



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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE PERMITAN
UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL
POSICIONAMIENTO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO EN LA
PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROVINCIA DE
SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

SAMUEL HUMBERTO RENDÓN AMPUÑO

PROFESOR GUÍA: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2017

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE PERMITAN
UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL
POSICIONAMIENTO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO EN LA
PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROVINCIA DE
SANTA ELENA”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

SAMUEL HUMBERTO RENDÓN AMPUÑO

PROFESOR GUÍA: LCDA. TANNIA AGUIRRE SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2017

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, **“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE PERMITAN UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL POSICIONAMIENTO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA”** elaborado por la Sr. SAMUEL HUMBERTO RENDÓN AMPUÑO, egresado de la carrera de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

PROFESOR GUÍA

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE PERMITAN UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL POSICIONAMIENTO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA**” elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,

.....
Samuel Humberto Rendón Ampuño
C. I. 0916674161

DEDICATORIA

A Dios

Por haberme permitido llegar hasta este punto y dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis Padres

Por haberme apoyado en todo momento, que con su sacrificio me han dado el estudio y lograr alcanzar esta valiosa meta; por sus consejos, por sus valores, la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien; y lo más importante, por su amor incondicional.

A mis hermanas

Que con su paciencia y ayuda en cada trabajo he logrado llegar a cumplir esa meta.

A mi familia

Mi esposa y mis hijos, que con su entrega han sido mi soporte y mis mejores amigos, mi consejero mi apoyo para no bajar los brazos en los momentos difíciles.

AGRADECIMIENTO.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a la Carrera de Hotelería y Turismo, a sus autoridades y profesores, por abrirme sus puertas y darme la confianza necesaria para triunfar en la vida y transmitir conocimientos para mi formación profesional.

A mi Guía de proyecto de titulación la Lcda. Tannia Aguirre, ya que gracias a su esfuerzo, dedicación, experiencia, motivación y paciencia, impartió sus conocimientos, para así poder concluir con éxito mi trabajo.

Agradezco además a los másteres de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindarme su amistad y así compartir momentos de enseñanza que con el pasar del tiempo se convirtieron en lazos de amistad, logrando afianzar ese conocimiento científico y aportes de mucho valor que convirtieron esa meta en una realidad para servir a la sociedad.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Linda Núñez Guale, .MBA
DECANA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Jessica Linzan Rodríguez, MSc.
PROFESORA DEL ÁREA.

Ab. Brenda Reyes Tomalá, MSc
SECRETARIA GENERAL

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

“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE PERMITAN UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL POSICIONAMIENTO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA”

Autor: Samuel Humberto Rendón Ampuño
Profesor Guía: Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

RESUMEN

La parroquia de San José de Ancón, es uno de los lugares turísticos del cantón Santa Elena, con una existencia de recursos patrimoniales reconocidos como tal por la constitución y que derivan del legado histórico de la actividad petrolera todavía existente en esta parroquia, sin embargo a pesar de contar con este reconocimiento no se han llevado a cabo elementos investigativos para plantear estrategias que permitan obtener un desarrollo turístico acorde a destinos patrimoniales, siendo el objetivo de este trabajo identificar elementos que permitan construir una ventaja competitiva para su posicionamiento. Para llegar a cumplir este objetivo se utilizó una investigación bibliográfica y de campo que fue apoyada por la investigación exploratoria, descriptiva y explicativa, además de los métodos de inducción – deducción, de análisis y síntesis, los mismos que permitieron obtener la información relevante, para la posterior conclusión de los resultados relacionados a la problemática planteada, los cuales se enfocan en que la parroquia San José de Ancón posee varios atractivos turísticos naturales que destacan por su formación natural, como los acantilados de la Playa de Acapulco, además de los bienes históricos y culturales, que permitieron la declaratoria de Patrimonio Cultural del Ecuador y por la autenticidad, específicamente en la arquitectura inglesa, con las cuales han sido construidas, creando ambientes propicios para realizar actividades de recreación, conocimiento, educación e investigación dentro de la parroquia Ancón.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA	II
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.	V
TRIBUNAL DE GRADO	VI
RESUMEN.....	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE CUADROS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS	XIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
INTRODUCCIÓN	1
SECCIÓN I: EL PROBLEMA	2
1.1 TEMA.....	2
1.2 ANTECEDENTES	2
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	8
1.6 OBJETIVOS.....	9
1.6.1 Objetivo General	9
1.6.2 Objetivos Específicos.....	9
1.7 HIPÓTESIS	10
1.7.1 Identificación de las variables	10
1.7.2 Operacionalización de las variables	10
1.7.2.1 Variable Independiente	10
1.7.2.2 Variable Dependiente.....	10
1.7.3 Matriz de consistencia.....	13
SECCIÓN II: MARCO TEORICO.....	14
2.1 MARCO TEÓRICO	14
2.1.1 Ventaja competitiva	14

2.1.1.1 Competitividad.....	14
2.1.1.2 Valor percibido por el cliente.....	15
2.1.1.3 La cadena de valor	16
2.1.1.4 Elementos de la cadena de valor	17
2.1.1.5 Estrategias competitivas.....	19
2.1.1.6 Experiencia del turista.....	20
2.1.2 Posicionamiento	20
2.1.2.1 Estrategias de posicionamiento	21
2.1.2.2 Consumidor	23
2.1.2.2.1 Comportamiento del consumidor.....	24
2.1.2.2.2 Decisión de compra del consumidor.....	25
2.1.2.2.3 Tipos de consumidores.....	26
2.1.3 Destino Turístico.....	27
2.1.3.1 Producto Turístico.....	28
2.1.3.2 Sistema Turístico.....	28
2.1.3.3 Oferta Turística	29
2.1.3.4 Competencia.....	30
2.1.3.5 Mercado Turístico	31
2.1.3.6 Ciclo de vida del destino	32
2.1.3.7 Desarrollo del destino	33
2.2 MARCO LEGAL	34
2.2.1 Constitución del Ecuador	34
2.2.2 Plan Nacional del Buen Vivir	35
2.2.3 Ley de Turismo	35
2.3 MARCO CONTEXTUAL.....	36
2.3.1 Ubicación Geográfica.....	36
2.3.2 Organización Institucional	37
2.3.3 Aspectos Demográficos	38
2.3.3.1 Educación.....	39
2.3.3.2 Salud	39
2.3.3.3 Servicios Básicos	40
2.3.3.3.1 Energía Eléctrica	40
2.3.3.3.2 Agua	40
2.3.3.3.3 Alcantarillado Sanitario	41
2.3.3.3.4 Desechos Sólidos	41
2.3.3.3.5 Transporte	41
2.3.3.3.6 Vivienda.....	42
2.3.3.3.7 Telecomunicaciones.....	42
2.3.4 Actividades Económico – Productivas.....	43
2.3.5 Aspectos Históricos.....	44
2.3.6 Turismo en San José de Ancón	46

SECCIÓN III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	48
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	49
3.2.1 Investigación Documental.....	49
3.2.2 Investigación de Campo.....	49
3.3 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.	49
3.3.1 Método Analítico – Sintético	49
3.3.2 Método Inductivo – Deductivo	50
3.3.3 Método Explicativo.....	50
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.	50
3.4.1 Encuesta.	51
3.4.2 Entrevista.....	51
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.	51
3.5.1 Población.....	51
3.5.2 Muestra.....	52
SECCIÓN IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
4.1 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.	55
4.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A POBLADORES	58
4.3 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS	73
4.4 VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS	86
4.4.1 Descripción de la hipótesis.	86
4.4.2 Procedimiento de Cálculo de la Hipótesis	86
SECCIÓN V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	88
5.1 CONTEXTO DE LA NOVEDAD CIENTÍFICA	88
5.2 CONCLUSIONES	88
5.2.1 Alcances	91
5.3 RECOMENDACIONES	92
5.3.1 Alcances	93
BIBLIOGRAFÍA.....	94
ANEXOS	97

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Operacionalización de las variables	11
Cuadro 2 Matriz de consistencia	13
Cuadro 3 Organización Institucional	37
Cuadro 4 Atractivos turísticos.....	47
Cuadro 5 Población de estudio.....	52
Cuadro 6 Muestra a utilizarse en el estudio.	53
Cuadro 7 Comprobación de Hipótesis.	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género.....	58
Gráfico 2 Edad	59
Gráfico 3 Nivel de instrucción	60
Gráfico 4 Actividad económica	61
Gráfico 5 Valor al turismo	62
Gráfico 6 Actividades turísticas	63
Gráfico 7 Diferencia de atractivos	64
Gráfico 8 Gestión óptima.....	65
Gráfico 9 Beneficios y consideraciones para el turista	66
Gráfico 10 Tipos de servicios valorados por el turista.....	67
Gráfico 11 Precios de los servicios turísticos	68
Gráfico 12 Estimulación de la visita turística	69
Gráfico 13 Necesidades de los turistas.....	70
Gráfico 14 Patrimonio cultural.....	71
Gráfico 15 Participación de la comunidad	72
Gráfico 16 Residencia	73
Gráfico 17 Género.....	74
Gráfico 18 Edad	75
Gráfico 19 Nivel de estudio	76
Gráfico 20 Duración de estadía.....	77
Gráfico 21 Gasto diario	78
Gráfico 22 Motivo de visita	79
Gráfico 23 Fuentes de información.....	80
Gráfico 24 Motivación a visitar la parroquia Ancón	81
Gráfico 25 Actividades turísticas	82
Gráfico 26 Experiencia en las actividades turísticas.....	83
Gráfico 27 Atracción de los lugares turísticos	84
Gráfico 28 Características de los servicios	85

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Entrevista a autoridades.....	98
Anexo 2 Encuesta a pobladores	100
Anexo 3 Encuesta a turistas	103
Anexo 4 Entrevista bióloga Gladys Santos Marín gerente de Emuturismo.....	115
Anexo 5 Entrevista Ing. Mercedes Guerra Secaira, jefa del departamento de turismo de la prefectura.....	116
Anexo 6 Entrevista a la Sra. Martha Pilco Torres, presidenta del gad parroquial de San jose de Ancón	117
Anexo 7 Acantilados en la playa acapulco	117
Anexo 8 Iglesia ancón.....	118
Anexo 9 Casas construidas con arquitectura inglesa	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	103
Tabla 2 Edad	105
Tabla 3 Nivel de instrucción	105
Tabla 4 Actividad económica.....	106
Tabla 5 ¿Cómo es considerado el turismo por usted?.....	106
Tabla 6 Las actividades que realizan los turistas cuando visitan la Parroquia Ancón son... ..	106
Tabla 7 ¿Considera que los atractivos turísticos de Ancón se diferencian de otros atractivos de la provincia?.....	107
Tabla 8¿Considera que los atractivos turísticos culturales de Ancón se diferencian de otros atractivos de la provincia?.....	107
Tabla 9 ¿Cuáles considera usted que son los aspectos más relevantes que se le brinda al turista en la Parroquia Ancón?.....	108
Tabla 10 ¿Qué cree usted que valora más el turista cuando visita a Ancón?.....	108
Tabla 11 ¿Considera que los precios de los servicios turísticos de la Parroquia Ancón son competitivos en relación a una oferta similar en la provincia de Santa Elena?.....	108
Tabla 12 ¿Considera que las autoridades y habitantes de la Parroquia Ancón fomentan acciones en pro del desarrollo de sus atractivos turísticos?....	109
Tabla 13 ¿Considera que el producto turístico cultural de Ancón generará mayor afluencia de los turistas?.....	109
Tabla 14 ¿Considera que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas?	109
Tabla 15 ¿Considera que la participación de la comunidad en la actividad turística sería importante para los turistas?	110
Tabla 16 Residencia específica	110
Tabla 17 ¿Cuál es su género?.....	110
Tabla 18 Edad	111
Tabla 19 ¿Cuál es su nivel de estudio?	111

Tabla 20 ¿Cuál es la duración de estadía?	111
Tabla 21 ¿Cuánto suele gastar diariamente cuando viaja?.....	111
Tabla 22 ¿Cuál fue su motivo de visita?	112
Tabla 23 ¿Qué fuentes consultó para informarse de Ancón?.....	112
Tabla 24 ¿Qué le motivó a decidir su visita a la Parroquia Ancón?	112
Tabla 25 De las actividades turísticas nombradas en la parte de abajo ¿Cuáles ha realizado o le gustaría realizar?.....	113
Tabla 26 De las actividades turísticas realizadas ¿Cuál le parece una buena experiencia?.....	113
Tabla 27 De los lugares turísticos visitados ¿qué es lo que más le llama atención?	113
Tabla 28 ¿Qué características de los servicios son más valorados por usted cuando visita un lugar?	114

INTRODUCCIÓN

El sector turístico es una de las actividades con gran interdependencia del entorno donde este se desarrolla, dado que por una parte consume recursos naturales y por otra parte necesita un entorno natural atractivo para lograr su desarrollo, ya que este es el principal motivo de la atracción turística.

El presente trabajo investigativo permitirá determinar los factores que puedan generar una ventaja competitiva, para de esta manera posicionarse en el ámbito turístico a la parroquia San José de Ancón, el mismo se encuentra estructurado de la siguiente manera:

La Sección 1, encierra el problema, en donde se podrá encontrar, el tema, los antecedentes de la investigación, el problema que encierra este, así mismo su formulación, la justificación, los objetivos y la hipótesis que encierra el problema a investigar.

En la Sección 2, hace referencia al marco referencial, donde se encontrará el marco teórico del trabajo investigativo y el marco contextual del mismo, en el cual se analiza los aspectos demográficos y las actividades económicas y productivas de la parroquia.

La Sección 3 muestra la metodología de la investigación, donde se analiza el diseño de la investigación, los tipos de investigación, los métodos y las técnicas que se utilizarán para el desarrollo correcto del presente trabajo investigativo.

En la Sección 4 se muestran los resultados de las entrevistas y encuestas aplicadas a la población motivo de estudio, como también la validación de la hipótesis del trabajo investigativo. En la Sección 5 se podrá evidenciar las conclusiones y recomendación a las que se han llegado una vez analizados los resultados.

SECCIÓN I: EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“Identificación de los factores que permitan una ventaja competitiva para el posicionamiento en el ámbito turístico en la Parroquia San José de Ancón, Provincia de Santa Elena”

1.2 ANTECEDENTES

La Parroquia San José de Ancón inicia sus primeros asentamientos a partir del año de 1850, con familias provenientes de Engabao, Julio Moreno y Chipipe. Los pobladores se reunieron para ponerle nombre al caserío y lo denominaron Ancón. Los primeros registros de concesiones mineras en el sector, datan de 1878, cuando se le concede al ciudadano colombiano Manuel Guillermo Mier los derechos exclusivos para la explotación de sustancias bituminosas de los pozos de la Península por 20 años a nombre de la empresa G. Mier y Cía.

Otros registros históricos indican que a partir de 1882, año en que la empresa "THE CENTRAL AND SOUTH AMERICAN CABLE COMPANY" realizó el tendido del cable submarino, fue muy común apreciar en esta zona la presencia de ciudadanos ingleses. Las primeras compañías inglesas que iniciaron trabajos de perforación en esta zona fueron la "ECUADOR OILFIELDS LTD." y la "ECUADOR DRILLING COMPANY LTD.". Posteriormente en el año 1910, en Londres la "ECUADOR DRILLING COMPANY" creó la "THE ANCON OIL COMPANY" y "ECUADOR LIMITED (TAOCL)".

A finales de la primera década del siglo 20, San José de Ancón se constituye en un campamento minero con tiendas de campaña de caña y lona que usaron los primeros geólogos que desembarcaron en la bahía de Ancón. Años después, con el establecimiento de la compañía petrolera Anglo Ecuadorian Oilfields Limited,

arribaron a la zona de Ancón técnicos, funcionarios y obreros de diferentes partes del mundo: ingleses, franceses, escoceses, galeses, polacos, alemanes, italianos, suizos, jamaquinos, de Trinidad, Barbados, norteamericanos, canadienses, australianos y los enganchados de todas las latitudes del país.

Para albergar a todos estos obreros se construyeron barrios, casas y canchones de construcción mixta (madera, caña y cemento); se crearon 12 barrios y diferentes secciones en la periferia y las estructuras metálicas de los edificios industriales que siguen el estilo de construcción arquitectónica de las casas coloniales inglesas. También se construyeron varios edificios de uso público, entre los que se destaca un hospital.

Ya para el año 1923 el campamento es una ciudad que posee todos los servicios básicos siendo en esa época el lugar con la mejor infraestructura del país. El servicio de agua desalinizada, el gas doméstico, y el agua salada (para los servicios higiénicos) llegaban por cañería. La luz era de 220 voltios, siendo San José de Ancón la primera población del Ecuador que utilizó este tipo de corriente. Del mismo modo, fue la primera población que recibió el gas por cañería.

La comunidad polaca de la población, identificada con la religión católica, le puso al poblado el nombre eclesiástico de “San José”, a raíz de lo cual se celebra en ese día las fiestas patronales. En 1972, la dictadura del general Guillermo Rodríguez Lara revirtió los campos petroleros al estado ecuatoriano. La Anglo se retiró definitivamente cuatro años más tarde, en medio de acusaciones de supuestos fraudes tributarios en importaciones de crudo desde Aruba y Venezuela. A partir de 1976, el campamento quedó en manos de la Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana (CEPE) que se había creado cinco años antes.

Con la partida de los ingleses, “la gente local fue despedida y se dismanteló toda la infraestructura social heredada de los europeos”, entre ellas las escuelas, el colegio y el hospital. Actualmente San José de Ancón recrea la atmósfera de un

típico pueblo inglés en gran parte de su área urbana, constituyéndose sus viviendas en el único testimonio de una época que marcó desde 1911 el verdadero inicio de la explotación hidrocarburífera en el Ecuador. Esta parroquia posee bienes de patrimonio edificado industrial, arquitectónico, histórico e inmaterial. Entre los ejemplos que se pueden mencionar están las edificaciones de varios clubes, como el Ancón Club, los conjuntos habitacionales de los barrios Inglés y Obrero, así como es el lugar de nacimiento del mejor jugador ecuatoriano de todos los tiempos, Alberto Spencer Herrera.

El 5 de noviembre del 2011, el Ministerio Coordinador de Patrimonio entregó a la comunidad la declaratoria de esta parroquia santaelenense como Patrimonio Cultural del Estado. San José de Ancón, tiene el reto de unir por un lado la producción petrolera sustentable y por otro su patrimonio cultural para que sean base de su desarrollo sustentable y que todos sus habitantes tengan derecho al buen vivir.

A pesar de los recursos que tiene Ancón para desarrollar el turismo, existen diversos aspectos como la falta de importancia que se le da al emprender nuevos proyectos que involucren a la comunidad para incentivar y promover el turismo, visitando lugares con historia dentro de Ancón, que involucran no sólo a la población del Cantón Santa Elena, sino a todo el Ecuador.

En la parroquia de San José de Ancón, existe una planificación derivada del GAD Parroquial, sin embargo no se le ha dado mucho énfasis a la actividad turística ya que a pesar de tener un reconocimiento como patrimonio cultural del Ecuador, no existe una planificación acertada, y mucho menos investigaciones que arrojen resultados óptimos y a partir de allí generar un desarrollo acorde a su mención.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La relación del patrimonio y desarrollo local, se torna cada vez más relevante a partir del papel dinámico desempeñado por el turismo. Considerado como recursos que permiten ampliar las políticas de inclusión social, de patrimonio cultural, ampliando sus perspectivas de acción en la sociedad permitiendo un mayor entendimiento y valorización de los ciudadanos y de su propia historia.

Las preocupaciones sobre el desarrollo local han destacado en el ámbito académico del turismo, opciones para la planificación de acciones, para el desarrollo económico, social y sustentable, entre otras estrategias, surgiendo constantemente en libros y en revistas científicas. Países como Estados Unidos han recurrido al turismo como estrategia potencial de desarrollo, tomando como supuesto que el turismo hace posible rectificar desigualdades económicas y sociales a través de la generación de empleo y renta (Nuñez, 2010).

El desarrollo de un determinado local de interés turístico está sujeto a los tipos de estrategias que son implementadas y las características de cada lugar, considerando que cada región (en esfera macro o micro), cada país, ciudad, pueblo o comunidad posee características propias que deben ser consideradas en el ámbito de la planificación turística.

Algunas instituciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (BIRD) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), diseminan la idea y pasa a apoyar acciones de estímulo al turismo en regiones carentes de recursos financieros y ricos en recursos naturales y patrimoniales, conforme es indicado por Rocha & Almeida, (2011);

En 1963, las Naciones Unidas recomendaron que fuese de prioridad la asistencia técnica en el sector del turismo debido a su importancia como medio para reforzar políticas de crecimiento económico en los países en desarrollo, una vez que el turismo estimula la inversión, constituirá un medio de adquisición de moneda extranjera, siendo una fuente de creación de empleo, estímulo y movilidad social y la recalificación de profesionales para las necesidades de servicios, derivados del turismo. Pág. 80

No es el propósito de este estudio hacer un levantamiento de casos de éxito o fracaso sobre el desarrollo turístico y patrimonial en determinadas localidades, sino que a través de referencias teóricas y conceptuales se puedan comprobar que un diseño y direccionamiento comercial estratégico puede fortalecer su difusión, conocimiento y posicionamiento como destino.

Esta investigación tiene como problema principal la falta de gestión, conocimiento y posicionamiento sobre los lugares turísticos y patrimoniales de la parroquia San José de Ancón, a pesar de tener un importante legado histórico desde la época de los ingleses no se recurre a la generación y aprovechamiento de este recurso.

La parroquia San José de Ancón nace como tal el 15 de noviembre del año 2002 durante la presidencia del Dr. Gustavo Noboa, Ancón se convirtió en la sexta parroquia rural del cantón Santa Elena, en la actualidad esta parroquia recrea un ambiente de un típico pueblo inglés en la gran parte urbana, siendo los modelos de las casas uno de los testimonios culturales que marcaron desde 1911 el inicio de la explotación de hidrocarburos en el Ecuador. La parroquia San José de Ancón, cuenta con edificaciones que son considerados bienes patrimoniales edificados, como varios clubes, conjuntos habitacionales, entre otros.

A pesar de toda la cultura y los bienes patrimoniales que la Parroquia San José de Ancón tiene, existe una adecuada gestión de los mismos, en relación de difusión, de los lugares importantes que tiene, pues éste lugar ha sido uno de los pilares fundamentales e importantes dentro de la economía del Ecuador, porque ha sido por mucho tiempo pionera en la exploración y extracción del petróleo. Existe un desinterés por el desarrollo turístico y patrimonial por parte de la población de la parroquia San José de Ancón, esto se debe a la poca motivación educativa, para conocer los beneficios que consigo trae difundir los lugares turísticos del lugar, para así poder darlo a conocer a nivel nacional e internacional y lograr el posicionamiento como destino turístico.

Adicional a aquello existe muy poca participación de microempresas, que estén interesadas en invertir en el sector turístico, porque consideran que hay pocas oportunidades para tener éxito en esta área. Todo por la escasa cultura turística de la población, por el desconocimiento sobre los beneficios que lograrían para la parroquia si se desarrollara el turismo en ella, siendo beneficiarios no sólo los turistas, sino también los pobladores, al generar empleo y renta.

En base a todos los problemas encontrados, se pretende determinar la identificación de los factores que permitan una ventaja competitiva para el posicionamiento en el ámbito turístico en la Parroquia San José de Ancón, Provincia de Santa Elena, a efectos de aportar con información relevante para su desarrollo.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influirán las ventajas competitivas en el posicionamiento del turismo de la Parroquia San José de Ancón, Provincia de Santa Elena?

1.5 JUSTIFICACIÓN

Considerando que las localidades pueden utilizar las potencias y habilidades, capacidades y competencias de los pobladores que la integran para desenvolverse de forma endógena, se supone que a San José de Ancón se la puede llegar a ver como potencia turística, desarrollándose a partir de estrategias que busquen un incremento de la economía local y la mejora de la calidad de vida de la población a partir de la optimización de sus características naturales, patrimoniales y culturales.

Los espacios rurales se deparan hoy en día como los desafíos resultantes de la reestructuración de las actividades económicas tradicionales y de las imposiciones dictadas por mercados más amplios. Estos desafíos han promovido localmente nuevas políticas de desarrollo que valorizan los recursos locales. En este contexto, es importante identificar las ventajas competitivas para el posicionamiento en el ámbito turístico, así como para el desarrollo turístico de San José de Ancón, pues en muchos casos, el turismo, es considerado un sector clave para la rehabilitación económica de los territorios.

Se justifica por tener una gran relevancia social, debido a que se involucra a pobladores y turistas, promotores para lograr un desarrollo turístico, el primero por mejorar situaciones socioeconómicas de los habitantes del lugar, porque a través de la difusión y conocimiento de los lugares turísticos y patrimoniales, habrá más ingresos para el lugar, mejorando el estilo de vida de las personas, además se podrá posicionar a la parroquia como un destino turístico no sólo a nivel nacional sino también internacional.

Se justifica por realizar aportaciones metodológicas ya que se analizan definiciones de diferentes autores y se aporta con conclusiones, definiendo un criterio propio en relación a lo investigado, además este proceso investigativo arroja resultados que pueden dar la pauta o servir como base a otras nuevas

investigaciones o propuestas que permitan resolver la problemática o similares problemáticas que puedan ocurrir en otros lugares turísticos, por lo tanto la aportación de este trabajo se considera como aporte a la ciencia en el sector educativo y del turismo.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General

Identificar los factores que permitan la determinación de ventajas competitivas para el posicionamiento turístico de la parroquia San José de Ancón, Provincia de Santa Elena, a través del análisis de los recursos turísticos, pobladores y turistas.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Identificar los elementos diferenciadores de la parroquia San José de Ancón, a través de una entrevista a autoridades.
- Determinar el grado de competitividad que tienen los recursos naturales, culturales y humanos de la parroquia Ancón, a través de una encuesta a la población Local.
- Fomentar el desarrollo de los productos turísticos existentes y la creación de nuevos productos, que satisfagan las necesidades reales y/o potencialidades de la demanda turística nacional e internacional.
- Implementar estrategias para el desarrollo y posicionamiento de los productos que conforman el sistema turístico de Ancón.

1.7 Hipótesis

Las ventajas competitivas influirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.

1.7.1 Identificación de las variables

El tema del proyecto de la presente investigación es: **“Identificación de los factores que permitan una ventaja competitiva para el posicionamiento en el ámbito turístico en la Parroquia San José de Ancón, Provincia de Santa Elena”**

1.7.2 Operacionalización de las variables

1.7.2.1 Variable Independiente

Ventaja Competitiva.

1.7.2.2 Variable Dependiente

Posicionamiento Turístico.

Cuadro 1 Operacionalización de las variables

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	ITEMS	Instrumentos
Las ventajas competitivas influirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.	Variable Independiente: Ventaja competitiva	La ventaja competitiva son aquellos atributos, fortalezas y valores agregados que tiene una organización con respecto a los productos y servicios que ofrece y que por esta razón se diferencia de las demás.	Productos	-Competitividad -Estrategias competitivas	¿Considera que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas?	FICHA DE OBSERVACION
			Servicios	-Experiencias de los turistas -Estrategias de posicionamiento	¿Qué cree usted que valora más el turista cuando visita Ancón?	ENCUESTA
			Creación de valor	-Valor percibido por los turistas -Elementos de la cadena de valor	¿Considera que los precios de los servicios turísticos de la parroquia Ancón son competitivos en relación a una oferta similar en la provincia de Santa Elena?	ENTREVISTAS

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Hipótesis	Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	ITEMS	Instrumentos
Las ventajas competitivas influirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.	Variable Dependiente: Posicionamiento Turístico	El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio se conoce a la manera en la que los consumidores definen un bien o servicio por medio de sus atributos importantes, esto quiere decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los consumidores con respecto a la competencia.	Consumidores	-Consumidor -Comportamiento del consumidor -Decisión de compra del consumidor -Tipos de consumidores	¿Considera que los atractivos turísticos y culturales de Ancón se diferencian de otros atractivos de la provincia?	FICHA DE OBSERVACION ENCUESTA ENTREVISTAS
			Calidad de servicios turísticos	-Calidad de las actividades turísticas	¿Cuáles considera usted que son los aspectos más relevantes que se le brinda al turista en la parroquia Ancón?	
			Destinos	-Producto Turístico - Competencia turística -Desarrollo del destino -Oferta turística -Sistema Turístico	¿Considera que el producto turístico cultural de Ancón generará mayor influencia de los turistas? ¿Considera que las actividades de la parroquia fomentan acciones en pro del desarrollo de sus atractivos turísticos?	

Elaborado por: Rendón, S (2016)

1.7.3 Matriz de consistencia

Cuadro 2 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÒTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA	POBLACION
La ineficiente gestión, conocimiento y posicionamiento de los lugares turísticos y el patrimonio cultural de la parroquia San José de Ancón.	Identificar los factores que permitan la determinación de ventajas competitivas para el posicionamiento turístico de la parroquia San José de Ancón, Provincia de Santa Elena, a través del análisis de los recursos turísticos, pobladores y turistas.	Las ventajas competitivas influirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.	Ventaja Competitiva.	<p>Tipo de Investigación:</p> <p>Los tipos de investigación que se utilizaron fue documental y de campo.</p> <p>Niveles de investigación:</p> <p>Los niveles de la presente investigación :</p> <p>Sintético:</p> <p>Se recurrió a la utilización de este método, ya que permitió la comprensión de las definiciones citadas en el marco teórico</p>	Para esta investigación se consideró como población a los turistas que visitaron la parroquia Ancón de enero a julio del 2016 es un total de 104, a los pobladores locales, principales actores y anfitriones, a involucrados en el sector turístico que son un total de 6877 y autoridades del GAD Parroquial de Ancón que son sus 5 vocales principales .
La inexistencia de elementos diferenciadores que logre una ventaja competitiva en la parroquia San José de Ancón.	Identificar los elementos diferenciadores de la parroquia San José de Ancón, a través de una entrevista a autoridades.	Los elementos diferenciadores contribuirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.		$n = \frac{Z^2 N.p.q}{e^2 n - 1 + Z^2 .p.q}$	
El desconocimiento del grado de competitividad de los recursos naturales, culturales y humanos de la parroquia San José de Ancón.	Determinar el grado de competitividad que tienen los recursos naturales, culturales y humanos de la parroquia Ancón, a través de una encuesta a la población Local.	Los recursos naturales, culturales y humanos de la parroquia de San			

		José de Ancón lograran ser competitivos frente a otros destinos turísticos similares en la Provincia de Santa Elena.	Posicionamiento turístico	de esta investigación. Inductivo – Deductivo: Se utilizó este método para la obtención de conclusiones generales a partir de aspectos particulares y generales. Método Explicativo: Su función consistió en revisar y descartar información indispensable y detallaron los conceptos principales, de estudio, y demás aspectos relacionados con las mismas.	MUESTRA A UTILIZARSE EN EL ESTUDIO. Turistas. 104 Pobladores. 364 Autoridades. 5 TOTAL 473
El desconocimiento de los productos turísticos existentes que cumplan con la demanda turística nacional e internacional.	Fomentar el desarrollo de los productos turísticos existentes y la creación de nuevos productos, que satisfagan las necesidades reales y/o potencialidades de la demanda turística nacional e internacional.	Desarrollar nuevos productos turísticos posibilitara cubrir las expectativas y necesidades de la demanda turística nacional e internacional en la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.			
La falencia en las estrategias actuales para el desarrollo de los lugares turísticos y el patrimonio cultural de la parroquia San José de Ancón.	Implementar estrategias para el desarrollo y posicionamiento de los productos que conforman el sistema turístico de Ancón.	La aplicación de nuevas estrategias para el desarrollo turístico, permitirán el posicionamiento de los productos que conforman el sistema turístico de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.			

Elaborado por: Rendón, S (2016)

SECCIÓN II: MARCO TEORICO

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Ventaja competitiva

En la actualidad no existe una definición específica para este tema, sin embargo, se puede manifestar de manera general que la ventaja competitiva es considerada como el elemento diferenciador que tiene un producto o servicio en relación a la competencia. Los autores Lima de Morais, L., Bezerra de Sena Júnior, O., & Fernandes Ferreira, L. V. (2014) consideran que *“el concepto de ventaja competitiva está relacionado con el de creación de valor”* pág. # 131.

Otro autor menciona que la ventaja competitiva tiene la necesidad de buscar la generación de productos o servicios que se diferencien a los competidores, para esto una empresa debe realizar arreglos organizacionales que le permitan poder obtenerla, por lo tanto, se menciona que determinar donde radican las fuentes que generan la ventaja competitiva es importante desde el punto de vista práctico, ya que este es el elemento central del análisis estratégico. (Porter, 2005)

Según la definición de los autores se puede argumentar que la ventaja competitiva tiene una estrecha relación entre la creación de valor tanto para la empresa, como para el cliente, por lo tanto, los productos o servicios que una empresa o destino generen deben diferenciarse con respecto a sus competidores.

2.1.1.1 Competitividad

La competitividad es frecuentemente uno de los elementos tratados con mayor énfasis a nivel de desarrollo de productos o destinos turísticos, bajo este precepto es importante destacar su importancia; en este sentido el autor González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009) define que:

La competitividad puede pensarse como un modelo complejo que se sirve de una serie de factores interrelacionados, También de forma general, pero haciendo foco en la empresa como unidad de análisis (pág.# 113).

Otro autor menciona que la competitividad es la capacidad que tiene un producto o servicio de penetrar, abarcar y conservar los mercados ya ganados, además de que esta no debe ser falsa, es decir, que esta no debe estar conformada por mecanismos no reales, por lo tanto, la competitividad es el resultado de las actividades empresariales y del entorno de capacidades en la que se desarrolla este producto o servicio (Bages, 2008)

De acuerdo a lo definido por los autores, respecto a la competitividad, se la puede definir como un modelo complejo de un producto o servicio turístico interrelacionado, que tiene la capacidad para captar y posicionar un mercado, basado en las actividades de gestión y de las capacidades del entorno en el que se desarrolla, por lo tanto se destaca la importancia de la competitividad de un producto o destino turístico.

2.1.1.2 Valor percibido por el cliente

El valor que puede percibir un cliente puede o no hacer que un producto o destino turístico sea valorado de una mejor manera, ya que la satisfacción de este cliente puede muy a menudo ser transmitida a otros consumidores, por lo que para los autores Kotler p., Bowen J., Makens J., García J. & Flores Z. (2011) el valor percibido por el cliente es *“la diferencia entre los beneficios que el consumidor obtiene mediante el uso o posesión del producto y los costes para obtener dicho producto”* pág. # 16.

Continuando con el análisis del valor, el autor Kotler (2006) afirma que:

Es la diferencia entre valor total y costo total para el consumidor y valor total para el consumidor es el conjunto de beneficios que los consumidores esperan obtener de un producto o servicio en particular.
(pág. # 37)

De acuerdo a la conceptualización que realizan estos autores sobre el valor percibido por el cliente se puede definir a este como la diferencia entre lo que el consumidor paga por un producto o servicio turístico y el beneficio que este obtiene al usar o poseer este producto o servicio, por lo tanto este valor debe ser real, auténtico y experiencial.

2.1.1.3 La cadena de valor

Sobre la cadena de valor se han establecido diferentes criterios y análisis a partir del concepto que popularizó Porter (1986) por lo tanto se ha tomado en cuenta a varios autores como el caso de Quintero, J., & Sánchez, J. (2006) quienes mencionan que:

El concepto de cadena de valor de una compañía muestra el conjunto de actividades y funciones entrelazadas que se realizan internamente. La cadena empieza con el suministro de materia prima y continúa a lo largo de la producción de partes y componentes, la fabricación y el ensamble, la distribución al mayor hasta llegar al usuario final del producto o servicio” (pág. # 381)

Otro autor expresa que el análisis realizado sobre la cadena de valor, es una técnica realizada por Michel Porter con el objeto de obtener una ventaja competitiva de un producto o servicio. Para Frances, A. (2001) la cadena de valor proporciona un modelo que se puede aplicar de manera general, al permitir representar de una manera sistemática las actividades de cualquier organización productiva, pudiendo ser está aislada o ser parte de una corporación.

Del análisis realizado por estos autores a la cadena de valor conceptualizada por Michel Porter se concluye que esta corresponde al análisis de las actividades y funciones de una organización sobre los proveedores, la producción, la distribución, comercialización y el cliente, para obtener una ventaja competitiva.

2.1.1.4 Elementos de la cadena de valor

Los elementos de la cadena de valor están relacionados con todos los elementos que generen valor a partir de cada una de las actividades y funciones realizadas por una organización. Los autores Quintero, J., & Sánchez, J. (2006) mencionan que está constituida por tres elementos básicos:

Las Actividades Primarias, estas tienen que ver con lo referente al desarrollo del producto, la producción, la logística, la comercialización y los servicios de la post-venta.

a. Logística de entrada: esta se encuentra conformada por las diferentes actividades de recepción, almacenaje, manipulación de los materiales, el inventario, las devoluciones, los vehículos entre otros.

b. Operaciones: se encuentra compuesta por la transformación del producto final, es decir, el mecanizado, su montaje, etiquetado, su verificación y la operación de su instalación.

c. Logística de salida: ésta se compone por la distribución del producto terminado, es decir, su almacenamiento del producto terminado, la programación y los pedidos.

d. Comercialización y ventas: ésta integra a las diferentes actividades que se encuentran relacionadas a la inducción y la fácil adquisición de los productos,

como son, la publicidad, fuerza de ventas, cuotas, selección de los canales de distribución, precios.

e. Servicio: encierra las diferentes actividades que tratan de aumentar y mantener el valor del producto una vez realizada la venta.

Las Actividades de Soporte a las actividades primarias, están compuesta por la administración de los diferentes recursos humanos, la compra de los bienes y servicios, el desarrollo tecnológico, la infraestructura empresarial, las relaciones públicas, gerencia general, entre otros.

a. Compras: conformada por las actividades involucradas dentro de las adquisiciones de las materias primas, los artículos y los suministros, como también los activos

b. Desarrollo de la tecnología: se encuentra compuesta por las actividades del conocimiento y la capacitación adquirida, los procedimientos y las entradas tecnológicas para cada una de las actividades de la cadena de valor.

c. Dirección de recursos humanos: conformada por actividades relacionadas con la selección, promoción y la colocación del personal de la organización

d. Infraestructura institucional: conformada por actividades relacionadas con la dirección general, sistemas de información, planificación, contabilidad, finanzas, asuntos gubernamentales, legales y de calidad.

El Margen, se puede decir que es la diferencia entre el valor total y os costos totales en los que se incurre para la generación de actividades de valor.

Estos podrían ser:

- Los generadores de Costos
- Los generadores de Valor

a) Generadores de Costos: Son causas estructurales de los costos de una actividad dentro de la cadena de valor de una empresa y pueden ser más o menos bajo el control de la organización.

b) Generadores de Valor: Éstas son las razones fundamentales dentro de la organización ya que es una actividad única.

2.1.1.5 Estrategias competitivas

Las estrategias básicas sugeridas por los diferentes autores están basadas al desarrollo de alguna ventaja competitiva existente en una organización. De esta manera Kay (2014) menciona que “*Una estrategia competitiva consiste en la generación de un tipo de ventaja frente a sus competidores*”. pág. # 3.

Porter (1986) considera que existen tres grandes tipos de estrategias básicas que se pueden utilizar frente a la competencia, y según el objetivo que se haya considerado estas estrategias son:

1. Liderazgo o denominación por medio de los costos.
2. La diferenciación
3. La concentración

De acuerdo a este autor, considerado como el mentor de las estrategias citadas anteriormente, se desprenden tres estrategias que son aplicables a cualquier sector o empresa que produzca un bien tangible o intangible, por lo tanto la aplicación de

estas estrategias dependerá del objetivo que quiera alcanzar, en este caso, un producto o destino y la posición que esta tenga en el mercado.

2.1.1.6 Experiencia del turista

La experiencia turística de manera general, es el elemento que un turista tiene presente o recuerda después de haber adquirido un producto o servicio en un destino, existen un sinnúmero de definiciones que conceptualizan a la experiencia. En este sentido el autor Binkhorts (2008) menciona que:

Las experiencias son intangibles e inmateriales y, aunque suelen ser caras, se les suele dar un gran valor, puesto que son memorables. Parece ser, por lo tanto, que ofrecer experiencias es la manera de sobrevivir en un futuro cada vez más competitivo (pág. # 41).

Al haber decidido el turista realizar un viaje a un destino, el gran reto para este, es generar la experiencia, por lo tanto el autor Sternberg (1997), menciona en relación a la experiencia que "*el turismo principalmente vende una "escena" de la experiencia... el turismo es el centro de la actividad productiva [es] la creación de la experiencia turística*" pág. # 954.

De acuerdo a las definiciones de los autores citados, se puede señalar a la experiencia como los elementos tangibles e inmateriales que pueden generar un gran valor, ya que el turismo vende una escena experiencial memorable, creando la experiencia turística para el turista, y con ello competitividad para el producto o destino turístico.

2.1.2 Posicionamiento

Respecto a esta temática existen diversas definiciones, sin embargo se conoce que el posicionamiento es mantener en la mente del consumidor un producto o marca

para que este pueda repetir la compra. Kotler p., Bowen J., Makens J., García J. & Flores Z. (2011) indican que el posicionamiento consiste *“en lograr que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los clientes objetivo con respecto al lugar de los productos de la competencia”* (pág. # 90)

En relación al posicionamiento varios de estos autores, Kotler y García (2011) manifiestan que el posicionamiento de mercado *“consiste en la decisión, por parte de la empresa, acerca de los atributos que se pretende le sean conferidos a su producto por el público objetivo”* (pág. 80)

Bajo estas definiciones se puede concluir que el posicionamiento de un destino turístico no es otra cosa que la decisión que tenga un destino para transferir un atributo claro, distintivo y deseable a su público objetivo en relación a sus competidores, por lo tanto se hace imprescindible un posicionamiento en un producto o destino turístico.

2.1.2.1 Estrategias de posicionamiento

Las estrategias de posicionamiento generalmente están relacionadas a destacar un atributo que permita recordar a un producto o servicio turístico e inclusive un destino, por lo tanto estas deben ser efectivas a objeto de cumplir con su objetivo, en este sentido los autores Ries & Trout (1990) mencionan cuatro tipos de estrategias de posicionamiento en el sector turístico:

i) fortalecer su propio posicionamiento. Seleccionar todos sus atributos y mostrar todas sus bondades

ii) buscar una posición en el mercado. Ocupar una posición por sus atributos que pocas empresas lo tienen

iii) desposicionamiento frente a la competencia. Ésta no es una práctica habitual que es llevada a cabo por las empresas turísticas, pero si implica la comparación de las marcas, aunque cada empresa no suele mostrar directamente su comparación ya sean estos por los precios como por ejemplo los intermediarios quienes si realizan esta función.

iv) estrategia del club exclusivo. El club Unión, recordada o no, de varias empresas turísticas. Uno de los ejemplos son los denominados hoteles 7 estrellas.

En relación al análisis de las estrategias de posicionamiento otro autor Moraño (2010) hace referencia a los siguientes tipos de estrategias de posicionamiento:

Los que están basados en un atributo, donde centra su estrategia en una bondad como la antigüedad de la marca o el tamaño. Las marcas están basadas en la estrategia de posicionamiento en un solo atributo, fortaleciendo la imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad.

Basados en el uso o aplicación del producto, de los cuales se destaca la finalidad que persigue como pueden ser las bebidas energéticas para los deportistas.

Basados en el usuario enfocados a un perfil concreto, tomando que cuando la marca desea diversificar se dirigirá a un mercado diferente al actual. Una forma muy eficiente de posicionamiento es la de una celebridad que sea la imagen asociada a la marca, de esta manera es más sencillo posicionar una marca en la mente del consumidor.

Frente a la competencia explota las ventajas competitivas y los atributos de la marca, comparándolas con las demás marcas. Es una estrategia que tiene como ventaja que las personas la puedan comparar con facilidad, lo que supondrá una garantía de compra.

En base a la calidad o el precio, el producto tendrá a su haber una estrategia en relación a estos indicadores, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos, transmitiendo por ejemplo desde un precio muy competitivo a un precio muy elevado, que habitualmente esté vinculado a la exclusividad o al lujo.

Según el estilo de vida, este tipo de estrategia se centra en los intereses y actitudes de los consumidores, para dirigirse a ellos según su estilo de vida.

Los autores Ries & Trout y Moraño, hacen referencia a varios tipos de posicionamiento, y coinciden en que pueden darse de acuerdo a varios aspectos entre estos los que están basados en el desarrollo de un atributo que resalte las bondades del producto o marca, además coinciden en el posicionamiento relacionado a diferenciarse frente a la competencia, y destacan la importancia de la facilidad de compra de sus productos o servicios en relación a sus competidores.

2.1.2.2 Consumidor

Son diversas las nociones relacionadas a la definición de consumidor, en este sentido la menciona que consumidor es toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiere, utiliza o disfruta bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario. (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, 2002)

Continuando con el tratamiento de la definición del consumidor el autor Penco, A. A. (2000) lo define como *“un sujeto de mercado que adquiere bienes o utiliza servicios para su propio uso o para la satisfacción de las necesidades personales o familiares”*. (pág. # 299)

Desde el punto de vista de estos autores se entiende por consumidor, como un sujeto de mercado, natural o jurídico que adquiere, utiliza, o disfruta bienes servicios para su uso o la satisfacción de las necesidades familiares. Por lo tanto se establece esta definición de acuerdo a los autores citados, ya que pueden definirse o denominarse de acuerdo a las leyes de cada país.

2.1.2.2.1 Comportamiento del consumidor

Existen cuestiones previas respecto al consumidor especialmente al turístico, se relacionan estrechamente a su comportamiento, dicho comportamiento ha acelerado cambios constantes en el mercado turístico, por lo tanto al analizar este aspecto el autor Valle (1996) citado por Serrano (2014) menciona que hablar del comportamiento del turista supone hablar de:

El subconjunto del comportamiento del consumidor que tiene lugar en el proceso de adquisición del producto turístico, así como en la participación en la experiencia de turismo y que se ve influenciado por factores de situación internos y externos” (pág. #100)

Este mismo autor Serrano (2014) destaca que el comportamiento del consumidor:

Recibiría una serie de estímulos externos, provenientes tanto del entorno en el que se encuentra (estímulos económicos, tecnológicos, políticos, culturales...), como de las acciones de marketing que realizan las empresas en el mercado (materializadas en las estrategias de precio, producto, comunicación y distribución) Estas influencias externas actúan sobre el comprador que, condicionado también por sus características internas, desarrollará su proceso de decisión de compra” (pág.#102)

Continuando con el análisis de la definición del comportamiento del consumidor se puede manifestar que este autor hace referencia que este tiene lugar o se desarrolla en el proceso de adquisición del producto o servicio turístico y que es influenciado por factores externos del entorno económico, tecnológico, político, culturales y sociales, y de diversas acciones de marketing realizadas en el mercado por las empresas turísticas, que están condicionadas por los gustos y preferencias del turista.

2.1.2.2.2 Decisión de compra del consumidor

Para generar una compra por lo general, un consumidor tiene que decidir antes o previo a la generación de esta, el bien o servicio que satisfaga su necesidad, por lo tanto la compra de un producto o servicio turístico depende básicamente de su decisión. El autor Mesa (2012) menciona que:

El proceso de decisión de compra del consumidor se inicia cuando el reconoce la necesidad de adquirir un producto ya sea porque el que usa se agotó, ya no le gusta o tiene una nueva necesidad” (pág. # 66)

Otro autor Gonzales (2011) establece que la decisión de compra del consumidor es:

Un comportamiento complejo: dada la gran cantidad de factores que influyen en el mismo y dado que no se puede predecir la respuesta del cliente a un determinado estímulo con un 100% de acierto, puesto que dicho comportamiento no es siempre el mismo” (pág. # 240)

Este mismo autor Gonzales (2011) decisión de compra del consumidor es:

Un comportamiento variable en función del tipo de producto o servicio: no todos los productos presentan el mismo grado de interés

para el consumidor, ni entrañan el mismo riesgo, lo cual determina la variabilidad” (pág. # 240)

En conclusión los autores mencionan que la decisión de compra del consumidor, como un comportamiento complejo y variable, que inicia cuando el consumidor determina la necesidad de adquirir un producto o servicio. Entonces se destaca que básicamente este comportamiento está basado en cada cliente, por lo cual es difícil predecir su comportamiento.

2.1.2.2.3 Tipos de consumidores.

Existen diferentes clasificaciones sobre tipos de consumidores, de diferentes autores, pero es importante establecer una tipología de acuerdo al producto o servicio que se quiere ofrecer; considerando esto la clasificación más empleada en el marketing para diferenciar los tipos de individuos es la denominada escala VALS (Values and Life Styles) basada en los estilos de vida (Vértices 2007)

Este mismo autor Vértices (2007) las clasifica en las siguientes:

Consumidores integrados.- Se caracterizan por demandar fundamentalmente seguridad u estabilidad, ya que son personas que tiene un perfil típico y tradicional.

Consumidores émulo.- Valoran por encima de toda la libertad y la independencia, no tienen una idea clara acerca de su propia personalidad, son inseguros.

Consumidores émulo realizados.- Son personas que han alcanzado un cierto nivel de éxito y desean que este triunfo les sea reconocido. Demandan en mayor medida los productos que implican poder y posición.

Consumidores realizados socioconscientes.- Son más realistas y conscientes en el consumo, motivados por las causas sociales, se limitan en el momento de consumir.

Consumidores dirigidos por la necesidad.- Constituye el segmento de consumidores que no cuentan con capacidad adquisitiva suficiente para consumir productos más allá de las necesidades básicas.

2.1.3 Destino Turístico

En la actualidad el concepto de destino ha sido objeto de muchas consideraciones por diferentes autores, los mismos que han ido variando de acuerdo a la evolución del turismo. Los autores Kotler p., Bowen J., Makens J., García J. & Flores Z. (2011) definen que los destinos turísticos son:

Lugares con algún tipo de frontera, bien sea real o porque así se percibe, como la frontera física de una isla, fronteras políticas o incluso fronteras creadas por el mercado (pág.# 657)

Se hace referencia a los destinos turísticos como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo con independencia a las atracciones que existan en otras zonas. (Bigné J, Font Xavier, Andreu Luisa, 2000)

Se concluye en relación a lo que manifiestan los autores que un destino turístico es una área o lugar real o percibida con fronteras creadas por factores físicos, políticos o de mercado, que presentan características reconocidas que atraen a los visitantes. Entonces la consideración de estos elementos define a un destino que representa uno de los elementos de análisis de este estudio.

2.1.3.1 Producto Turístico

Las definiciones que se tienen de producto turístico son múltiples, ya que son numerosos los autores que analizan el sistema turístico, sin embargo se relacionan debido a la similitud de los elementos que citan al definir producto turístico. Los autores Kotler P., Bowen J., Makens J., García J. & Flores Z. (2011) definen al producto turístico como:

“Todo lo que se puede ofrecer a un mercado para comprar, utilizar o consumir que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye los objetos físicos, los servicios, las personas, los lugares, las organizaciones y las ideas” (pág. #15)

Para Abellan (2006) un producto turístico es todo aquello que se puede comercializar, y que facilita el desplazamiento de un segmento de turistas que quiere consumirlo, a cambio de beneficios que satisfagan sus necesidades básicas de viaje.

Entonces de acuerdo a estos autores al producto turístico se lo puede definir como todos los bienes y servicios turísticos que se pueden ofrecer y comercializar en un mercado para satisfacer las necesidades, deseos de los turistas y su desplazamiento en el viaje. Por lo tanto el producto turístico se convierte en un factor fundamental para el desarrollo de un destino turístico.

2.1.3.2 Sistema Turístico

El sistema turístico ha sido considerado como un sistema conformado por diversos elementos que conforman la oferta turística de un destino o lugar turístico, pero de acuerdo a la OMT citado por Aranzazu (2011) el sistema turístico es:

“El resultado complejo de las interrelaciones entre los diferentes factores que hay que tomar en consideración conjuntamente desde una óptima sistemática, esto quiere decir conjunto de elementos que se encuentran interrelacionados entre sí, que evolucionan de manera dinámica”. (pág. # 2)

Otro autor como Boullón, citado por Aranzazu (2011) menciona que el sistema turístico se contextualiza desde una perspectiva económica:

“Una actividad económica se basa en la oferta y la demanda de los recursos turísticos. En este se encuentran los siguientes elementos, oferta y demanda, planta turística, superestructura o supra estructura y el producto turístico”. (pág. # 2)

De acuerdo a estos autores se puede definir al sistema turístico como un conjunto de elementos económicos que están interrelacionados entre sí, que tienen cambios dinámicos constantemente y está formado por la oferta, la demanda y los operadores del mercado de un espacio geográfico.

2.1.3.3 Oferta Turística

La parte fundamental para el desarrollo de un destino es la oferta turística, por lo tanto es importante conocer su definición desde varios puntos de vista, para aquello el autor Quesada (2007), la define como el “*conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones*”. Pág. # 125.

Otro autor, define a la oferta turística como uno de los conjuntos de productos turísticos y de servicios que son puestos a disposición de los demandantes en un destino determinado, para que sean disfrutados y consumidos (OTW, 1998)

De acuerdo a estos autores se concluye que a la oferta turística se la puede definir como el conjunto de productos y servicios turísticos adquiridos por una demanda, en un destino para obtener una experiencia turística de acuerdo a sus necesidades.

2.1.3.4 Competencia

Diversas son las definiciones o conclusiones establecidas en relación a la competencia, pero generalmente se la conoce como un factor externo que tiene en el mercado un mismo producto o servicio similar al que ofrece una empresa o destino. El autor Mesa (2012) conceptualiza que:

La competencia está constituida por las empresas que actúan en un mismo mercado, satisfaciendo las mismas necesidades que los productos de la empresa, independientemente de la tecnología empleada para su fabricación (pág. # 87)

Analizando la definición de competencia, la autora Torres (2009) define la competencia como el “conjunto de organizaciones en una industria o sector que luchan por un mismo mercado o porción del mercado, y a las cuales se les conoce como competidores” Pág. # 53.

Se puede establecer que de acuerdo a los autores citados la competencia se define como un conjunto de empresas u organizaciones de una industria o un sector que satisfacen la misma necesidad de un cliente y que se disputan un mismo mercado o segmento de mercado.

2.1.3.5 Mercado Turístico

Son muchas las interpretaciones o definiciones que se le dan al mercado turístico, sin embargo se sabe que este está constituido por la oferta y la demanda turística, bajo este contexto el autor Mesa (2012) concluye que:

Para que exista un mercado deben concurrir compradores y vendedores de un producto y para definirlo se requiere identificar tanto los motivos, las necesidades y los deseos de los compradores como los bienes y servicios que ofrecen los vendedores para satisfacer esos motivos, necesidades y deseos y también, que los primeros dispongan de dinero para gastar y voluntad para hacerlo” (pág. # 65)

Al realizar otro análisis, el autor Edukavital (2013), menciona que el mercado turístico es considerado como un rubro económico que agrupa a todas las compañías comercializadoras de productos y servicios vinculados con los viajes. Así mismo menciona que este mercado puede tener ofertas que se asocian al ocio y pueden incluir a los negocios, estudios y otros motivos.

En conclusión se puede definir al mercado turístico como un elemento económico donde están presentes vendedores de productos y servicios turísticos para satisfacer las motivaciones, necesidades y deseos de los compradores que estén dispuestos a realizar el gasto turístico y tengan voluntad para hacerlo.

2.1.3.6 Ciclo de vida del destino

El ciclo de vida de un destino se diferencia del ciclo de vida de un producto por lo tanto son otros los aspectos que se consideran para evaluar sus fases. El autor Díaz (2011) establece que son seis las fases fundamentales:

1. Exploración. Esta fase es característica de destinos en proceso de desarrollo. Son destinos visitados por un reducido número de turistas, los cuales no viajan de manera organizada ni a destinos típicos ni masificados, adicional a aquello su accesibilidad es limitada.

2. Implicación. Al tener un destino mucha más demanda, provocará efectos que mantienen una implicación doble, la primera el desarrollo de creación de infraestructuras que se relacionan con el turismo y una mayor llegada de turistas, incidiendo esta última en una reducción de costos para el cliente y en un aumento de los ingresos para los operadores, por lo tanto los nuevos productos se crean de acuerdo a las expectativas y requerimientos de la demanda.

3. Desarrollo. Aumento considerado de una gran masificación de turistas en el destino, que en determinados momentos su número supera a la propia población local al establecer las llegadas anuales, se adquiere relevancia, se comienza a incrementar la competencia, se convierte en la mayor actividad, trayendo dependencia económica, aumenta la construcción de equipamientos e infraestructuras.

4. Consolidación. El número de visitantes sigue siendo mayor que el de la población local, la tasa de incremento de visitantes disminuye, el visitante inicial que fue atraído, por lo que suponía no era un destino desarrollado es desplazado por el visitante de masas, se estabiliza el número de llegadas y supone altos ingresos para el destino convirtiendo al turismo en el impulsor de la economía local.

5. Estancamiento. Pérdida de competitividad en el destino, el número de visitantes alcanza el nivel máximo, no existe crecimiento, la demanda que lo visita es de un poder adquisitivo de nivel medio – bajo de repetición, se empieza a perder la hospitalidad por parte de la población local, el exceso de oferta provoca una guerra de precios, la calidad de los productos y servicios tiende a bajar, se entra en la fase más crítica del destino.

6. Declive. Los destinos emergentes llegan a convertirse en competencia real, por lo tanto se produce pérdida de visitantes, la reducción de precios es la única salida para mantener a los visitantes, existiendo pérdida de calidad, lo que en un principio se convirtió en un boom de construcción de infraestructuras turísticas, se convierte en un planta turística sin usuarios.

2.1.3.7 Desarrollo del destino

El desarrollo de un destino depende en gran medida de la gestión realizada por los diferentes actores de un lugar turístico, bajo este precepto es importante considerar lo que dicen los autores Aurelio, Delfino, Laurencena de Dumais, & Oliva (2001), quienes en su estudio sobre el desarrollo de un destino mencionan que el turismo debe analizarse a partir de su parte central hacia los mercados, siendo objeto de estudio el residente, el grado de participación de las instituciones, el que exista políticas consensuadas para el logro del desarrollo turístico, la infraestructura, los servicios existentes y su potencialidad, la puesta en valor y el mercado de sus atractivos, así mismo se debe estudiar a la demanda para la construcción de elementos de marketing para el posicionamiento de un destino.

Por lo tanto la planificación debe tener como resultado la consulta realizada a la población, comprometiéndolo a consensuar y participar, así mismo de sus relaciones existentes entre grupos de personas que conforman la identidad colectiva, por lo tanto la iniciativa local puede formular un desarrollo autosustentable, coordinando las necesidades de crear riqueza, generación de empleo y conservar los recursos culturales y naturales, mejorando la calidad de

vida, al gozar de sus recursos y sus servicios. (Aurelio, Delfino, Laurencena de Dumais, y Oliva, 2001)

2.2 MARCO LEGAL

2.2.1 Constitución del Ecuador

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Asamblea Nacional, 2010) Art. 296.- Ordenamiento territorial.- El ordenamiento territorial comprende un conjunto de políticas democráticas y participativas de los gobiernos autónomos descentralizados que permiten su apropiado desarrollo territorial, así como una concepción de la planificación con autonomía para la gestión territorial, que parte de lo local a lo regional en la interacción de planes que posibiliten la construcción de un proyecto nacional, basado en el reconocimiento y la valoración de la diversidad cultural y la proyección espacial de las políticas sociales, económicas y ambientales, proponiendo un nivel adecuado de bienestar a la población en donde prime la preservación del ambiente para las futuras generaciones. La formulación e implementación de los correspondientes planes deberá propender al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y fundamentarse en los principios de la función social y ambiental de la tierra, la prevalencia del interés general sobre el particular y la distribución equitativa de las cargas y los beneficios. La planificación del ordenamiento territorial regional, provincial y parroquial se inscribirá y deberá estar articulada a la planificación del ordenamiento territorial cantonal y distrital.

Art. 297.- Objetivos del ordenamiento territorial.- El ordenamiento del territorio regional, provincial, distrital, cantonal y parroquial, tiene por objeto complementar la planificación económica, social y ambiental con dimensión territorial; racionalizar las intervenciones sobre el territorio; y, orientar su desarrollo y aprovechamiento sostenible, a través de los siguientes objetivos: a) La definición de las estrategias territoriales de uso, ocupación y manejo del suelo en función de los objetivos económicos, sociales, ambientales y urbanísticos; b)

El diseño y adopción de los instrumentos y procedimientos de gestión que permitan ejecutar actuaciones integrales y articular las actuaciones sectoriales que afectan la estructura del territorio.

2.2.2 Plan Nacional del Buen Vivir

El objetivo 10 en su lineamiento 10.3 literal g: menciona que es deber del estado impulsar el turismo como uno de los sectores prioritarios. Entonces se establece que esta investigación forma parte del impulso que el estado proporciona a través de los diferentes estudios llevados a cabo por las instituciones públicas, fortaleciendo a través de la investigación el desarrollo del turismo.

El literal h menciona Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente. Así mismo se destaca que es importante llevar a cabo un posicionamiento a nivel nacional e internacional, por lo tanto esta investigación se ampara en este literal para llevar a cabo el proceso que permitirá obtener resultados que aporten al desarrollo del turismo.

2.2.3 Ley de Turismo

Según el Congreso Nacional (2002) en la Ley de Turismo, Ley 97 del Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 y en su última modificación realizada: 29-dic.-2014, en estado: Vigente considera en su Art. 4 que La política del sector estatal relacionado al turismo, tiene que cumplir objetivos relacionados al desarrollo de la actividad turística del Ecuador por lo tanto los objetivos que engloban a esta investigación son:

El literal a) Menciona que el estado debe de reconocer que una actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de una autogestión y al Estado en cuanto que se debe potencializar las actividades por medio del fomento y la

promoción de un producto turístico y competitivo.. En efecto a este literal la investigación a desarrollar plantea el fomento al desarrollo turístico ya que a través de sus resultados se pretende determinar cuáles son elementos necesarios para lograr una ventaja competitiva, y este objetivo apunta a lograr aquello, por lo tanto se sostiene este marco legal y se fundamenta el desarrollo de la investigación.

El literal f) menciona que se debe promover a nivel internacional al país y sus diferentes atractivos conjuntamente con otros organismos del sector público y con el sector privado; y g) Incentivar y fomentar el turismo interno. De acuerdo a lo mencionado en estos literales es importante destacar la importancia que se le da al turismo, a través del fomento y promoción, si bien es cierto que esta investigación no destaca estos dos aspectos, sin embargo se convierte en un pilar fundamental para el apoyo de los mismos, ya que sus resultados aportarán a la generación de propuestas fundamentadas en base a un proceso investigativo.

2.3 MARCO CONTEXTUAL

2.3.1 Ubicación Geográfica

La parroquia San José de Ancón se encuentra ubicada en la parte sur del cantón Santa Elena, al cual pertenece, esta cuenta con una extensión territorial de 65,94 km², según el Censo Poblacional y de Vivienda del 2010. Sus límites están dados de la siguiente manera:

- Al norte: Con la parroquia Santa Elena, del cantón Santa Elena
- Al sur: Con el Océano Pacífico.
- Al este: Con la parroquia Atahualpa, del cantón Santa Elena.
- Al oeste: Con la parroquia Anconcito y Parroquia J. L. Tamayo pertenecientes al cantón Salinas.

San José de Ancón tiene ordenamiento territorial desde que se creó, ya que los barrios, mercados, escuelas, colegios, entre otros, fueron previamente planificados por la compañía petrolera inglesa Anglo. Los barrios en la cabecera parroquial inicialmente estaban sectorizados de acuerdo a la actividad de los trabajadores, luego se fueron creando barrios nuevos, ciudadelas y urbanizaciones.

Existen dos comunas llamadas Prosperidad y El Tambo a pocos kilómetros de la cabecera parroquial. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.2 Organización Institucional

En la parroquia San José de Ancón existen varias formas de organización, desde la presencia del GAD Parroquial de San José de Ancón, pasando por las comunas, los barrios y otras formas de organización menor, hasta la Junta Cívica de Ancón.

Los integrantes del GAD son ciudadanos electos por votación universal, que deben cumplir con los mandatos y competencias establecidas en la Ley. Las comunas El Tambo y Prosperidad son formas de organización ancestrales que tienen un marco normativo desde el año 1937 cuando se expide la Ley de Comunas. La Junta Cívica es una organización que representó a los habitantes de San José de Ancón cuando no tenía condición de parroquia y lideró reivindicaciones locales.

El GAD parroquial está compuesto por:

Cuadro 3 Organización Institucional

Alexandra Parrales Domínguez	Vicepresidenta
Luis Rendón Espinoza	Primer Vocal
Valentín Gellibert Villao	Segundo Vocal
Julio Vásquez Cerna	Tercer Vocal

Fuente: GAD. Parroquial de Ancón.

Elaborado por: Rendón, S (2016)

2.3.3 Aspectos Demográficos

La parroquia San José de Ancón, cuenta con una población aproximada de 6877 habitantes, que corresponde al 5% del total de la población del cantón, su desarrollo demográfico está influenciado por el crecimiento vegetativo (2,29) ligeramente inferior al promedio del cantón (2,29%) según los datos del Censo 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

En cuanto a la clasificación de la población según grupos de edad, se puede identificar un porcentaje del 28,8% de personas que se ubican en el grupo de 20-39 años, por tanto se logra definir una población relativamente adulta en la parroquia San José de Ancón, por otra parte también cabe mencionar el porcentaje de 60 años y más que engloba un 11,2% del total de la población parroquial.

Por composición de la población por sexo, con una población de 6877 habitantes el 50% son hombres y el 50% mujeres, se puede evidenciar un índice de masculinidad de 100 hombres por cada 100 mujeres.

En cuanto a la distribución por área de residencia la población de San José de Ancón se encuentra poco dispersa debido a que el 98,40% de los habitantes se concentran en la cabecera parroquial y tan solo el 1,60% en el resto de la parroquia.

De acuerdo a la distribución por auto identificación étnica se establece que a nivel parroquial el 79,79% de los habitantes (5487 personas) se auto identifican como mestizos, seguido del 6,82% perteneciente a otros y el 6,33% (435 personas) correspondiente a los afrodescendientes.

Según los datos del Censo 2010 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la población de San José de Ancón presenta alrededor de 506 casos de personas con

capacidades diferentes correspondiente al 7% de la población total de la parroquia. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.1 Educación

La parroquia San José de Ancón cuenta con una población cuyo nivel más alto de escolaridad se muestra en el nivel primario, 2,053 personas solo asistieron a la escuela, mientras que a la secundaria 1933, a estudios superiores 657 y a un posgrado tan solo 30 personas. Su infraestructura educativa es de sustento fiscal y cuenta con las Unidades Educativas Presidente Velasco Ibarra, Adolfo Jurado González, Leonardo Wilson Berry, 21 de Diciembre, San José de Ancón (Colegio Técnico), Ancón, y 2 Centros de Fortalecimiento Familiar del proyecto CNN.

Según los datos del Censo de Población del 2010, el índice de analfabetismo puro (personas que no saben leer ni escribir) en San José de Ancón es de 1,78% un total de 122 personas a nivel parroquial. Otro tipo de analfabetismo es el digital, conocido como el grado de desconocimiento de las nuevas tecnologías que impide a las personas poder acceder a las posibilidades de interactuar en el espacio virtual. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.2 Salud

En San José de Ancón cuenta con el hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, que brinda los servicios de salud y donde pueden recibir atención tanto el asegurado como sus hijos menores de edad; también está el Sub centro de salud Ancón del Ministerio de Salud Pública, mismo que no tiene local propio, es pequeño e incómodo y en ocasiones hay escasez de los medicamentos, y un dispensario médico en la comuna Prosperidad y servicio de odontología, ninguno de estos centros posee servicio de internación hospitalaria, en caso de requerirla deben dirigirse hacia Salinas, Ancón o Santa Elena, adicionalmente cuenta con los equipos básicos de atención en salud (3 médicos), quienes realizan

visitas periódicas durante dos días en la semana a los domicilios de la parroquia para identificar la problemática de salud y, en caso de requerirlo son derivados a los centros médicos para una atención especializada.

Actualmente, la empresa pública Ecuador Estratégico, acogiéndose a la política de Estado de redistribución de los ingresos generados por el aprovechamiento adecuado de los recursos, se encuentra en la construcción del centro de salud tipo A, el mismo que está ubicado en esta parroquia, para el desarrollo de la localidad. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3 Servicios Básicos

2.3.3.3.1 Energía Eléctrica

La Parroquia San José de Ancón se provee de energía eléctrica a través de CNEL EP. Toda la población dispone de energía para el consumo domiciliario, así como para sus actividades productivas, con las interrupciones y/o variaciones de voltaje que sufren constantemente dentro de la provincia, el servicio de alumbrado público existe en todos los sectores urbanos consolidados. En los casos en los que no cuentan con energía eléctrica es porque prefieren realizar conexiones clandestinas y no compran el medidor (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3.2 Agua

Según los últimos datos proporcionados por el INEC, el 86% de las viviendas de la parroquia reciben agua potable por red pública. En la cabecera parroquial Ancón, el agua proviene de la red pública en un 97%. En el recinto El Tambo solo un 45% recibe agua de la red pública, en la comuna Prosperidad sólo el 68%. Los pobladores se rehúsan a pagar por la instalación de medidores para ser proveídos del servicio y lo hacen a través de conexiones clandestinas. La cobertura y calidad del servicio de agua potable proporcionado por AGUAPEN ha desmejorado y la población se siente insatisfecha del servicio. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3.3 Alcantarillado Sanitario

La cabecera parroquial tiene implementado un sistema de alcantarillado sanitario, el cual, por el paso del tiempo, está a punto de colapsar (dentro de la cabecera parroquial), mientras que en el recinto Prosperidad ya está por entregarse parte del alcantarillado sanitario y El Tambo lo tiene instalado hace 1 año.

Según datos proporcionados por el INEC el 67% de las viviendas de la parroquia se conectan al sistema; 16% de la población posee pozos sépticos o letrinas fuera de la vivienda, un 17% declara no tener ningún tipo de conexión para eliminación de aguas servidas, lo que supone que las vierten a cielo abierto.

La parroquia no cuenta con un sistema de alcantarillado pluvial. Se debe esperar el proceso natural de secado cuando existen lluvias. (De 2 a 5 días según el factor climático). (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3.4 Desechos Sólidos

La parroquia San José de Ancón no posee un sistema de recolección propio, la competencia de recolección de los desechos sólidos le corresponde a EMASA EP cuyo servicio es regular, con una frecuencia diaria. La cobertura es del 96% de la parroquia. La eficacia del servicio depende de la accesibilidad de los barrios y estado de las vías. Los desechos sólidos son depositados en el relleno sanitario del cantón ubicado fuera de la parroquia. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3.5 Transporte

El servicio de transporte público es cubierto por el Consorcio CITSE a través de la Cooperativa Trunsa 12 A y la asociación San José de Ancón.

La Cooperativa Trunsa 12 A realiza la ruta que va desde Ancón-Prosperidad - Tambo-Santa Elena, los horarios de servicios son desde las 6:00 – 19:00, sin embargo a partir de las 18:30 los buses no entran a la comuna de Prosperidad. La frecuencia de vehículos es cada 5 minutos. Esta misma Cooperativa realiza también la ruta Atahualpa-Ancón-Prosperidad-Tambo-Santa Elena con una frecuencia cada 20 minutos, esta misma línea de transporte avanza hasta Atahualpa y el servicio solo se provee hasta las 17:00.

La Aso. Transporte San José de Ancón realiza frecuencias a sectores localizados dentro de la parroquia Ancón, los vehículos utilizados son autos y camionetas y prestan el servicio de manera informal porque no están legalizados de acuerdo a las normas requeridas por el organismo de tránsito municipal (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3.6 Vivienda

Las viviendas de San José de Ancón, específicamente las pertenecientes al barrio Obrero y al barrio Inglés, así como las que se han mantenido desde la época que era campamento, han sido declaradas como Patrimonio Cultural Nacional. Muchas de estas viviendas construidas en madera o en técnicas mixtas como el enquinchado se encuentran deterioradas o han sido transformadas por sus propietarios o posesionarios.

Debido a su tamaño y tratamiento especial patrimonial, el mejoramiento para estas viviendas debe ser canalizado a través del bono para las viviendas patrimoniales, producto que está todavía en estudio por parte del MIDUVI y del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural - INPC. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.3.3.7 Telecomunicaciones

La parroquia San José de Ancón, cuenta con una Central Telefónica de CNT, la cual tiene buena cobertura en toda la población. Respecto a la telefonía móvil, la comunidad tiene como principales operadoras a Claro, seguido de Movistar y CNT, indicando que esta última tiene mejor cobertura.

Respecto al internet el acceso domiciliario es todavía muy limitado, en la población se encuentran cybers que son los que dan una primera respuesta a esta necesidad. Las escuelas y Unidad Educativas cuentan con el servicio pero la cantidad de equipos para su uso es limitada ya que solo hay 10 máquinas aproximadamente en cada plantel educativo. También hay un infocentro dentro de la parroquia que provee el servicio gratuitamente. . (Santa Elena EP., 2014)

2.3.4 Actividades Económico – Productivas

La parroquia San José de Ancón ha sido considerada como un sitio importante para la productividad, desde la época de la colonia (1911) debido a la extracción de petróleo, la misma que se desarrolla hasta la actualidad con menor intensidad debido a una menor producción que se lleva a cabo.

Según las estadísticas del INEC (2010), las tres actividades económicas que más se destacan en la parroquia son: la industria manufacturera, comercio al por mayor y menor, y la construcción, con 15.96%, 12.58% y 10.15% respectivamente. En la actividad de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, se desagregó esta última de toda la categoría, por lo que solo este rubro representa del 6.29% el 60% de la actividad, es decir 87 habitantes de 145 se dedican a la pesca dentro de la provincia. Cabe destacar que el 8.59% de la referencia anterior no declaró su actividad económica.

Los sistemas de producción de la parroquia San José de Ancón son denominados en un 99% como informales, un 0,59% son mercantiles y los demás son denominados como marginales y combinados. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.5 Aspectos Históricos

La Parroquia San José de Ancón, se dio a conocer por medio de un proyecto ideado como un campamento minero en 1910, que se inició con pequeñas tiendas de caña y lona, las mismas que usaron los geólogos para realizar los estudios sobre la explotación y el aprovechamiento a través del petróleo en este sector privilegiado por este recurso petrolero, las misma que desembarcaron en la bahía de Ancón, hoy en día conocida como la Playa de Acapulco. Después de cierto tiempo arribó la Compañía Petrolera Anglo Ecuatorian Oilfields Limited, en el cual llegaron varios técnicos, obreros y funcionarios de diferentes partes del mundo, como escoceses, ingleses, franceses, polacos, alemanes, norteamericanos, jamaquinos, canadienses y muchos integrantes de todas partes del Ecuador. (Santa Elena EP., 2014)

La misma empresa Santa Elena EP. (2014) menciona que una vez estudiado el sector se definió el sitio donde trabajaría y se ejecutaría el proyecto, para ello se comenzó construyendo barrios, casas, canchones para que los obreros habitasen durante el desempeño y culminación de la obra petrolera, las mismas que fueron mixtas entre caña, madera y cemento, siendo así que se dio la creación de doce barrios y diferentes secciones para dividir y seccionar a los obreros de los profesionales que llevaban el control y ponían en marcha este trabajo dentro de la Parroquia Ancón. También se construyeron edificios metálicos industriales que se acoplan a la arquitectura de los ingleses.

Lo que ocurre en 1911 es que dentro de la Parroquia Ancón se extrae el primer barril de petróleo luego de una ardua labor profesional y obrera en la perforación del Pozo 001, siendo importante reconocerlo como la primera de Latinoamérica. El proyecto, por así denominarlo en 1923, dejó de ser un trabajo ambicioso, dando paso a la creación y asentamiento de la ciudad petrolera que tenía todos los servicios básicos, siendo en la época y sector uno de los sitios con la mejor infraestructura del país. Ancón emblemático un sector recóndito que del suelo se

extraía riqueza y progreso en la economía del país, todo eso y más es Ancón que a orillas del mar y en medio de todo el ruido que causaban las máquinas enorgullece a los ecuatorianos.

Como dato de relevancia la comunidad que provenía de Polonia que habitaba en este sector lo nombró al lugar como San José dado debido a que eran católicos, dándole ese nombre arraigados en la religión; desde ese día se lo conoce de esta manera y se celebran fiestas que denotan algarabía y orgullo a los habitantes. Tiempo después los campos petroleros pasaron a ser del estado ecuatoriano denominándose “Corporación Estatal Petrolera Ecuatoriana” con sus siglas CEPE, hoy en día ya conocida como Petroecuador. (Santa Elena EP., 2014)

Santa Elena EP. (2014) menciona que pasado el acontecimiento de cambio de administrador, el 17 de Enero de 1976 se fundó la “Junta Cívica Pro-Parroquialización de San José de Ancón” que en su época brindó varios beneficios que fueron aprovechados por los trabajadores obreros que fueron parte de este singular sitio. El 9 de julio del 2002 se procedió, por iniciativa del Municipio de Santa Elena, el levantamiento de límites de la Parroquia a cargo del Ing. Iván Apolo profesional de las filas de ESPOL, este tipo de incentivos se dieron dentro de este sector mediante estudios topográficos dando un toque de aceptación por parte de la comunidad a estos avances de progreso.

El 15 de noviembre, mediante un Acuerdo Ministerial 350 fue creada la Parroquia rural "JOSÉ DE ANCÓN" que ayudó a la fomentación e interés del inicio dentro del área turística. Dentro de las actividades que se desarrollaron en el 2003 se dio la Emisión y su publicación en el Suplemento del Registro Oficial NO. 014 del 4 de febrero del 2003, con Acuerdo Ministerial No.0350, por medio del cual se crea la parroquia rural "SAN JOSÉ DE ANCÓN" del Cantón Santa Elena, Provincia del Guayas. Dicho Acuerdo fue suscrito por el entonces Ministro de Gobierno, Ing. Rodolfo Barniol Zerega, el 15 de Noviembre del 2002. (Santa Elena EP., 2014)

2.3.6 Turismo en San José de Ancón

El turismo en la Parroquia San José de Ancón se viene desarrollando de manera tradicional, conocida por su actividad petrolera que se enmarca en un sistema turístico basado en el turismo cultural debido a la historia y costumbres que mantiene esta parroquia para el desarrollo del turismo.

Según Icaza (2014) los atractivos turísticos que tiene la Parroquia San José de Ancón son los siguientes:

Cuadro 4 Atractivos turísticos

Nombre de Atractivos	Categoría	Tipo	Subtipo
Acantilados	Sitios Naturales	Costas o Litorales	Acantilados
Cementerio de Ingleses	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa
Parque Eloy Alfaro	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil
Iglesia San José de Ancón	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa
Explotación Petrolera	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas Científicas y Artísticas Contemporáneas	Explotación Minera
Casa Grande	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil
Edificio de la Junta Cívica de Ancón	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil
Barrio Unión Barrio Inglés	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil
Antiguo centro Comercial	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Históricas
Ancón Club Andes y Club Unión	Manifestaciones Culturales	Clubs Deportivos	
Centro de Información Turística Ancón	Manifestaciones Culturales	Manifestaciones Básicas	Recursos Indispensables

Fuente: Icaza (2015)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Con el análisis contextual de la parroquia San José de Ancón, se pudo determinar cuáles son los principales atractivos turísticos, con la siguiente sección se utilizarán los diferentes métodos y técnicas de investigación, para de esta manera recabar la información necesaria que permita llegar a la solución de los diferentes problemas presentes en el trabajo investigativo.

SECCIÓN III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente apartado se pauta la metodología establecida para la obtención y el procesamiento y análisis de la información relacionada con las variables de estudio, la misma que consistió en la obtención de información documentada y de campo de fuentes primarias y secundarias que permitieron realizar esta investigación.

La primera sección radicó en el establecimiento de los antecedentes de investigación mediante la revisión de documentos físicos y digitales en los que se pudo ubicar las principales teorías relacionadas con el tema de investigación propuesto desde distintos puntos de vistas de varios autores y aplicados en realidades diferentes, la segunda sección se llevó a cabo mediante la revisión y citación de definiciones y características de las variables considerando criterios de varios autores que investigaron o hablaron sobre este tema en sus obras, las mismas que fueron utilizadas como material bibliográfico para el presente proyecto.

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El propósito de este diseño fue el de dar respuesta a la pregunta de investigación generada, por lo tanto se implantaron los tipos de investigación más adecuados junto a la metodología a aplicarse para el procesamiento de la información documental o empírica que se obtuviera de la búsqueda de datos bibliográficos y de campo.

Este diseño se complementa además con la metodología que han aplicado diversos autores y que sirve como referencia ya que los artículos analizados tienen una similitud al tema que se está ejecutando por lo tanto se inclina a obtener resultados confiables.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

3.2.1 Investigación Documental.

Se utilizó esta tipología de investigación principalmente para la obtención de datos secundarios, a través de la revisión de documentos que se relacionan con la temática tratada, por lo tanto la fundamentación teórica se realizó mediante la consulta de libros, publicaciones Web, tesis, tesinas, revistas y artículos científicos de bases datos internacionales que sirvieron para extender lo planteado y permitieron complementar los conceptos necesarios para entender esta investigación.

3.2.2 Investigación de Campo

Este tipo de investigación se utilizó para obtener la información primaria, a través del levantamiento de datos en el lugar de estudio, por medio de la aplicación de las técnicas adecuadas para la obtención de la misma, por lo tanto permitieron que se experimenten situaciones al investigar sobre los factores que generen una ventaja competitiva. Determinando aspectos relevantes que permitieron obtener información valiosa para esta investigación.

3.3 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Se establecieron diversos métodos, con el objeto de procesar la información, y que esta pueda ser comprendida de la mejor manera, por lo tanto, este proceso comprende desde la deducción hasta la manifestación de conclusiones finales.

3.3.1 Método Analítico – Sintético

Se recurrió a la utilización de este método, ya que permitió la comprensión de las definiciones citadas en el marco teórico de esta investigación, considerando que para el adecuado manejo de la información fue necesario recurrir a la indagación

de varias teorías en conjunto con las respectivas características, con lo cual se pudo conocer los factores que las integran; así mismo el análisis de los datos obtenidos por medio de los instrumentos utilizados en el campo permitieron establecer una relación entre lo teórico y práctico.

3.3.2 Método Inductivo – Deductivo

Se utilizó este método para la obtención de conclusiones generales a partir de aspectos particulares y generales, en este caso se observaron los hechos, los mismos que fueron registrados, con su respectiva clasificación, y el estudio de hechos suscitados a partir de las variables de estudio, por lo tanto la inducción y deducción de los hechos encontrados permitieron generalizar y especificar dichos aspectos, los cuales fueron contrastados y contribuyeron a la generación de una conclusión en esta investigación.

3.3.3 Método Explicativo.

Su función consistió en revisar y descartar información indispensable, por lo tanto se extendieron y detallaron los conceptos principales, derivados de las variables de estudio, profundizando en las mismas, y considerando teorías y definiciones complementarias pertenecientes a indicadores y demás aspectos relacionados con las mismas.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas utilizadas para la recolección de información, se establecieron de acuerdo a las variables de estudio, con las cuales se tuvo el acercamiento al fenómeno de estudio, complementándola con los instrumentos necesarios, que permitieron la consecución de los datos referente al tema de estudio, que fueron integrados con fuentes primarias o secundarias dependiendo del campo en el que se apliquen.

3.4.1 Encuesta.

Esta técnica se utilizó a fin de poder medir indicadores de la investigación. Para esta investigación se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas cerradas (Dicotómicas, Escala de Likert y de Opción Múltiple) que sirvió como instrumento para recabar información relacionada con las opiniones y puntos de vistas de los turistas y población local, considerándolos como fuente de información primaria de esta investigación.

3.4.2 Entrevista.

Esta técnica consistió en la elaboración de un cuestionario semiestructurado con preguntas abiertas, que sirvió como instrumento para obtener información de las principales autoridades, que administran la actividad turística y de manera general el GAD parroquial de Ancón, siendo estos la presidenta de la Junta Parroquial Sra. Martha Pilco, a la Sra. Gilda Tumbaco y Valentín Gellibert miembros de la junta parroquial, quienes por la experiencia en el campo y el conocimiento de la parroquia Ancón, aportaron con puntos de vista significativos que condujeron a la identificación de aspectos positivos para el cumplimiento del objetivo de este proyecto de investigación.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.5.1 Población.

Para esta investigación se consideró como población a los turistas que visitaron la parroquia Ancón de enero a julio del 2016, que son quienes han adquirido una experiencia turística dentro de la misma, a los pobladores locales, principales actores y anfitriones, a involucrados en el sector turístico, como los funcionarios de las siguientes instituciones: Ministerio de Turismo, Emuturismo, Departamento de Turismo de la Prefectura, y autoridades del GAD Parroquial de Ancón

Cuadro 5 Población de estudio

	CANTIDAD	FUENTE
Turistas que visitaron la parroquia Ancón	143	Centro de Información Turística Ancón
Pobladores	6877	INEC 2010
Autoridades y funcionarios de turismo de la provincia	5	Fuente propia
Total.	7025	

Elaborado por: Rendón, S (2016)

3.5.2 Muestra

Comprende una parte de la población, para su cálculo se estableció una fórmula de poblaciones finitas, tanto para turistas como para los pobladores, ya que se conoce el número de la población. Para la recolección de la información se estableció un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, donde toda la población tiene la misma posibilidad de ser entrevistada, mientras que para la entrevista a autoridades se utilizó un muestreo probabilístico por conveniencia, con el fin de un mejor desarrollo del trabajo de campo; dicho cálculo se muestra a continuación:

$$n = \frac{Z^2 N \cdot p \cdot q}{e^2 n - 1 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n= Muestra

N= Población

Z= Nivel de Confianza (95 % = 1.96)

p= Probabilidad a favor de la hipótesis

q= Posibilidad en contra de la hipótesis

e= Margen de error (0.05)

Cálculo de la muestra a turistas

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.25 \cdot 143}{0.05^2 \cdot 143 - 1 + 1.96^2(0.25)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot 0.25 \cdot 143}{(0.0025) \cdot 142 + (3,8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{137,34}{(0,355) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{137,34}{1,31}$$

$$n = 104 \text{ Encuestas}$$

Cálculo pobladores

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 6.887 \cdot (0.5)(0.5)}{0.05^2 \cdot 68.877 - 1 + (1.96)^2(0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{3.84(6887)(0.25)}{0.0025 \cdot 6.886 + 3.84(0.25)}$$

$$n = \frac{3.84(1721,75)}{172,19 + 0.96}$$

$$n = 6614,27 \div 17,22 = 364 \text{ Encuestas}$$

Cuadro 6 Muestra a utilizarse en el estudio.

	MUESTRA
Turistas que visitaron la parroquia Ancón	104
Pobladores	364
Autoridades	5
Total.	473

Elaborado por: Rendón, S (2016)

SECCIÓN IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis de la Entrevista.

Los resultados recolectados en la entrevista dirigida a las autoridades encargadas de manejar la actividad turística en la Provincia de Santa Elena son los siguientes:

1. ¿Considera usted, que los recursos turísticos y humanos de la parroquia de Ancón, poseen elementos diferenciadores para desarrollar el turismo?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

Los entrevistados mencionaron sí, ya que en la actualidad los recursos turísticos existentes en la parroquia presentan una gran potencialidad para el desarrollo del turismo, debido a los elementos naturales y culturales que posee, donde se pueden realizar diversas actividades turísticas para atraer a los turistas, asimismo hicieron referencia al recurso humano, comentando que si bien es cierto que no existe recurso humano especializado en turismo, existe una gran cantidad de personas que se encuentran capacitadas para atender a los turistas, adicional a la hospitalidad que tienen los habitantes, para mostrar los atributos que tienen los recursos turísticos y humanos de la parroquia Ancón.

2. ¿Considera usted, que la parroquia Ancón, tiene una oferta turística que lo haga más atractivo frente a destinos turísticos similares en la provincia?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

La mayoría de entrevistados respondieron de manera positiva, mencionando que sí existe una oferta turística atractiva que lo diferencia de destinos similares, pero resaltaron que solo a nivel de atractivos turísticos, y actividades turísticas, ya que según ellos la parroquia posee solo un mínimo servicio de hospedaje, restauración y Guianza, mencionando que se debe trabajar para complementarla con los

lugares turísticos que se tienen y así poder hacerla atractiva para visitantes nacionales y extranjeros.

3. ¿Considera usted, que las estrategias de competitividad turística de la parroquia Ancón utilizadas hasta la actualidad por los organismos de turismo son eficientes?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

La consideración que hicieron los entrevistados fue negativa, ya que manifestaron que aún no se establecen estrategias de esta índole para mejorar la competitividad del turismo en la parroquia Ancón, pero manifestaron que si se han desarrollado acciones de promoción, pero que les falta trabajar en muchos aspectos que permitan un posible desarrollo del turismo.

4. ¿Considera usted, que los atractivos turísticos de la parroquia Ancón poseen elementos diferenciadores frente a otros atractivos de la provincia?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

Las personas entrevistadas manifestaron, que de lo que conocen por varias visitas realizadas a la parroquia Ancón, existen atractivos turísticos naturales y culturales que se diferencian de otros dentro de la provincia y del país y mencionaron a los atractivos como club Andes, Barrio Inglés y Cementerio Inglés que poseen arquitectura inglesa única en el Ecuador, además de la declaratoria de Patrimonio Cultural realizada por el estado en el año 2011 y el mirador de la playa de Acapulco que posee una vista impresionante debido a su altura sobre el nivel del mar, y donde se pueden realizar actividades de aventura como el parapente, por lo tanto los entrevistados coincidieron que estos si se diferencian de otros atractivos de la provincia y del país.

5. ¿Qué destaca usted, de los recursos turísticos de la parroquia Ancón en comparación a otros de la provincia de Santa Elena?

Las autoridades entrevistadas señalaron que la parroquia Ancón se destaca por sus recursos turísticos y por la declaratoria de estos como patrimonio cultural del Ecuador, la hospitalidad de su gente, el espacio geográfico que tiene y la importante visita que está teniendo en los últimos meses, y en relación al equipamiento turístico son muy pocos los establecimientos turísticos, y pocos los operadores turísticos que ofertan este lugar para su posterior comercialización.

6. ¿Considera usted que el turista obtiene beneficios al adquirir o utilizar los productos y servicios turísticos existentes en parroquia Ancón?

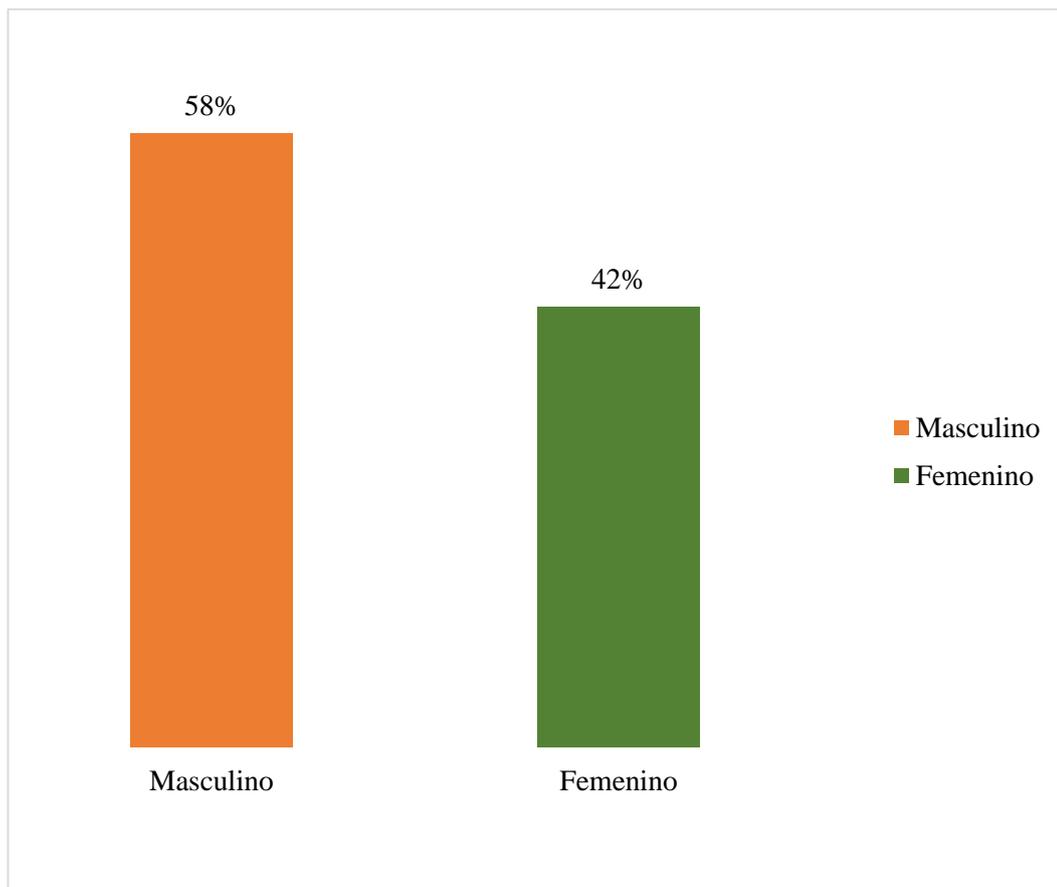
SI _____ NO _____ ¿Por qué?

Los entrevistados consideraron de manera positiva, que el turista si se beneficia de alguna manera, ya que obtiene experiencias memorables al conocer sobre aspectos culturales que se dieron en décadas pasadas y que representan la memoria de la parroquia, por un lado, pero mencionaron que los servicios no son totalmente eficientes como para recibir a una demanda especializada.

4.2 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A POBLADORES

1. Género

Gráfico 1 Género



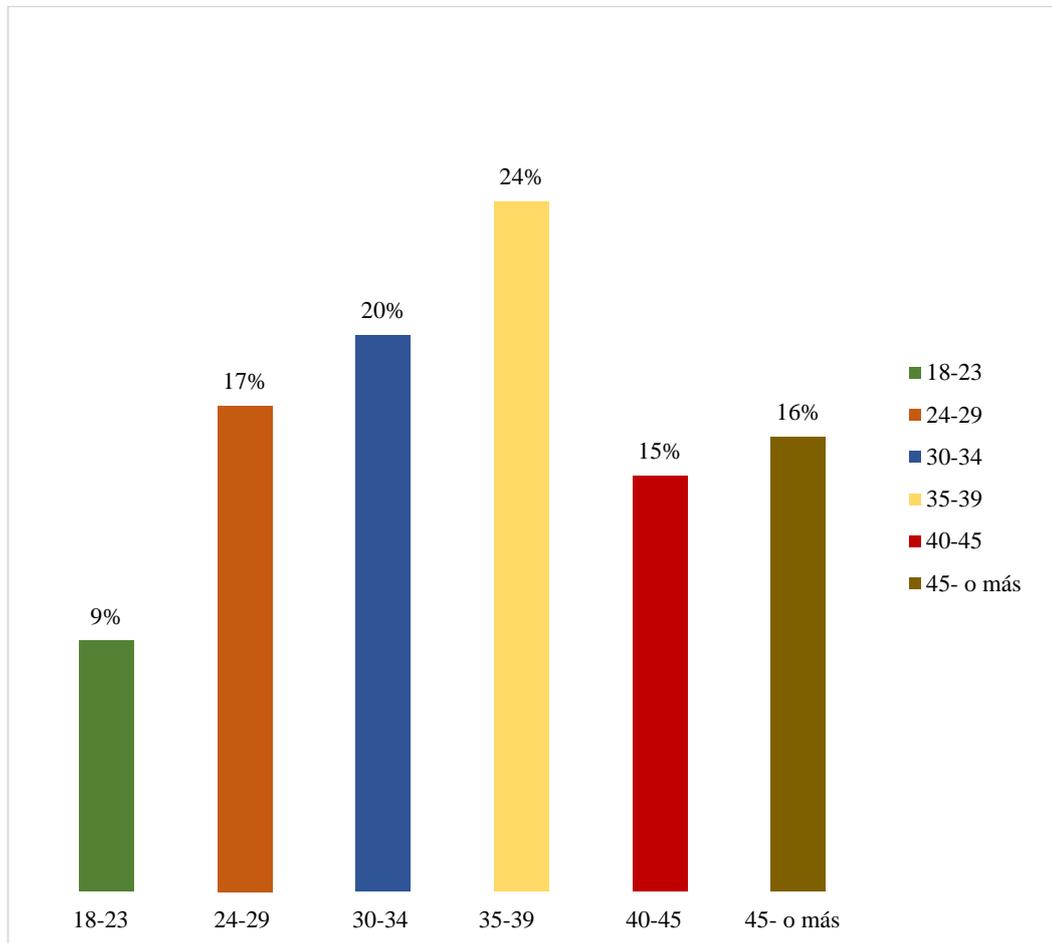
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De los encuestados el 58% de la población de la Parroquia Ancón pertenece al género masculino, la diferencia se inclina en el género femenino, es totalmente evidente que las actividades que se realizan en esta localidad están ligadas al hombre, de tal modo que la productividad en esta parroquia es netamente activa por ambos géneros.

2. Edad

Gráfico 2 Edad



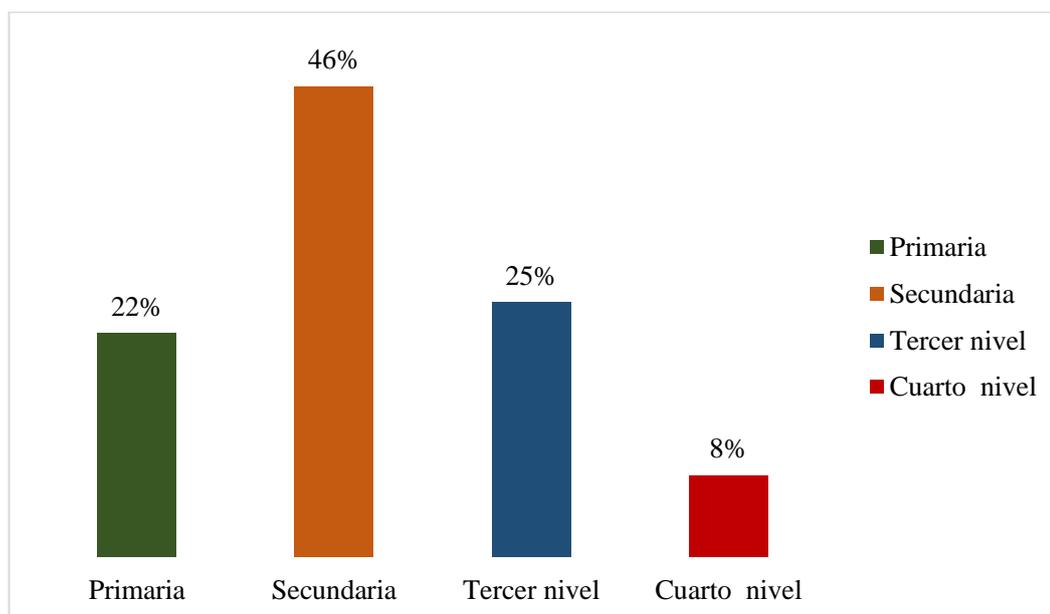
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la parroquia Ancón se ha determinado que la edad que sobresale es la que se encuentra en el rango de 35 a 39 años con un 24%, consecuentemente con un 20% de 30-34, asimismo con un porcentaje estándar el rango de 40 a 45 o más, finalizando con la edad 18 – 23 con un 9%; cabe destacar que la población que predomina es adulta, la misma que ayudará a complementar con información y criterios fundamentados.

3. Nivel de instrucción

Gráfico 3 Nivel de instrucción



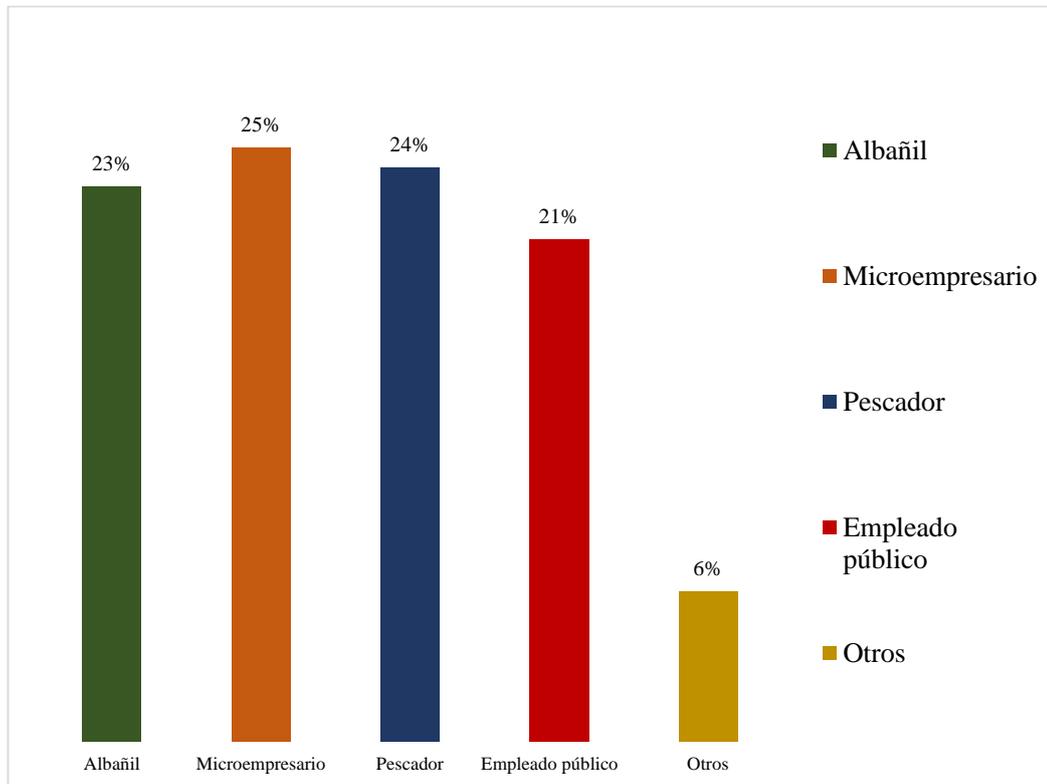
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Con los resultados de esta interrogante que refleja el gráfico se determina que la mayoría de los pobladores de la parroquia Ancón tienen un nivel de instrucción secundaria con un 46%, seguido con estudios de tercer nivel y primaria con un 25% y 22% respectivamente y con un mínimo porcentaje en cuarto nivel; es importante que se trabaje en conjunto con la población, considerando que solo la cuarta parte de los habitantes son profesionales. La parroquia en mención necesita de criterios formados para la correcta difusión de los lugares turísticos y patrimoniales.

4. Actividad económica

Gráfico 4 Actividad económica



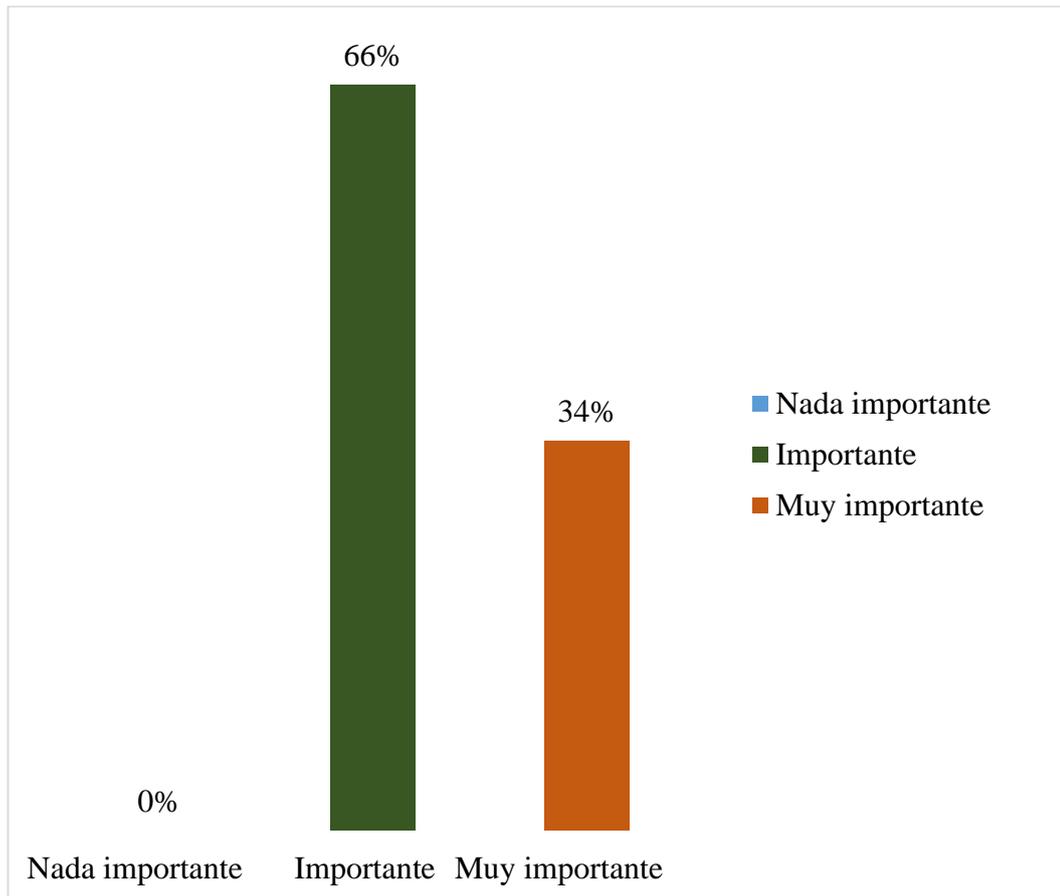
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Los habitantes de la parroquia Ancón se dedican a ser microempresarios, es decir, han constituido su pequeño negocio dando crédito al emprendimiento que hoy en día es una tendencia en el país en un 25%, asimismo el 24% realizan la actividad pesquera que es una de las fuentes de ingresos mayoritarios en la parroquia y comunidades cercanas, con un 23 % y 21% son albañiles y empleados públicos respectivamente. Existe una cuantificación minúscula de otras actividades; se considera que el lugar tiene grandes atractivos naturales y culturales. Las playas se encuentran en su estado natural y el complemento a esta actividad turística es su parte colonial, hay que fomentar el turismo como eje primordial y crear interés en los pobladores para así obtener un mejor desarrollo en el ámbito turístico y local.

5. ¿Cómo es considerado el turismo por usted?

Gráfico 5 Valor al turismo



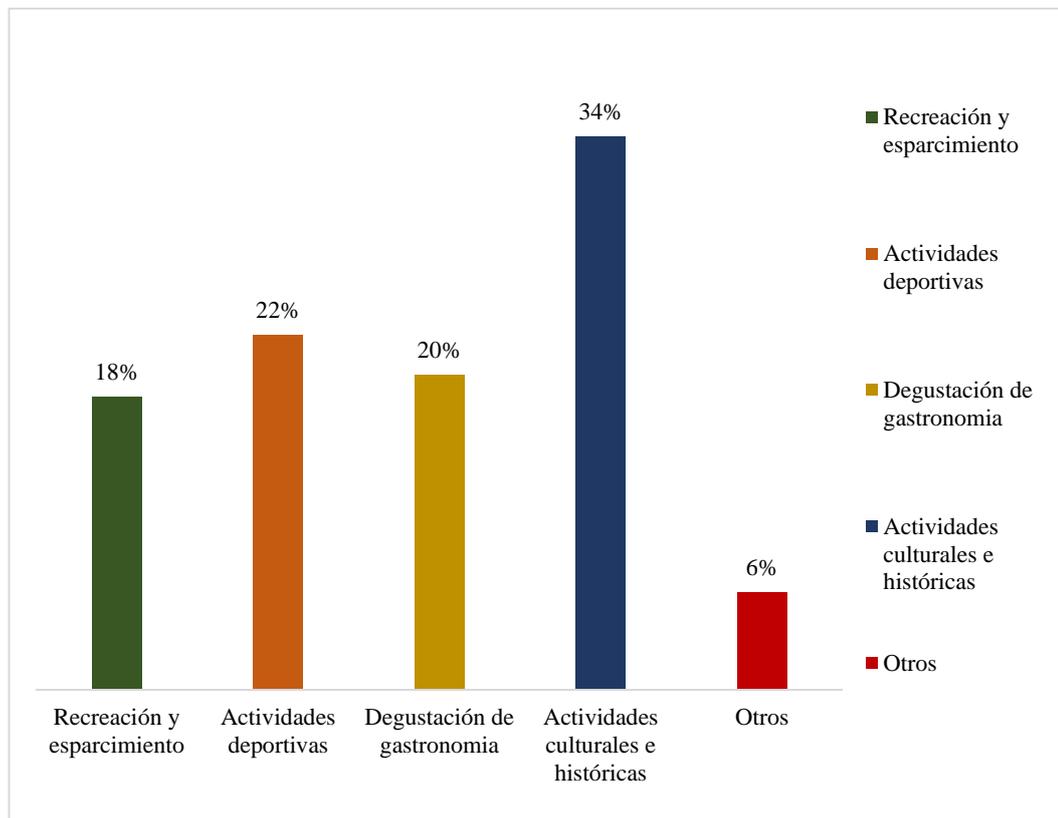
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico se determina con un 66% que la actividad turística es importante para los pobladores, ya que ellos observan que la parroquia Ancón está conformada por grandes edificaciones de gran valor cultural e histórico, asimismo consideran que si se aprovecharán correctamente los atractivos naturales, el lugar se posicionaría como un destino reconocido a nivel nacional, además de aquello se obtendrían beneficios tanto para el turista como para la localidad.

6. Las actividades que realizan los turistas cuando visitan la Parroquia Ancón son...

Gráfico 6 Actividades turísticas



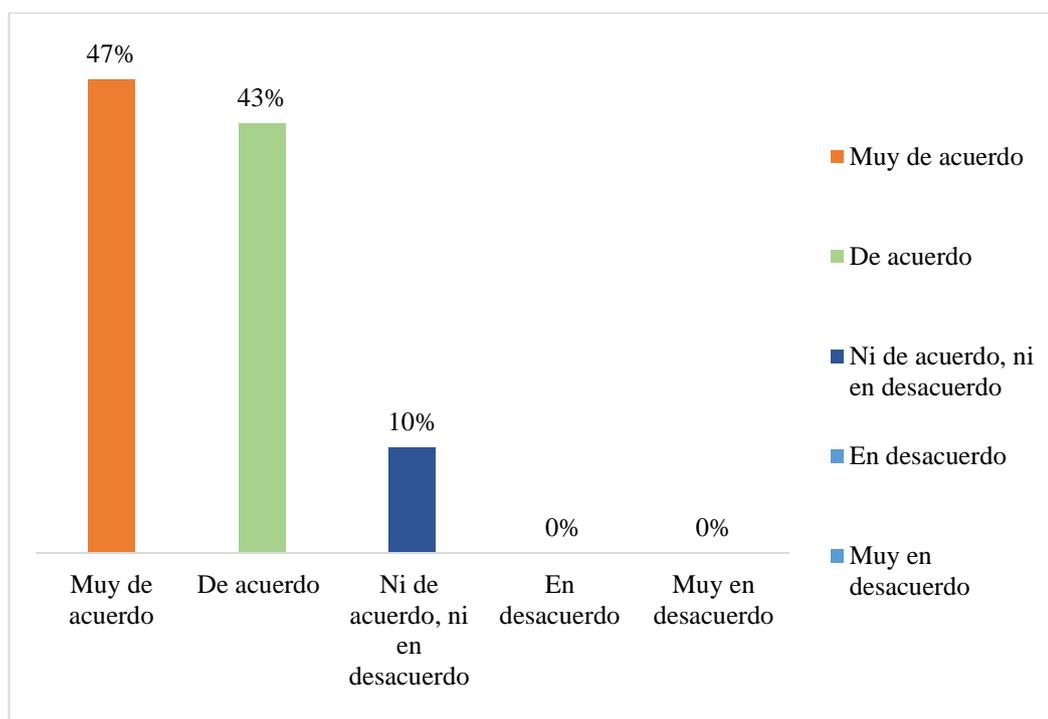
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Según como se observa en el gráfico el 34% de los pobladores de la parroquia Ancón mencionaron que la actividad que más realiza el turista es relacionada a la cultura e historia, por consiguiente las actividades deportivas se reflejan con un 22%, el 20% y 18% realizan degustación de la gastronomía y recreación/esparcimiento respectivamente, un mínimo porcentaje en cuanto a otras actividades. La parroquia Ancón cuenta con un gran número de edificaciones que representa un pueblo inglés, su estructura colonial atrae la atención del turista haciendo que su estadía y que su interés se incline más a las cultura e historia.

7. ¿Considera que los atractivos turísticos culturales de Ancón se diferencian de otros atractivos de la provincia?

Gráfico 7 Diferencia de atractivos



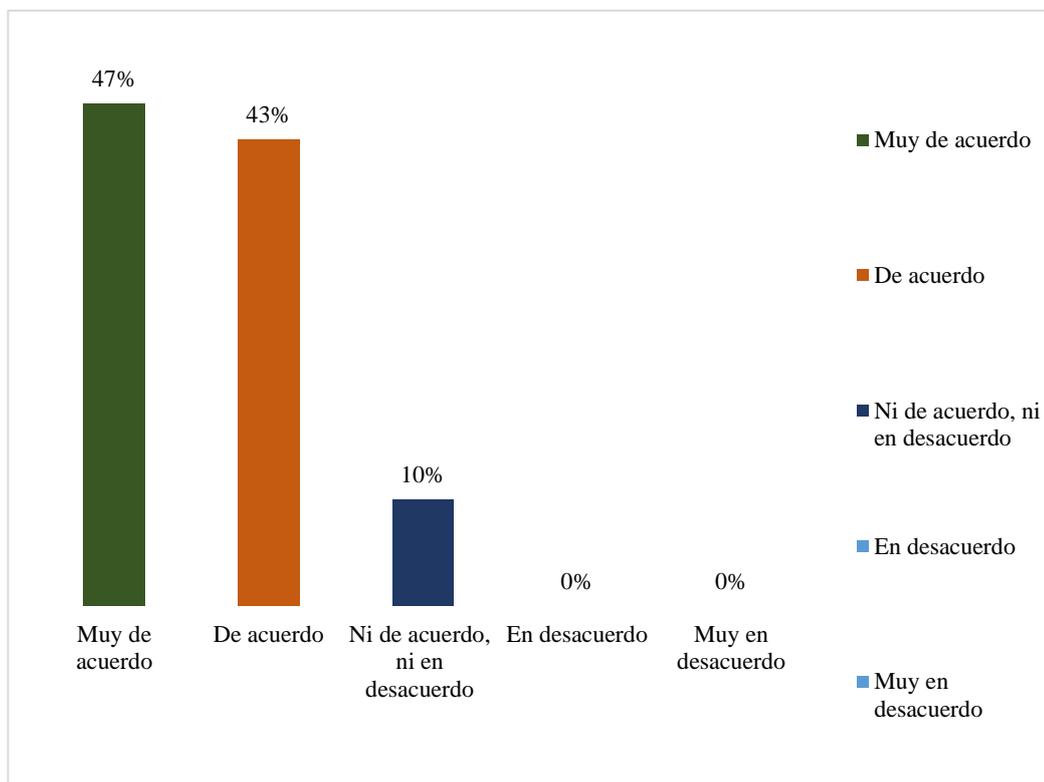
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Mediante el levantamiento de información se determina que los atractivos de la parroquia Ancón si se diferencian de otros atractivos de la provincia con un 47%, los pobladores están de acuerdo que el lugar es diferente a los demás; se hace énfasis que Ancón es declarado como Patrimonio Cultural del Estado y eso le da un valor diferenciador a los demás atractivos, hay que recalcar que más del 50% de los atractivos que existen en la provincia de Santa Elena se dedican al turismo de sol y playa y muy poco a la cultura; el lugar en mención, además de poseer cultura e historia también cuenta con unas hermosas playas donde se puede disfrutar del paisaje y de otras experiencias.

8. ¿Considera que la administración realizada por las autoridades es óptima para el desarrollo del turismo en la Parroquia Ancón?

Gráfico 8 Gestión óptima



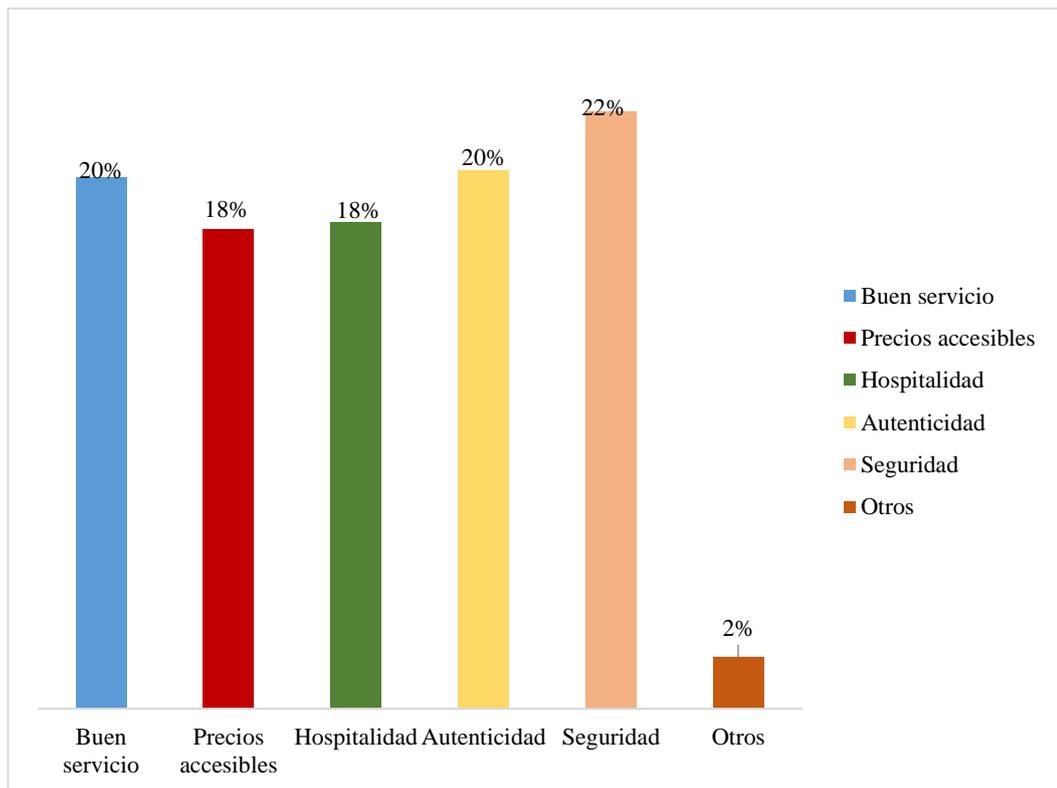
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De la siguiente interrogante el 47% de los pobladores perteneciente a la parroquia Ancón están de acuerdo que la administración realizada en la localidad para el desarrollo del turismo es óptima, asimismo se refleja el 43% con una respuesta positiva, el 10% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo. La gestión turística que se realiza dentro de la parroquia es la adecuada para el desarrollo turístico inclusive económico, de tal modo que la correcta planificación, organización y dirección de las actividades turísticas permite que el visitante tenga un mejor disfrute de los servicios.

9. ¿Cuáles considera usted que son los aspectos más relevantes que se le brinda al turista en la Parroquia Ancón?

Gráfico 9 Beneficios considerados para el turista



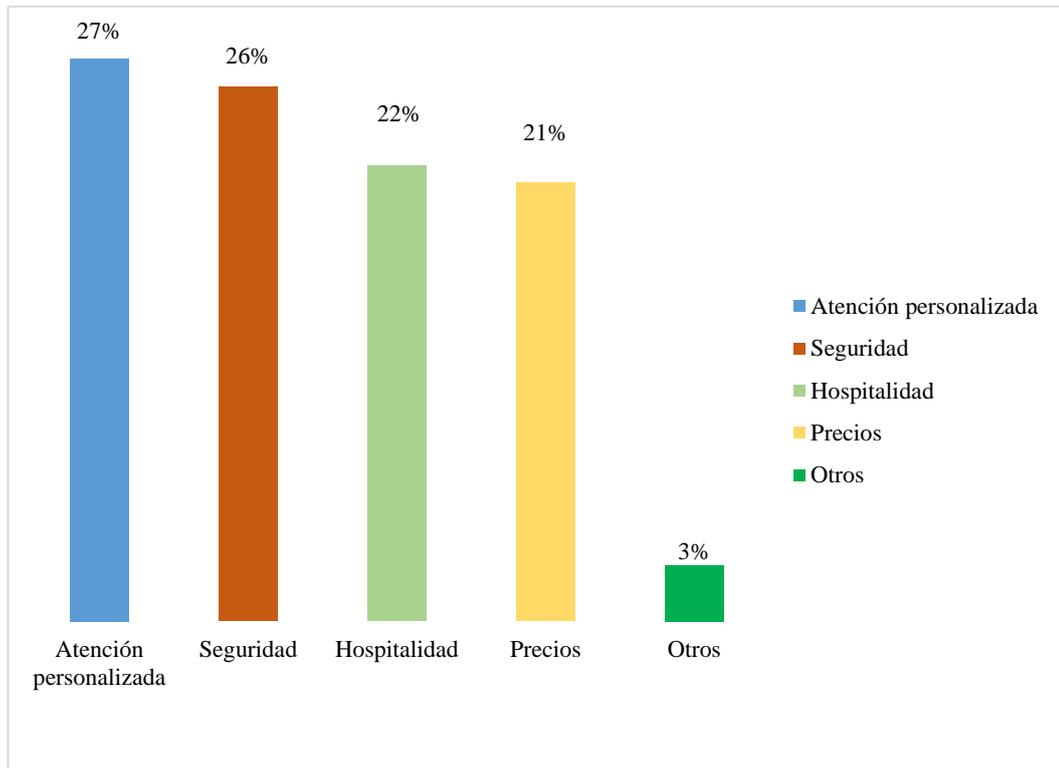
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico el 22% de los pobladores mencionaron que el beneficio que más sobresale dentro de la parroquia es la seguridad, el 20% consideran la autenticidad del lugar y de los servicios, la diferencia radica en un buen servicio, hospitalidad y precios accesibles. Cabe destacar que si al visitante se le brinda buena protección, calidad en los servicios, precios moderados y sobretodo hospitalidad creará en el turista ese deseo de volver al lugar que le ha acogido y que ha hecho que obtenga una buena experiencia, de tal modo que se abrirá un target de clientes en la parroquia Ancón.

10. ¿Qué cree usted que valora más el turista cuando visita a Ancón?

Gráfico 10 Tipos de servicios valorados por el turista



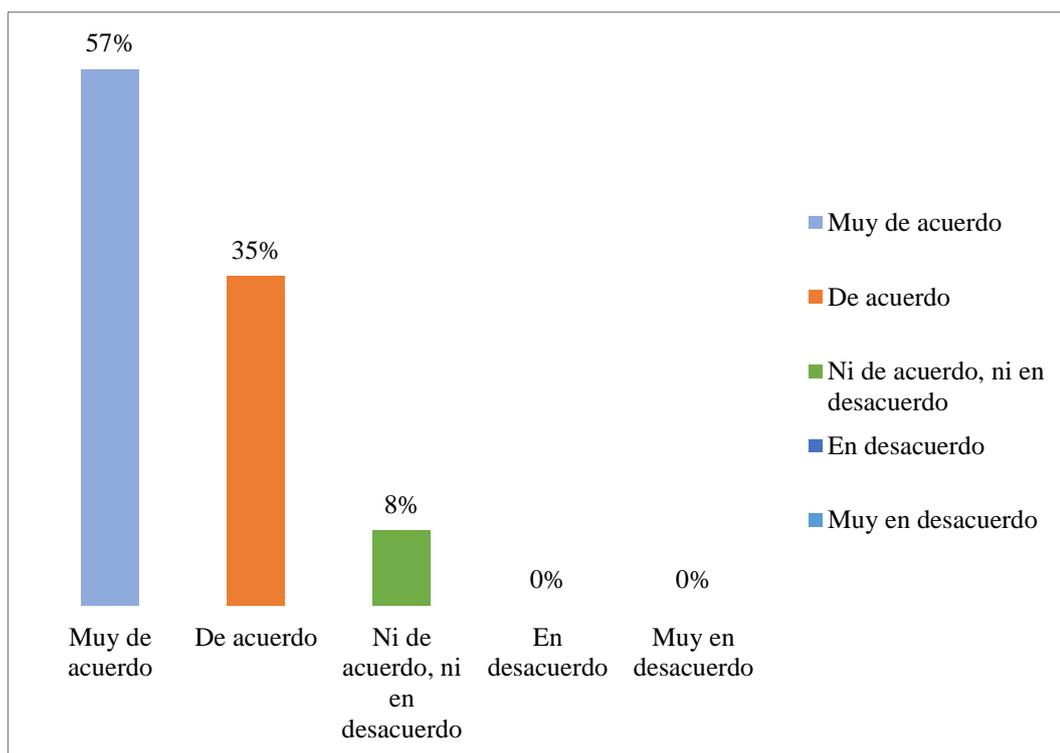
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

El servicio que más es valorado por el turista es la atención personalizada, así lo indicaron los pobladores pertenecientes a la parroquia Ancón con un 27%, la seguridad es otro indicador que es valorado por el turista, consecuentemente la hospitalidad y precios. El turista es muy exigente cuando adquiere un producto o servicio y la parroquia en general debe estar capacitada y predispuesta cuando un visitante llega a la localidad, cabe destacar que la mejor publicidad que tiene un lugar es la que proviene de un turista satisfecho.

11. ¿Considera que los precios de los productos y servicios turísticos de la Parroquia Ancón son competitivos en relación a una oferta similar en la provincia de Santa Elena?

Gráfico 11 Precios de los servicios turísticos



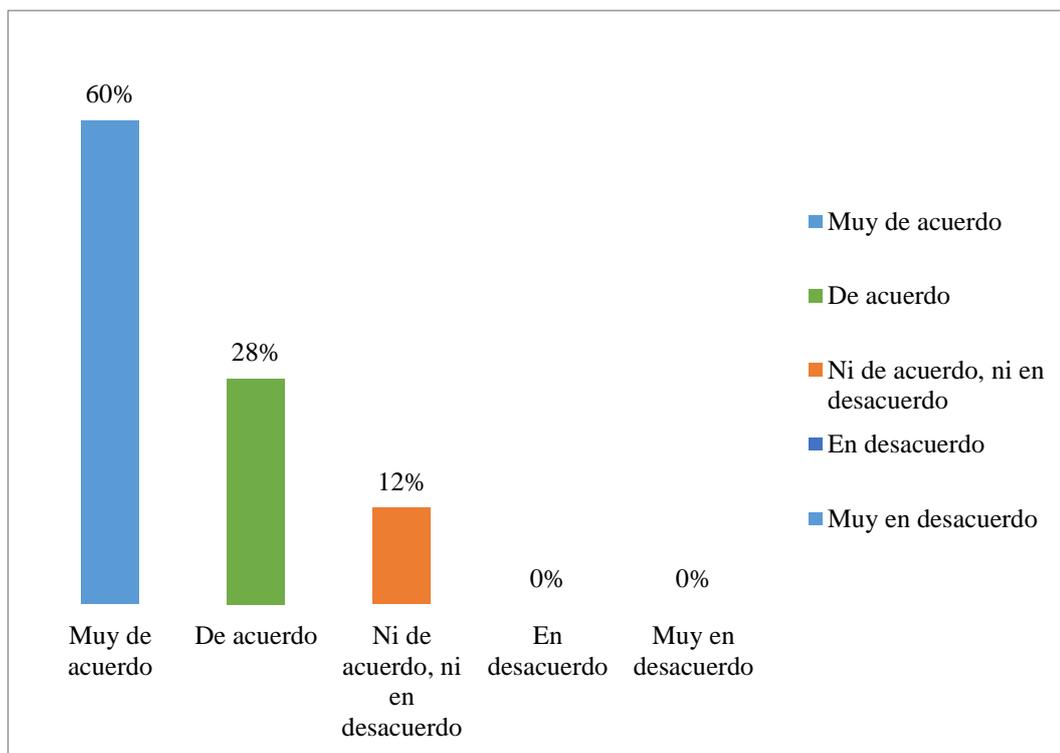
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Según los resultados de la interrogante se determina que el 57% de los pobladores indicaron que completamente están de acuerdo que los precios de los servicios turísticos son competitivos para atraer al turista, consecuentemente el 8% escogieron una respuesta neutra, esto es debido a que pocos de los pobladores no están inmersos en la actividad turística. Es favorable que exista un precio estándar en relación a los productos y servicios que se ofrecen en la parroquia Ancón, ya que en ocasiones el turista en otros destinos ha sido víctima de alteración de precios.

12. ¿Considera que los habitantes de la Parroquia Ancón fomentan acciones en pro del desarrollo de sus atractivos turísticos?

Gráfico 12 Estimulación de la visita turística



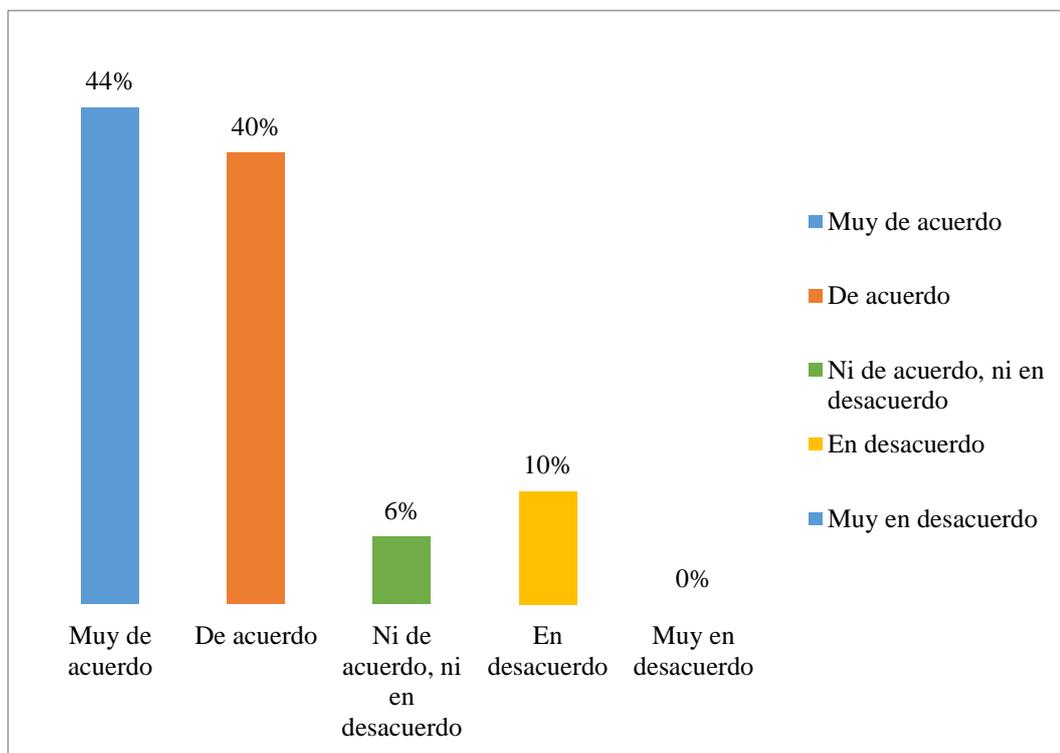
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico se determina que el 60% están muy de acuerdo en que los habitantes de la Parroquia Ancón fomenten acciones en pro del desarrollo de sus atractivos turísticos, asimismo el 28% da una respuesta favorable, la diferencia se inclinan por una oposición neutral. El trabajo en conjunto con los actores del turismo y población dan como resultado un buen desarrollo del turismo en la localidad, pero sin olvidar que aún hace falta crear esa motivación turística, interés en difundir la cultura e historia, mayor participación con los habitantes en obtener mejores beneficios económicos y turísticos.

13. ¿Considera que el producto turístico cultural de Ancón generará mayor afluencia de los turistas?

Gráfico 13 Necesidades de los turistas



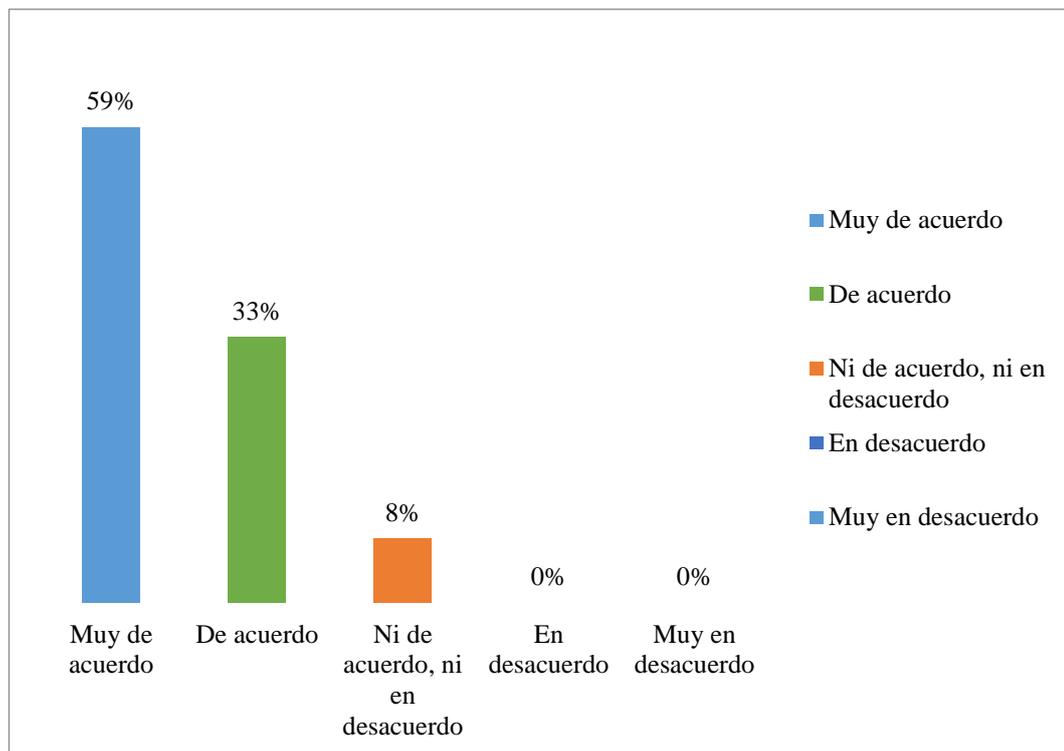
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De acuerdo a la interrogante el 44% de los pobladores pertenecientes a la parroquia Ancón consideran que el producto turístico, cultural generará mayor afluencia de los turistas, el 40% está de acuerdo, consecuentemente el 10% se inclinan por una respuesta negativa, es decir, están en desacuerdo, existe una cantidad minúscula que no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo. Cabe destacar que la satisfacción es un factor que permite identificar la ventaja competitiva dentro de la localidad, hay que hacer mayor énfasis en la prestación del servicio que se le da al turista.

14. ¿Considera que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas?

Gráfico 14 Patrimonio cultural



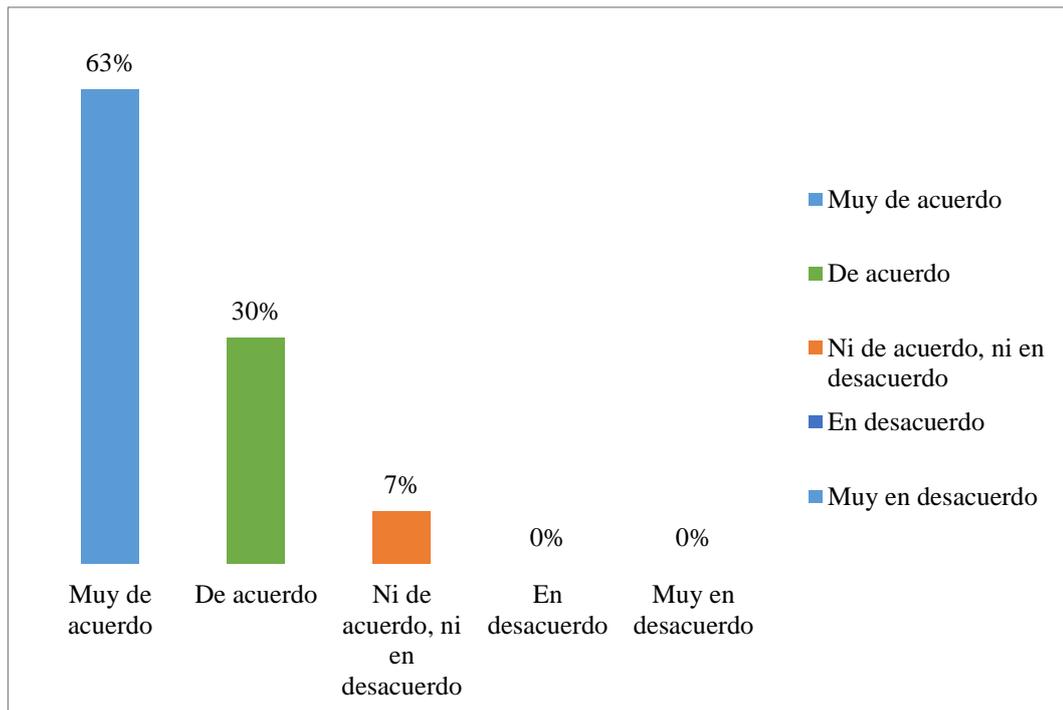
Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se puede apreciar en el gráfico la gran parte de los pobladores pertenecientes a la parroquia Ancón están muy de acuerdo en que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas, teniendo en cuenta que en este lugar se recrea un típico pueblo inglés, además que posee bienes patrimoniales como edificaciones y conjuntos habitacionales, el Ancón club, etc., sin olvidar que la parroquia en mención ha sido declarada Patrimonio Cultural de la Nación, hay que aprovechar los recursos naturales como culturales para dar un posicionamiento a la parroquia a nivel nacional como internacional.

15. ¿Considera que la participación de la comunidad influirá en la calidad de servicios que se le brinde al turista?

Gráfico 15 Participación de la comunidad



Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

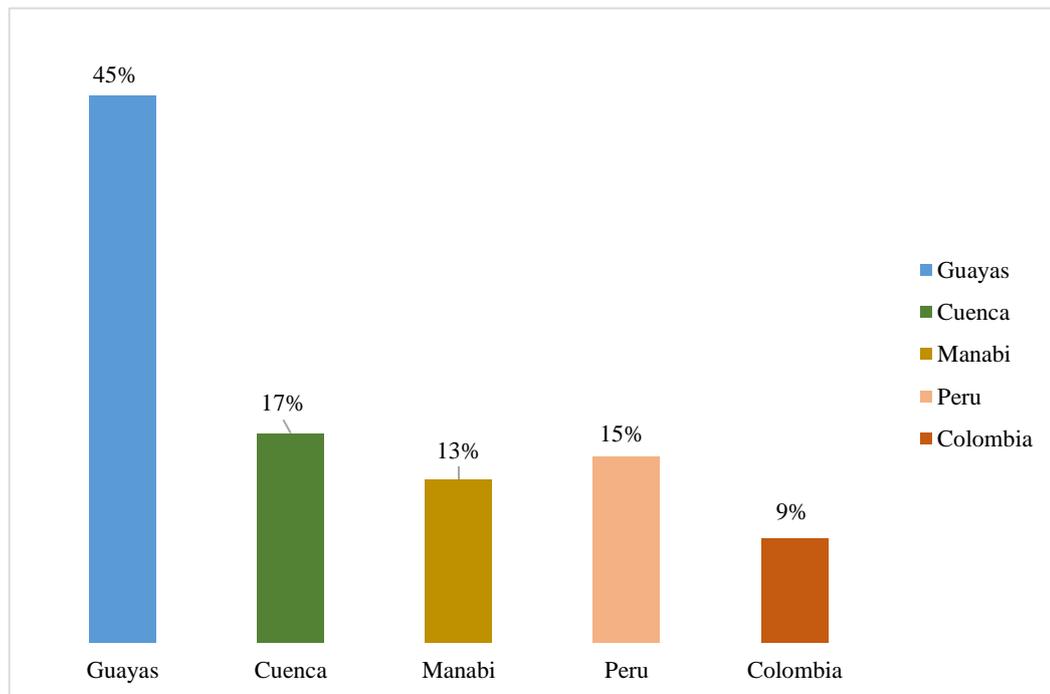
Elaborado por: Rendón, S (2016)

Se determina que el 63% está muy de acuerdo en que la participación de la ciudadanía de la parroquia Ancón influirá en la calidad del servicio que se brinde a los turistas, por ser la misma población quien guíe y direcciona al visitante a realizar las diferentes alternativas que les ofrece la localidad, existe una cantidad minúscula que dan una respuesta neutra y esto es debido a que no están familiarizados con el ámbito turístico, y carecen de información en relación a los beneficios que pueden obtener realizando la práctica del turismo, el trabajo en equipo es una gran herramienta que pueden utilizar, de esa manera se podrá difundir correctamente los lugares turísticos y patrimoniales de Ancón y buscar el posicionamiento del mismo.

4.3 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

1. Residencia específica

Gráfico 16 Residencia



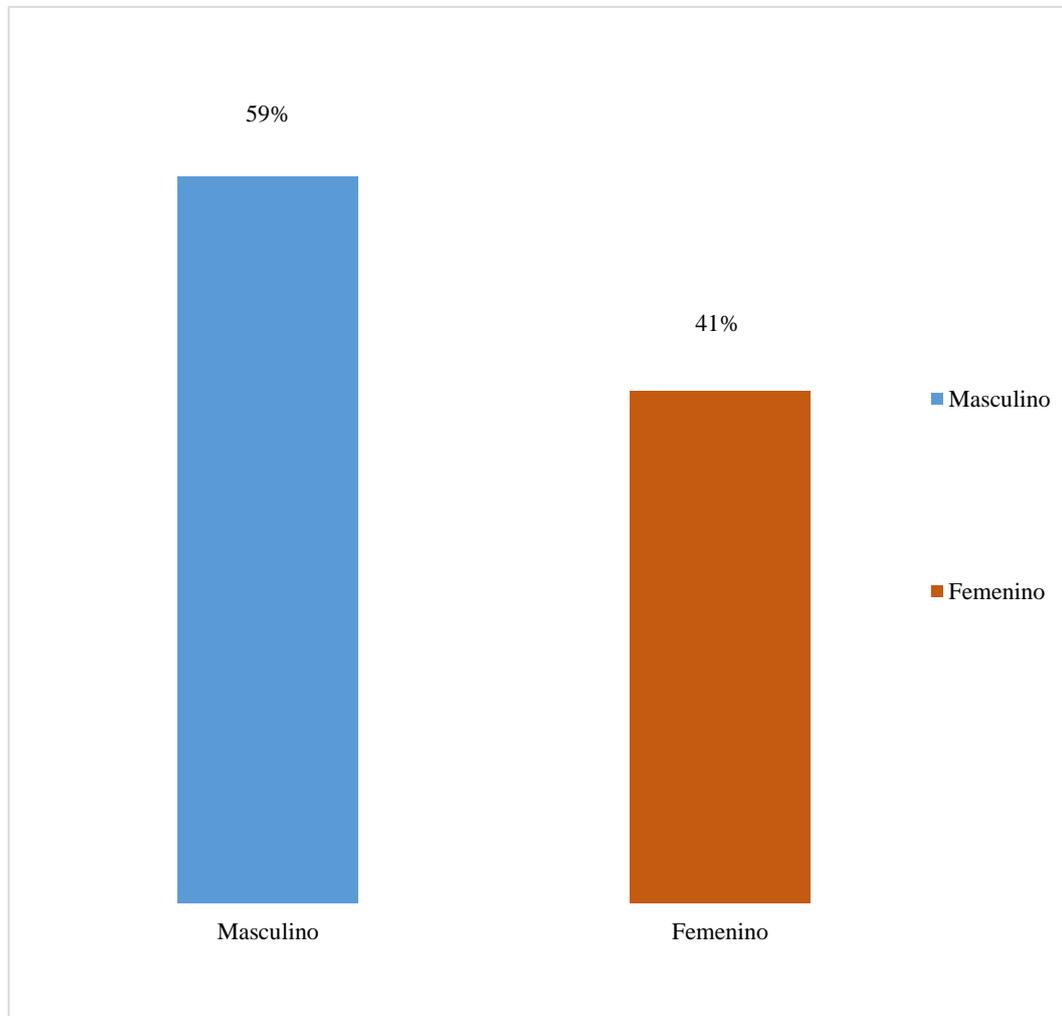
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico el 45% de los turistas son residentes de la provincia del Guayas, el 17% y 15% son provenientes de la ciudad de Cuenca y Manabí, existe una notable cantidad de turistas internacionales específicamente de la parte de Sudamérica. En términos generales el segmento de mercado que visita la parroquia Ancón son guayaquileños, esto se debe a la cercanía que existen en los destinos, asimismo hay que considerar la parte interandina ya que su desplazamiento lo realizan en temporadas de vacaciones, que en la Costa representa la temporada media- baja y existe un equilibrio en ambas estacionalidades, además hay que acaparar un mayor número de turistas internacionales para darle un mejor posicionamiento a la parroquia Ancón.

2. ¿Cuál es su género?

Gráfico 17 Género



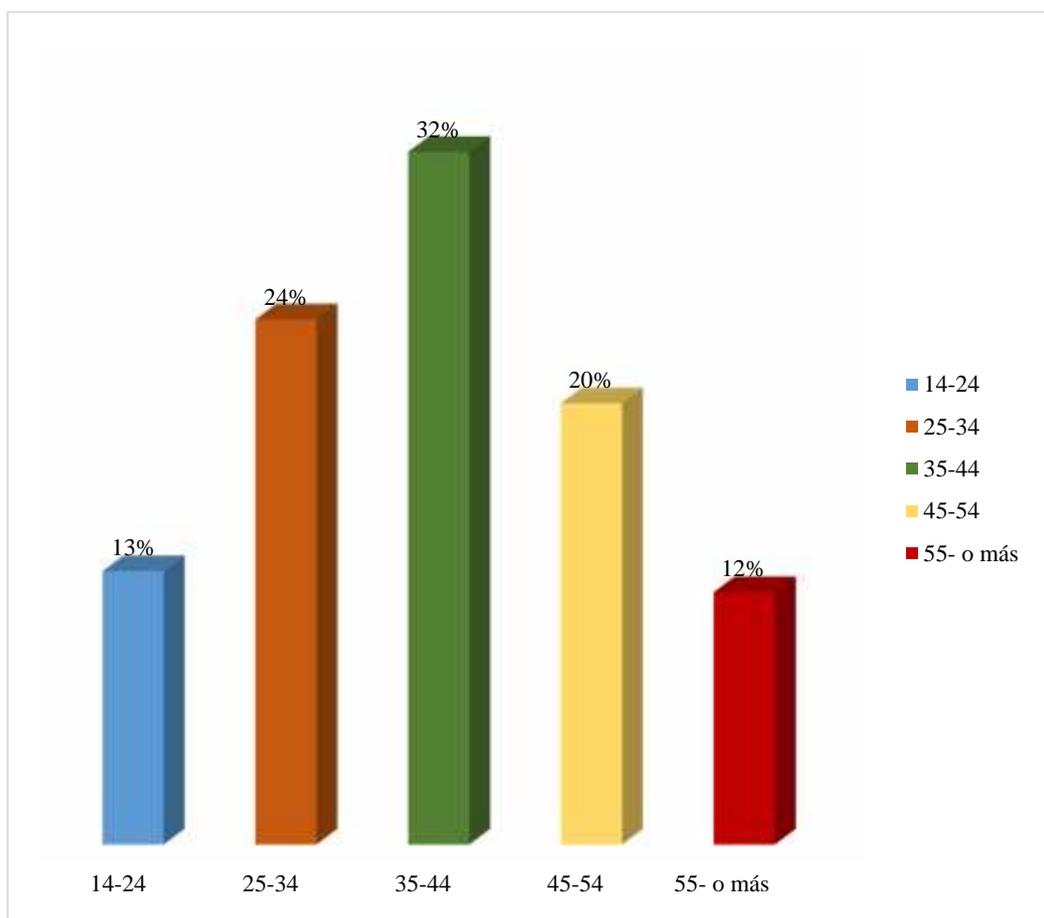
Fuente: Encuesta a Turistas (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De acuerdo a la interrogante el género que más visita la parroquia Ancón es el masculino con un 59%, la diferencia radica en el género femenino, en la actividad turística ambos géneros están dispuestos a viajar a cualquier lugar y a consumir los diferentes productos y servicios.

3. Edad

Gráfico 18 Edad



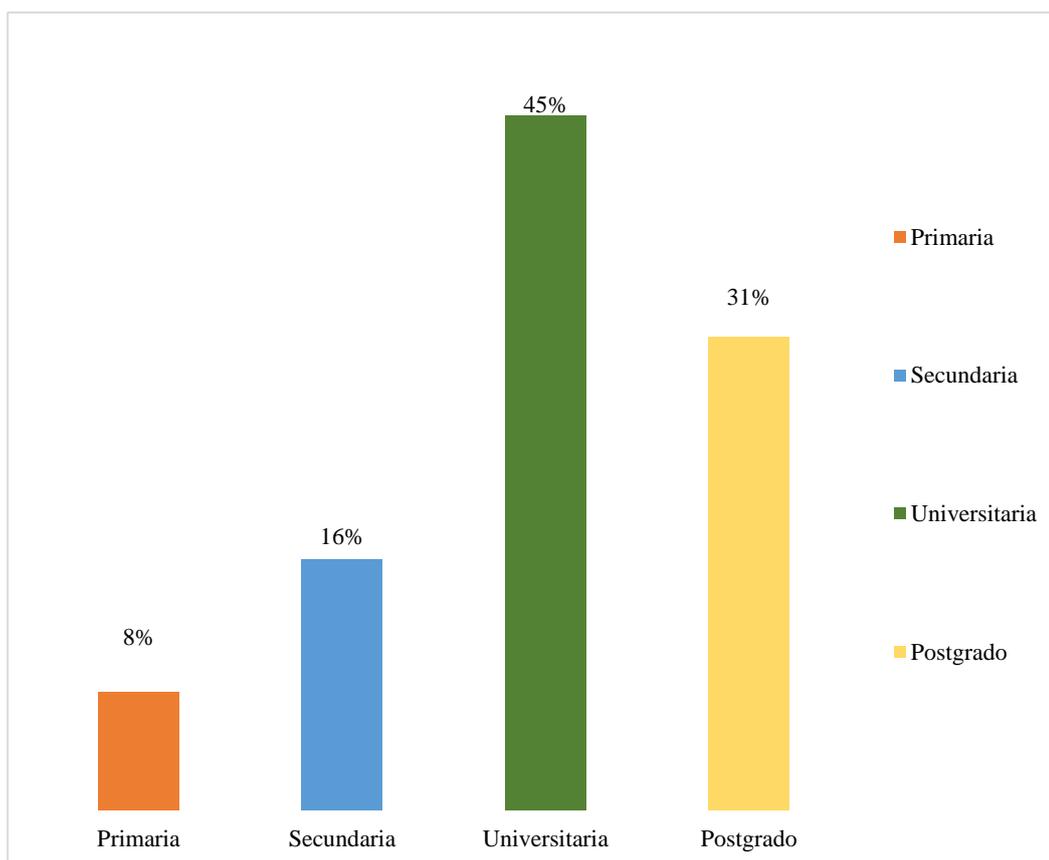
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De acuerdo a la encuesta realizada el rango que más predomina es de 35-44 años con el 32%, consecuentemente las edades de 25–34 y 45-54 con el 24,04% y 20% respectivamente le siguen, asimismo los de 14-24 con el 13%, finalizando con el rango de edad de 55 o más. Este indicador es importante para determinar el perfil del turista y para conocer las necesidades, gustos y preferencias, de tal modo que las actividades que se realicen en la parroquia Ancón fidelicen este segmento y a la vez cautiven un nuevo nicho de mercado.

4. ¿Cuál es su nivel de estudio?

Gráfico 19 Nivel de estudio



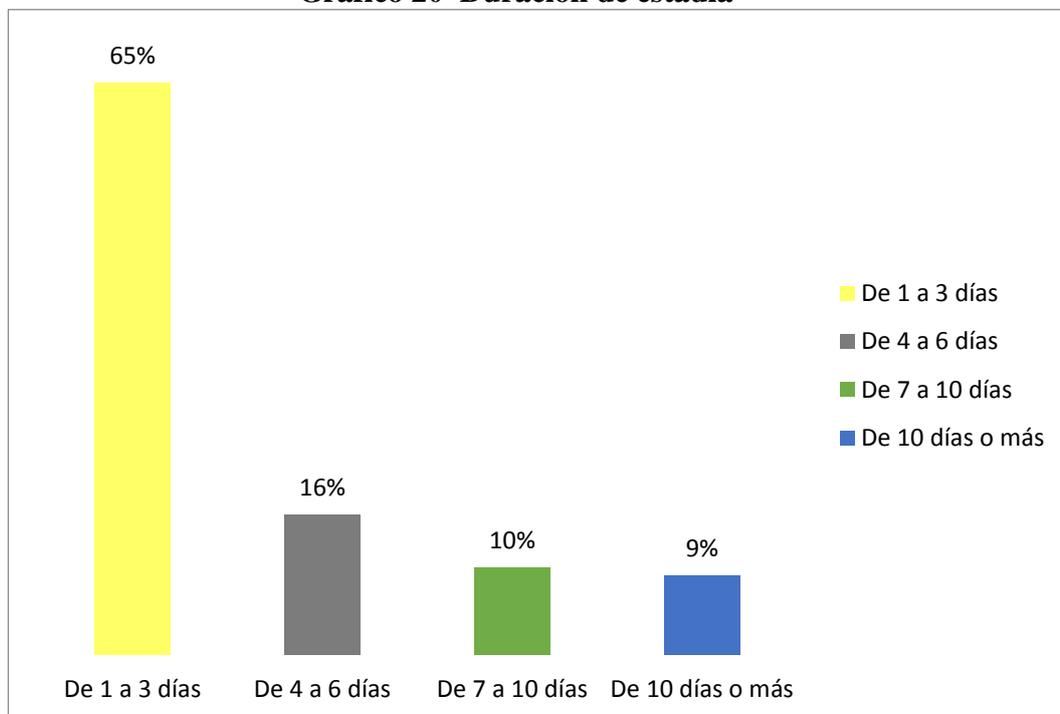
Fuente: Encuesta a Turistas (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico el nivel de estudio de los turistas que visitan la parroquia Ancón es universitaria con el 45%, seguido de la instrucción de postgrado con el 31%, la diferencia radica en secundaria y primaria. Cabe destacar que los turistas por tener estudios superiores son más exigentes al momento de adquirir un producto o servicio, de tal modo que hay que crear nuevas actividades y aprovechar los recursos naturales y culturales que posee la parroquia Ancón.

5. ¿Cuál es la duración de estadía?

Gráfico 20 Duración de estadía



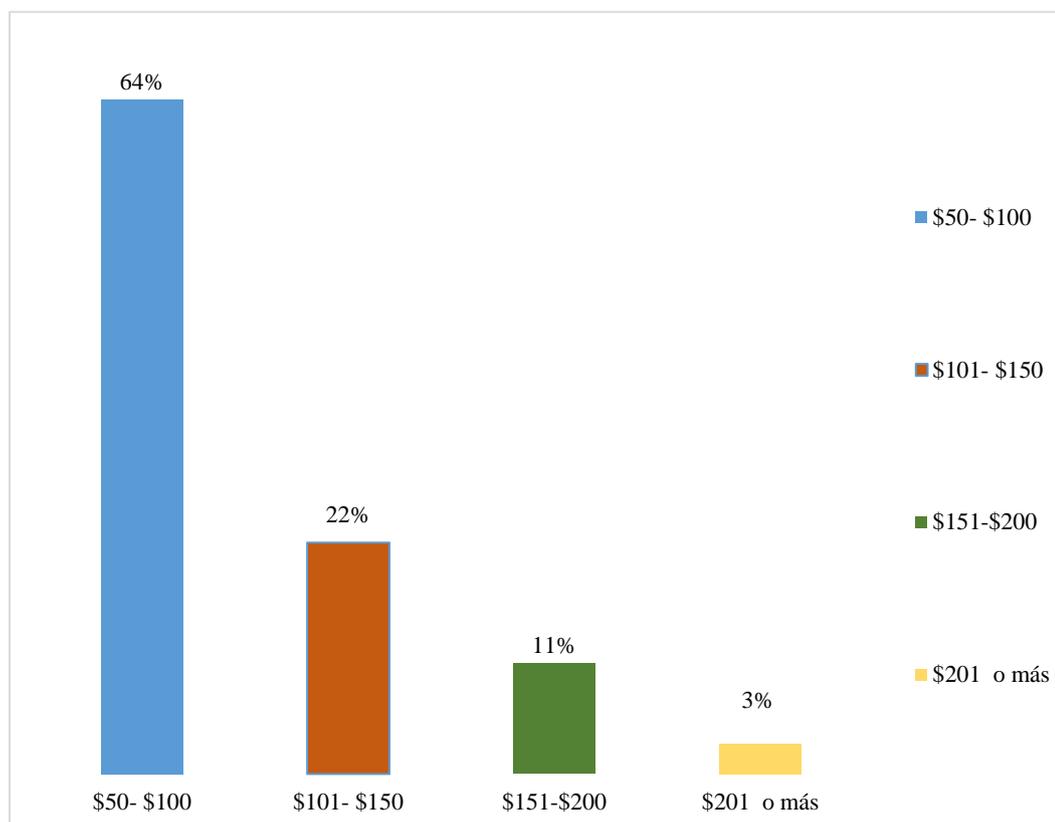
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De acuerdo a la interrogante la duración de estadía de los turistas que visita la parroquia Ancón es de 1 a 3 días, seguido de 4 a 6 días con el 16%, consecuentemente de 7 y 10 días o más con el 10% y 9% respectivamente. Hay que aprovechar el desplazamiento que realizan los turistas hacia la localidad ya que su estadía promedio radica de 3 días o más y esto ocurre debido a la cercanía que existe desde la provincia del Guayas hacia el lugar en mención y que aprovechan los fines de semana, feriados o vacaciones para disfrutar del paisaje e historia que ofrece Ancón.

6. ¿Cuánto suele gastar diariamente cuando viaja?

Gráfico 21 Gasto diario



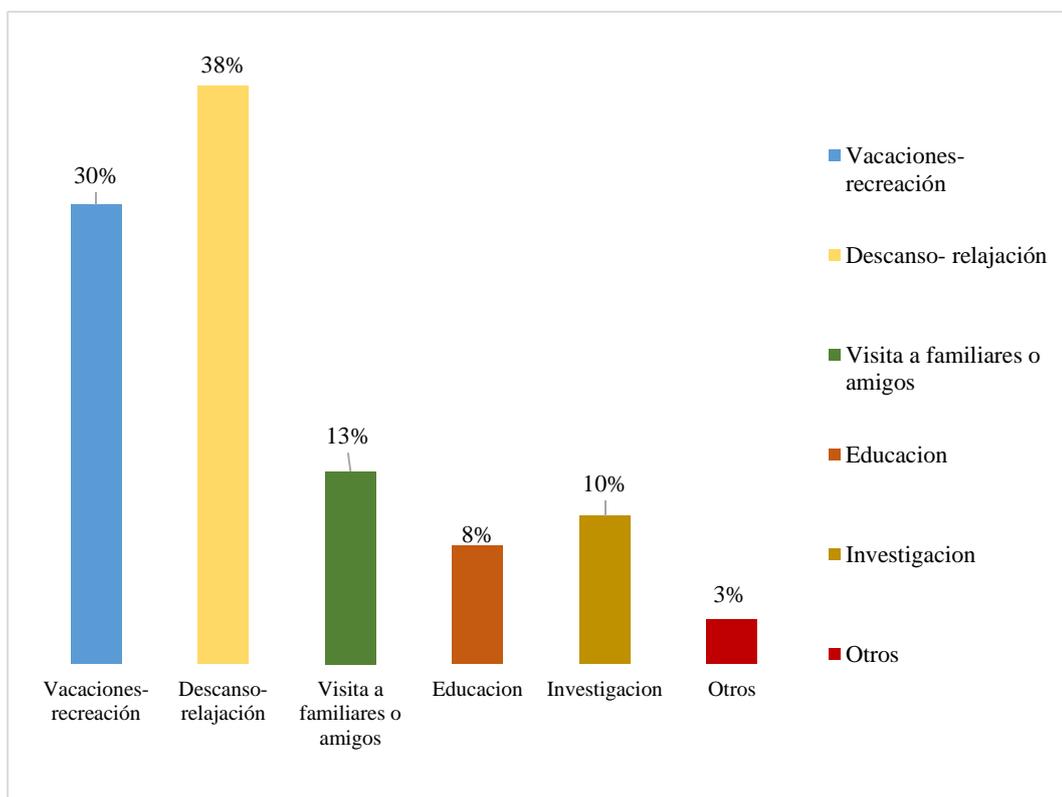
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico el gasto promedio que realiza un turista cuando visita la parroquia Ancón es de \$50-\$100 con el 64%, seguido de \$101-\$150, asimismo el 11% y 3% de los turistas gastan entre \$151-\$200 y \$200 o más. Los visitantes aportan con el desarrollo económico de la localidad ya que el gasto diario que realizan sobrepasa los \$100, es decir, consumen los servicios que les brinda la localidad; además hay que considerar que la gran parte de turistas que visita Ancón son profesionales y por ende son personas que tienen un buen trabajo y esto les permite que su gasto sea mayor.

7. ¿Cuál fue su motivo de visita a la parroquia Ancón?

Gráfico 22 Motivo de visita



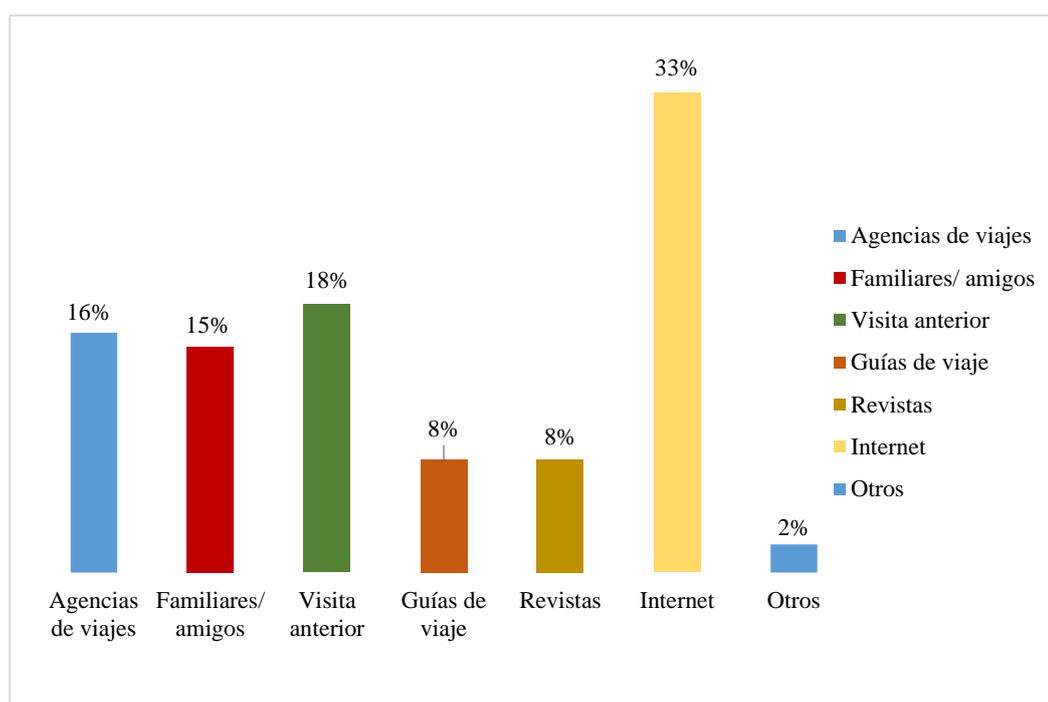
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De acuerdo a la encuesta realizada el 38% de los turistas se desplazan por motivos de descanso/ relajación, seguido de vacaciones /recreación, el 13% y 10% tiene como motivo la visita a familiares o amigos e investigación respectivamente, finalizando con educación y otros. Por ser turistas de 34 años o más que se trasladan hacia la parroquia Ancón buscan el descanso y la relajación, además por ser un lugar que conserva la autenticidad de los atractivos el visitante disfruta del paisaje y de la tranquilidad que le brinda Ancón.

8. ¿Qué fuentes consultó para informarse de Ancón?

Gráfico 23 Fuentes de información



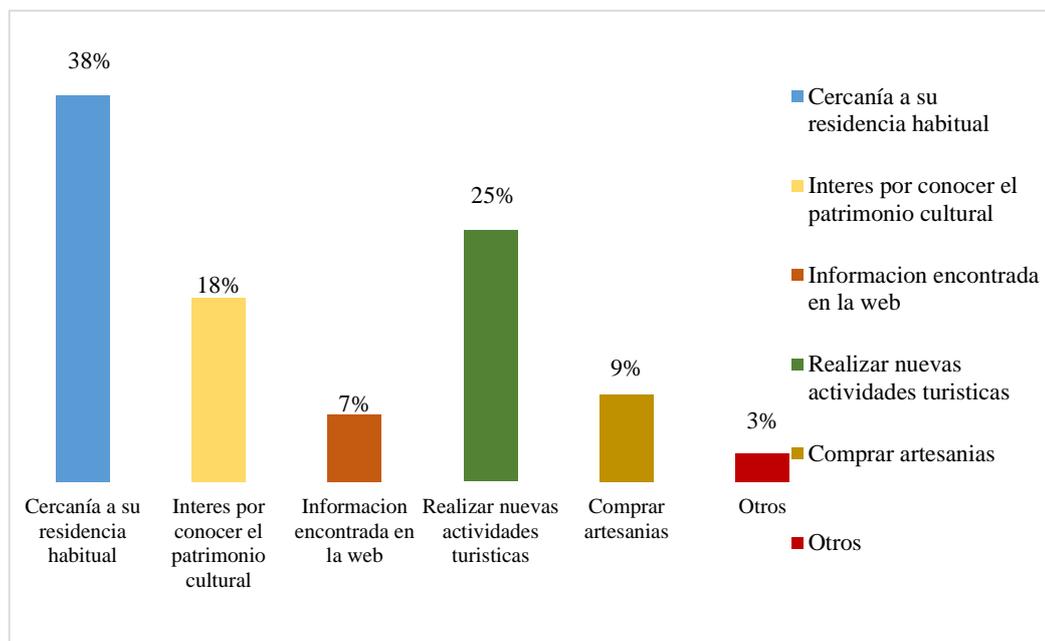
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De los turistas encuestados el 33% permite comprobar que la fuente principal de información es a través del internet, seguido de visitas que han realizado anteriormente, el 16% y 15% consultaron a través de agencias de viajes y familiares/amigos respectivamente; existe una igualdad entre guías de viajes y revistas. Hoy por hoy la gran tendencia son las redes sociales, esto hace necesario el consumo del internet y muchas personas utilizan este medio para informarse, siendo una herramienta que permite dar a conocer los diferentes lugares turísticos e históricos que posee la parroquia Ancón.

9. ¿Qué le motivo a decidir su visita a la Parroquia Ancón?

Gráfico 24 Motivación a visitar la parroquia Ancón



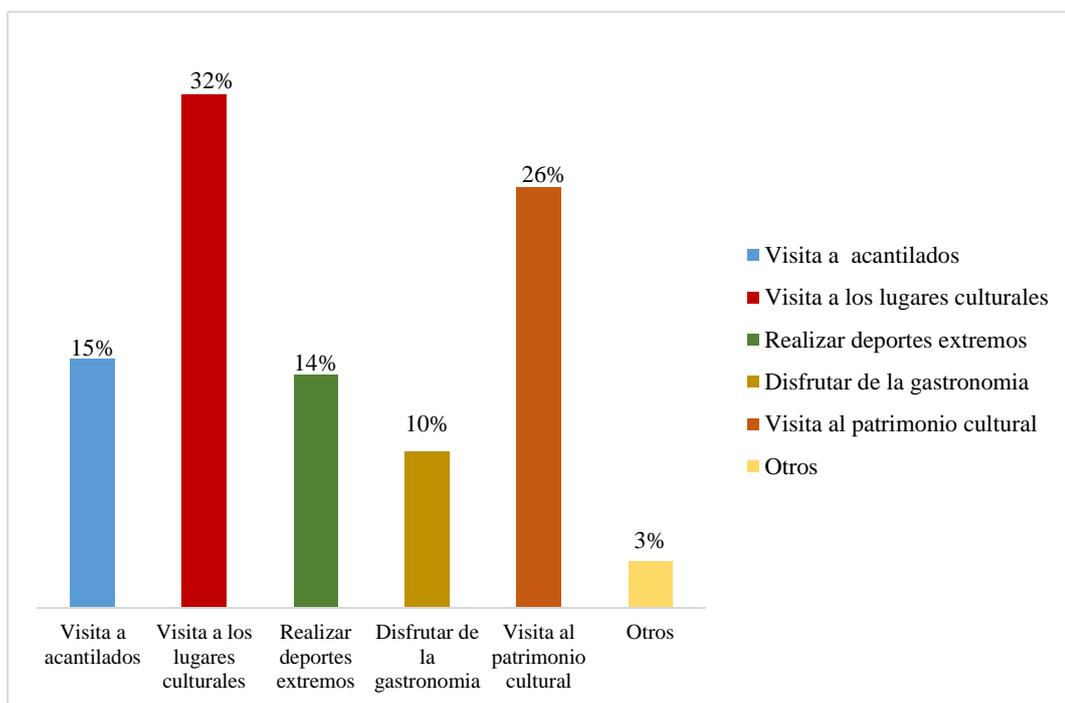
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

De la encuesta realizada el 38% de los turistas indicó que su principal motivación para visitar la parroquia Ancón fue por la cercanía que existe hacia su residencia habitual, lo cual permite omitir gastos y tiempo a la vez, el 25% fue por realizar nuevas actividades turísticas, el 18% tuvo el interés por conocer el patrimonio cultural, cabe destacar que este es uno de los factores para crear una ventaja competitiva en la localidad, la innovación en relación a los productos y servicios va a permitir el posicionamiento del lugar, la diferencia se inclina en información encontrada en la web, así como la compra de artesanías.

10. De las actividades turísticas nombradas en la parte de abajo ¿Cuáles ha realizado o le gustaría realizar en la parroquia Ancón?

Gráfico 25 Actividades turísticas



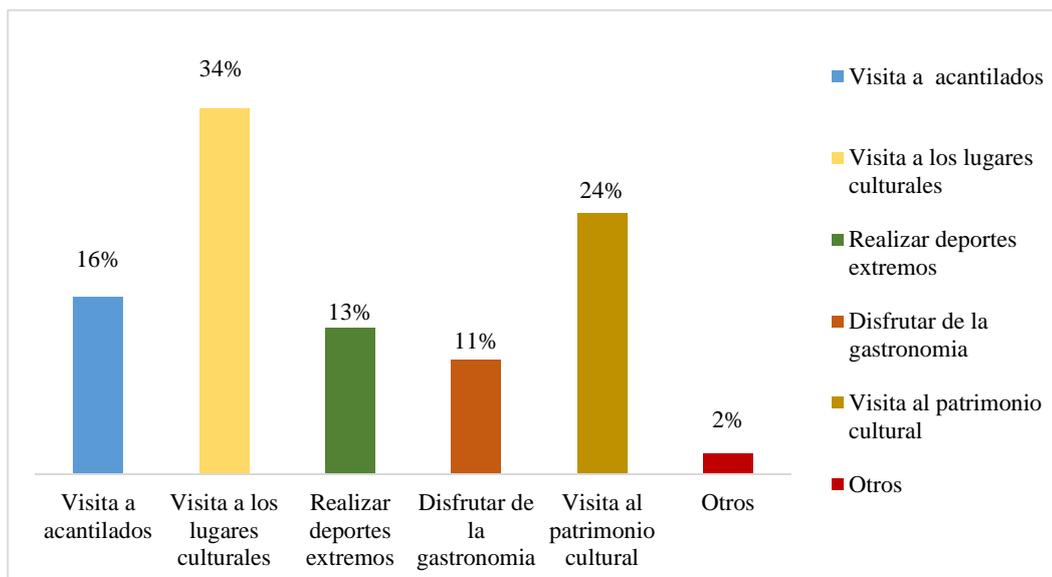
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico el 32% de los turistas ha realizado visita a lugares culturales, seguido de visitas al patrimonio cultural; el 15% y 14% visita acantilados y realizan deportes extremos respectivamente, finalizando con disfrutar de la gastronomía y otros. La parroquia Ancón cuenta con acantilados donde se pueden apreciar las playas, asimismo por poseer una cultura e historia única, la estructura de las casas le da ese toque colonial lo cual atrae mucho la atención del turista, el mayor recurso del lugar es su declaración como Patrimonio Cultural de la nación lo cual mediante estrategias y la correcta difusión puede lograr acaparar un mayor número de demandantes y a la vez lograr el posicionamiento.

11. De las actividades turísticas realizadas en Ancón ¿Cuál le parece una buena experiencia?

Gráfico 26 Experiencia en las actividades turísticas



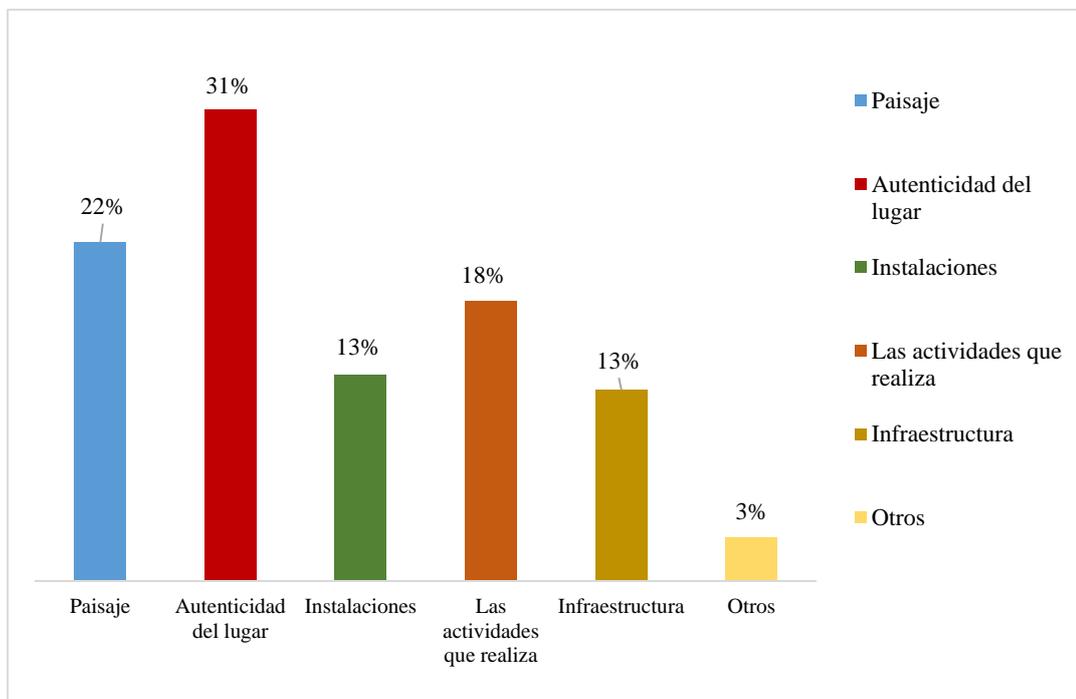
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Según la encuesta realizada al 34% de los turistas le parece obtener una buena experiencia de la visita a los lugares culturales, consecuentemente visita al patrimonio cultural con el 24%, asimismo al 16% le parece una buena experiencia visitar acantilados, la diferencia radica en realizar deportes extremos, disfrutar de la gastronomía y otros. Cabe destacar que los visitantes se inclinan por el turismo cultural, y es importante reconocer que Ancón además de poseer cultura e historia también cuenta con playas, lo que hace un conglomerado de atributos para el turista, crear nuevas estrategias de competitividad va a permitir que el lugar en mención adquiera posicionamiento a nivel nacional como internacional.

12. De los lugares turísticos visitados en Ancón ¿qué es lo que más le llama la atención?

Gráfico 27 Atracción de los lugares turísticos



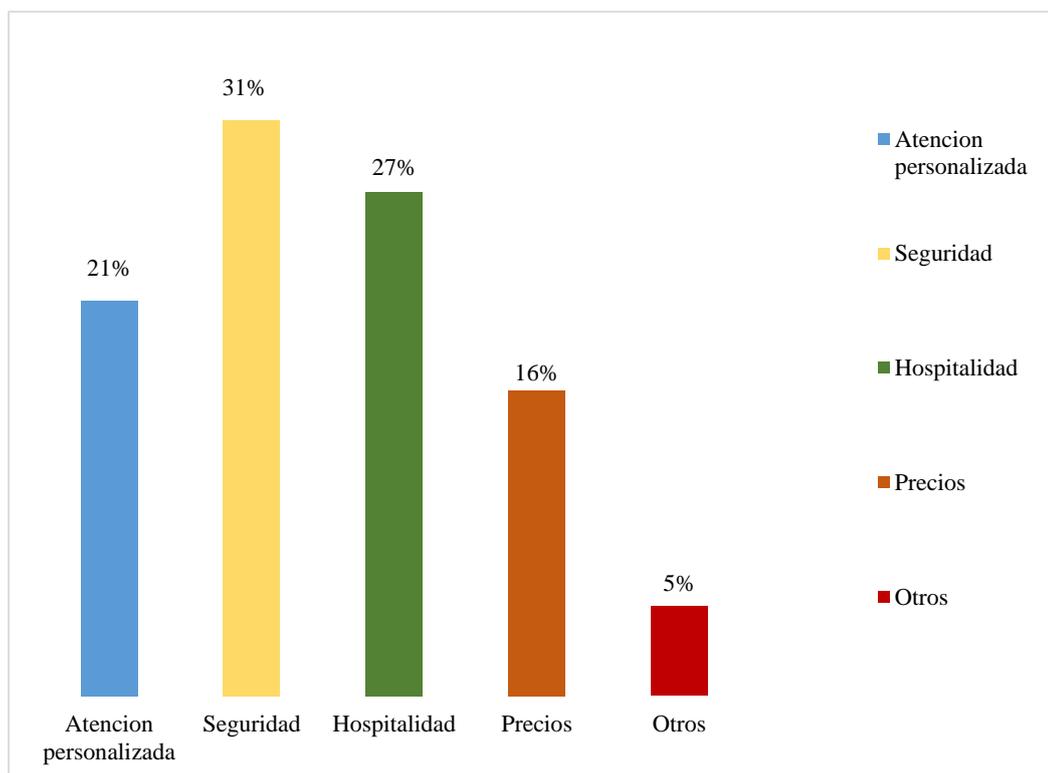
Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Como se aprecia en el gráfico al 31% de los turistas lo que más le llama la atención es la autenticidad del lugar, al 22% les atrae el paisaje, asimismo las actividades que realiza, consecuentemente las instalaciones e infraestructura con el 13% y 13% respectivamente. El turista siempre va a buscar que el lugar se encuentre en su estado natural con mínimas alteraciones, este indicador tiene relación con el paisaje ya que lo que observen o practiquen en el entorno servirá mucho para la experiencia, el lugar que visiten debe estar bien acondicionado en relación a las instalaciones y la infraestructura.

13. ¿Cuál de las características de los servicios de la parroquia Ancón, es más valorado por usted, cuando ha visitado Ancón?

Gráfico 28 Características de los servicios



Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Según la encuesta realizada el 31% de los turistas valora la seguridad que pueden obtener en el lugar que visitan, asimismo la hospitalidad y la atención personalizada en relación a los servicios brindados, de esta manera se refleja la calidad y la diferenciación, el 16% valora el precio que ofertan los productos. Todos estos indicadores son valorados por el turista, de tal manera que si obtienen un excelente servicio a un precio acorde el visitante regresará por la buena hospitalidad, calidad y distinción.

4.4 VALIDACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.4.1 Descripción de la hipótesis.

Para comprobar o rechazar la relación de las variables se realizó la prueba de hipótesis con la información de la siguiente tabla que corresponde a la hipótesis de la investigación siguiente: Las ventajas competitivas influirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena.

4.4.2 Procedimiento de Cálculo de la Hipótesis

Por medio de los instrumentos de recolección de información se obtuvo los siguientes resultados a la interrogante de investigación, la misma que era planteada de una forma distinta según la muestra identificada.

Turistas: ¿Considera usted que la parroquia Ancón tiene atributos turísticos que la diferencian de otros lugares turísticos?

Pobladores: ¿Considera que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas?

Autoridades: ¿Considera usted que los atractivos turísticos de la parroquia Ancón poseen elementos diferenciadores frente a otros atractivos de la provincia?

Cuadro 7 Comprobación de Hipótesis.

	Turistas	Autoridades	Población Local	Total
Si	95	5	326	426
No	9	0	38	7
	104	5	364	

Fuente: Datos obtenidos del levantamiento de información

Elaborado por: Rendón, S (2016)

$$\chi^2 = \sum \left[\frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e} \right]$$

$$\begin{aligned} X^2_{prueba} = & \frac{95 - 93,22^2}{93,22} + \frac{326 - 327,83^2}{387,23} + \frac{5 - 4,50^2}{4,50} \\ & + \frac{9 - 10,23^2}{10,23} + \frac{38 - 29,24^2}{29,24} + \frac{0 - 0,49^2}{0,49} = \end{aligned}$$

$$X^2_{prueba} = 0,03374 + 0,01022 + 0,05481 + 0,17221 + 2,622 + 0,4968 =$$

$$X^2_{prueba} = 3,3900/100$$

$$X^2_{prueba} = 0,00339008$$

$$X^2_{tabla} = 0,004$$

$X^2_{prueba} < X^2_{tabla} = H_0$ es aceptada.

Una vez obtenidos los resultados, se comprueba que la hipótesis de la investigación es aceptada, afirmando que las ventajas competitivas influirán en el posicionamiento del turismo de la parroquia de San José de Ancón, Provincia de Santa Elena, debido a la aceptación de los encuestados y entrevistados en este trabajo de investigación.

SECCIÓN V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 Contexto de la Novedad Científica

Herzog (2001) basado en el pensamiento de Pensore (1959) manifiesta que la ventaja competitiva con base en los recursos, hace referencia a que las empresas difieren significativamente en cuanto a los recursos y capacidades que acumulan a lo largo de su historia y en cuanto a la forma cómo los usan. Estas diferencias han sido manifestadas en distintos logros que son relativamente estables, al menos más estables que las ventajas originarias de posiciones favorables en el mercado de productos.

En esta investigación se aplica esta presunción realizada por Herzog para la obtención de ventajas competitivas del turismo en la parroquia Ancón, las mismas que una vez que se ha aplicado el proceso metodológico y las técnicas de recolección de información respectivas, se ha logrado determinar que están basadas en los recursos naturales, culturales y capacidades existentes en la población local, por lo tanto su uso está limitado a la forma como se los utiliza para las diferentes finalidades propuestas. El método propuesto logra una mejor identificación de los factores que permiten determinar ventajas competitivas para un posible posicionamiento que es el propósito de esta investigación

5.2 CONCLUSIONES

- Se puede establecer que la parroquia San José de Ancón ostenta varios atractivos turísticos naturales que destacan por su formación, como los acantilados de la playa de Acapulco, donde se pueden realizar deportes extremos de aire, además de los bienes históricos y culturales, que destacan primero por su declaratoria de patrimonio cultural del Ecuador y por la autenticidad que estos tienen, específicamente en la arquitectura con las cuales han sido construidas, creando ambientes propicios para

realizar actividades de recreación, conocimiento, educación e investigación, entre los cuales resaltan el Club Ancón, las pinturas, el Barrio Inglés y el cementerio Inglés como los principales recursos culturales de la parroquia , que indudablemente influirán en el posicionamiento turístico de Ancón.

- Se pudo determinar el gran interés que tiene el turista guayaquileño por visitar la parroquia Ancón, considerando la cercanía que este tiene con su residencia habitual, además de considerar la realización de nuevas actividades turísticas dentro de esta localidad e interesarse por conocer el patrimonio existente, ya que le llama la atención los aspectos históricos que se asocian a este patrimonio, por lo que se destaca que desde el punto de vista del visitante se resaltan estas ventajas competitivas, que se asocian a la experiencia vivida del turista, son elementos diferenciadores como destino turístico.
- El grado de competitividad alcanzado por los recursos naturales, culturales u humanos de la parroquia, hacen mención a la gestión exitosa y de marketing de un destino depende de las percepciones de los turistas, ya que estas tienen influencia en la elección de un destino, en el consumo de los productos y servicios dentro del destino y en la decisión de volver, considerando a la satisfacción de este, como una medida de resultados y una de las mayores fuentes de ventajas competitivas. Por lo que en este estudio se ha considerado de manera significativa la aportación de los turistas que estuvieron en la parroquia Ancón, ya que su percepción es la que puede generar elementos sustanciales para mantener o mejorar los productos y servicios de Ancón y poder generar un posicionamiento y competitividad frente a otros destinos similares dentro de la provincia.

- Respecto a las características de los servicios que más valora el turista destacan factores importantes como la seguridad, que representa para el turista el elemento más importante dentro de su visita a Ancón, convirtiéndose en un factor determinante de la ventaja competitiva y para el desarrollo del destino; la hospitalidad es el segundo elemento significativo percibido por el turista, este asociado a una atención personalizada de los servicios prestados por los diversos actores turísticos, mientras que para ellos el precio es indiferente mientras se presenten las características anotadas anteriormente. La tendencia que se muestra hasta ahora por los turistas al considerar estas variables, demuestran en gran medida la capacidad de los recursos humanos para generar factores competitivos que pueden ser mejorados, para poder lograr un posicionamiento de mercado mucho más amplio.
- Las autoridades que gestionan la actividad turística destacaron la gran potencialidad de recursos naturales, culturales y humanos que tiene la parroquia san José de Ancón para el desarrollo de la actividad turística, y para atraer visitantes locales y extranjeros, resaltando como aspecto primordial la hospitalidad de su población, a pesar de no contar con personas especializadas en turismo; en relación a la oferta turística general. No se establecen elementos significativos, por la no presencia de establecimientos de alojamiento, restauración y recreación siendo uno de los factores más débiles que afectan parcialmente a la actividad turística, por lo tanto aplicar estrategias innovadoras permitiría despegar como destino turístico.

5.2.1 Alcances

Al finalizar la presente investigación, sugestiva en su desarrollo, se plantean nuevas hipótesis que pueden tender a diversos investigadores a desarrollar otros aspectos y poner en práctica los resultados obtenidos. La investigación llevada a cabo ha estudiado la identificación de factores para determinar ventajas competitivas, que en la actualidad juega un papel preponderante en el posicionamiento de los productos y destinos turísticos de ciudades y países del mundo, por lo que su puesta en práctica, depende de las consideraciones que tengan estos y la realidad del destino donde se quiera aplicar.

5.3 RECOMENDACIONES

- Realizar otras investigaciones que permitan identificar factores adicionales que permitan crear ventajas competitivas, así como generar nuevos productos y servicios turísticos, considerando a los principales autores de la actividad turística como los recursos naturales, culturales y humanos, a los visitantes y sus respectivas necesidades a fin de generar valor para un posicionamiento sostenible de la parroquia Ancón.
- Realizar una gestión turística apropiada por parte de las autoridades de la provincia de Santa Elena, a efectos de coordinar acciones a favor de la actividad turística, estableciendo un marco regulador que proteja, fomente e incentive el turismo, especialmente el de los recursos culturales, que son altamente valorados en la actualidad por viajeros del todo el mundo.
- Replicar esta investigación a otros destinos de la provincia y el país, para determinar ventajas competitivas, ya que, según los autores y las conclusiones de este trabajo, determinan que estas son indispensables para el desarrollo y posicionamiento del turismo en la provincia de Santa Elena y el país de manera general.
- Implementar estrategias innovadoras que se conviertan en una ventaja competitiva, y permita a esta comunidad desarrollarse de una manera idónea ya que estas son indispensables para el desarrollo y posicionamiento del turismo en la provincia de Santa Elena y el país de manera general.

5.3.1 Alcances

Las recomendaciones de este trabajo investigativo tienen un impacto directo en la actividad turística y dentro de otras actividades relacionadas, por lo que engloban aspectos estudiados dentro de esta investigación, su tratamiento tiene un carácter que se inclina netamente a potencializar una actividad que requiere de elementos diferenciadores que la sustenten para su desarrollo, entonces estas permiten evidenciar que su prospectiva afecta directamente los diversos segmentos que han sido considerados en la muestra, en este caso, turistas, población y autoridades, los cuales destacan la importancia que puede tener la identificación de ventajas competitivas que permitan un posicionamiento turístico de la parroquia en mención, destacando aspectos favorables debido a las capacidades y recursos turísticos existentes, que muy bien gestionados podrían generar una experiencia memorable del turista en las diversas actividades turísticas que este realice dentro de la parroquia Ancón.

BIBLIOGRAFÍA

- Abellan, F. C. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. España: Ediciones de la Unidad de Castilla.
- Almeida, R. &. (2011). *Transferencia de conocimiento en la expansión de cadenas hoteleras*. Mexico.
- Aranzazu, R. (2011). *Formación para líderes de turismo: Herramientas para la gestión del turismo*. Obtenido de <https://orienteturistico.files.wordpress.com/2012/06/material-segunda-jornada-sistema-turistico.pdf>
- Aurelio, J. F., Delfino, J., Laurencena de Dumais, L., & Oliva, M. (2001). *Desarrollo del destino turístico: marco estratégico de la propuesta integral de gestión de El Calafate como centro turístico*. *Aportes y Transferencias*, 5(1), 29-66.
- Bages, M. F. (2008). *Primer encuentro técnico nacional de producción y transformación*. Colombia: Copyright.
- Bertus. (2009). *Los Agentes Económicos Aplicados Al Sector del Ocio*. *Entelequia*. Obtenido de <http://www.entelequia.info/content/view/438576/Los-Agentes-Economicos-Aplicados-Al-Sector-del-Ocio.html>
- Bigné J, Font Xavier, Andreu Luisa. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC.
- Binkhorst, E. (2008) *Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos*. *Journal of Tourism Research*.
- Congreso Nacional. (2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Díaz, B. F. (2011). *Diseño de Producto Turístico*. España: Síntesis S.A.

- Edukavital. (2013). *edukavital.blogspot.com*. Recuperado el 01 de 04 de 2016, de <http://edukavital.blogspot.com/2013/01/definicion-de-mercado-turistico.html>.
- Frances, A. (2001). *Estrategias para la Empresa en la América Latina*. Ediciones IESA Caracas.
- González, R. C., & Mendieta, M. D. (2009). *Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos*. Cuadernos de Turismo, (23), 111-128.
- Herzog, L. T. (2001). *Aproximación a la ventaja competitiva con base en los recursos*. Boletín de estudios económicos, 56(172), 5.
- Icaza, L. (2015). *Estrategias de promoción y publicidad Turística y su incidencia en el posicionamiento del circuito inglés de la parroquia San José de Ancón*. (R. Upse, Ed.) 16-17.
- Kay, N. (2014). *websglobal.net*. Recuperado el 02 de 04 de 2016, de www.ebsglobal.net/documents/course-tasters/spanish/pdf/cs-bk-taster.pdf
- Kotler, B. M., & García, d. M. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid: Pearson.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador (2002) Ley No. 2000-21.
- Lima de Morais, L., Bezerra de Sena Júnior, O., & Fernandes Ferreira, L. V. (2014). *La ventaja competitiva a través del turismo cultural: Un análisis según la percepción de los gestores del municipio de Ceará-Mirim, Natal-Brasil*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(1), 131-155.
- Mesa H, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. 1a. ed. Ecoe Ediciones. Bogotá
- Núñez, J. (2010). *Resumen ejecutivo priorización de medidas de adaptación para las comunidades beneficiarias del PRAA en las zonas de intervención del proyecto piloto 2*. Mexico.
- Ogando, P., Mamanì, E., & Farìa, R. (2006.). *Actividad Turística: El producto turístico*. España: Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ingeniería Económica.
- Penco, A. A. (2000). *La noción de consumidor y su tratamiento en el derecho comunitario, estatal y autonómico: breve referencia al concepto de*

- consumidor en el derecho extremeño*. Anuario de la Facultad de Derecho, (18), 297-340.
- Porter, M. (2005). *Ventaja Competitiva*. Editorial C.E.C.S.A. México
- Quesada, R. (2007). *Elementos del turismo* (4 ed.). San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Quezada, N. (2010). *Metodología de la Investigación*. Lima: Macro E.I.R.I.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2006). *La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico*. Telos, 8(3), 377-389.
- Ries, A. y J. Trout (1990), *Posicionamiento*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sancho, A., & García, G. (2005). *El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo: Comparación de prácticas entre competidores y líderes*. In *Simposio Internacional de Turismo y Ocio*. ESADE-Fira de Barcelona.
- Serrano, L. M. (2014). *Incidencia del nuevo consumidor turístico en la estrategia de marketing*. Revista de Dirección y Administración de Empresas, 1(10).
- Sternberg, E. (1997) *The Iconography of the Tourism Experience*. *Annals of Tourism Research*, 24 (4): 951-969.
- Torres, C. E. (2009). *Fundamentos del marketing: guía para su estudio y comprensión*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- UNID (2015). *Análisis de producto*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/207102/2015_16_2/Analisis_del_producto_OPP01Lectura1.pdf
- Vértices. (2007). *Marketing turístico*. España: Vértice.
- WTO. (1998). *National and regional tourism planning, methodologies and case studies*. Spain: World Tourism Organization.

ANEXOS

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA-ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

Anexo 1 ENTREVISTA A AUTORIDADES

Objetivo: Obtener información relevante que permita identificar factores para determinar una ventaja competitiva del turismo en la parroquia Ancón. Se agradece su participación y todas las respuestas se tratarán confidencialmente.

Nombre:

Institución:

1. **¿Considera usted, que los recursos turísticos y humanos de la parroquia de Ancón, poseen elementos diferenciadores para desarrollar el turismo?**

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

2. **¿Considera usted, que la parroquia Ancón, tiene una oferta turística que lo haga más atractivo frente a destinos turísticos similares en la provincia?**

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

3. **¿Considera usted, que las estrategias de competitividad turística de la parroquia Ancón utilizadas hasta la actualidad por los organismos de turismo son eficientes?**

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

4. ¿Considera usted, que los atractivos turísticos de la parroquia Ancón poseen elementos diferenciadores frente a otros atractivos de la provincia?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

5. ¿Qué destaca usted, de los recursos turísticos de la parroquia Ancón en comparación a otros de la provincia de Santa Elena?

6. ¿Considera usted, que el turista obtiene beneficios al adquirir o utilizar o utilizar los productos y servicios turísticos existentes en parroquia Ancón?

SI _____ NO _____ ¿Por qué?

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA-ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO

Anexo 2 ENCUESTA A POBLADORES

Objetivo: Identificar factores relevantes que considera la población de la actividad turística de la Parroquia San José de Ancón. Se agradece su participación y todas las respuestas se tratarán confidencialmente.

Fecha: _____

1. Indique su género Masculino Femenino

2. Indique su edad (**GRUPO DE AÑOS**)

18-23 24-29 30-34 35-39 40-45 45- o más

3. Nivel de Instrucción

Primaria Secundaria tercer nivel cuarto nivel

4. Actividad Económica.

Albañil Microempresario pescador empleado público otros

5. ¿Cómo es considerado el turismo por usted?

Nada importante Importante muy importante

6. Las actividades turísticas que realizan los turistas cuando visita la Parroquia Ancón son.....

Recreación y esparcimiento Actividades deportivas degustación de Gastronomía Actividades culturales e históricas otros

7. ¿Considera que los atractivos turísticos culturales de Ancón se diferencian de otros atractivos de la provincia??

1. Muy de acuerdo

2. De acuerdo

3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

8. ¿Considera que la administración realizada por las autoridades es óptima para el desarrollo del turismo en la Parroquia Ancón?

- 1. Muy de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

9. ¿Cuáles considera usted que son los aspectos más relevantes que se le brinda al turista en la Parroquia Ancón?

- 1. Buen servicio
- 2. Precios accesibles
- 3. Hospitalidad
- 4. Autenticidad
- 5. Seguridad
- 6. Otro

10. ¿Qué cree usted que valora más el turista cuando visita a Ancón?

Atención personalizada Seguridad hospitalidad precios otros
¿Cuál?_____

11. ¿Considera que los precios de los servicios turísticos de la Parroquia Ancón son competitivos en relación a una oferta similar en la provincia de Santa Elena?

- 1. Muy de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

12. ¿Considera que las autoridades y habitantes de la Parroquia Ancón fomentan acciones en pro del desarrollo de sus atractivos turísticos?

- 1. Muy de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

13. ¿Considera que el producto turístico cultural de Ancón generará mayor afluencia de los turistas??

- 1. Muy de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

14. ¿Considera que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas?

- 1. Muy de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

15. ¿Considera que la participación de la comunidad en la actividad turística sería importante para los turistas?

- 1. Muy de acuerdo
- 2. De acuerdo
- 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4. En desacuerdo
- 5. Muy en desacuerdo

Gracias por su Colaboración.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA-ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

Anexo 3 ENCUESTA A TURISTAS

Objetivo: Obtener información sobre el perfil y experiencia de los turistas que visitan la parroquia Ancón, que permita determinar factores de competitividad para su posicionamiento. Se agradece su participación y todas las respuestas se tratarán confidencialmente.

1. Residencia específica:

Si es ecuatoriano señale el lugar: _____

Si es extranjero, señale el país: _____

2. ¿Cuál es su género? Masculino Femenino

3. Indique su edad (GRUPO DE AÑOS)

14-24 25-34 35-44 44-54 55 - o más

4. ¿Cuál es su nivel de estudio?

Primaria Secundaria Universitaria Postgrado

5. ¿Cuál es la duración de estadía?

De 1 a 3 días De 3 a 5 días De 5 a 10 días D 10 días o mas

6. ¿Cuánto suele gastar diariamente cuando viaja?

50 - 100	100 70	71 - 90	De 91 a 120	121 o mas

7. ¿Cuál fue su motivo de visita a la parroquia Ancón?

Vacaciones/Recreación Descanso/Relajación Visita a Familiares o amigos Educación Investigación Otros _____

8. ¿Qué fuentes consulto para informarse de Ancón?

Agencias de Viajes Familiares /Amigos Visita anterior Guías de viaje Revistas Internet Otras

9. ¿Qué le motivo a decidir su visita a la Parroquia Ancón consulto?

Cercanía a su residencia habitual interés por conocer el patrimonio cultural la información encontrada en la web realizar nuevas actividades turísticas comprar artesanías Otras
¿Cuáles? _____

10. De las actividades turísticas nombradas en la parte de abajo ¿Cuáles ha realizado o le gustaría realizar en la Parroquia Ancón?

Visita a acantilados Visita a los lugares culturales Realizar deportes extremos Disfrutar de la gastronomía visita al patrimonio cultural Otros ¿Cuáles? _____

11. De las actividades turísticas realizadas ¿Cuál le parece una buena experiencia?

Visita a acantilados Visita a los lugares culturales Realizar deportes extremos Disfrutar de la gastronomía visita al patrimonio cultural Otros ¿Cuáles? _____

12. ¿De los lugares turísticos visitados que es lo que más le llama atención?

Paisaje autenticidad del Lugar Instalaciones Las actividades que realiza Infraestructura Otros ¿Cuáles? _____

13. ¿Qué características de los servicios son más valorados por usted cuando, ha visitado Ancón?

Atención personalizada Seguridad hospitalidad precios otros ¿Cuál? _____

Muchas gracias por su colaboración.

Tabla 1 Género

GÉNERO	F	%
Masculino	212	58%
Femenino	152	42%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 2 Edad

5.4 EDAD	F	%
18-23	32	9%
24-29	62	17%
30-34	71	20%
35-39	88	24%
40-45	53	15%
45- o más	58	16%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 3 Nivel de instrucción

Nivel de instrucción	F	%
Primaria	79	22%
Secundaria	166	46%
Tercer nivel	90	25%
Cuarto nivel	29	8%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 4 Actividad económica

5.4.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA	F	%
Albañil	85	23%
Microempresario	91	25%
Pescador	88	24%
Empleado público	77	21%
Otros	23	6%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 5 ¿Cómo es considerado el turismo por usted?

VALOR AL TURISMO	F	%
Nada importante	0	0%
Importante	239	66%
Muy importante	125	34%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 6 Las actividades que realizan los turistas cuando visitan la Parroquia Ancón son...

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	F	%
Recreación y esparcimiento	66	18%
Actividades deportivas	80	22%
Degustación de gastronomía	71	20%
Actividades culturales e históricas	125	34%
Otros	22	6%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 7 ¿Considera que los atractivos turísticos de Ancón se diferencian de otros atractivos de la provincia?

DIFERENCIA DE ATRACTIVOS	F	%
Muy de acuerdo	171	47%
De acuerdo	155	43%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	10%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 8 ¿ Considera que la administración realizada por las autoridades es óptima para el desarrollo del turismo en la Parroquia Ancón?

GESTIÓN ÓPTIMA	F	%
Muy de acuerdo	170	47%
De acuerdo	158	43%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	36	10%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 9 ¿Cuáles considera usted que son los aspectos más relevantes que se le brinda al turista en la Parroquia Ancón?

BENEFICIOS CONSIDERADOS PARA EL TURISTA	F	%
Buen servicio	72	20%
Precios accesibles	65	18%
Hospitalidad	66	18%
Autenticidad	73	20%
Seguridad	81	22%
Otros	7	2%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 10 ¿Qué cree usted que valora más el turista cuando visita a Ancón?

TIPOS DE SERVICIOS VALORADOS POR EL TURISTA	F	%
Atención personalizada	100	27%
Seguridad	95	26%
Hospitalidad	81	22%
Precios	78	21%
Otros	10	3%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 11 ¿Considera que los precios de los productos y servicios turísticos de la Parroquia Ancón son competitivos en relación a una oferta similar en la provincia de Santa Elena?

PRECIOS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	F	%
Muy de acuerdo	206	57%
De acuerdo	128	35%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	30	8%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 12 ¿Considera que los habitantes de la Parroquia Ancón realizan acciones en pro del desarrollo de sus atractivos turísticos?

ESTIMULACION DE LA VISITA TURISTICA	F	%
Muy de acuerdo	220	60%
De acuerdo	101	28%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	43	12%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 13 ¿Considera que el producto turístico cultural de Ancón generará mayor afluencia de los turistas?

NECESIDADES DE LOS TURISTAS	F	%
Muy de acuerdo	160	44%
De acuerdo	143	39%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	23	6%
En desacuerdo	38	10%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 14 ¿Considera que el patrimonio cultural sería uno de los atractivos que podría llamar la atención de los turistas?

PATRIMONIO CULTURAL	F	%
Muy de acuerdo	214	59%
De acuerdo	120	33%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	30	8%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 15 ¿Considera que la participación de la comunidad en la actividad turística influirá en la calidad de servicio que se le brinde al turista?

PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD	F	%
Muy de acuerdo	229	63%
De acuerdo	110	30%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	25	7%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL	364	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 16 Residencia específica

RESIDENCIA ESPECÍFICA	F	%
Guayas	47	45%
Cuenca	18	17%
Manabí	14	13%
Perú	16	15%
Colombia	9	9%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 17 ¿Cuál es su género?

GÉNERO	F	%
Masculino	61	59%
Femenino	43	41%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 18 Edad

EDAD	F	%
14-24	13	13%
25-34	25	24%
35-44	33	32%
45-54	21	20%
55- o más	12	12%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 19 ¿Cuál es su nivel de estudio?

NIVEL DE ESTUDIO	F	%
Primaria	8	8%
Secundaria	17	16%
Universitaria	47	45%
Postgrado	32	31%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 20 ¿Cuál es la duración de estadía?

ESTADÍA	F	%
De 1 a 3 días	68	65%
De 3 a 5 días	17	16%
De 5 a 10 días	10	10%
De 10 días o más	9	9%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 21 ¿Cuánto suele gastar diariamente cuando viaja?

GASTO DIARIO	F	%
\$50- \$100	67	64%
\$101- \$150	23	22%
\$151-\$200	11	11%
\$201 o más	3	3%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 22 ¿Cuál fue su motivo de visita?

MOTIVO DE VISITA	F	%
Vacaciones- recreación	31	30%
Descanso- relajación	39	38%
Visita a familiares o amigos	13	13%
Educación	8	8%
Investigación	10	10%
Otros	3	3%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 23 ¿Qué fuentes consultó para informarse de Ancón?

FUENTES DE INFORMACIÓN	F	%
Agencias de viajes	17	16%
Familiares/ amigos	16	15%
Visita anterior	19	18%
Guías de viaje	8	8%
Revistas	8	8%
Internet	34	33%
Otros	2	2%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 24 ¿Qué le motivo a decidir su visita a la Parroquia Ancón?

MOTIVACIÓN A VISITAR LA PARROQUIA ANCÓN	F	%
Cercanía a su residencia habitual	40	38%
Interés por conocer el patrimonio cultural	19	18%
Información encontrada en la web	7	7%
Realizar nuevas actividades turísticas	26	25%
Comprar artesanías	9	9%
Otros	3	3%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

**Tabla 25 De las actividades turísticas nombradas en la parte de abajo
¿Cuáles ha realizado o le gustaría realizar?**

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	F	%
Visita a acantilados	16	15%
Visita a los lugares culturales	33	32%
Realizar deportes extremos	15	14%
Disfrutar de la gastronomía	10	10%
Visita al patrimonio cultural	27	26%
Otros	3	3%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 26 De las actividades turísticas realizadas ¿Cuál le parece una buena experiencia?

EXPERENCIAS DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS	F	%
Visita a acantilados	17	16%
Visita a los lugares culturales	35	34%
Realizar deportes extremos	14	13%
Disfrutar de la gastronomía	11	11%
Visita al patrimonio cultural	25	24%
Otros	2	2%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 27 De los lugares turísticos visitados ¿qué es lo que más le llama la atención?

ATRACCIÓN DE LOS LUGARES TURÍSTICOS	F	%
Paisaje	23	22%
Autenticidad del lugar	32	31%
Instalaciones	14	13%
Las actividades que realiza	19	18%
Infraestructura	13	13%
Otros	3	3%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a Turistas. (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Tabla 28 ¿Qué características de los servicios son más valorados por usted cuando visita un lugar?

CARACTERISTICAS DE LOS SERVICIOS	F	%
Atención personalizada	22	21%
Seguridad	32	31%
Hospitalidad	28	27%
Precios	17	16%
Otros	5	5%
TOTAL	104	100%

Fuente: Encuesta a pobladores (2016)

Elaborado por: Rendón, S (2016)

Anexo 4 Entrevista Bióloga Gladys Santos Marín Gerente de Emuturismo



Anexo 5 Entrevista Ing. Mercedes Guerra Secaira Jefa del departamento de turismo de la prefectura



**Anexo 6 Entrevista a la Sra. Martha Pilco Torres presidenta del GAD
PARROQUIAL DE SAN JOSE DE ANCÓN**



Anexo 7 Acantilados en la Playa Acapulco



Anexo 8 Iglesia Ancón



Anexo 9 Casas construidas con arquitectura inglesa

