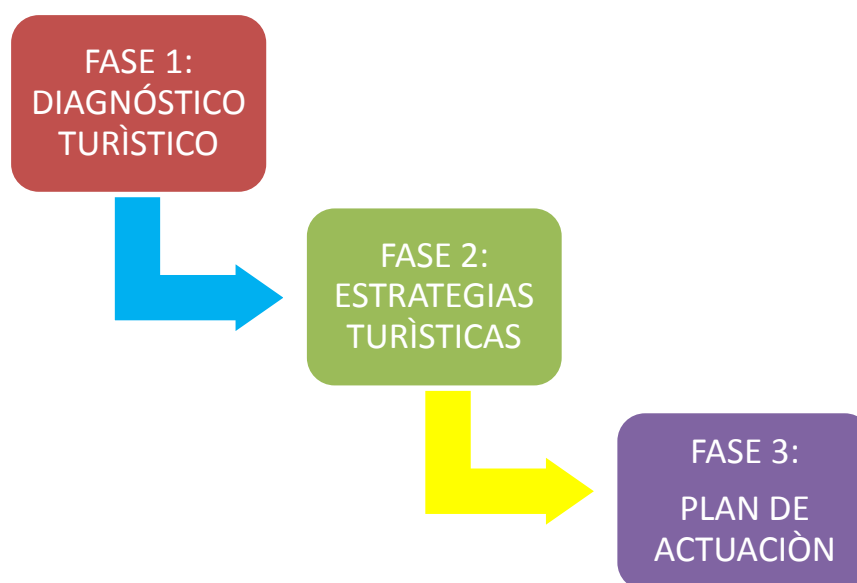
En el diagnóstico Turístico se identifica la oferta turística, la demanda y las condiciones del entorno. Se realiza un análisis interno y externo de la población. Con el objeto de tomar en cuenta las estrategias que encaucen al progreso de la comunidad.

El direccionamiento estratégico guarda relación con el modelo de desarrollo turístico, la visión, misión, objetivos, políticas rectoras y directrices de actuación. Se plantearon las estrategias de mercado, competitiva y de posicionamiento.

El Plan de Acción está conformado por todas las actividades que se llevará a cabo para conformar el plan y que el mismo tenga éxito al ser aplicado.

4.3.1 Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo comunitario en la comuna Ayangue

ESQUEMA N.º 9 FASES DEL PLAN DE DESARROLLO



Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.1 Fase I. Diagnóstico Turístico

El Diagnóstico Turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de Ayangue como destino turístico. El diagnóstico constituye la fuente directa de información que permite tomar decisiones acerca de las estrategias.

Antes de analizar los componentes del diagnóstico, es importante determinar la situación geográfica y aspectos ambientales generales de la comuna de Ayangue.

4.3.1.1.1 Situación Geográfica de la Comuna Ayangue

La Comunidad de Ayangue se encuentra a 39 Km de la capital provincial de Santa Elena. Delimita al Norte con la Comuna San Pedro, al Sur con la Comuna Palmar, al este con la Parroquia Colonche y al Oeste con el Océano Pacífico, siendo conocida como “La Piscina del Pacífico” dada su tranquilidad y la quietud de sus aguas cristalinas.

El principal asentamiento humano de esta comuna, es precisamente la población y balneario de Ayangue, localizado a 1° 58’ 35” de latitud Sur y 80 grados 45 minutos 5 segundos de longitud Oeste.

El clima es por lo regular seco, con una precipitación anual de 200 a 250 mm, con temperaturas promedio anual de 23 a 25 grados centígrados, su topografía es propia de suelos de playas combinadas con mesetas ligeramente onduladas. El área comunal es parte de la Sub-cuenca del río Ayangue (6,20 Km. de largo), con una formación vegetativa del tipo estructural de matorral abierto de tierras bajas y mesetas, caracterizada por la presencia de flora, propiamente de región.

4.3.1.1.2 Aspectos Socio Económicos y Demográficos

Población

El cabildo comunal de Ayangue en la actualidad posee datos actualizado sobre el número habitantes que tiene la comunidad, la información más reciente es del año 2012, que se realizó mediante una encuesta del total de la población de 1.357 habitantes distribuida por 5 barrios que son: María Auxiliadora, Virgen de Fátima, San Francisco, Narcisa de Jesús, 1 de Mayo.

Educación

La comunidad cuenta con una institución educativa llamada Provincia del Carchi de nivel básico (1er año de educación básica hasta el 10mo año de educación básica), los alumnos de esta entidad educativa buscan otra institución cercana para terminar sus estudios de bachillerato. En la actualidad el establecimiento cuenta con 285 alumnos, entre el personal que allí labora cuentan 6 profesores titulares en el Ministerio de Educación y 7 maestros por contrato del ministerio de educación, esta institución posee pabellones nuevos que incluye una sala de computación.

4.3.1.1.3 Servicios Públicos y Sociales

Salud

A nivel de salud la población cuenta con un Sub Centro que funciona en los bajos de la casa comunal con horario de 8:00 am hasta 16:00 de lunes a sábado. El sub centro cuenta en la actualidad con un médico general, una obstetra, una odontóloga y licenciada en medicinas especializado en cada área y una auxiliar de enfermería que brinda atención a los moradores de la comunidad y de otras comunidades cercanas en caso que un poblador este grave de salud, el paciente es trasladado al hospital más cercano de la Provincia de Santa Elena.

Agua

En el año 2009 con la ayuda municipal se realizó la construcción del reservorio de agua potable para el beneficio de la población. En el año 2010 se elige una directiva para que administre la empresa de Agua Potable de Ayangue quienes eligen a los directivos para un periodo de dos años. En la actualidad el 100% de los habitantes de la comuna cuenta con agua potable que es proporcionada por la empresa AGUAPEN.

Alcantarillado

En el año 2010 y con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena se consiguió la construcción y realización del alcantarillado propio para la comunidad, en la actualidad el 80% de los habitantes cuenta con el servicio y el 20% no cuenta con el servicio del alcantarillado por falta del recurso económico de los habitantes.

Energía Eléctrica

En la comunidad de Ayangue desde el año 1973 con ayuda de los dirigentes comunales se hizo la gestión para tener el servicio eléctrico. En la actualidad el 100% de la población tiene este servicio básico.

Comunicación

El 50% de los habitantes de la comuna de Ayangue cuenta con servicio de telefonía fija

4.3.1.1.4 Actividad Económica y Productiva

La comuna Ayangue se caracteriza por ser una zona cuyas principales actividades económicas son la pesca y el turismo seguido de las artesanías y la agricultura, a

pesar de ser una comunidad eminentemente pesquera, el 80% de la población se beneficia del turismo de manera directa o indirecta.

Agricultura

En la comuna de Ayangue se siembra, papaya, sandía, melón, maíz, zapallo en época de invierno, los mismos que son para el consumo familiar más no para ser vendidos ya que no cuentan con un sistema de riego.

La Pesca

La actividad pesquera es una de las más importante en la comuna, ahora existen el 20% de pescadores artesanales que cuenta con una flota pesquera de 80 embarcaciones tipo fibras de vidrio, el tamaño promedio es de 7,5 metros y el arte de pesca preferiblemente utilizado es el trasmallo. La principal actividad pesquera es el Camarón, Lenguado, Pampanito.

Las Artesanías

Las artesanías son elaboradas a base de: coral, conchas, balsas y escamas de pescado. Estos corales tienen un proceso de limpiado en el cual se los coloca en agua con cloro, luego los dejan secar en el sol para que sus colores permanezcan blancos y duros

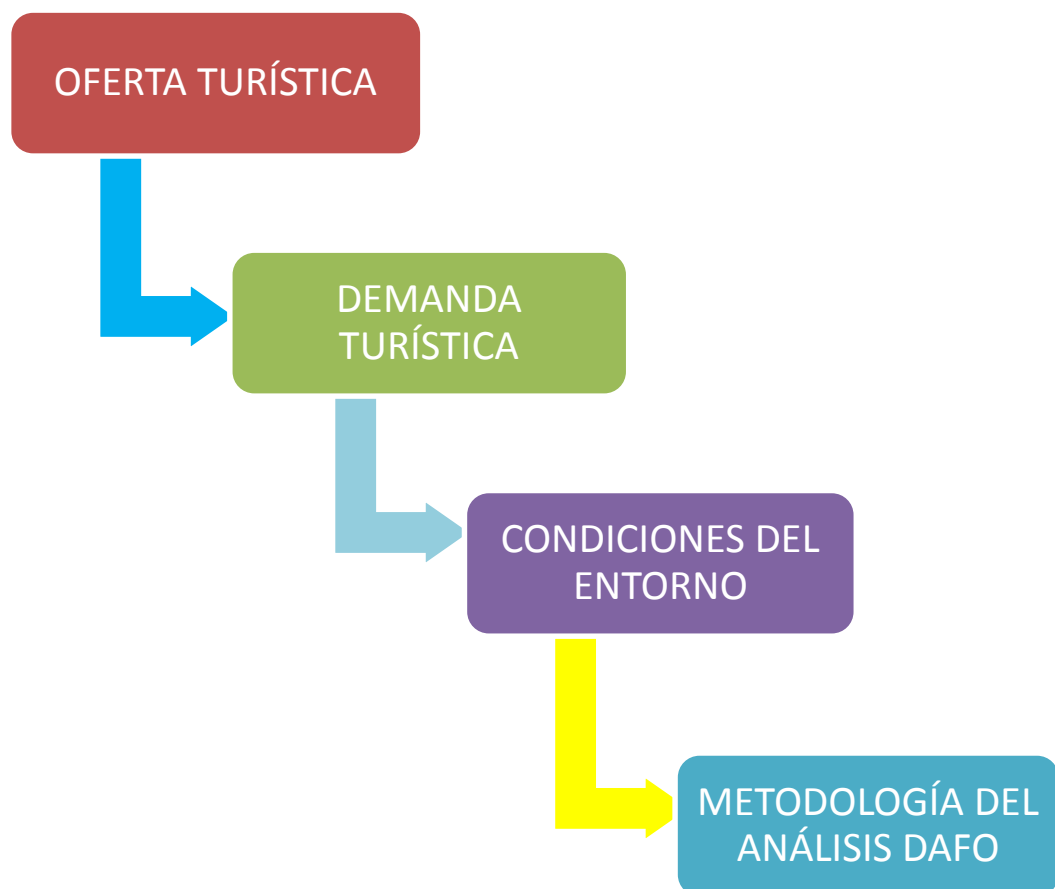
4.3.1.1.5 Turismo

El turismo es una de las principales actividades que se realiza en la comuna debido a la belleza y tranquilidad de sus playas. La actividad turística en la comuna tiene dos temporadas bien marcadas:

- ✚ Temporada de playa ciclo costa que comienza desde diciembre a mayo en la que se dedica el 80% de personas a la prestación de servicio como son: Alojamiento, A&B, hospedaje, buceo, snorkel y la pesca deportiva.
- ✚ Temporada de verano ciclo sierra de julio a octubre, donde sus habitantes se dedican a prestar servicio a los turistas de la serranía que vienen a disfrutar de las diferentes actividades como es el avistamiento de ballenas, el buceo y la gastronomía; esto hace que Ayangue sea considerado como una potencia turística a nivel nacional.

La fase del diagnóstico turístico identifica los siguientes componentes:

ESQUEMA N.º 10 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO



Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.1.5.1 Oferta Turística

La Oferta Turística es un conjunto de servicios y recursos naturales y culturales, a ser disfrutados en un lugar y tiempo determinado, cuyo objetivo es lograr una experiencia única de viaje satisfactoria para el turista

El éxito en el negocio turístico depende de las características de la oferta turística, de su diferenciación, diversificación y singularidad.

CUADRO N.º 7 OFERTA TURÍSTICA DE AYANGUE



Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.1.5.2 Recursos Turísticos

Ayangue abarca 3100 metros de la costa ecuatoriana, cuenta con exuberantes y atractivos paisajes, aguas cálidas y suaves arenas. La playa de Ayangue es un excelente lugar para quienes practican deportes submarinos y buscan el bajo ideal para extasiarse con la diversidad de especies que pueblan sus profundidades.

La Playa de Ayangue cuya extensión es de 1000 m. de longitud, es conocida como “La Piscina del Pacífico, debido a que las montañas interrumpen en el mar y sus aguas forman una especie de piscina natural, aquí las personas llegan a disfrutar del sol y la playa.

Ayangue cuenta con una variedad de atractivos turísticos, tanto natural como cultural, la actividad turística que se destaca en Ayangue es el buceo, actividad que es realizada por personas que poseen la respectiva licencia que les faculta el practicar este deporte; el buceo brinda la oportunidad de disfrutar de la riqueza submarina.

La pesca deportiva es otra actividad que tiene un tinte exclusivo, debido a la necesidad de equipos, o tal vez por el costo que representa el uso extendido de la embarcación y sus facilidades, de cualquier manera, los amantes de la pesca hayan su espacio en las playas de Ayangue. Actividades como el vóley e indor, observación de aves, pesca deportiva, observación de ballenas y el snorkel brinda la oportunidad de disfrutar de la riqueza submarina.

Ayangue es considerado como uno de los mejores lugares de buceo en el Ecuador pues lo especial de este hermoso balneario son sus paisajes, su espectacular vegetación y fauna marina.

CUADRO N.º 8 RECURSOS TURÍSTICOS



Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 9 RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES





NOMBRE DEL ATRACTIVO	TIPO DE ATRACTIVO	SUBTIPO DE ATRACTIVO
★ Playa de Ayangue	Costas o Litorales	Playas
★ Playa de Portete Grande	Costas o Litorales	Playas
★ Playa de Portete Chico	Costas o Litorales	Playas
★ Playa Pelada	Costas o Litorales	Playas
★ Playa Rosada	Costas o Litorales	Playas
★ Islote El Pelado	Tierras Insulares	Islotes
★ Jesús de Las Aguas	Eventos	Festividades
★ Artesanías de Calcáreos	Etnografía	Piedras
★ Comidas típicas	Etnografía	Comidas y Bebidas típicas

Elaborado por: Borbor (2014)

4.3.1.1.5.3 Jerarquización de los Atractivos Turísticos

La jerarquía de los atractivos se determina a partir de los valores que se asigna a cada atractivo en relación a la calidad, apoyo y significado; la metodología para jerarquizar los atractivos turísticos corresponde al Ministerio de Turismo del Ecuador.

Los valores asignados estuvieron dentro de los siguientes rangos.

-  1 a 25 puntos: Jerarquía I
-  26 a 50 puntos: Jerarquía II
-  51 a 75 puntos: Jerarquía II
-  76 100 puntos: Jerarquía IV

CUADRO N.º 10 JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Tipos de Sitios Naturales	Calidad	Apoyo	Significado	Jerarquía
Playa de Ayangue	20	8	10	II
Playa de Portete Grande	18	3	3	I
Playa de Portete Chico	16	2	3	I
Playa Pelada	17	1	2	I
Playa Rosada	18	2	5	I
Isla El Pelado	18	5	3	I
Tipos de Manifestaciones Culturales	Calidad	Apoyo	Significado	Jerarquía
Jesús de Las Aguas	15	13	3	I
Artesanías	16	2	4	I
Comida típica	19	3	5	II

Elaborado por: Borbor P, (2014)

Los atractivos turísticos con mayor jerarquía son:

SITIOS NATURALES:

- 1) Playa de Ayangue – II
- 2) Playa Portete Grande – I
- 3) Playa Portete Chico – I
- 4) Playa Pelada – I
- 5) Playa Rosada – I
- 6) Isla El Pelado – I

MANIFESTACIONES CULTURALES

- 1) Jesús De Las Aguas - I
- 2) Artesanías – I
- 3) Comida típica - II

4.3.1.1.5.4 Productos Turísticos

Por lo tanto se puede establecer que los productos principales que se impulsaran dentro del turismo comunitario de Ayangue, mediante la planificación estratégica y estos son los que tienen jerarquía IV y los que tienen jerarquía III serán los productos complementarios.

CUADRO N.º 11 PRODUCTOS TURÍSTICOS

CATEGORIA	TIPO	PRODUCTOS	ACTIVIDADES
SITOS NATURALES 	COSTAS	SOL Y PLAYA	BUCEO
			BUCEO (SNORCKELING)
			PESCA DEPORTIVA
			VOLLEY O INDOR
			SNORKEL
			OBSERVACIÓN DE BALLENAS
MANIFESTACIONES CULTURALES  	CULTURAL	ARTESANÍAS	ELABORADAS CONCHAS Y CORALES
		GASTRONOMÍA	A BASE DE MARISCOS

Elaborado por: Borbor P, (2014)

Los atractivos turísticos naturales son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como son las playas de Ayangué, en la que se puede desarrollar diversas actividades para el disfrute de los visitantes y turistas. Además de que el turista se siente atraído por la gastronomía del lugar, que presenta platos típicos de la zona.

4.3.1.1.5.5 Servicios Turísticos

CUADRO N.º 12 HOTELES

LISTADO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTOS			
No	NOMBRES DE ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN	CAPACIDAD (PAX)
1	HOSPEDERIA TOLITA	Barrio Narcisa de Jesús	25
2	HOSTAL SOL Y MAR	Barrio 1ro de Mayo calle principal	30
3	HOSTAL CINCO HERMANOS	Barrio 1ro de Mayo calle principal	25
4	HOSTAL RICA RUCA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
5	HOTEL CUMBRES DE AYANGUE	Vía a Cumbres de Ayangue	190
6	HOSTERIA KANUS	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	80
7	HOSPEDERIA THALIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
8	HOSTERIA PANCORA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	40
9	HOSTAL THE OHISM	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	50
10	CABAÑA COMUNITARIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	45
11	CABAÑA SUMPA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	40
12	HOSTAL AYANGUE SUN BEACH	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	40
13	HOSTAL BONITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
14	HOSTAL AYANGUE	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	130
CAPACIDAD TOTAL			775

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 13 RESTAURANTES

LISTADO DE RESTAURANTES DE LA COMUNIDAD DE AYANGUE			
No	NOMBRES DE ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	CAPACIDAD
1	COMEDOR ROSITA MARIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
2	COMEDOR CARMITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
3	COMEDOR CAROLINA	Barrio 1ro de mayo diagonal al malecón	20
4	COMEDOR LANGOSTA 1	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
5	COMEDOR LANGOSTA 2	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
6	COMEDOR ROSITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
7	COMEDOR PAULITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
8	COMEDOR THALIA	Barrio San Francisco	30
9	COMEDOR MARIAVELERIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
10	COMEDOR TIA IRENE	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
11	COMEDOR MERCEDES	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
12	COMEDOR JACINTA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
13	COMEDOR JUANITO	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
14	COMEDOR DOÑA CORI	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
15	COMEDOR PESCADITO 1	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
16	COMEDOR 3 HERMANOS	Barrio 1ro de Mayo	20
17	COMEDOR GUALE	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	16
18	COMEDOR DELFINA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
19	COMEDOR LOS HELECHOS	Barrio 1ro de Mayo	30
20	COMEDOR JENNY MARIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
21	COMEDOR JUANITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	16
22	COMEDOR KATHERINE	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
23	COMEDOR BRIZA DEL MAR	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
24	COMEDOR MARIELA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
25	COMEDOR RICARDO	Barrio 1ro de mayo diagonal al malecón	24
26	COMEDOR D´ KARLITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
27	COMEDOR OLIVIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
28	COMEDOR PAOLA MARTINA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
29	COMEDOR ANGELA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
30	COMEDOR OCPTOPUS	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20

31	COMEDOR PIEDAD	Barrio 1ro de Mayo	20
32	COMEDOR RAQUELITA	Barrio 1ro de mayo diagonal al malecón	30
33	COMEDOR PANCHITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
34	COMEDOR EL DORADO	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
35	COMEDOR NELLY	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
36	COMEDOR MIRNA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
37	COMEDOR DEL SOL	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
38	COMEDOR LUCHO LAINEZ	Barrio 1ro de mayo diagonal al malecón	30
39	COMEDOR MARIA DEL MAR	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
40	COMEDOR OLIVIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
41	COMEDOR NATHALY	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
42	COMEDOR LORENZA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
43	COMEDOR JENNY MARIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
44	COMEDOR LAURITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
45	COMEDOR MIRA MAR	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
46	COMEDOR AHSLITA	Barrio 1ro de mayo diagonal al malecón	30
47	COMEDOR YULY	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	16
48	COMEDOR ROYER	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	25
49	COMEDOR ANGELITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
50	COMEDOR JONATHAN	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
51	COMEDOR YOLANDA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
52	COMEDOR ELIZABETH	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
53	COMEDOR NARCISA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
54	COMEDOR LUISA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
55	COMEDOR EL PESCADITO	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	30
56	COMEDOR CAFETERIA	Barrio San Francisco	30
57	COMEDOR GABRIELITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
58	COMEDOR SONIA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	24
59	COMEDOR YOLY – ANGELITA	Barrio 1ro de Mayo diagonal al malecón	20
CAPACIDAD TOTAL			1475

Elaborado por: Borbor P, (2014)

Un total de 59 restaurantes prestan servicios de gastronomía con capacidad para 25 personas lo que indica que 1475 personas pueden disfrutar de la exquisita gastronomía que brinda la comuna Ayangue.

Se puede indicar que la comuna de Ayangue cuenta con servicios y los recursos necesarios para desarrollar el turismo comunitario, además que sus pobladores están organizados por medio de asociaciones e instituciones, que permite buscar estrategia y las acciones correspondientes para que sus recursos naturales permanezcan de manera sostenible, sin que se afecte a los mismos

4.3.1.1.5.6 La Demanda Turística

El complemento de la oferta, es la demanda; se refiere al cliente o turista, motivado por el deseo de conocer un lugar, la demanda de Ayangue tiene las siguientes características.

Las playas de Ecuador están sujetas a la estacionalidad dada por los meses de diciembre a mayo, son muy visitadas y disfrutadas por turistas nacionales y extranjeros. En el caso de las playas de Ayangue, tiene definido su mercado, y estos exigen cada vez más servicios del lugar.

CUADRO N.º 14 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

PROCEDENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Guayaquil
OCUPACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales • Comerciantes
FRECUENCIA DE VISITA	<ul style="list-style-type: none"> • Temporada • Vacaciones
DÍAS PROMEDIO DE VISITA	<ul style="list-style-type: none"> • Cuatro días o más
MOTIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza • Gastronomía • Descanso
PREFERENCIA DE COMPAÑÍA	<ul style="list-style-type: none"> • Amigo • Familia
TRANSPORTE	<ul style="list-style-type: none"> • Auto Propio
ALOJAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Hosterías • Hostal • Hospederías

Elaborado por: Borbor P, (2014)

La demanda turística que recepta la comuna de Ayangue proviene en su mayoría de la ciudad de Guayaquil, son profesionales y comerciantes que consumen los servicios que ofertan los prestadores de servicio del sector. La frecuencia de visita la realizan en temporadas altas y en vacaciones; los días promedio de visita es de 4 días o más, cuyo motivo es el descanso y la gastronomía en un ambiente de naturaleza. Los turistas y visitantes no se desplazan solos, los hacen con las familias y amigos en auto propio y prefieren alojarse en hosterías, hostal y hospederías.

4.3.1.1.6 Condiciones del Entorno

La Planificación Estratégica para el desarrollo del turismo comunitario se respalda en el marco legal que dispone, que, cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades. Considera el Código Ético Mundial para el Turismo, que el Turismo Comunitario es aquel en el que la comunidad local tiene un control sustancial de sus recursos, y participa en su desarrollo y manejo, y una importante proporción de los beneficios se quedan en la comunidad.

El turismo comunitario se encuentra dentro de las líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador, como circuito general del turismo de naturaleza. Por lo tanto el Plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, parroquia Colonche tiene las condiciones necesarias para ser ejecutado por la organización que lo lidere.

4.3.1.1.7 Metodología del Análisis FODA

El análisis FODA, también conocido como análisis DAFO, es una metodología de

estudio de la situación de una empresa o un proyecto, en este caso se la utiliza para analizar la situación de la comuna de Ayangue, se observan sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades); con el fin de planificar las estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en esta comuna.

CUADRO N.º 15 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ El turismo genera ingresos a la población. ▪ Participación local. ▪ Riqueza y variedad de los recursos naturales. ▪ Servicio frecuente de transporte público. ▪ Participación de organizaciones. ▪ Incremento de turistas en Ayangue. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participación local. ▪ Vías de accesos en buen estado. ▪ Incremento de la demanda a nivel regional. ▪ Probabilidad de alianzas con los servidores públicos. ▪ Ritmo de crecimiento de la actividad turística. ▪ Sinergia de la línea de productos que promociona la marca Ecuador. ▪ Incentivo a la actividad turística por parte del gobierno. ▪ Preferencia por instalaciones hoteleras pequeñas. ▪ Zona prioritaria de desarrollo turístico.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1) No se toman las previsiones para minimizar el impacto ambiental. 2) Falta de infraestructura pública para desarrollar el turismo. 3) Deficiencia de infraestructura básica y niveles de calidad en los servicios turísticos. 4) Inexistencia de esquemas turísticos para el desarrollo y comercialización de los productos turísticos. 5) Falta de planificación turística. 6) Falta de capacitación turística y ambiental. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Mínima inversión pública para el fomento turístico. 2) Dificultad para el financiamiento turístico. 3) Dependencia económica de donantes externos ONGs. 4) Mayor exigencia en la calidad de las instalaciones. 5) Seguridad, inestabilidad política. 6) Competencia. 7) Viajeros muy especializados que saben lo que quieren.

Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.1.8 Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

La MEFI suministra una base para analizar las relaciones internas del destino turístico de Ayangue. Es una herramienta analítica de formulación de estrategia que resume y evalúa las debilidades y fortalezas. El procedimiento consiste en asignar un peso y una calificación para obtener un total ponderado de cada uno de los factores expuestos y la suma de la ponderación indicará si Ayangue es débil o fuerte internamente.

CUADRO N.º 16 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
FORTALEZAS			
El turismo genera ingresos a la población	0,25	4	1
Participación local	0,15	3	0,45
Riqueza y variedad de los recursos naturales	0,25	4	1
Servicio frecuente de transporte público	0,05	3	0,15
Participación de organizaciones	0,10	3	0,30
Incremento de turistas en Ayangue	0,20	4	0,80
TOTAL	1		3,7
DEBILIDADES			
No se toma las previsiones para minimizar el impacto ambiental	0,05	1	0,05
Falta de infraestructura pública para desarrollar el turismo	0,15	1	0,15
Deficiencia de infraestructura básica y niveles de calidad en los servicios turísticos	0,20	2	0,40
Inexistencia de esquemas turísticos para el desarrollo y comercialización de los productos turísticos.	0,20	2	0,40
Falta de planificación turística	0,25	2	0,50
Falta de capacitación turística y ambiental	0,15	1	0,15
TOTAL	1		1,65

Elaborado por: Borbor P, (2014).

El peso ponderado total de las fortalezas, (fuerzas internas) es propicio a la comunidad de Ayangue, con un peso ponderado total de 3,7 contra 1,65 de las debilidades

4.3.1.1.9 Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

La Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), reconoce que Ayangue está utilizando de manera efectiva sus fuerzas y aprovechando las oportunidades eficientemente, con el objeto de contrarrestar las posibles amenazas.

**CUADRO N.º 17 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES
EXTERNOS (MEFE)**

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES			
Participación local	0,10	3	0,30
Vías de accesos en buen estado	0,10	3	0,30
Incremento de la demanda a nivel regional	0,10	3	0,30
Probabilidad de alianzas con los servidores públicos	0,10	3	0,30
Ritmo de crecimiento de la actividad turística en el país	0,05	2	0,10
Sinergia de la línea de productos que promociona la marca Ecuador	0,10	3	0,30
Incentivo a la actividad turística por parte del gobierno.	0,15	4	0,60
Preferencia por instalaciones hoteleras pequeñas.	0,10	3	0,30
Zona prioritaria de desarrollo turístico	0,20	4	0,80
TOTAL	1		3,30
AMENAZAS			
Mínima inversión pública para el fomento turístico	0,30	3	0,30
Dificultad para el financiamiento turístico	0,25	3	0,75
Dependencia económica de donantes externos ONGs.	0,10	2	0,20
Mayor exigencia en la calidad de las instalaciones	0,15	2	0,30
Seguridad, inestabilidad política	0,10	2	0,20
Competencia	0,05	2	0,10
Viajeros muy especializados que saben lo que quieren	0,05	2	0,10
TOTAL	1		1,95

Elaborado por: Borbor P, (2014)

El resultado de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE), establece que las oportunidades son mayores que las amenazas. El total ponderado de las oportunidades es de 3,30, lo que representa que la comuna de AYANGUE aprovecha estas oportunidades y minimiza las amenazas cuyo valor es de 1,95.

4.3.1.2 Fase II Directrices de Actuación

Las Directrices de Actuación de las estrategias a desarrollar se enmarcan en:

ESQUEMA N.º 11 DIRECTRICES DE ACTUACIÓN



Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.2.1 Estrategias de Mercado

Se priorizan los segmentos de mercado de acuerdo a los productos turísticos que brinda la comunidad de Ayangue, para lo cual se emplea la matriz de segmentos.

ESQUEMA N.º 12 SEGMENTOS DE MERCADO

Segmentos	Atractivo de Mercado	Posición Competitiva
Excursionistas	2	1
Turismo de proximidad	3	3
Turismo de tercera edad	1	1
Turismo vacacional	3	2
Turismo gastronómico	3	3
Turismo cultural	1	1
Turismo de sol y playa	3	2
Turismo de naturaleza	3	2

Parámetros de posición: BAJO = 1 MEDIO = 2 ALTO = 3
Elaborado por: Borbor P, (2013)

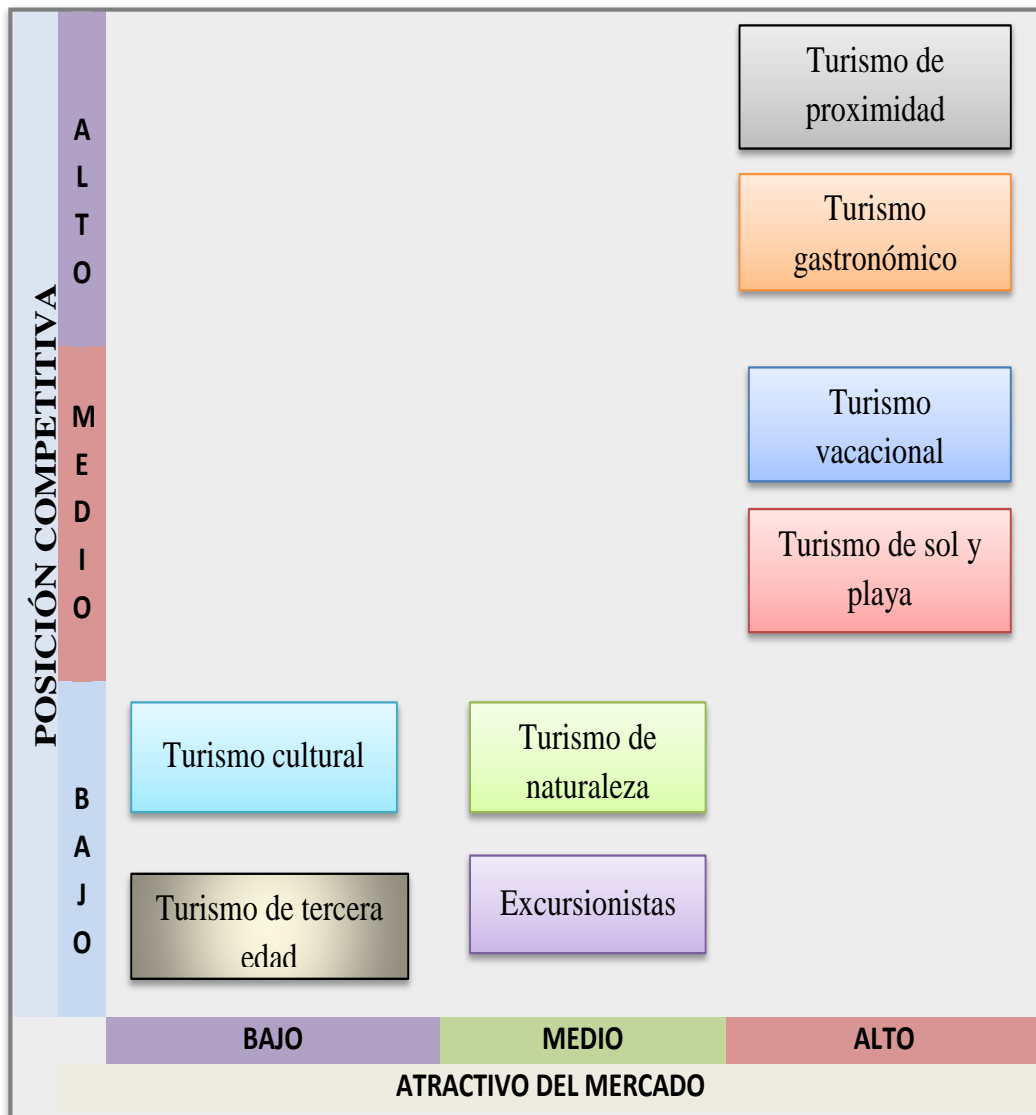
Se define cuan atractivo es Ayangué en el mercado y cuan competitivo somos en relación a otros destino. Se observa que en el segmento de excursionistas, la posición es media para Ayangué y a nivel competitivo de la región la posición es baja.

El turismo de proximidad tiene una posición alta, por ser el balneario con mejor adecuación en infraestructura en lo que se refiere a la cercanía de la provincia de Santa Elena, así mismo es competitivamente alta.

El turismo de tercera edad es bajo a nivel competitivo también es bajo.

El turismo vacacional tiene una posición alta para el mercado, pero competitivamente es medio, esto se debe a que existen otros destinos que son preferidos por los turistas como Montañita y Olón.

ESQUEMA N.º 13 SEGMENTO DE DESTINO



Elaborado por: Borbor P, (2014)

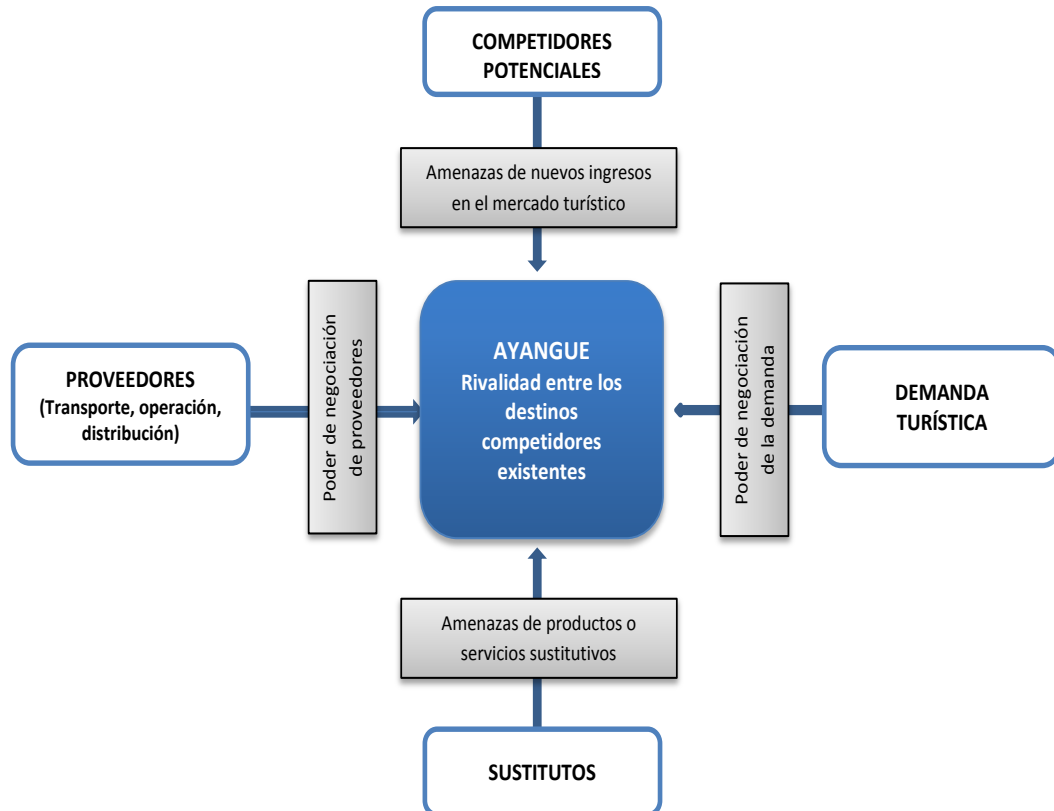
El turismo gastronómico se presenta con una posición alta en el mercado y competitivamente también la posición es alta, esto se debe a la diversidad de oferta de platos típicos a base de mariscos. El turismo cultural se presenta con una posición baja tanto para el mercado como a nivel competitivo. El turismo de sol y playa tienen una posición en el mercado alta, pero competitivamente se sitúa en una posición media. El turismo de naturaleza tiene una posición alta y competitivamente la posición es media, debido a la cercanía de destinos turísticos de la región, donde la mayor fortaleza es el turismo de naturaleza.

En relación a los diferentes segmentos de mercado, se aprecia que tanto el turismo vacacional como el turismo de sol y playa se encuentran en la etapa de crecimiento, con una evolución notable, mientras que el turismo de proximidad y gastronómico se encuentran en la fase de madurez y su evolución dependerá en gran medida de la innovación, evolución de la promoción y comercialización de los productos turísticos. Por lo tanto se desarrollarán estrategias orientadas al crecimiento y mantenimiento de los mercados antes mencionados.

4.3.1.2.2 Estrategia Competitiva

La Estrategia Competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable de un destino en el mercado turístico.

ESQUEMA N.º 14 LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS



Fuente: (Porter, 2002)
Elaborado por: Borbor P, (2014)

En este sentido, la estrategia competitiva trata de establecer una posición provechosa y sostenible contra las fuerzas que determinan la competencia en el sector turístico.

Para determinar el mismo, se considera las cinco fuerzas competitivas que determinan la competencia en el sector turístico.

Poder de Negociación de la Demanda

- Grado de dependencia de los canales de distribución.
- Facilidades del demandante de cambiar de destino
- Disponibilidad de información para el demandante
- Existencia de productos sustitutivos.
- Sensibilidad al precio.

Poder de Negociación de los Proveedores

- Grado de diferenciación de los productos del proveedor.
- Concentración de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia adelante de los proveedores.
- Amenaza de integración vertical hacia atrás de los competidores.

Amenaza de Nuevos Entrantes

Las barreras de entradas para las nuevas comunidades que desean desarrollarse turísticamente y que están cerca de la comunidad de AYANGUE, tienen barreras de entrada, debido al producto que oferta la comunidad entre ellos el de sol y playa, ya que el mismo tiene una posición estratégica que capta a un gran número de turistas. Además de los siguientes factores que se menciona a continuación:

- Inversión necesaria.
- Diferenciación del producto.
- Acceso a canales de distribución.
- Valor de la marca.
- Ventajas en la curva de aprendizaje.
- Mejoras en la tecnología.

Amenaza de Productos Sustitutivos

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.

Rivalidad entre los Destinos Competidores

Existe la rivalidad entre las comunidades que desarrollan el turismo en el sector, estas rivalidades ocasionan que constantemente se esté mejorando el producto turístico, con el objeto de captar una mayor demanda.

Las acciones deben de direccionarse a factores de diferenciación

4.3.1.2.3 Estrategia de Posicionamiento

El Posicionamiento en el mercado de AYANGUE, se define como será consumida la oferta turística, es decir, el sitio que ocupa AYANGUE como producto en la imaginación del turista.

La comuna estará posicionada a partir sus propiedades más sobresalientes, como muestra el cuadro N° 18

CUADRO N.º 18 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

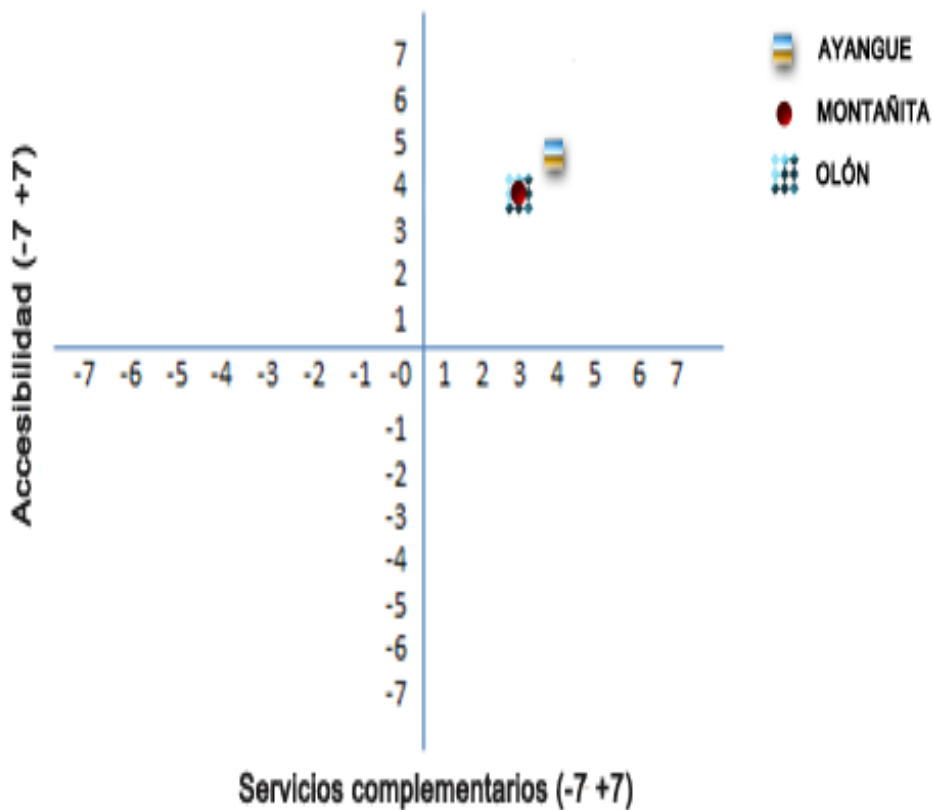
DESTINO	ATRIBUTOS		MERCADO
	Accesibilidad	Servicios complementarios y productos (sol y playa y gastronomía)	
AYANGUE	+5	+4	Guayaquil
Montañita	+4	+3	
Olón	+4	+3	

Elaborado por: Borbor P, (2014)

En las propiedades se discurre en lo que tiene que ver a la proximidad que tiene Ayangue con su mercado más próximo





En el siguiente esquema se plasma el mapa de posicionamiento.

ESQUEMA N.º 15 MAPA DE POSICIONAMIENTO



Elaborado por: Borbor P, (2014)

Del análisis realizado se desprenden los aspectos más relevantes para la determinación del posicionamiento:

-  Ayangue dispone de buena accesibilidad por el arreglo de la carretera y de sus calles, lo que es una ventaja para estructurar una oferta turística altamente competitiva.
-  En lo que respecta a la cercanía, Ayangue es el primer balneario que tienen los turistas en proximidad.
-  En relación a los servicios complementarios y productos turísticos, AYANGUE, presenta playas seguras y limpias además posee una gastronomía especializada en mariscos.
-  La posición competitiva de AYANGUE para los mercados presenta un nivel alto, debido en gran medida a la ubicación geográfica y sus recursos naturales y gastronómicos.

4.3.1.2.4 Análisis PETS

POLÍTICO

Plan Estratégico de Ayangue se encuentra dentro del contexto del turismo comunitario. La propuesta se fundamenta en la Constitución que establece que las comunidades que desarrollan el turismo comunitario, tendrán el respaldo del gobierno.

ECONÓMICO

El turismo comunitario tiene impacto positivo en la comunidad de Ayangue, ya que dinamiza las actividades productivas que componen la oferta turística;

generando empleo y trabajo, por ende mejorando el nivel socio-económico de la localidad.

TECNOLÓGICO

Existen en el mundo globalizado, una herramienta muy poderosa, siendo esta el internet, como medio de comercializar el producto que brinda cualquier comunidad

SOCIOCULTURAL

La empresa comunitaria, será protagonista del desarrollo local, manteniendo la cultura, con sus tradiciones, y los principios que orientan la conducta del sus habitantes.

EN LO AMBIENTAL

El impacto ambiental es evidente, sus recursos son sostenibles y sustentables, preserva el medio ambiente, mediante política y normas apropiadas para lograr los objetivos.

4.3.1.2.5 FODA Estratégico

La toma de decisiones estratégica está basada de acuerdo al análisis FODA, o diagnostico interno y externo en la comuna de Ayangue como destino turístico. Las estrategias planteadas procuran potencializar las fortalezas, eliminando las debilidades, reduciendo las amenazas y aprovechando aquellas oportunidades. Las presentes estrategias son las que guían al Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, parroquia Colonche.

CUADRO N.º 19 FODA ESTRATÉGICO

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. El turismo genera ingresos a la población. 2. Riqueza y variedad de los recursos naturales. 3. Servicio frecuente de transporte público. 4. Participación de organizaciones. 5. Incremento de turistas en Ayangue 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se toma las previsiones para minimizar el impacto ambiental. 2. Deficiencia de infraestructura básica y niveles de calidad en los servicios turísticos. 3. Inexistencia de esquemas turísticos para el desarrollo y comercialización de los productos turísticos.
EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías de accesos en buen estado. 2. Incremento de la demanda a nivel regional. 3. Probabilidad de alianzas con los servidores públicos. 4. Ritmo de crecimiento de la actividad turística. 5. Sinergia de la línea de productos que promociona la marca Ecuador. 6. Incentivo a la actividad turística por parte del gobierno. 7. Preferencia por instalaciones hoteleras pequeñas. 8. Zona prioritaria de desarrollo turístico. 	<p>F.4 O.6.- Creación de la empresa de turismo comunitaria.</p> <p>F.2 O.4.-Acciones conjunta con empresas para la venta de productos turísticos.</p> <p>F.1 O.8.- Dotación de equipos para actividades recreacionales.</p> <p>F.4 O.7.- Adecuación de casas de familias</p>	<p>D.3 O.2. Comercialización del producto turístico.</p> <p>D.1 O.3 Capacitación en ambiente y manejo de recursos naturales.</p> <p>D.2 O.8. Capacitación para el emprendimiento</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Dificultad para el financiamiento turístico 2. Dependencia económica de donantes externos ONGs. 3. Mayor exigencia en la calidad de las instalaciones 4. Seguridad, inestabilidad política. 5. Competencia. 6. Viajeros muy especializados que saben lo que quieren	F.4 A.2.- Adecuación de lugares de alojamiento y le alimentación.	D.2.O.3.- Fortalecimiento socio-organizativo

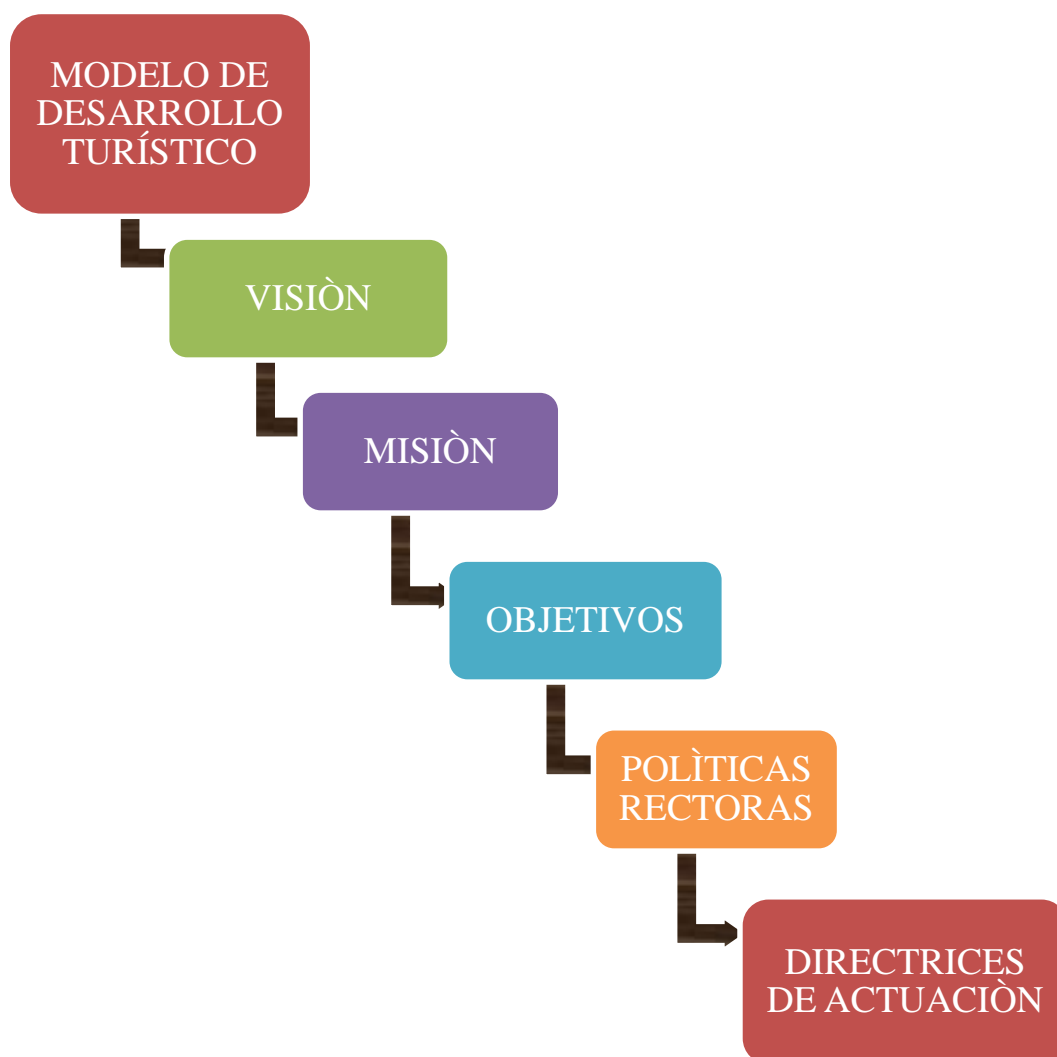
Elaborado por: Borbor P, (2014)

El análisis de Ayangue, tanto interno como externo para el desarrollo del Turismo Comunitario, consideró la base para elaborar los lineamientos de acción viables. Las estrategias tuvieron su base en relación a que el turismo genera ingresos a la población, por ser la base de la economía de la comunidad; y en la riqueza y variedad de los recursos naturales con las actividades que se desarrollan o que pueden desarrollarse en un futuro para fidelizar el mercado.

4.3.1.2.6 Direccionamiento Estratégico

El Direccionamiento Estratégico es el instrumento metodológico por el cual se identifican los procesos críticos dentro de la gestión, los enfoques, y demás áreas importantes que tengan concordancia con la misión, la visión, y los objetivos establecidos.

ESQUEMA N.º 16 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

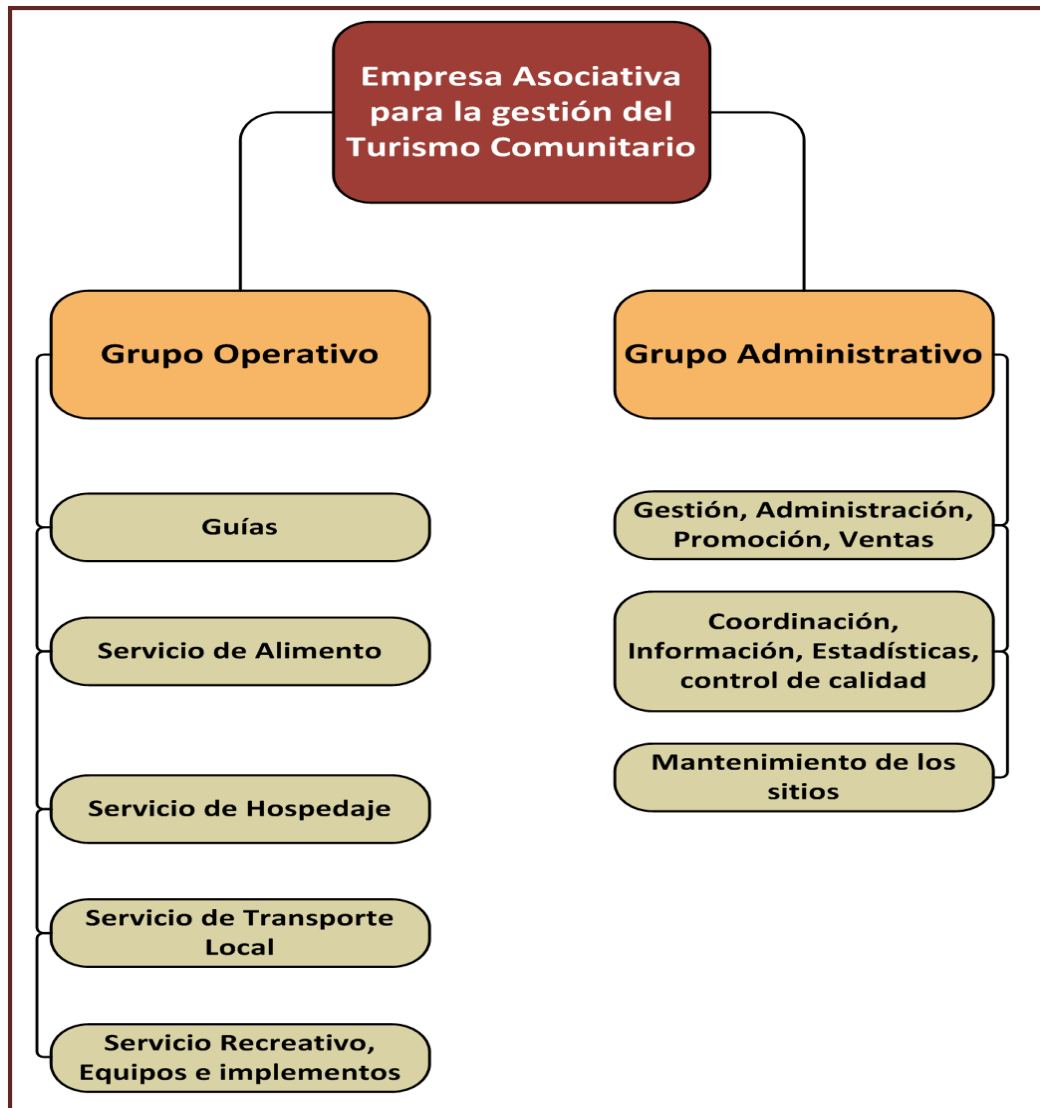


Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.2.7 Modelos de Desarrollo Turístico

En vista del creciente interés que se está prestando al desarrollo de actividades turísticas y aprovechando que Ayangue cuenta con envidiables zonas naturales, se propone al turismo comunitario como una nueva alternativa complementaria a las labores turística para generar ingresos económicos que permitan satisfacer las necesidades insatisfechas de la comunidad de Ayangue. El modelo propuesto se compondrá de dos áreas como muestra el esquema N.º. 17.

ESQUEMA N.º 17 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA – OPERATIVA COMUNITARIA



Elaborado por: Borbor P, (2014)

Cómo demuestra el gráfico, la empresa asociativa para la gestión del turismo comunitario en AYANGUE, está organizada por el área administrativa y el área Operativa. Este equipo apoyará el manejo del Comité del Turismo Comunitario de AYANGUE, al momento de definir acciones concretas operativas anuales para lograr el éxito de los negocio y de operar las actividades turísticas por ellos establecida.

4.3.1.2.8 Descripción de actividades.

Las actividades que se han de desarrollar en esta fase, parte de la visión, refiriendo a donde queremos llegar al desarrollar el turismo comunitario, la misión que es la razón de ser de la empresa comunitaria. Se plantean los objetivos estratégicos del plan, los mismos que encauzan el diseño del plan de desarrollo turístico comunitario. Se establecen las políticas rectoras que orientan el plan, con el fin de que el mismo se encuadre dentro del contexto turístico del país.

4.3.1.2.9 Visión.

Pretendemos hasta el 2018, convertir a la comuna Ayangue en un destino líder en turismo comunitario de la Provincia de Santa Elena, que impulse el desarrollo socio-económico y la sostenibilidad de la comunidad, atrayendo a turistas junto a sus habitantes como protagonistas.

4.3.1.2.10 Misión


Mejorar la calidad de vida de los pobladores de Ayangue, de manera sustentable, mediante el desarrollo de proyectos orientados a la preservación de sus recursos naturales y culturales.


4.3.1.2.11 Objetivos


4.3.1.2.11.1 Objetivo General

Promover el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, mediante la aplicación de programas y proyectos que permitan el desarrollo económico, social, ambiental y cultural de manera sustentable.

4.3.1.2.11.2 Objetivos Específicos

-  Valorar la situación turística de la comuna de Ayangue mediante la descripción de la oferta, demanda y condiciones del entorno interno y externo, con el objeto de proponer las estrategias turísticas.

-  Proponer estrategias turísticas bajo el lineamiento de actuación del mercado, competitiva y posicionamiento, con el fin de incluirla en el plan de acción.

-  Plantear el Plan de Acción, mediante las líneas estratégicas que proyecte el Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, año 2014.

4.3.1.2.11.3 Objetivos de Desarrollo Estratégico del Plan.

CUADRO N.º 20 BALANCED SCORECARD

Perspectiva	Objetivos estratégicos		
Organizativo – financiero	Desarrollar una gestión de manera conjunta con el objeto de mejorar los negocios de la organización	Redistribuir equitativa y ampliamente los beneficios en la comunidad turística	
Crecimiento personal	Fortalecer la gestión de la organización comunitaria	Incrementar la capacitación de los recursos humanos	
Operaciones	Administrar los bienes y servicios con eficiencia y eficaz	Diversificar la oferta turística de Ayangue	Preservar, los recursos naturales y culturales que sustenta la actividad turística
Cliente o turistas	Brindar un servicio de calidad a los visitantes y turistas	Generar productos y servicios con mayor valor añadido, de calidad y acordes a los distintos segmentos de demanda	Incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes

Elaborado por: Borbor P, (2014)

Los objetivos estratégicos planteados se incluyen en los ejes del Plan de desarrollo turístico comunitario de la comuna de Ayangue


CUADRO N.º 21 EJES DEL PLAN


Estrategia		Alcance
Estructurales	Conformación de la empresa comunitaria	Modelo del turismo comunitario
Ejes elementales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adecuación de lugares de alojamiento y de alimentación. ➤ Mejorar los servicios de recreación. ➤ Formación de los socios y socias ➤ Área de operación. ➤ Comercialización del producto turístico 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Facilidades turísticas. ➤ Servicio complementario. ➤ Competencias laborales ➤ Orientación a la demanda. ➤ Mercadeo


Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.2.12 Lineamientos de Políticas Rectoras.

Las políticas rectoras es el conjunto de lineamientos directrices aprobados por el Ministerio de Turismo, para orientar el trabajo del personal hacia la búsqueda de la eficiencia y eficacia en la ejecución de sus actividades. Las políticas de este plan se enmarcan en el Plan de Desarrollo Turístico del Ecuador - PLANDETUR 2020, las mismas que son:

-  El turismo sostenible es el modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión del sector para dinamizar la economía local.

-  La gestión del turismo en el destino busca un funcionamiento coordinado entre los actores.

-  Se valoriza y conserva el patrimonio turístico cultural y natural

- ✚ Se defiende y protege a los territorios donde se desarrollan actividades turísticas frente a actividades extractivas y de alto impacto.
- ✚ Se optimiza las oportunidades que el ejercicio de las actividades turísticas puede generar como aporte significativo al desarrollo productivo, social y ambiental;
- ✚ Se busca la competitividad del sistema turístico con productos y servicios de calidad, características de sostenibilidad y la diferenciación del valor agregado por el aporte local al turismo.

4.3.1.3 Fase III Plan de Actuación

ESQUEMA N.º 18 PLAN DE ACTUACIÓN



Elaborado por: Borbor P, (2014)

4.3.1.3.1 Programas

PROGRAMA 1.

CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA COMUNITARIA

Proyecto 1.

Creación de la empresa de Turismo Comunitario (E.T.C.)

La Organización Comunitaria, será una organización con personalidad jurídica y sin fines de lucro, el perfil de las personas que van a dirigir deben tener una credibilidad y responsabilidad amplia en la comuna, el cabildo tendrá un periodo de dos años que tendrá por objeto representar y promover valores e intereses específicos de los involucrados, como es asociarse para desarrollar una gestión que beneficie a todos los microempresarios y emprendedores turísticos.

La empresa comunitaria tendrá dos áreas, la una es administrativa, la otra operacional. En el área administrativa se incluye la gestión, administración, promoción, ventas, coordinación, estadística, control de calidad y mantenimiento de los sitios turísticos.

El área operativa está a cargo de los guías, servicio de alimentos, servicio de hospedaje, servicio de transporte local, servicio recreativo, equipos e implementos. Para el respectivo apoyo de la organización comunitaria de Ayangue, se contratarán a colaboradores en el área administrativa y operativa.





La capacitación estará dirigida a las personas que estarán a cargo del área administrativa y operacional, se dictarán talleres sobre el marco jurídico que sustenta la actividad del turismo comunitario.

Proyecto 2.

Fortalecimiento socio-organizativo: Capacitación sobre manejo administrativo, legal de la empresa comunitaria.

Este proyecto está dirigido a desarrollar competencias para quienes integren la organización turística comunitaria; tanto en lo administrativo, comercialización y legal, esto permitirá orientar las acciones para el desarrollo del Turismo Comunitario en este sector. Dentro de la capacitación un aporte fundamental será que los funcionarios de las diferentes entidades públicas aúnen esfuerzos para cumplir el objetivo

Actividades:

-  Impulsar el fortalecimiento de los productos turísticos, que presentan deficiencia.
-  Capacitación en administración para microempresarios.
-  Capacitación en ambiente y manejo de recursos naturales.
-  Capacitación en turismo comunitario.

CUADRO N.º 22 PROGRAMA 1

PROGRAMA	1.- Organización Comunitaria
Organizar a la comunidad para que administre los recursos naturales y culturales	
OBJETIVO	Conformar una asociación que vele por todo la comunidad e impulse su desarrollo
PROYECTOS	1.1. Creación de la empresa de turismo comunitario (E.T.C.) 1.2. Fortalecimiento socio-organizativo: Capacitación sobre manejo administrativo, legal de la empresa comunitaria.

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 23 CRONOGRAMA DE LÑA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA COMUNITARIA

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA																		
1. Conformación de la empresa comunitaria		2014		2015		2016		2017		2018		2019		Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
1.1. Creación de la empresa de turismo comunitario (E.T.C.)	Constitución de la empresa de turismo comunitario													- Empresa municipal de turismo - Comité de turismo de la comuna de Ayangue - Juntas Parroquiales Comité comunal	\$ 700.00	- Prestadores de servicios turísticos	Alta	Corto
1.2. Fortalecimiento socio organizativo: Capacitación sobre manejo administrativo, legal de la empresa comunitaria.	Impulsar el fortalecimiento de los productos turísticos, que presentan deficiencia de algunos servicios, a través del desarrollo, con las comunidades organizadas													- Ministerio de turismo - Comité de turismo de la comuna de Ayangue - Juntas Parroquiales Comité comunal	\$ 300.00	- Prestadores de servicios turísticos	Alto	Corto

Elaborado por: Borbor P, (2014)

PROGRAMA 2.

ADECUACIÓN DE LUGARES DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN

Objetivo

Este proyecto está dirigido a prestadores de servicios que desarrollen sus actividades empíricamente en el que se gestionará con el cabildo comunal para la gestión del financiamiento por parte de las carteras de estado como también de las ONG's .

Actividades:

- Readecuar los locales de gastronomía mediante el apoyos de los GAD,s locales.
- Regenerar los establecimientos que brindan servicios de alojamientos para mayor expectativa del turismo

CUADRO N.º 24 PROGRAMA 2

PROGRAMA	2.- Adecuación de lugares de Alojamiento y Alimentación
	Organizar grupos de trabajo para realizar el respectivo mantenimiento de los lugares turísticos.
OBJETIVO	Que los establecimientos gastronómicos y de alojamiento comunitario mejoren su condición y su infraestructura.
PROYECTOS	1.1 Presentar un mejor diseño acorde al turismo comunitario de los locales de gastronomía y de alojamiento comunitario, familiares que existen en Ayangue.

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 25 EJECUCIÓN DE LOS SERVICIOS

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA														Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
2. Adecuación de Lugares de Alojamiento y Alimentación		2014		2015		2016		2017		2018		2019						
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
2.1. Presentar un mejor diseño acorde al turismo comunitario de los locales de gastronomía y de alojamiento comunitario familiares que existen en Ayangue	• Adecuación de casas de familias													- Ministerio de Turismo	\$ 15.000.00	- Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) - Ministerio de Turismo	Alta	Corto
	• Adecuación de comedor comunitario													- Ministerio de Turismo	\$ 2.500.00	- Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) - Ministerio de Turismo	Alta	Mediano

Elaborado por: Borbor P, (2013)




PROGRAMA 3. MEJORAR LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN

Objetivo. Dotar a la empresa comunitaria de herramientas que les permita a los asociados ubicar actividades productivas que no afecten al medio ambiente.

Proyecto 1. Dotación de equipos para las seis principales actividades recreacionales: Kayak, buceo, pesca deportiva, paseo en bananas y avistamiento de ballenas y aves.

El proyecto de la dotación de equipos para actividades recreacionales, considera que es importante el emprendimiento de los asociados, además ofrecer un servicio de calidad a los turistas y visitantes diversificando la oferta turística. Las actividades recreacionales que se desarrollen tendrán relación directa a la oferta turística como es el de sol y playa.

Actividades

-  Presupuesto de los equipos requeridos efectuado por la Empresa de turismo comunitario.
-  Reunión con las autoridades del cantón con el fin de obtener los fondos necesarios para la adquisición de equipos recreacionales.
-  Adquisición y distribución de equipos recreacionales.

CUADRO N.º 26 MEJORAR LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN

LÍNEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA	3. Mejorar los servicios de recreación
La necesidad de diversificar la oferta turística, con el objeto de brindar servicios complementarios.	
OBJETIVOS	Orientar a los asociados para que identifiquen actividades productivas rentables, sustentables y que no afecten al medio ambiente.
PROYECTOS	Dotación de equipos para las seis principales actividades recreacionales: Kayak, buceo, pesca deportiva, paseo en bananas y avistamiento de ballenas y aves.

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 27 CRONOGRAMA ESTIMADO PARA MEJORAR LOS SERVICIOS DE RECREACIÓN

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
3.1. Equipos de actividades recreacionales de: kayak, buceo, pesca deportiva y snorkel	- Presupuesto de los equipos requeridos efectuado por la Empresa de turismo comunitario.													- Empresa municipal de turismo	\$ 100.00	- Empresa de turismo comunitario (E.T.C.)	Alta	Corto
	- Reunión con las autoridades del cantón con el fin de obtener los fondos necesarios para la adquisición de equipos recreacionales.													- Comité de turismo de la comuna de Ayangue - Empresa municipal de turismo - Ministerio de Turismo	\$ 200.00	- Ministerio de Turismo - Comité de turismo de la comuna de Ayangue	Alta	Corto
	- Adquisición y distribución de equipos recreacionales													- Empresa municipal de turismo - Ministerio de Turismo	\$ 8.700.00	- Empresa municipal de turismo - Ministerio de Turismo	Alta	Corto





Elaborado por: Borbor, P. (2014)

PROGRAMA 4. CAPACITACIÓN

Proyecto 1. Capacitación y formación de los asociados

La formación de los asociados tiene relación a la adquisición de conocimientos en turismo comunitario, al desarrollo de habilidades para emprender en negocios rentables que sea un complemento a los servicios que da la organización comunitaria y a la manera de cómo manejar los recursos naturales de manera sostenible. Por lo tanto la capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de la empresa las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, esta abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al asociado entender el funcionamiento del sistema administrativo y operativo de la organización comunitaria de los proyectos desarrollados y los que se desarrollaran de manera práctica. Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, que viene a agilizar los procesos y llevar a la empresa comunitaria a generar un valor agregado y contribuir a la mejora duradera.

Actividades

-  Capacitación en turismo comunitario.
-  Capacitación para el emprendimiento.
-  Capacitación en administración para los microempresarios.
-  Capacitación en ambiente y manejo de recursos naturales.

CUADRO N.º 28 FORMACIÓN DE LOS ASOCIADOS

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA	2. Formación de los asociados de la organización comunitaria
OBJETIVOS	Capacitar a los socios de la empresa comunitaria para el desarrollo sustentable y sostenible del turismo comunitario de Ayangue.
PROYECTOS	Formar a los prestadores de servicios en actividades que direccionen el desarrollo del turismo

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 29 CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA														Responsable	Presupuesto	Fuente De Financiamiento	Prioridad	Plazo
4. Formación de los asociados de la organización comunitaria		2014		2015		2016		2017		2018		2019						
PROYECTOS	ACCIONES	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S					
4.1. Programa de capacitación y formación de los asociados	- Capacitación en turismo comunitario													► Ministerio de Turismo	\$ 200.00	- Ministerio de Turismo - Ministerio del Ambiente - Consejo Provincial	Corto	Alto
	- Capacitación para el emprendimiento													► Ministerio de Turismo	\$ 400.00	- Ministerio de Turismo - Ministerio del Ambiente - Consejo Provincial	Corto	Alto
	- Capacitación en administración para los microempresarios													► Consejo Provincial	\$ 300.00	- Ministerio de Turismo - Ministerio del Ambiente - Consejo Provincial	Media	Medio
	- Capacitación en ambiente y manejo de recursos naturales													► Ministerio del Ambiente	\$ 400.00	- Ministerio de Turismo - Ministerio del Ambiente - Consejo Provincial	Largo	Medio

Elaborado por: Borbor P, (2014)




PROGRAMA 5. INFORMACIÓN Y OPERACIÓN

Objetivo. Facilitar información turística guianza y orientación durante el tiempo de estadía del visitante dentro de la comunidad

Proyecto 1. Área de información

El área de comunicación tiene mucha importancia, ya que coordina las acciones en la empresa comunitaria, además otorga información de los servicios que ofrece la empresa a los visitantes y turistas. Al referirnos a información, es necesario capacitar al guía en temas interculturales, ecológicos y de idiomas ya que es quien proporciona a los turistas /visitantes la investigación al momento de guiarlos. El Guía es el gran protagonista del Turismo Receptivo. Combina el "calor humano" con la transición de información en el campo del turismo organizado. En la cadena humana receptora desempeña un papel importante por ser la persona más indicada para atender las inquietudes del turista y orientarlo en su idioma durante su estadía.

Actividades:

-  Planificación de capacitaciones.
-  Contratación de capacitadores.
-  Capacitación a la comunidad.

CUADRO N.º 30 ÁREA DE OPERACIÓN

Línea estratégica / Programa	3. Área de operación
Se creará un área para informar al turista o visitantes sobre lo que brinda la empresa turística.	
OBJETIVOS	Mantener informados a los turistas sobre la oferta que brinda de la comunidad
PROYECTOS	1. Oficina de información y coordinación 2. Guías locales (capacitación)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 31 CRONOGRAMA DE INFORMACIÓN Y OPERACIÓN

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		2014		2015		2016		2017		2018		2019		Responsable	Presupuesto	Fuente De Financiamiento	Priori dad	Plazo
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
5.1. Oficina de información y coordinación	▶ Planificación, preparación de presupuestos y proyecto puesto en marcha													-Empresa de turismo comunitario (E.T.C.)Ministerio de Turismo	\$ 3500.00	-Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) -Misterio de Turismo	Corto	Alto
5.2. Guías locales (capacitación)	▶ Planificación de capacitaciones ▶ Contratación de capacitadores ▶ Capacitación a la comunidad													-Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) -Empresa de Turismo Municipal	\$ 400.00	-Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) -Misterio de Turismo	Mediano	Medio

Elaborado por: Borbor P, (2013)

PROGRAMA 6. MERCADEO DEL PRODUCTO TURÍSTICO





Objetivo. Comercializar los productos turísticos que oferta la empresa turística

Proyecto 1. Conformación de una oficina de coordinación y operación turística para la comercialización de los productos dentro de la comunidad.



La conformación de una oficina de coordinación y operación turística para la comercialización de los productos turísticos dentro de la comunidad, será necesaria para mercadear los productos y servicios que brinda la empresa.

Los canales de comercialización serán directos e indirectos, mediante alianzas estratégicas con el objeto de lograr la máxima eficiencia en ventas.

La venta directa de los productos turísticos por parte de la empresa comunitaria, tiene ventajas, tales como:

-  Mayor control de la comercialización.
-  Gran flexibilidad para reaccionar a los cambios del mercado.
-  Mayor eficacia de los esfuerzos por relaciones interpersonales.
-  Posibilidad de rápida aplicación local de las innovaciones.

Los paquetes turísticos que oferta la empresa comunitaria de Ayangue será comercializada mediante Intermediaria de turismo, que son aquellas que elaboran y venden sus propios paquetes turísticos ofertados en la empresa comunitaria. La ventaja que se tendrá al comercializar el producto son las siguientes:

-  Mayor garantía de promoción por medios más eficientes.
-  Mayor cobertura de la comercialización.

- ✚ Reducción de gastos operativos.
- ✚ Fortalecimiento del sector por alianza.

Actividades

- ✚ Adecuación de una oficina de coordinación y operación turística.
- ✚ Alianzas estratégicas para la comercialización

Proyecto 2. Producción de folleteras, Sitio Web.

La elaboración de trípticos, folletos afiches, página Web, E- mail, tiene mucha importancia, con el objeto de comercializar los productos que ofrece la empresa comunitaria. La información que contienen estos medios de información, parte de la situación en que se encuentra la comuna de Ayangue en relación al turismo y al mercado potencial a donde se quiere llegar.

Actividades:

- ✚ Diseño de la página Web: (www.turismocomunitarioayangue.ec).
- ✚ Diseño de trípticos de la comunidad

CUADRO N.º 32 MERCADEO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Línea estratégica / Programa	6. Mercadeo del Producto Turístico
Es necesario tomar en cuenta herramientas de comercialización, que orienten al mercado con productos turísticos que satisfagan la necesidades del turista	
OBJETIVOS	Comerciar la oferta turística de la empresa comunitaria.
PROYECTOS	1. Conformación de una oficina de coordinación y operación turística para la comercialización de los productos turísticos dentro de la comunidad. 2. Producción de folleteras y Sitio Web

Elaborado por: Borbor P, (2014)

ESQUEMA N.º 19 DISEÑO DE LA PÁGINA WEB



Elaborado por: Borbor, D. (2014)

ESQUEMA N.º 20 DISEÑO DEL TRÍPTICO



Elaborado por: Borbor, D. (2014)

CUADRO N.º 33 CRONOGRAMA DE MERCADEO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA														Responsable	Presupuesto	Fuente De Financiamiento	Prioridad	Plazo
6. Mercadeo del producto turístico		2014		2015		2016		2017		2018		2019						
PROYECTOS	ACCIONES	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S	1 S	2 S					
6.1. Conformación de una oficina de coordinación y operación turística para la comercialización de los productos turísticos dentro de la comunidad, se incluyen los canales directos e indirectos.	- Adecuación de una oficina de coordinación y operación turística. - Realización de acciones													<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) ▶ Ministerio de Turismo ▶ Empresa de Turismo Municipal 	\$ 3.700.00	<ul style="list-style-type: none"> - Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) - Ministerio de Turismo 	Mediano	Alta
6.2. Producción folleterías Sitio Web	- Promoción													<ul style="list-style-type: none"> ▶ Empresa de turismo comunitario (E.T.C.) ▶ Consejo Provincial 	\$ 5.000.00	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Turismo - Empresa de Turismo Municipal 	Largo	Alta

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CUADRO N.º 34 PRESUPUESTO GENERAL

PROGRAMAS	PROYECTOS	MONTO
Conformación de la empresa comunitaria	Creación de la empresa de turismo comunitario (E.T.C.)	\$ 700,00
	Fortalecimiento socio-organizativo: Capacitación sobre manejo administrativo, legal de la empresa comunitaria.	\$ 300,00
Implementación de la actividad turística comunitaria	Servicios de alojamiento y alimentación	\$ 17.500,00
Mejorar los servicios de recreación	Dotación de equipos para actividades recreacionales: de cayacs, buceo, pesca deportiva y snorkel	\$ 9.000,00
Formación de los asociados de la organización comunitaria	Programa de capacitación y formación de los asociados	\$ 1.300,00
Área de operación	Oficina de información y coordinación	\$ 3.500,00
	Guías locales (capacitación)	\$ 400,00
Mercadeo del producto turístico	Conformación de una oficina de coordinación y operación turística para la comercialización de los productos turísticos dentro de la comunidad	\$ 2.200,00
	Comercialización de productos turísticos comunitarios, se incluyen los canales directos e indirectos	\$ 1.500,00
	Producción de folleterías y Sitio Web	\$ 5.000,00
TOTAL		\$ 41.400,00

Elaborado por: Borbor P, (2014)

CONCLUSIONES

- ✚ Se valoró la situación turística de la comuna de Ayangue, describiendo la oferta, evidenciándose que Ayangue tiene un potencial de recursos y atractivos, cuenta con diversos servicios turísticos como alojamiento, alimentación y recreación. Posee una buena infraestructura que sirve de acceso al uso de la oferta. Los atractivos de sitio natural y gastronómico ocupan la jerarquía más alta.
- ✚ Se propusieron Estrategias Turísticas, de acuerdo al análisis estratégico realizado, las mismas orientaron a la creación de la empresa de turismo comunitaria, para distribuir apropiadamente y vender productos turísticos comunitarios, la dotación de equipos para actividades recreacionales, y adecuación de lugares de alojamiento como también de alimentación en los respectivos restaurantes.
- ✚ Se planteó el Plan de Acción, en el que se proyecta el Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna de Ayangue, año 2013-2018, el mismo que persigue consolidar el turismo comunitario como eje articulador del desarrollo de Ayangue en el marco de la sostenibilidad, de forma que contribuya a garantizar a los habitantes el acceso a una vida digna, y a generar las condiciones necesarias para mejorar la competitividad en la región.
- ✚ Se planteó un modelo de planificación para el alcance sustentable, con la finalidad de direccionar progresivamente los recursos obtenidos del turismo comunitario.
- ✚ Se consideró a los GAD,s, dependencias del gobierno central, ONG,s, microempresas y empresas comunitarias como responsables del turismo comunitario por competencias que les habilitan otorgar ayuda a la comunidad de Ayangue

RECOMENDACIONES

- ✚ Realizar continuamente estudio de mercados, con el fin de conocer las preferencias de la demanda; desarrollando y potencializando nuevos productos turísticos orientados a la inclusión de la oferta que brinda Ayangue. Se debe de desarrollar alianzas con los servidores públicos, con empresas privadas y ONG, que posibilite el crecimiento turístico, manejado de manera organizada por la comunidad dedicada a prestar servicios turísticos.

- ✚ Aplicar las estrategias propuestas para el desarrollo del turismo comunitario en Ayangue, priorizando los mercados que están en crecimiento como el vacacional y turismo de sol y playa. Para ser competitivo en Ayangue es necesario que se brinden servicios turísticos de manera organizada, ofertando productos de manera sostenible y sustentable.

- ✚ Aprovechar el plan estratégico que se propone para el desarrollo del turismo comunitario de Ayangue, con el objeto a que el plan se encauce a la generación de empleo, ingresos económicos, al uso sostenible de los recursos naturales y a mejorar las condiciones sociales de los habitantes de la comunidad.

- ✚ Perseverancia del cabildo en turno de la microempresa comunitaria para la gestión hacia los gobiernos competentes con la finalidad de recibir beneficios para la institución comunitaria.

- ✚ Reconocer anualmente el excelente trabajo de los prestadores de servicios como premio a su labor, con la finalidad de incentivar a nuevas generaciones en la microempresa y comunidad en general.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, J. V. (2005). *Turismo, fundamentos y dimensiones*. S.P.ÀTICA.

Aramberri, J. (2011). *Turismo de masas y Modernidad*. Madrid: EMERALD.

ASCANIO, A. (2007). *Turismo y Planificación Hotelera: Evaluación Económica y Ambiental*, . Campinas Papirus.

Cabarcos Novás, N. (2006). *Promoción y Ventas de Servicio Turístico*. Vigo: Ideaspropias.

Cañada, E., & Gascón , J. (2006). *Acción por un Turismo Responsable*. Managua-Nicaragua : EDISA.

Carrión Morato, J. (2007). *Estrategia de la Visión a la Acción*. Madrid: ESIC.

Ezequiel, J. & Hernández, M (2004). *Análisis y Tendencias del Turismo*. Madrid: Pirámide

García Téllez, R. M. (2006). *Políticas de intervención en los centros históricos* . Puebla, Mexico: Beneméfica Universidad Autónoma de Puebla.

González, M.. (2010). *Turismo sostenible*.Barcelona: ERASMUS.

Guía de Turismo Comunitario FEPTCE 2006. (s.f.).

Ministerio de Turismo . (2010). *Manual de Señalización Turística*. Ecuador.

Miralbell Izard, O. (2010). *Gestión pública del turismo*. Barcelona: UOC.

Múnera M. C. (2007). *Resignificar el Desarrollo*: Universidad Nacional de Maclala.

Muñoz Flores, J. C. (2006). *Turismo y Sostenibilidad en espacios Naturales Protegidos*. Girona: Univrsitat de Girona.

Naya, P. (1985). División Administrativa. México: Trillas, S. A

PLANDETUR. (2020). *Plan de Desarrollo del Turismo*. Ecuador.

Publicacioines VERTICE S.L. (2008). *Dirección Estrategica*. Malaga: VERTICE.

Publicaciones Vertice S.L. (2008). *Marketing Turistico*. Malaga: VERTICE.

Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San Jose, Costa Rica: EUNED.

Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de Turismo*. San Jose - Costa Rica: EUNED.

Rosales, M. (2005). *Política sectorial y cambio institucional*. En: *Políticas públicas y cambio institucional para el desarrollo regional y rural*. Chile : UNIR- EUNA, pp. 35-49.

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2012). *El Plan Estrategico en la Practica*. Madrid: ESIC.

Valverde, M. (2005). *Globalización y desarrollo local*. Cuaderno de Ciencias Sociales N°114, *Participación para el desarrollo local*. FLACSO.

ANEXOS

**ANEXO N.º 1 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE
SERVICIOS TURÍSTICOS**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

Sexo

Hombre ()

Mujer ()

Edad

15 – 20 Años ()

21 – 30 Años ()

31 – 40 Años ()

41 – 50 Años ()

51 – en adelante ()

¿Considera usted que las personas que visitan la comuna de Ayangue se sienten interesados por conocer el sector?

Frecuencia ()

Siempre ()

Frecuentemente ()

Rara vez ()

Nunca ()

¿Considera usted que el turismo genera ingresos económicos a la población?

SI ()

NO ()

¿Considera usted que existe la participación local para desarrollar la oferta turística alojamiento, alimentación y recreación?

Siempre ()

Frecuentemente ()

Rara vez ()

Nunca ()

¿Cree usted que los servidores turísticos tienen voluntad para desarrollar el turismo?

Siempre ()

Frecuentemente ()

Rara vez ()

Nunca ()

¿Ustedes como servidores turísticos han tomado las previsiones para minimizar el impacto en los recursos turísticos de Ayangue?

Siempre ()
Frecuentemente ()
Rara vez ()
Nunca ()

¿Considera usted que existe la infraestructura pública para el desarrollo del turismo?

SI () NO ()

¿Considera usted que los productos turísticos que oferta la comuna están basados en los conocimientos valores y destrezas tradicionales de la comunidad?

Siempre ()
Frecuentemente ()
Rara vez ()
Nunca ()

¿Cuál cree usted que son las mayores necesidades que tiene el turista a la hora de visitar Ayangue?, indíquelas.

Baños públicos en la playa ()
Sitios de parqueos ()
Hospedajes ()
Guías turísticos ()
Actividades recreacionales ()
Alimentación de calidad ()

¿Considera usted que existe el interés de los servidores turístico en promover alianzas con otros sectores para el desarrollo del turismo comunitario?

Siempre ()
Frecuentemente ()
Rara vez ()
Nunca ()

¿Está usted de acuerdo que se elabore un plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la comuna Ayangue?

SI () NO ()

Gracias por su colaboración

**ANEXO N.º 2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE
SERVICIOS TURÍSTICOS.**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO LERÍA Y TURISMO**

ENCUESTA A LOS TURISTAS

Sexo

Hombre ()

Mujer ()

Edad

15 – 20 Años ()

21 – 30 Años ()

31 – 40 Años ()

41 – 50 Años ()

51 – en adelante ()

¿Cuál es su lugar de procedencia?

Quito ()

Guayaquil ()

Cuenca ()

Loja ()

Extranjeros ()

Otros ()

¿Cuál es la ocupación o actividad que usted realiza?

Estudiantes ()

Profesionales ()

Comerciantes ()

Otros ()

¿Con qué frecuencia visita usted Ayangue?

Siempre ()

Fines de Semana ()

Solo en temporada ()

Vacaciones ()

No contesta ()

¿De cuántos días promedio es su visita a este sector?

Un día ()

Dos días ()

Tres días ()

Cuatro días o más ()

¿De cuántos días promedio es su visita a este sector?

- Visitar a Familiares ()
- Descanso ()
- Deporte ()
- Aventura ()
- Gastronomía ()
- Naturaleza ()

¿Prefiere viajar con: familia, amigos, pareja o solo?

- Familia ()
- Amigos ()
- Pareja ()
- Solo ()

¿Qué medio de transporte usted prefiere?

- Aéreo ()
- Marítimo ()
- Transporte de Línea ()
- Auto Propio ()

¿Dónde prefiere alojarse cuando visita Ayangue?

- Hotel ()
- Amigos ()
- Hosterías ()
- Hostal ()
- Hospederías ()
- Otros ()

¿De manera general cómo califica usted la prestación de servicio a los visitantes?

- Excelente ()
- Muy buena ()
- Buena ()
- Mala ()
- No contesta ()

¿Cómo califica usted las vías de acceso hacia este lugar?

- Excelente ()
- Buen Estado ()
- Parcialmente Buena ()
- Regular ()

Gracias por su colaboración

**ANEXO N.º 3 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA
COMUNIDAD DE AYANGUE**

PLAYA PRINCIPAL DE AYANGUE



➤ **Datos generales**

Nombre del atractivo: Playa Principal de Ayangue

Propietario: Comuna Ayangue

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Costa o Litoral

Subtipo: Playa

Jerarquía: 2

➤ **Ubicación geográfica**

Latitud: 2° 01' 51.12" S

Longitud: 80° 43' 33.14" O

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Ayangue

➤ **Centros urbanos más cercanos:** San Pedro desde un 1 km

Características físicas del atractivo

➤ **Valor intrínseco**

Tiene una altura de 3 m.s.n.m, tiene una precipitación de 250 mm, cuenta con una temperatura de 25° C, Dimensiones 1000 m. de longitud aproximada de la playa, la calidad del agua clara, de color verde, cuenta con una temperatura media. Bahía cerrada, flanqueada por acantilados, con construcciones de viviendas cerca de la playa, presencia de embarcaciones de pescadores y para paseos, la playa es amplia y de aguas tranquilas.

➤ **Valor extrínseco**

El atractivo principal de Ayangue es la hermosa playa con la que cuenta este hermoso balneario, ya que la localidad se ha desarrollado turísticamente, ya que cuenta con un hermoso malecón, y a los alrededores cuenta con cabañas de restaurante que brinda el servicio de alimentación para los diferentes tipos de turista que visitan el balneario.

➤ **Estado de conservación del atractivo**

Alterado

Causas: Ya que el atractivo turístico en los años anteriores, se ha venido transformando con las implementaciones como cabaña de restaurante que brinda el servicio de alimentación, y con un moderno malecón para que los diferentes turistas puedan disfrutar.

➤ **Estado de conservación del entorno**

No Alterado

Causas: El atractivo principal es la hermosa playa que mantiene su entorno natural para el deleite de sus visitantes.

➤ **Infraestructura vial y de acceso**

El ingreso al balneario de Ayangue lo realiza por las vías:

TERRESTRE: Lastrado

ACUÁTICO: Marítimo

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4x4, barco, bote,

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 12

OBSERVACIONES: en estos últimos años el atractivo principal se ha implementado el alumbrado público en los alrededores de la playa para que los turistas puedan disfrutar de la caminata en pareja o salir en familia y disfrutar su entorno natural.

➤ **Infraestructura básica**

Agua: En los alrededores del atractivo si tiene agua potable, ya que cuenta con el 100% de habitantes que tiene el líquido vital.

Energía eléctrica: alrededor de la del atractivo si cuenta con energía eléctrica ya que en la comunidad de Ayangue la población cuenta con el 100% de energía eléctrica.

Alcantarillado: alrededor el entorno si cuenta con alcantarillado en un 85%

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Isla el pelado
- Playa Portete
- Playa Rosada

➤ **Conocimiento del atractivo (si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

La playa de Ayangue y la comunidad es muy conocida por los turistas nacionales e extranjeros ya que en este año ha sido promocionado local y nacional por los diferentes tipos de promoción ya sea por televisión, radio, pancarta y folletos.

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

PLAYA PORTETE GRANDE



➤ Datos generales

Nombre del atractivo: Playa Portete Grande

Propietario: Comuna Ayangue

Categoría: Sitio Natural

Subtipo: Playa

Tipo: Costa o Litoral

Jerarquía: 1

➤ Ubicación geográfica

Latitud: 2° 01' 51.12" S

Longitud: 80° 43' 33.14" O

Provincia: Santa Elena

Cantón: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Sector: Ayangue

➤ Centros urbanos más cercanos: San Pedro desde un 1 km

Características físicas del atractivo

➤ Valor intrínseco

Tiene una altura de 3 m.s.n.m, tiene una precipitación de 250 mm, cuenta con una

temperatura de 25° C, Dimensiones 1000 m. de longitud aproximada de la playa, también tiene una calidad del agua clara, de color verde, aguas tranquilas, cuenta con una temperatura media.

➤ **Valor extrínseco**

Esta hermosa playa con la que cuenta este hermoso balneario es de muy poco conocimiento por los turistas, ya que esta playa se encuentra a 10 minutos de distancia, en pocos años esta playa va a tener un complejo turístico llamado Casa de Sol.

➤ **Estado de conservación del atractivo**

No Alterado

Causas: Ya que el atractivo turístico, no ha sufrido grandes intervenciones por parte de la mano de hombre.

➤ **Estado de conservación del entorno**

No Alterado

Causas: todavía mantiene su entorno natural ya que todavía no se ha implementado nada en su entorno.

➤ **Infraestructura vial y de acceso**

Para ingresar a este atractivo natural se encuentra a 10 minutos de la localidad de Ayangué:

TERRESTRE: Empedrado

ACUATICO: Marítimo

TRANSPORTE: Automóvil, 4x4, barco, bote.

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 12

OBSERVACIONES: En los próximos años se va a implementar un complejo turístico para que esta playa sea muy visitada por los turistas nacionales e extranjeros.

➤ **Infraestructura básica**

Agua: No cuenta con este servicio.

Energía Eléctrica: No cuenta con este servicio.

Alcantarillado: No cuenta con este servicio

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Isla el pelado
- Playa de Ayangué
- Playa Portete Chico

➤ **Conocimiento del atractivo (si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

Esta playa es de muy poco conocimiento para los turistas, ya que esta playa no ha sido promocionada a nivel local ni tampoco a nivel nacional por eso la playa mantiene su entorno natural.

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P. (2014)

PLAYA PORTETE CHICO



➤ Datos Generales

Nombre del atractivo: Playa Portete Chico

Propietario: Comuna Ayangue

Categoría: Sitio Natural

Subtipo: Playa

Tipo: Costa o Litoral

Jerarquía: 1

➤ Ubicación Geográfica

Latitud: 2° 01' 51.12" S

Provincia: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Longitud: 80° 43' 33.14" O

Cantón: Santa Elena

Sector: Ayangue

➤ Centros urbanos más cercanos: San Pedro desde un 1 km

Características físicas del atractivo

➤ Valor intrínseco

Tiene una altura de 2 m.s.n.m, tiene una precipitación de 150 mm, cuenta con una temperatura de 25° C, Dimensiones 1000 m. de longitud aproximada de la playa, también tiene una calidad del agua clara, de color verde, aguas tranquilas, cuenta con una temperatura media.

➤ **Valor extrínseco**

Esta hermosa playa con la que cuenta este hermoso balneario es de muy poco conocimiento por los turistas, ya que esta playa se encuentra a 10 minutos de distancia, no ha sido promocionada a nivel nacional.

➤ **Estado de conservación del atractivo**

No Alterado

Causas: Mantiene su estado de conservación intacto.

➤ **Estado de conservación del entorno**

No Alterado

Causas: todavía mantiene su entorno natural ya que todavía no se ha implementado nada en su entorno.

➤ **Infraestructura vial y de acceso**

Para ingresar a este atractivo natural se encuentra a 10 minutos de la localidad de Ayangue:

TERRESTRE: Empedrado

ACUATICO: Marítimo

TRANSPORTE: Automóvil, 4x4, bote.

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 12

OBSERVACIONES: Que la comunidad y las entidades públicas promocionen este atractivo.

➤ **Infraestructura básica**

Agua: No cuenta con este servicio.

Energía Eléctrica: No cuenta con este servicio.

Alcantarillado: No cuenta con este servicio.

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Isla el pelado
- Playa de Ayangue
- Playa Portete Grande

➤ **Conocimiento del atractivo (si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

Esta playa es de muy poco conocimiento para los turistas, ya que esta playa no ha sido promocionada a nivel local ni tampoco a nivel nacional por eso la playa mantiene su entorno natural.

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P. (2014)

PLAYA PELADA



➤ Datos generales

Nombre del atractivo: Playa Pelada

Propietario: Comuna Ayangue

Categoría: Sitio Natural

Subtipo: Playa

Tipo: Costa o Litoral

Jerarquía: 1

➤ Ubicación geográfica

Latitud: 2° 01' 51.12" S

Provincia: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Longitud: 80° 43' 33.14" O

Cantón: Santa Elena

Sector: Ayangue

➤ Centros urbanos más cercanos: San Pedro desde un 1 km

Características físicas del atractivo

➤ Valor intrínseco

Tiene una altura de 1 m., tiene una precipitación de 120 mm, cuenta con una

temperatura de 25° C, Dimensiones 300 m. de longitud aproximada de la playa, también tiene una calidad del agua clara, de color verde, aguas tranquilas, cuenta con una temperatura media.

➤ **Valor extrínseco**

Esta hermosa playa es de muy poco conocimiento por los turistas, ya que esta playa se encuentra a 20 minutos de distancia, no ha sido promocionada a nivel nacional.

➤ **Estado de conservación del atractivo**

No Alterado

Causas: Mantiene su estado de conservación intacto.

➤ **Estado de conservación del entorno**

No Alterado

Causas: Mantiene su entorno natural, todavía no se ha implementado nada en su entorno.

➤ **Infraestructura vial y de acceso**

Para ingresar a este atractivo natural se encuentra a 20 minutos de la localidad de Ayangué:

TERRESTRE: Empedrado

ACUATICO: Marítimo

TRANSPORTE: Bicicleta

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES: Que la comunidad y las entidades públicas se interesen en promocionar este atractivo natural

➤ **Infraestructura básica**

Agua: No cuenta con este servicio.

Energía Eléctrica: No cuenta con este servicio.

Alcantarillado: No cuenta con este servicio

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Isla el pelado
- Playa de Ayangué
- Playa Portete Chico

➤ **Conocimiento del atractivo (si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

Esta playa es de muy poco conocimiento por los turistas, ya que esta playa no ha sido promocionada a nivel local ni tampoco a nivel nacional por eso la playa mantiene su entorno natural.

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P. (2014)

PLAYA ROSADA



➤ Datos Generales

Nombre del atractivo: Playa Rosada

Propietario: Cumbres de Ayangue

Categoría: Sitio Natural

Subtipo: Playa

Tipo: Costa o Litoral

Jerarquía: 1

➤ Ubicación Geográfica

Latitud: 2° 01' 51.12" S

Provincia: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Longitud: 80° 43' 33.14" O

Cantón: Santa Elena

Sector: Ayangue

➤ **Centros urbanos más cercanos:** La Comuna Palmar desde un 2 km

Características físicas del atractivo

➤ Valor intrínseco

Tiene una altura de 4 m.s.n.m, tiene una precipitación de 1000 mm, cuenta con una temperatura de 25° C, Dimensiones 500 m. de longitud aproximada de la

playa, también tiene una calidad del agua clara, de color verde, y arena rosada, con aguas tranquilas, cuenta con una temperatura media.

➤ **Valor extrínseco**

Esta hermosa playa es muy conocida por los turistas, ya que esta playa se encuentra a 20 minutos de distancia de la localidad de Ayangue, esta playa es administrada por la empresa turística Cumbres de Ayangue ya que esta entidad le da mantenimiento y mantiene su entorno natural, ya que a unos minutos de encuentra el hotel.

➤ **Estado de conservación del atractivo**

Alterado

Causas: El Hotel Cumbres de Ayangue mantiene este sector encantador en buen estado para los turistas que visitan este atractivo. Debido a esto el interesante lugar ha tenido que sufrir cambios con la finalidad de ofrecer un mejor servicio a los visitantes.

➤ **Estado de conservación del entorno**

Alterado

Causas: el hotel Cumbres de Ayangue ha implementado alrededor una cabaña de alimentación para los diferentes tipos de turistas nacionales e extranjeros.

Infraestructura vial y de acceso

Para ingresar a este atractivo natural se encuentra a 10 minutos de la localidad de Ayangue:

TERRESTRE: Empedrado

ACUATICO: Marítimo

TRANSPORTE: Automóvil, bote, yate

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES: La empresa turística Cumbres de Ayangue mantenga su conservación al atractivo natural. Para que los turistas puedan disfrutar de esta hermosa playa.

➤ **Infraestructura básica**

Agua: Cuenta con agua potable.

Energía Eléctrica: cuenta con él 50% de energía eléctrica en el atractivo.

Alcantarillado: No cuenta con este servicio.

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Playa de Ayangue
- Playita Mía
- Playa Leona

➤ **Conocimiento del atractivo (si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

Esta playa es muy promocionada por el complejo turístico Cumbres de Ayangue para atraer al turista que visiten el balneario ya se promociona por medio de la televisión, radio o por pancartas.

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

ISLA EL PELADO



➤ Datos Generales

Nombre del atractivo: Isla El Pelado

Propietario: Cumbres de Ayangue

Categoría: Sitio Natural

Subtipo: Islote

Tipo: Tierra Insulares

Jerarquía: 1

➤ Ubicación geográfica

Latitud: 01°55 9' S

Provincia: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Longitud: 08°47, 2'O

Cantón: Santa Elena

Sector: Ayangue

➤ **Centros urbanos más cercanos:** La Comuna San Pedro desde un 2 km

Características físicas del atractivo

➤ **Valor Intrínseco**

Esta isla estos años últimos se viene desarrollando turísticamente a nivel nacional e internacional; cuenta con una calidad del agua clara, de color verde, con aguas tranquilas, posee una temperatura media.

➤ **Valor Extrínseco**

El año pasado se implementó el hundimiento de señor de las aguas, para atraer más a los turistas que les gusta el buceo y el snorkel; este atractivo mantiene su entorno natural para el deleite de los visitantes. Ya que en este año se va a implementar un atractivo más como es el hundimiento del barco.

➤ **Estado de conservación del atractivo**

No alterado

Causas: Mantiene su estado de conservación y su entorno.

➤ **Estado de conservación del entorno**

No alterado

Causas: Mantiene su entorno natural.

Infraestructura vial y de acceso.

Para ingresar a este atractivo natural se encuentra a el islote el pelado está ubicado a 3.7 millas (15 minutos) de la playa de Ayangué pueden ingresar a este atractivo

ACUATICO: Marítimo.

TRANSPORTE: Bote, yate

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES: Es muy importante primero saber nadar para poder ingresar a este atractivo natural.

➤ **Infraestructura básica**

Agua: No cuenta con este servicio.

Energía Eléctrica: No cuenta con este servicio.

Alcantarillado: No cuenta con este servicio.

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Playa de Ayangue.
- Playa Portete Grande.
- Playa Portete Chico.

➤ **Conocimiento del atractivo (si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

Él islote es muy promocionado por los medio de comunicación ya sea, televisión, radio para dar a conocer este atractivo turístico natural.

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

JESÚS DE LAS AGUAS



➤ Datos Generales

Nombre del atractivo: Jesús De Las Aguas

Propietario: Cumbres de Ayangue

Categoría: Acontecimiento programado

Subtipo: Festividades

Tipo: Evento

Jerarquía: 1

➤ Ubicación Geográfica

Latitud: 01°55 9' S

Provincia: Santa Elena

Parroquia: Colonche

Longitud: 08047, 2'O

Cantón: Santa Elena

Sector: Ayangue

- **Centros urbanos más cercanos:** La Comuna San Pedro desde un 2 km

Características físicas del atractivo

- **Valor Intrínseco**

El Santo Jesús de las Aguas es un atractivo más para que los turista pueden visitarlo y disfrutarlo, y así se puede desarrollar turísticamente a nivel nacional e internacional, cuenta con una calidad del agua clara, de color verde, con aguas tranquilas, cuenta con una temperatura media.

- **Valor Extrínseco**

El año pasado se implementó el hundimiento de señor de las aguas, para atraer más turistas que les gustan el buceo y el snorkel, este atractivo mantiene su entorno natural para el deleite de los turistas. Ya que en este año se va a implementar un atractivo más como es el hundimiento del barco.

- **Estado de conservación del atractivo**

No alterado

Causas: Mantiene su estado de conservación y su entorno.

- **Estado de conservación del entorno**

No alterado

Causas: Mantiene su entorno natural

Infraestructura vial y de acceso

Para ingresar a este atractivo natural se encuentra a el islote el pelado está ubicado a 3.7 millas (15 minutos) de la playa de Ayangué pueden ingresar a este atractivo

ACUATICO: Marítimo

RANSPORTE: Bote, yate

TEMP. DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 12

OBSERVACIONES: Es muy importante primero saber nadar para poder ingresar a este atractivo natural.

➤ **Infraestructura Básica**

Agua: No cuenta con este servicio.

Energía Eléctrica: No cuenta con este servicio.

Alcantarillado: No cuenta con este servicio

➤ **Asociación con otros atractivos**

Pueden ser:

- Playa de Ayangue.
- Playa Portete Grande.
- Playa Portete Chico.

➤ **Conocimiento del atractivo (Si es conocido o no el atractivo por los visitantes)**

Es muy promocionada por los medio de comunicación ya sea, televisión, radio para promocionar el atractivo turístico

Fuente: Trabajo por el investigador. (2014)

Elaborado por: Borbor P, (2014)

ANEXO N.º 4 REGLAMENTO PARA EL REGISTRO DE CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS

Art. 2. Para realizar el registro único de todos los centros turísticos comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro como Centro Turístico Comunitario se lo hará en las Gerencias Regionales o Direcciones Provinciales del Ministerio de Turismo del país, debiendo para dicho registro adjuntar los siguientes requisitos:

- a) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará el Centro Turístico Comunitario.
- b) Acreditación de la constitución de la organización en cualquier forma de integración o sociedad amparada en la ley, con excepción de las organizaciones determinadas en el Artículo 7 de la Ley de Turismo.
- c) Constancia o nombramiento que acredite la representación legal del petición ante de registro a nombre del centro turístico comunitario.
- d) Acta de la que conste que el centro turístico comunitario ha decidido registrarse y en la cual debe estipularse la delegación a la persona que les representa para realizar el registro con la firma de los miembros.
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo.
- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo.
- g) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios.
- h) Informe técnico que justifique la calidad de comunitario del Centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y

Participación Ciudadana, o por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE.

- i) Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que se circunscribe el servicio de turismo comunitario.

Art. 3. Recibida la solicitud la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo dispondrá fecha y hora para una Inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados. En la referida inspección de procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información se procederá a ingresar los datos de la comunidad, creando para el efecto un número de registro, número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente. Una vez concluido este trámite se procederá a emitir el certificado de registro.

Art. 4. La Licencia Anual de funcionamiento será expedida por la Municipalidad de la Jurisdicción territorial donde se encuentre el centro turístico comunitario de ser descentralizado, caso contrario se la expedirá en la Dependencia del Ministerio de Turismo más cercana, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 5. Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

ANEXO N.º 5 CARTA AVAL



Ayangue, 16 de Octubre del 2014

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, Msc.
DIRECTOR CARRERA ADMINISTRACIÓN EMPRESA
Universidad Estatal Península de Santa Elena

A quien interese.-

Por medio de la presente, la Comuna Ayangue a través de sus dirigentes, avaliza a el **Sr. Pedro David Borbor Pozo**, con Cédula de Identidad No. 091692200-8, egresado de la carrera de hotelería y turismo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que pueda realizar, elaborar investigar y ejecutar su trabajo de graduación del Proyecto de investigación "PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNA A AYANGUE , PARROQUIA COLONCHE, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA. AÑO 2014", ya que de esta manera nos ayudara a impulsar el desarrollo de nuestra comunidad hacia un futuro mejor.

Es todo cuanto podemos decir, autorizando al beneficiario hacer uso del presente en lo que estime conveniente.

Atte.



Pepe Salinas Tomalá

Sr. Pepe Salinas Tomalá
C.I. 091257096-0
SECRETARIO
COMUNA AYANGUE

DIRECCION: Calle Principal - Barrio Maria Auxiliadora - e-mail: comunayangue1982@hotmail.com
TELEFONOS: Presidente 0967634573 - Secretario 0969288634 - Secretaria Oficial 0997049781
C.º. Archivos Oficina 2014.COMUNA AYANGUE