



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERIA EN GESTION Y DESARROLLO  
TURISTICO**

**TEMA:**

**PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA  
AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR  
PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL TÍTULO DE  
INGENIERA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTORES:**

**CASTAÑEDA BALÓN TATIANA LISBETH  
VEGA TOMALÁ YADIRA ELIZABETH**

**LA LIBERTAD - ECUADOR**

**AÑO 2020**



**TEMA:**

**PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA  
AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR  
PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD.**

**AUTORES:**

CASTAÑEDA BALÓN TATIANA LISBETH

VEGA TOMALÁ YADIRA ELIZABETH

**TUTOR:**

ING.ANDRÉS PADILLA GALLEGOS

**Resumen**

Ayangue es una localidad con una belleza paisajística natural y una gran riqueza cultural – gastronómica. Sin embargo, no ha sido aprovechada en su totalidad, la investigación que se va a desarrollar hace énfasis a la carencia de estrategias por parte del sector de estudio, de manera que impacta directamente a un mejoramiento del turismo en el mismo. Por ende, el proyecto tiene como objetivo analizar la situación actual para la incorporación de la comuna Ayangue al programa pueblos mágicos Ecuador que contribuya al fortalecimiento del turismo en la localidad. Del mismo objetivo, se desprenden objetivos específicos para el cumplimiento del anterior, como tales son: Identificar las principales actividades turísticas de la comunidad Ayangue que permitan la incorporación al programa y definir la demanda turística actual y potencial que contribuya al fortalecimiento del turismo en la localidad. Por otra parte, la metodología que se empleó es descriptiva con propuesta, donde se aplicaron encuestas, fichas de observación y entrevistas. En los resultados de la investigación se pudo evidenciar la realidad actual del lugar, la actividad turística que llevan a cabo los prestadores de servicios y finalmente la disposición de aquellos por inclinarse a un proyecto que permita un progreso para los habitantes de la comunidad.

**Palabras Claves:** belleza paisajística, pueblos mágicos, destino único, dinamizador, atractivo, actividad turística, prestadores de servicios.



## **TOPIC:**

### **PROPOSAL FOR THE INCORPORATION OF THE AYANGUE COMMUNITY INTO THE MAGIC PEOPLES PROGRAM OF ECUADOR TO STRENGTHEN TOURISM IN THE LOCALITY.**

## **AUTHORS:**

CASTAÑEDA BALÓN TATIANA LISBETH

VEGA TOMALÁ YADIRA ELIZABETH

## **TUTOR:**

ING.ANDRÉS PADILLA GALLEGOS

## **ABSTRACT**

Ayangue is a town with a natural landscape beauty and a great cultural - gastronomic wealth. However, it has not been fully exploited, the research to be carried out emphasizes the lack of strategies by the study sector, so that it directly impacts an improvement in tourism in it. Therefore, the project aims to analyze the current situation for the incorporation of the Ayangue commune into the Ecuador magic towns program that contributes to strengthening tourism in the town. From the same objective, specific objectives are derived for the fulfillment of the previous one, such as: Identify the main tourist activities of the Ayangue community that allow the incorporation to the program and define the current and potential tourist demand that contributes to the strengthening of tourism in the locality . On the other hand, the methodology that was used is descriptive with a proposal, where surveys, observation sheets and interviews were applied. The results of the investigation revealed the current reality of the place, the tourist activity carried out by service providers and finally the willingness of those to lean towards a project that allows progress for the inhabitants of the community.

**Keywords:** magical villages, unique destination, dynamic, attractive, tourist activity, service providers.

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor Guía del trabajo de titulación, “PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD. “, elaborado por las Srtas. TATIANA CASTAÑEDA Y YADIRA VEGA, egresadas de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



---

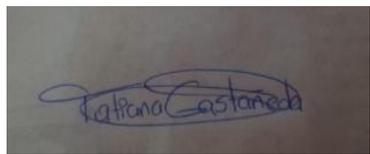
Andrés Padilla Gallegos, MBA. MSc.

**PROFESOR GUÍA**

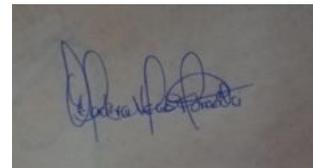
## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de **“PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD.”**, elaborado por Castañeda Tatiana y Vega Yadira declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa. Transferencia de derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas carrera de **Ingeniería en Gestión y Desarrollo Turístico** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y, su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

**Atentamente,**



CASTAÑEDA TATIANA  
245021436-2



VEGA YADIRA  
172224294-6

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme sabiduría y cumplir uno de mis objetivos.

A mi madre por ser un ejemplo a seguir, mi padre por ser mi guía constante y confiar siempre en mí.

Mi hermana por sus exigencias y su ayuda incondicional.

Al tutor Ingeniero Andrés Padilla por la gran paciencia su apoyo incondicional para poder concluir con la investigación.

Los maestros por compartir sus conocimientos y llenarnos de saberes para nuestra etapa profesional.

Yadira Vega T.

## **DEDICATORIA**

A mi estimada madre por sus palabras alentadoras y su apoyo infinito, mi padre quien desde la distancia siempre me apoyo para cumplir mis metas.

Mis hermanos ya que al ser la primera espero ser el ejemplo de superación y nunca rendirse porque el querer es poder.

Mi esposo que ha estado desde mi última etapa estudiantil ha sido un gran pilar de motivación para concluir mi investigación.

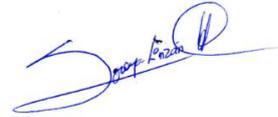
Tatiana Castañeda B.

**TRIBUNAL DE GRADO**



---

Ing. Mercedes E. Freire Rendón, MSc.  
**DECANA (E) DE LA FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



---

Ing. Soraya Linzan Rodríguez, Msc  
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE  
INGENIERÍA GESTIÓN Y  
DESARROLLO TURÍSTICO**



---

Lcdo. Andrés Padilla Gallegos, MSc.  
**PROFESOR - TUTOR**



---

Ing. Joel Fortis Suárez, MSc.  
**PROFESOR DE ÁREA**



---

Ab. Victor Coronel, MSc.  
**SECRETARIO GENERAL (E)**

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
PORTADA .....	i
TEMA.....	ii
TOPIC .....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
DEDICATORIA.....	vii
TRIBUNAL DE GRADO .....	viii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO 1 .....	6
MARCO TEÓRICO .....	6
1 Revisión de la Literatura .....	6
1.2 Desarrollo de conceptos y teorías.....	9
1.3 Fundamentos Legales .....	13
CAPITULO II .....	17
MATERIALES Y MÉTODOS .....	17
2 Tipos de investigación.....	17
2.1 Métodos de investigación.....	17
2.2 Diseño de muestreo .....	18
2. 3 Diseño de recolección de datos .....	20
CAPITULO III .....	22
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	22
3.1 Análisis de datos.....	22

3.1.1 Análisis de fichas de observación .....	40
3.1.2 Analisis contenido .....	41
3.2 Limitaciones .....	73
3.3 Resultados .....	73
Descripción de la Propuesta .....	74
ESTUDIO PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD. ....	74
CONCLUSIONES .....	102
RECOMENDACIONES .....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	104
ANEXOS.....	112

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Fornula Muestreo .....	19
Ilustración 2 ubicación Ayangue .....	41
Ilustración 3 Climograma de Ayangue .....	42
Ilustración 4 Diagrama de temperatura de Ayangue .....	43
Ilustración 5 Aportación o afiliado.....	46
Ilustración 6 Actividad que se dedican.....	47
Ilustración 7 Vía a Ayangue .....	48
Ilustración 8 Vía a Ayangue .....	49
Ilustración 9 Cocina en leña .....	59
Ilustración 10 Cristo de las Aguas.....	60
Ilustración 11 Gastronomía – Langostino .....	60
Ilustración 12 Datos gastronomía ancestral .....	63
Ilustración 13 Gastronomía .....	63
Ilustración 14 Buceo y snorkeling.....	69
Ilustración 15 Boletin Santa Elena .....	71

## ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Población herramientas de recolección de datos .....	19
Tabla 2 Muestra de recolección de datos .....	20
<i>Tabla 16 Sexo de los encuestados</i> .....	22
<i>Tabla 17 Edad de los encuestados</i> .....	23
Tabla 18 Nivel de estudio de los encuestados .....	24
Tabla 19 Nivel de ingresos .....	25
Tabla 20 Frecuencia de viaje de los encuestados.....	26
Tabla 21 Con quien viaja el encuestado .....	27
Tabla 22 Motivo de visita de los encuestados .....	28
Tabla 23 ¿Por qué eligió visitar la comuna los encuestados? .....	29
Tabla 24 Actividad de preferencia de los encuestados en la comuna Ayangue .....	30
Tabla 25 Preferencia de alojamiento de los encuestados .....	31
Tabla 26 Lugar de preferencia de consumir alimentos y bebidas de los encuestados .....	32
Tabla 27 Valor de productos y servicio turístico .....	33
Tabla 28 Obtención de información de la comuna Ayangue .....	34
Tabla 29 Nivel de satisfacción de los encuestados al visitar la comuna Ayangue .....	35
Tabla 30 Según la perspectiva de los encuestados en los precios de los servicios turísticos.....	36
Tabla 31 Satisfacción de los servicios en Ayangue .....	37
Tabla 32 Entrevistas .....	38
Tabla 3 Datos históricos clima Ayangue .....	43
Tabla 4 Población por géneros .....	44
Tabla 5 Población por edad .....	44
Tabla 6 Actores turísticos.....	52
Tabla 7 Reserva Marina El Pelado .....	54
Tabla 8 Playa Ayangue .....	55
Tabla 9 Bahía de Ayangue .....	56
Tabla 10 Playa Portete Chico .....	57
Tabla 11 Playa Portete Grande .....	58
Tabla 12 Clasificación alojamiento .....	62
Tabla 13 Registro de establecimientos de restauración .....	64
Tabla 14 Turismo activo.....	68
Tabla 15 Operadoras turísticas y agencias de viaje .....	70
Tabla 33 Analisis DAFO .....	76
Tabla 34 Orientaciones y ejes estratégicos .....	84
Tabla 35 Vinculación de ejes estratégicos y propuestas de contenido turísticos.....	89
Tabla 36 Ejes estratégicos de la propuesta .....	91
Tabla 37 Actores del proyecto - Modelo de gestión. ....	99
Tabla 38 Estrategia y metodología de participación de actores .....	99

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia .....	113
Anexo 2 Ficha de Atractivos Turísticos .....	114
Anexo 3 Ficha de Hoteles .....	114
Anexo 4 Ficha para Agencias de Viajes y Operadoras Turística .....	115
Anexo 5 Elementos de un restaurante .....	116
Anexo 6 Socialización del proyecto de investigación .....	117
Anexo 7 Docente Tutor y Directora de Turismo de Santa Elena .....	117
Anexo 8 Socialización con actores turísticos de Ayangue .....	118
Anexo 9 Aplicación de ficha para Hotel .....	118
Anexo 10 Realización de DAFO .....	119
Anexo 11 DAFO con comuneros .....	119
Anexo 12 Socialización del Proyecto .....	120
Anexo 13 Exposición del Proyecto .....	120
Anexo 14 Catastro turístico de Ayangue .....	121
Anexo 15 Presupuesto .....	124
Anexo 16 Cronograma 1 .....	124
Anexo 17 Cronograma 2 .....	125

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una actividad importante en la economía mundial. En tal sentido de ser un sector de gran dinamismo y capacidad de desarrollo, de la misma forma está ligado a un gran abanico de especialidades y oportunidades tales como: transporte, alojamiento, servicios de agencias de viajes, compras y abastecimiento. Es decir, el turismo es considerado uno de los ejes económicos primordiales de diferentes países, los países emisores con mayor industria turística son: Europa, Asia Oriental, América y Pacífico. (Agostina Maroni, 2007).

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentales, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros. (Lozano, 2017). Es decir, un pueblo turístico que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado su valor y herencia histórica cultural y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible.

El Programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo en México, tiene como objetivo fomentar el desarrollo sustentable de las localidades. Este proyecto busca implementar un modelo de gobernanza turística en localidades poco visitadas a nivel nacional como una herramienta para el desarrollo sustentable y competitivo de destinos turísticos. (Lozano, 2017)

En ese mismo contexto, tras la búsqueda y realce que tiene el tema de estudio, se pudo evidenciar en otras ciudades como se efectúa y se ve reflejado un desarrollo en el turismo. Un ejemplo de aquello, se puede reflejar en el caso de Cosalá (situada en México) y sus eventos Cosalazo y Cosaltazo, esta investigación se realizó con el objetivo de analizar el impacto de sustentabilidad en el pueblo mágico, mostrando como resultado importantes avances en mejoramiento y conservación en la infraestructura de sus patrimonios arquitectónicos. (Ibarra Michael, 2016)

Por ello, el estudio sobre los pueblos mágicos, se presenta como uno de los motores que impulsa el crecimiento económico y fortalecimiento del turismo en México. A su vez es de suma importancia para este fin. (Poncela, 2015) Existen varias

investigaciones acerca de los pueblos mágicos, en este caso la Secretaría de Turismo (SECTUR) hace énfasis en que la sustentabilidad debe ser el eje central de la actividad turística, ya que en esencia se trata de conservar el patrimonio natural y cultural del lugar, siendo primordial orientar la promoción turística hacia un mercado que sepa apreciar este tipo de atractivos, en efecto un turista que realmente esté consciente del respeto que se debe tener al patrimonio tangible e intangible de cada sitio, sin la intención de modificarlo, dañarlo o destruirlo. (Michel, 2016)

El turismo ecuatoriano en los últimos años ha experimentado un crecimiento récord, al registrar ingresos económicos estimados de 1 691,2 millones de dólares en 2015, en relación a 492 200 000 dólares en el año 2007, lo que representaría un crecimiento promedio anual del 13 % (MINTUR, 2015). Después de aquello, se han establecido diferentes programas turísticos en Ecuador, entre los cuales se consideró un proyecto denominado Pueblos Mágicos expuesto por México para ser implementado en Ecuador. Decisivamente se establecieron convenios con México para poner en marcha el programa en Ecuador.

El Programa Pueblos Mágicos en Ecuador identifica y pone en valor a las poblaciones que poseen atributos naturales y culturales únicos que a su vez cumplan con las condiciones necesarias básicas para el desarrollo de esta actividad. El programa fomenta la competitividad, el desarrollo endógeno y facilita la implementación de acciones de fortalecimiento en el ámbito turístico. Es decir, esta actividad es parte de los compromisos adquiridos en el programa específico de cooperación en materia turística entre la Secretaría de Turismo de los Estados Mexicanos y El Ministerio de Turismo de Ecuador. (MINTUR, 2018)

Además, aquel proyecto tiene como finalidad aumentar el número de visitantes en las localidades, diversificación de servicios y productos, puesta en valor de las tradiciones y patrimonios, promoviendo una mayor contribución social y elevando la calidad de servicios, sobretodo el plan promueve en cada localidad la reducción de la pobreza, disminución de las desigualdades y revalorización de la identidad de cada una de ellas. Dado a lo expuesto anteriormente, se mencionan las primeras localidades que han sido consideradas como pueblos mágicos de Ecuador:

Cotacachi, Papate, San Gabriel y Alausí, estos destinos turísticos representan la región sierra. Y Zaruma que representa a la región costa. (Goraymi, 2020)

Por consiguiente, descendiendo al contexto del proyecto de investigación. La comuna Ayangue es un pequeño pueblo de pescadores de la Ruta de Spondylus, constituida una de las comunas pertenecientes a la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena. También se conoce a Ayangue como "la piscina del Pacífico" Limita al norte con la comuna San Pedro, al sur con la comuna Palmar, al este con la parroquia Colonche y la cordillera del mismo nombre y al oeste con el Océano Pacífico, mencionó (Damaris, 2012). Con respecto a los recursos turísticos que posee, cuenta con un recurso natural como es la playa, actividades deportivas, recreativas, artesanías y gastronomía. De modo que, tales atributos ayudarán a que la comuna tenga la oportunidad de ser un potencial pueblo mágico.

Sin embargo, el sitio de estudio no tiene algunos de los requisitos para la incorporación al programa, uno de los tales es el plan de desarrollo turístico, el mismo que permite el desarrollo local de la comunidad. Puesto que, los habitantes de la localidad trabajan independientemente, dejando atrás fines comunes, en el que gobierna la desorganización y falta de comunicación.

Otro de los problemas que se presenta en la comuna Ayangue, es la deficiente vinculación entre las autoridades de la comuna, gobierno y el sector turístico que han alterado el aprovechamiento de recursos turísticos. Tal es el caso, de la escasez de servicios básicos, debido a un desordenamiento territorial del lugar. Asimismo, ocurre con los proyectos que establecen las diferentes entidades turísticas que no llegan a ejecutarse por una carencia de gestión, dejando como consecuencia un pleno desarrollo de las comunidades ya sea en el ámbito económico, turístico y social.

A partir de la problemática planteada, se pretende realizar un estudio minuciosamente de todos los factores e indicadores para la incorporación de la comuna Ayangue al programa pueblos mágicos Ecuador que permita el desarrollo y fortalecimiento de la localidad. Dentro de este marco, se presentarán algunas acciones con la finalidad de alcanzar el propósito de la investigación.

A continuación, se describe el objetivo general del estudio de investigación como tal es: analizar la situación actual para la incorporación de la comuna Ayangue al programa pueblos mágicos Ecuador que contribuya al fortalecimiento del turismo en la localidad. Del mismo objetivo, se desprenden objetivos específicos para el cumplimiento del anterior, como tales son: Identificar las principales actividades turísticas de la comunidad Ayangue que permitan la incorporación al programa y definir la demanda turística actual y potencial que contribuya al fortalecimiento del turismo en la localidad.

Los motivos para llevar a cabo la investigación están relacionados con la importancia teórica, metodológica y práctica.

En relación a la justificación teórica, el Programa Pueblos Mágicos contribuye a revalorar a un conjunto de poblaciones que siempre han estado en el imaginario colectivo de un País, en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan lugares que han sabido guardar para todos la riqueza cultural e histórica que encierran.

En cuanto a la importancia metodológica, se sostendrá mediante un proceso de investigación, consultando algunas fuentes bibliográficas, tales como repositorios digitales, artículos científicos y de revistas. De la misma manera, Se aplicarán instrumentos como entrevistas a autoridades y servidores turísticos, encuestas a la población, para obtener información sobre las percepciones que tienen sobre el turismo en la localidad y el grado de importancia que le darían al catálogo de los pueblos mágicos.

Asimismo, el trabajo de investigación tiene un alto grado de importancia práctica, debido a la viabilidad que se le dará al estudio y análisis de la comuna Ayangue como potencial pueblo mágico. Otro aspecto que se llevará a cabo, es la vinculación con los habitantes de la localidad, autoridades y servidores turísticos, de manera que puedan trabajar conjuntamente por un mismo propósito que permita un desarrollo sostenible en el destino turístico.

Por lo tanto, la idea a defender es: Analizar la incorporación de la comuna Ayangue al programa pueblos mágicos Ecuador para fortalecer el turismo en la localidad.

La investigación está estructurada de la siguiente manera: inicialmente el capítulo I contiene la revisión de la literatura fundamentada por las variables pueblos mágicos y turismo, el desarrollo de teorías y fundamentación legal de la investigación. En el capítulo II se presenta los métodos y materiales utilizados por el estudio en lo que se, en lo que se establece el tipo de investigación, en este caso es descriptiva con propuesta, el diseño de muestreo, el diseño de recolección de datos y la definición de la población como tal. Finalmente, en el capítulo III contiene el análisis de los resultados, en el que se describe la propuesta sobre la incorporación al programa de pueblos mágicos a la comuna Ayangue para fortalecer el turismo, también se mencionan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## CAPITULO 1

### MARCO TEÓRICO

#### 1 Revisión de la Literatura

Para realizar este trabajo de investigación, se detallan estudios de tesis y documentos bibliográficos relacionados intrínsecamente con las variables programa pueblos mágicos y el fortalecimiento turístico que el mismo le brinda, a continuación se especifican los siguientes:

El trabajo de VELARDE (2009) titulado Pueblos Mágicos Estrategia para el Desarrollo Turístico Sustentable: Caso Sinaloa , menciona objetivos tales como la creación de productos en los que se destaque la riqueza cultural que posee así mismo buscar beneficios a través de la actividad turística y a su vez sea una herramienta sustentable con ofertas complementarias y diversificadas. La investigación es de tipo teórica debido que la búsqueda se realizó de varias fuentes y a su vez descriptiva por que se aplicaron encuestas a pobladores y autoridades de la localidad. El estudio realizado indica la factibilidad de las estrategias para el desarrollo turístico sustentable en la localidad ya que los habitantes visualizan oportunidades de empleo así mismo la incorporación de las tradiciones y costumbres que poseen.

en la investigación titulada Los Comités Pueblos Mágicos y el Desarrollo Turístico: Tepotzotlán y El Oro, Estado de México, señala como objetivo la participación de Tepotzotlán y el Oro al programa de Pueblos Mágicos en los que indica el desarrollo que existiría en sus localidades. Durante la investigación se utilizó el método descriptivo el cual estuvo compuesto de encuestas, los resultados reflejan que el Comité de Pueblos Mágicos necesita que se realice un plan de trabajo donde estén involucradas las comunidades rurales a su vez también recalcan que existe desinformación sobre dicho comité en beneficio de comunidades rurales, por último, recalcan que para ingresar al programa las reglas no están claras y los municipios tienen preferencias con la población rural. (Rosas, 2017)

El trabajo de investigación Palafox (2016) tiene como título Nueva Ruralidad y Sustentabilidad Social en el Pueblo Mágico de Calvillo, Aguascalientes presenta objetivos donde se desea incluir áreas rurales para enfatizar la producción capitalista a estas se han elaborado estrategias la cual es denominada la nueva ruralidad la cual involucra al turismo como actividad turística donde interviene el campo y sus áreas protegidas los métodos de investigación que fueron utilizados son entrevistas, análisis documental y de campo como resultados de los mismos señala que se puede dar el proyecto de la Nueva Ruralidad siempre y cuando los actores benefactores principales que en este caso son los gobernantes cumplan con cada detalle de lo anteriormente propuesto.

La investigación Duarte (2015) denominada La participación del sector privado en la definición de la política urbana: el caso de la gestión del Programa Pueblos Mágicos en Cuitzeo, México cuyo objetivo de estudio se basa en la representación de la cultura política la cual no ayuda a concienciar temas que vinculan la informalidad de lo que se vive en el sistema político de México , el análisis de la relación que existe entre las instituciones será reducido dentro de los marcos legales por todo lo anteriormente planteado es que se tomaron las debidas precauciones en la Gestión del Programa Pueblos Mágicos en Cuitzeo , la información fue recopilada mediante entrevistas, revisión de documentos oficiales y notas de periódicos como resultados indica es realmente necesario que Cuitzeo esté dentro del Programas de Pueblos Mágicos sin embargo los representantes turísticos buscan manejar de manera imparcial las zonas urbanas para el bienestar de la comunidad.

Según (Luyando, 2016) en la investigación denominada El Capital Social como Factor para el Desarrollo en el Pueblo Mágico de Tapijulapa menciona que el gobierno federal propone como objetivos el fortalecimiento de la cohesión y capital social , se menciona formas para el desarrollo en los que se involucra la solidaridad e identidad estos darán sentido de pertenencia mediante los valores y costumbres comunales enlazando estos puntos se podrá crear una oferta turística que contenga servicios complementarios y a su vez ayudara a la venta de artesanías que posee el

lugar la investigación fue totalmente descriptiva que obtuvo un nivel de confianza del 95% , los resultados obtenidos son factibles puesto que participarían todos los pobladores incluyendo a los nativos por ende recibirían beneficios ya que lo que se pretende es realizar el análisis factorial de la comunidad.

(Rosas A. , 2015) en la investigación titulada Conservación del Patrimonio Cultural en el Pueblo Mágico de Tepoztlán, Morelos especifica objetivos de seguridad turística también reforzar conocimientos de los agentes de viaje, folletos revistas y sitios web para de esta manera el turista no sea engañado que es lo que sucede a menudo para la recopilación de datos utilizaron revisión de la literatura y encuestas se concluye que ser parte del denominado programa es fundamental para el desarrollo y crecimiento económico de la localidad , de la misma manera aportaría para que se realice turismo sustentable en beneficios de todos y no únicamente de los empresarios.

En la revisión de la literatura se encontró varios apartados que evidencian que el programa de pueblos mágicos ha sido un gran soporte de ayuda para el desarrollo turístico y sostenible de algunas comunidades en la ciudad de México que se han incorporado en el mismo. Por otra parte, se hallaron investigaciones en Ecuador con propuestas para un desarrollo turístico y un rescate cultural y natural por medio del proyecto pueblos mágicos. Posteriormente, se precisan los estudios investigativos de Ecuador.

(Cevallos, 2018) el tema titulado Pueblos Mágicos: Plan de Desarrollo Turístico de Pile con un enfoque de Rescate Cultural, propone objetivos enfocándose al desarrollo del destino mediante ayuda de expertos haciendo perspectivas en 15 años, de la misma manera menciona la preservación de recursos culturales y naturales con los que posee el destino el método que se utilizó durante la investigación fue analítica y exploratoria , se llega a la conclusión de que a pesar que Pile es una comunidad pequeña de la provincia de Manabí cuenta con un valor cultural y tradicional histórica que ha sido transmitida de generación en generación también menciona la falta de

empoderamiento de la creación de los sombreros de paja , ya que estos se venden y distintos lugares local nacional e incluso internacionalmente.

La investigación (Cabanilla, 2015) que lleva el título de Impactos Culturales Del Turismo Comunitario En Ecuador Sobre El Rol Del Chamán Y Los Ritos Mágico-Religiosos propone como objetivo para el fortalecimiento del turismo comunitario en el Ecuador buscando el posicionamiento de identidad de las comunidades pertinentes para este tipo de turismo se realizaron métodos de investigación empíricos , vivenciales , entrevistas y recopilación de estadísticas de la oferta turística como resultado se obtuvo que los habitantes de las comunidades piden respeto por sus tradiciones y costumbres al hacer sus rituales pero están dispuestos a brindar sus servicios a quienes los visitan.

## **1.2 Desarrollo de conceptos y teorías**

### **Programa pueblos mágicos**

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentales, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros.

El Programa de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo en México, tiene como objetivo fomentar el desarrollo sustentable de las localidades. Este proyecto busca implementar un modelo de gobernanza turística en localidades poco visitadas a nivel nacional como una herramienta para el desarrollo sustentable y competitivo de destinos turísticos. (Lozano, 2017)

### **Atributos de la localidad**

Cualidad o característica propia de una persona o una cosa, especialmente algo que es parte esencial de su naturaleza. (Meireles, 2018)

Atributos de la Localidad son aquellas características y aspectos los cuales hacen que las comunidades se identifiquen unas de otras, de tal manera estas son atractivas para

los visitantes que llegan al destino, por lo tanto, es muy importante que las comunidades cada se apropien de sus atributos para que no se pierdan y sean transmitidas través de sus visitantes. (Álvarez, 2018)

### **Atributos Únicos**

Son lugares que generalmente se usan para distinguir el atractivo único que sobresale de otros lugares sea que estos estén jerarquizados o categorizados. (González, 2010)

Atributos únicos son características que distingue al atractivo de otros considerandos aquellas particularidades que posee son preferidas por los visitantes debido a que cada vez el turista es más exigente y desea conocer diferentes cosas sobre el lugar que visita, de esta manera se logra satisfacer las necesidades y aportes económicos para que las comunidades se desarrollen entre sí. (Martínez, 2002)

### **Historias Auténticas**

Relatos antiguos que determinan momentos o hechos sucedidos que son del pasado que se relatan en la actualidad comentando sus orígenes, esto sirve para el desarrollo de la comunidad. (Bembibre, 2007)

Historias Auténticas son consideradas como tradicionales dentro de la comunidad teniendo en cuenta que son sucesos imaginarios o hechos queriendo transmitirlos de generación en generación con la finalidad de que la comunidad sea conocida y valorada como tal. (Zárate, 2016)

### **Demanda turística**

Es el conjunto de consumidores o futuros de clientes que desean algún bien o servicio turístico en busca de satisfacer sus necesidades al momento de viajar. (Socaletti, 2013)

Demanda turística es definida como el conjunto de turistas que llagan al atractivo que de alguna manera fueron motivados ya sea por sus productos o servicios turísticos que presta la comunidad , con el propósito de satisfacer las necesidades de

esta manera los visitantes dejan aportes económicos para beneficiarse. (Mamani, 2016)

### **Perfil del Turista**

En el mercado se realiza varias acciones para identificar el perfil de futuros clientes es decir sus preferencias, que les gusta comprar, con qué frecuencia lo hacen, y el poder adquisitivo que cuentan. (Sánchez, 2015)

Perfil del turista es definido por aspectos que detallan su lugar de procedencia, edad, sexo gustos preferencias motivaciones los atractivos que quiere conocer considerando todos estos factores se desea conseguir la satisfacción del visitante en su totalidad así mismo lleve momentos únicos y experiencias que no pueda olvidar (Salazar, 2017)

### **Demanda Potencial**

Es la que indica hacia dónde quiere llegar en cuanto al producto o servicio estableciendo plazos, beneficios por parte de la oferta y demanda turística. (Rubira, 2019)

Demanda Potencial es conocida por el consumo que realizaran los turistas al momento de llegar al atractivo, estos van a depender de las necesidades que tengan sean estas por souvenirs, vestimenta, o los servicios que se prestan como restauración, hospedaje, diversión entre otros pero se debe tomar en cuenta que el turista visitara el lugar por los atractivos que posee y estos deben hacer que se convierta en experiencias inolvidables considerando que el turista es subjetivo. (Panosso, 2012)

### **Turismo**

El turismo es un fenómeno social compuesto por individuos o grupos que se desplazan voluntaria o temporalmente, que se trasladan principalmente de su residencia habitual a otro lugar por motivos de entretenimiento, descanso, cultura o salud. Las actividades beneficiosas han producido múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Padilla, 1980)

## **Oferta Turística**

Se entiende como oferta turística a productos y servicios que están relacionados al espacio geográfico y socio cultural, con el fin de aprovechar los recursos que posee el lugar de esta manera poder obtener ingresos para beneficios de la localidad. (Ramírez, 2018)

Oferta Turística está formada por recursos, bienes, servicios e infraestructura, las agrupaciones de estos implementos buscan satisfacer las necesidades de los turistas, esta agrupación debe trabajar de la mano para que el turista al momento de llegar al atractivo pueda apreciar de manera pacífica y sienta el confort de su hogar de esta manera sea porta voz para futuros visitantes buscando de esta manera aportes económicos para el desarrollo de la comunidad. (Corvo, 2019)

## **Atractivos Turísticos**

Un atractivo turístico es un espacio que despierta el interés de visitantes, en ocasiones son valorados por su historia, cultura, aventura y diversión. (Maldonado, 2010)

Atractivos Turísticos es el conjunto de elementos materiales o inmateriales que de alguna manera se puede transformar en producto turístico en el que se pueda desplazar desde su lugar habitual a cualquier atractivo turístico deseado también se debe considerar la capacidad de carga con la que cuenta el atractivo valorándose de esta manera para no afectar a la destrucción del lugar y de esta manera en el futuro poder convertirse en destino turístico. (Robe, 2009)

## **Productos Turísticos**

Relaciona a los recursos que posee la localidad ya sean bienes materiales e inmateriales, tangibles o intangibles con el propósito de satisfacer las expectativas y necesidades del turista. (Colina, 2007)

Recursos Turísticos es el potencial del atractivo ya sean naturales, patrimoniales, antropológicos entre otros, que de alguna manera motiven el traslado desde de su vivienda a otros lugares, realizando actividades turísticas que logren llenar las

expectativas de los visitantes, continuamente se busca convertir en producto turístico para el desarrollo local. (Calderón, 2009)

### **1.3 Fundamentos Legales**

#### **Marco legal**

**En la Ley de Turismo vigente que estipula en su Capítulo I denominado Generalidades, Art. 3 De los Principios de la Actividad Turística, literal c,** “El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas”. En el Art.4 que define la política estatal con relación al sector turismo y al cumplimiento de los objetivos descritos en el literal b, d y g que promulgan “Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación”, “Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos” y “Fomentar e incentivar el turismo interno”.

Por otro lado, **el Ministerio de Turismo como órgano de la actividad turística tiene como atribución de acuerdo al literal 3 y 7 del Art.15 de la Ley de Turismo** “Planificar la actividad turística del país” y “Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente el receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades”; respectivamente. En el artículo 16 de la Ley de Turismo establece que “...Será competencia privativa del Ministerio de Turismo en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del Turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de la Ley...”. Es así que, desde sus competencias, esta Cartera de Estado se propone establecer los instrumentos legales y técnicos, al igual que los mecanismos necesarios para mejorar los destinos, atractivos, servicios y actividades turísticas.

En el caso de que una comunidad se organice para desarrollar actividades turísticas **el Ministerio de Turismo colaborará según los establece el artículo 12.**

**Artículo 12.** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos. (Ley de turismo, 2014)

**Al respecto el Reglamento General de Actividades Turísticas y el Instructivo para Centro de Turismo Comunitario establecen:**

Art.167. Las comunidades legalmente reconocidas; pueden ejercer las actividades de ecoturismo previstas en la ley, a excepción de aquellas cuyo ejercicio esté reservado a algunas personas jurídicas según las leyes vigentes. Las actividades se realizarán de manera directa, sin intermediarios. Por lo tanto, las comunidades legalmente reconocidas podrán realizar la comercialización de sus productos y completar la cadena de valor operativa por sí mismos. Las operaciones realizadas por comunidades legalmente reconocidas, serán autorizadas únicamente para su jurisdicción; sin implicar ello exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios. (Reglamento general de actividades turísticas, 2002)

**Es necesario resaltar, sobre el convenio interinstitucional para el ordenamiento de las embarcaciones y uso turístico de la Bahía Ayangue en la Reserva Marina El Pelado entre el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón de Santa Elena, Capitanía de Puerto, Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente.**

Que, con fecha 12 de octubre del 2018 la dirección provincial del ambiente de Santa Elena, mediante oficio N° MAE-DPASE-2018-1413-O convoca la participación del asesor jurídico y técnicos de la empresa pública de turismo del Cantón Santa Elena, Ministerio de turismo y Capitanía de Puerto para realizar el análisis final y posterior aprobación del acuerdo interinstitucional para la zonificación de la Bahía Ayangue.

En base a la cláusula cuarta, tiene por cumplimiento los lineamientos para el buen uso de la Bahía. Entre los cuales, se mencionan a continuación: para la pesca en la zona de la playa, para la pesca en la zona de la Bahía, para operadoras turísticas en la zona de la playa, para las operadoras turísticas en la Bahía y para la actividad de arrastre de banana. Posteriormente, en la cláusula décima tercera, las partes involucradas declaran expresamente su aceptación a todo lo convenido, en constancia de lo cual suscriben este convenio por triplicado en la fecha 27 de diciembre del 2018.

### **Revisión documental de requisitos para la incorporación al programa pueblos mágicos Ecuador.**

Los requisitos que deben cumplir las localidades para pasar a la etapa de priorización son:

#### **Proceso de registro**

1. Documento que acredite la existencia de un área, unidad administrativa oficial o dirección encargada de la gestión del turismo en la localidad.
2. Catastro de prestadores de servicios turísticos.
3. Inventario de atractivos turísticos aprobados por el Ministerio de Turismo.
4. Datos e información georeferenciada de conectividad, cercanía a centros urbanos de distribución, distancia en kilómetros y tiempos de traslado desde estos puntos que no deberán exceder las dos horas en tiempo.
5. Plan y/o Programa de desarrollo turístico municipal vigente.

#### **Proceso de incorporación**

6. Conformación de un comité ciudadano del Pueblo Mágico.
7. Aprobación y acuerdo del Consejo Municipal para el ingreso al Programa Pueblos Mágicos.
8. Carta de respaldo y apoyo del GAD Provincial a la localidad postulante que establezca líneas de apoyo para el desarrollo de la actividad turísticas.
9. Documento de asignación presupuestaria para implementación de acciones de desarrollo turístico.

10. Programas o proyectos a implementarse por el gobierno local, provincial o nacional en los siguientes 4 años, que pudieran tener impacto en el desarrollo turístico de la localidad.
11. Ordenanzas municipales vigentes que tengan influencia en la actividad turística de la localidad.
12. Existencia de un atractivo turístico o característica excepcional única que dote de singularidad a la localidad.
13. Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista que se encuentran habilitados en la localidad.
14. Documento que demuestre la inversión pública y privada en desarrollo turístico de la localidad.
15. Documento de compromiso del municipio para fomentar en la localidad las cadenas productivas que beneficien la actividad turística de la localidad.

Las localidades o poblaciones que cumplan con los requisitos de registro y de incorporación al Programa, podrán acceder a la implementación de las siguientes acciones por parte del Ministerio de Turismo del Ecuador: Asistencia técnica para el fortalecimiento de la oferta turística, Asistencia técnica en comercialización, Mejoramiento de capacidades técnicas, y Fomento al emprendimiento y fortalecimiento de capacidades emprendedoras. (turismo, 2020)

## **CAPITULO II**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **2 Tipos de investigación**

El presente estudio se lleva a cabo mediante una investigación descriptiva con idea a defender, inclusive se aplican varios instrumentos de recolección de datos para obtener todo tipo de información concreta y verídica que se requiere para fundamentar el proyecto de investigación, con la finalidad de conocer todas las cualidades, atributos, atractivos y recursos que posee la comunidad de Ayangue para ser considerado como un pueblo mágico y que a través de esto permita el fortalecimiento y mejoras en el turismo.

#### **2.1 Métodos de investigación**

Para el avance del trabajo de investigación se aplicaron los siguientes métodos: inductivo, deductivo y analítico, con la finalidad de sustentar el planteamiento del problema, los objetivos y la idea a defender. Estos dos métodos son complementarios, consisten en ir de lo particular a lo general y de lo general a lo particular, a la vez permitirá especificar los lineamientos que hay que seguir para obtener información de relevancia para la propuesta.

##### **Método inductivo**

Por medio de aquel método, se pudo obtener conclusiones y resultados generales a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y fichas de observación. A fin de que se pueda evidenciar un estudio certero del sector turístico de la comuna Ayangue para ser considerado en el programa pueblos mágicos y de la misma manera sea un aporte para el fortalecimiento del turismo en el sitio.

##### **Método deductivo**

Este método se llevó a cabo por medio de la revisión bibliográfica, con el objetivo de conocer propuestas semejantes a las variables de estudio, ya sean estos a nivel

nacional e internacional. Dicho de otro modo, aquello permitió tener un antecedente para realizar un estudio minucioso de los atributos que posee la localidad para incorporarse en el programa pueblos mágicos.

### **Método analítico**

La aplicación de este método permitió llegar a un análisis de las dos variables, programa pueblos mágicos y fortalecimiento del turismo, con la finalidad de conocer la viabilidad de aquellos y llegar alcanzar los mismos.

## **2.2 Diseño de muestreo**

### **Método del muestreo**

El método de muestreo que se efectuó para la obtención de la información es el no probabilístico por conveniencia, dado a que los turistas encuestados fueron escogidos según factores de tiempo y espacio, tomando en consideración aquellos que se encontraban en el sitio al momento de realizar las encuestas.

### **Población**

En relación a la población se consideró a los turistas que visitan la comunidad de Ayangue, las autoridades de las entidades turísticas tanto de la comunidad como de la provincia de Santa Elena, finalmente a los gerentes o propietarios de cada establecimiento turístico del lugar de estudio. A continuación, se detallan cada una de las poblaciones.

**Turistas:** aquellas personas que visitaron el destino motivados por diferentes actividades relacionados al turismo, con una edad de 15 años en adelante.

**Autoridades:** para esta población se aplicó entrevistas, las mismas que fue dirigida a las autoridades de las diferentes instituciones todas las entidades de apoyo para el planteamiento del proyecto, tales son: Msc, Paulina león, encargada de la gestión del Ministerio de Turismo en la provincia de Santa Elena, gerente de Emuturismo, presidente de la comunidad de Ayangue.

**Gerentes o propietarios:** para este tipo de población, el instrumento que se llevó a cabo fue a través de una ficha de observación, la misma se aplicó a los gerentes o propietarios de la planta turística (hospedería, restauración, operadoras turísticas) de la comuna Ayangue.

**Tabla 1 Población herramientas de recolección de datos**

Población	
Segmento	Cantidad
Turistas	100.000
Autoridades	3
Entrevista a Gerentes (operadores turísticos )	5
<b>Total</b>	<b>100.035</b>

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### Muestra

Para obtener la muestra de la población de turistas, se hace el uso de la aplicación informática sample size calculator, en el mismo se determina una muestra de manera rápida y verídica, empleando un intervalo de confianza del 95% y un margen de error de 5%. Como resultado, la muestra fue la siguiente:

**Ilustración 1 Fórmula Muestreo**

**Determinar tamaño de muestra**

Nivel de confianza:  95%  99%

Intervalo de confianza:

Población:

Tamaño de muestra necesario:

Fuente: Survey System.com

**Tabla 2 Muestra de recolección de datos**

<b>Muestra</b>	
<b>Segmento</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>
<b>Turistas</b>	384
<b>Autoridades</b>	3
<b>Entrevista a Gerentes (operadores turísticos )</b>	5
<b>Total</b>	392

Elaborado por: Vega Tomalá Yadira – Castañeda Balón Tatiana

### **2. 3 Diseño de recolección de datos**

#### **Técnicas e instrumentos**

Las técnicas de investigación aplicadas fueron mediante encuestas, fichas de observación y entrevistas. Con el fin de conocer la situación actual que presenta la comunidad Ayangue, en cuanto al turismo como tal. Así también, si existe la posibilidad de que el lugar pueda ser considerado un pueblo mágico o tiene las posibilidades de juntarlas para cumplir con ellas y aplicarlas. Para lo cual provoque o genere un fortalecimiento en el turismo. Por otra parte, los instrumentos fueron validados en base a la metodología de investigación y especialistas del ámbito turístico.

#### **Encuesta**

Esta técnica se empleó a 384 turistas que visitaron la localidad de Ayangue en varios fines de semana del año 2019, se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas y respuestas múltiples.

Es importante mencionar que a través de la aplicación de las encuestas, se pudo conocer de manera directa y obtener información relevante sobre las percepciones de la demanda turística hacia el lugar de estudio, proporcionando el diseño de la propuesta.

#### **Entrevista**

Esta técnica fue dirigida a las autoridades de las diferentes instituciones todas las entidades de apoyo para el planteamiento del proyecto, tales son: Msc, Paulina león,

encargada de la gestión del Ministerio de Turismo en la provincia de Santa Elena, gerente de Emuturismo y presidente de la comunidad de Ayangue. Se emitieron algunas preguntas, las mismas que fueron contestadas a criterio propio acerca del proyecto a investigar, de la misma manera se entablo una conversación amena acerca de la apertura para el levantamiento de información del lugar y así dar a conocer a toda la comunidad sobre la propuesta del estudio.

En el dialogo que se mantuvo con los propietarios de las operadoras turísticas mencionaron que tipo de servicios brindan en la localidad , manteniendo valores equitativos que son accesibles para los turistas, cabe recalcar que se realizaron preguntas especificas , los propietarios fueron muy atentos y colaboradores.

### **Observación**

Esta técnica se aplico observando detenidamente la prestación de servicio en los establecimientos alojamiento y restauración de la comuna Ayangue. Es importante enfatizar que cada ficha tiene información relevante para cada aspecto a identificar, todas las preguntas de cada cuestionario son cerradas, los mismos se efectuaron en un periodo determinado de cuatro semanas, se estableció un día por semana desde el 31 de agosto hasta el 14 de septiembre, con un numero de 63 fichas en total, (53 restaurantes y 10 hospederías).

### **Análisis de contenido**

Se realizo la debida búsqueda en varios artículos , repositorios digitales , revistas donde se encontró información referente a la descripción del territorio (localización, extensión territorial, clima), así mismo su demografía como (población , edad y sectores económicos ), infraestructura servicios de taxis por ultimo se tomo información relevante sobre el mercado laboral.

## CAPITULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 3.1 Análisis de datos

#### Análisis de encuestas

#### Pregunta 1: Indique su género

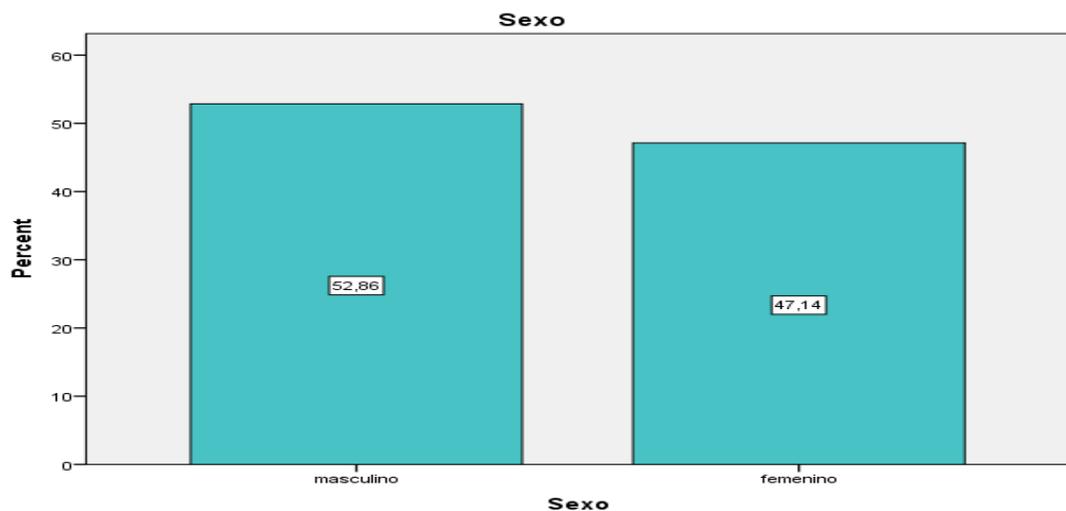
*Tabla 3 Sexo de los encuestados*

<b>Sexo</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Validos	Masculino	203	52,9	52,9	52,9
	Femenino	181	47,1	47,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

*Gráfico 1 Sexo*



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

#### **Análisis.**

Según las encuestas aplicadas a los turistas que visitaron la comuna de Ayangue el 52,9% fueron de sexo masculino, mientras que el 47,1% fueron de sexo femenino que también eligen el lugar para visitar.

## Pregunta 2: Rango de Edad

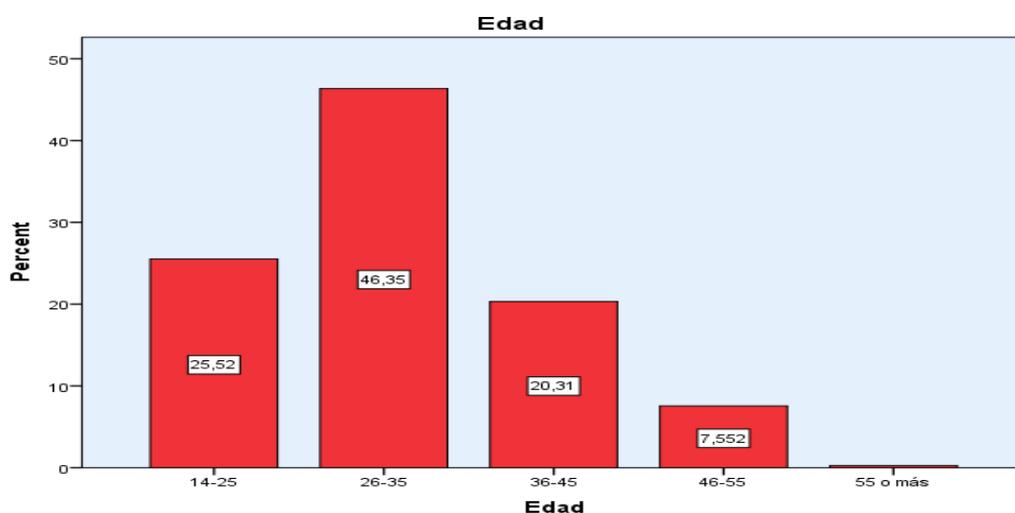
Tabla 4 Edad de los encuestados

Edad					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Validos	14-25	98	25,5	25,5	25,5
	26-35	178	46,4	46,4	71,9
	36-45	78	20,3	20,3	92,2
	46-55	29	7,6	7,6	99,7
	55 o más	1	,3	,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 2 Edad de encuestados



Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

## Análisis

El rango de edad de los encuestados predomina de 26 a 35 años señalando el 46%, considerando como punto medio a las edades de 14 a 25 y de 36 a 45 años equivalente de 20 al 25%, por ultimo teniendo como minoría a personas de entre 46 años en adelante, estos datos hacen referencia a las edades de turistas que prefieren visitar la comunidad

### Pregunta 3 ¿Cuál es el nivel de estudio?

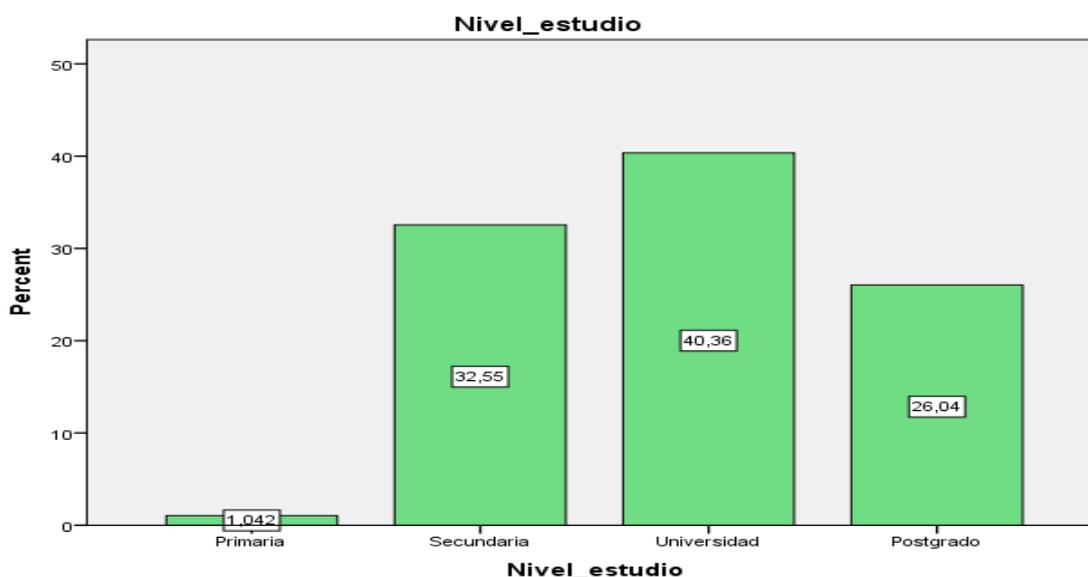
Tabla 5 Nivel de estudio de los encuestados

		Nivel_estudio			
		Frecuency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Primaria	4	1,0	1,0	1,0
	Secundaria	125	32,6	32,6	33,6
	Universidad	155	40,4	40,4	74,0
	Postgrado	100	26,0	26,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 3 Nivel de estudio



Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

Los resultados indican que la mayoría de visitantes que llegan a localidad son universitarios siendo este el 40,4%, seguido de estudiantes de colegio obteniendo el 32,6 así mismo llegan turistas de cuarto nivel detallando el 26%, y el segmento que tiene menos preferencia por la localidad son estudiantes de primaria siendo este el 1,0%.

### Pregunta 4 ¿Cuál es su nivel de ingreso económico mensual?

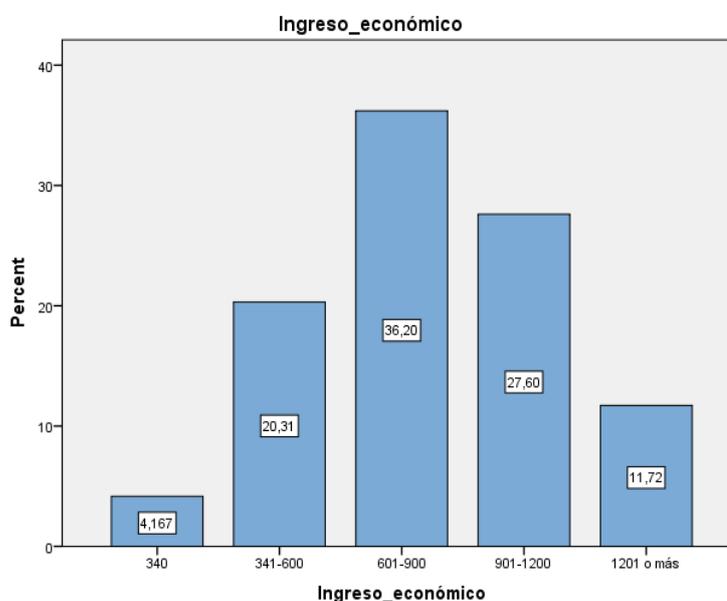
**Tabla 6 Nivel de ingresos**

Ingreso_económico					
		Frecuenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	340	16	4,2	4,2	4,2
	341-600	78	20,3	20,3	24,5
	601-900	139	36,2	36,2	60,7
	901-1200	106	27,6	27,6	88,3
	1201 o más	45	11,7	11,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

*Gráfico 4 Ingreso económico*



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

El análisis de datos demuestra cual es el ingreso económico de los visitantes a la comunidad de Ayangue considerando un 36,2% visitan el lugar con valores de 600 a 900 dólares en segundo lugar se considera valores de 341 a 1200 dólares siendo rangos del 20 al 27% y como minoristas se obtiene valores menores de 340 y mayores a 1201 dólares que detallan del 4 al 11%.

## Pregunta 5 Frecuencia del viaje

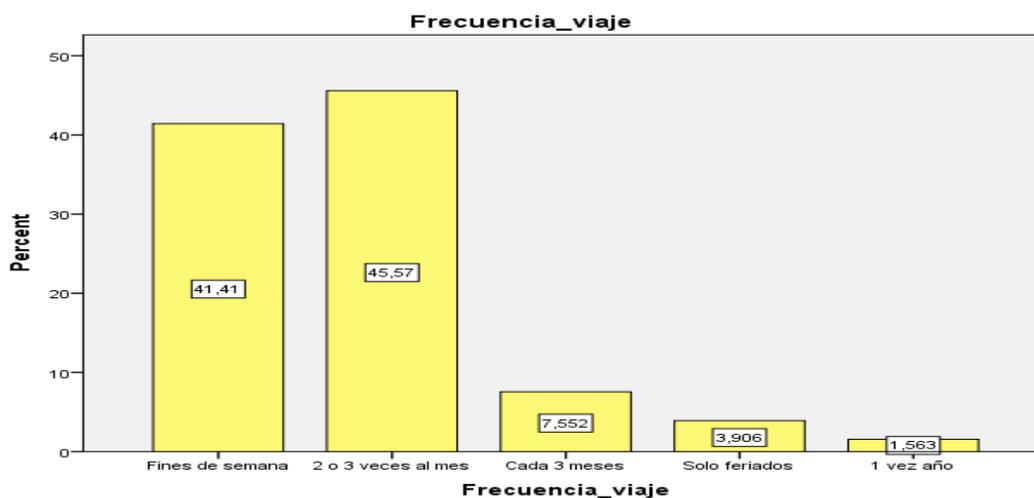
**Tabla 7 Frecuencia de viaje de los encuestados**

Frecuencia_viaje					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fines de semana	159	41,4	41,4	41,4
	2 o 3 veces al mes	175	45,6	45,6	87,0
	Cada 3 meses	29	7,6	7,6	94,5
	Solo feriados	15	3,9	3,9	98,4
	1 vez año	6	1,6	1,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Gráfico 5 Frecuencia de viaje**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

## Analisis

El estudio indica cuál es la frecuencia con la que viajan los turistas a la comunidad de Ayangue señalando similitudes entre fines de semana y de dos a tres días al mes reflejando datos estadísticos de 41,4 al 45,6%, también se manifiesta porcentajes menores que van desde el 1 al 7,6 % entre ellos se detalla una vez al año, solo viajan en feriados y por último cada tres meses.

## Pregunta 6 ¿Con quién viaja?

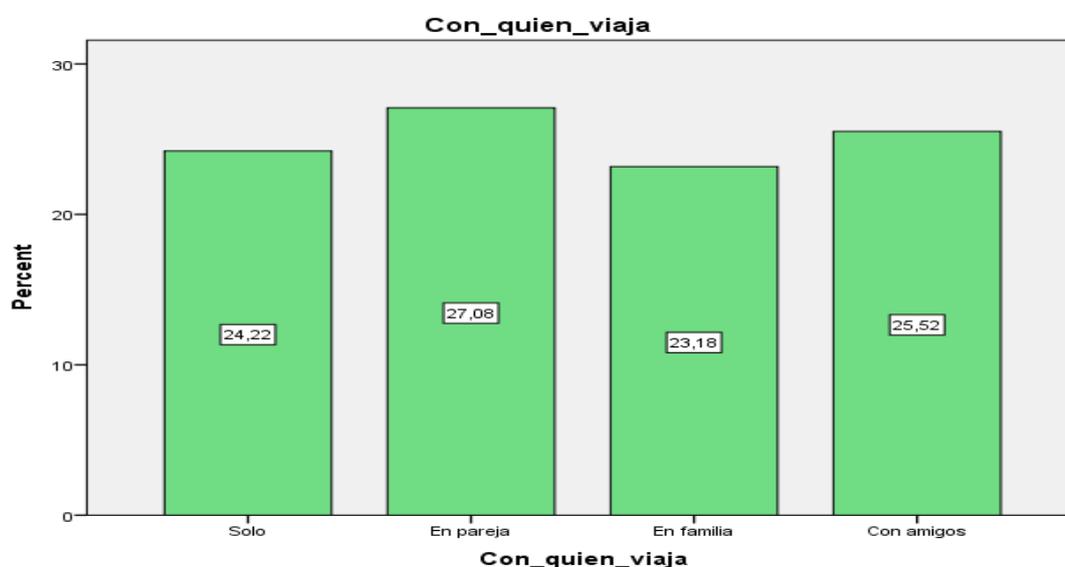
Tabla 8 Con quien viaja el encuestado

Con quien viaja		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Solo	93	24,2	24,2	24,2
	En pareja	104	27,1	27,1	51,3
	En familia	89	23,2	23,2	74,5
	Con amigos	98	25,5	25,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 6 Con quien viaja los encuestados



Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

## Análisis

De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, se llega a identificar con quien viajan los turistas. En este caso, no existe una mayor diferencia en los porcentajes, dejando como preferencia el viaje en pareja con un 27%. Estos datos confirman que hay una demanda clasificada que visita la comuna Ayangue.

## Pregunta 7 ¿Quién lo /a motivó para realizar el viaje?

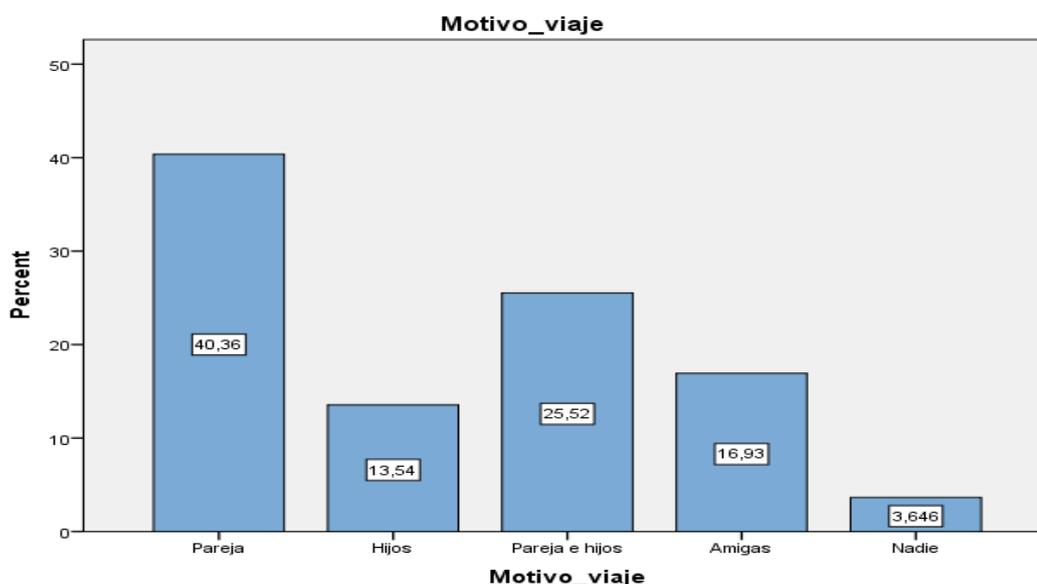
Tabla 9 Motivo de visita de los encuestados

Motivo_viaje		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pareja	155	40,4	40,4	40,4
	Hijos	52	13,5	13,5	53,9
	Pareja e hijos	98	25,5	25,5	79,4
	Amigas	65	16,9	16,9	96,4
	Nadie	14	3,6	3,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 7 Motivo de viaje



Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

Los resultados dan a conocer quién es la persona que motiva al visitante para ir a la comunidad entre ellos tenemos que son las parejas aquellas que lideran en porcentaje siendo este el 40,36%, seguido las parejas y los hijos quienes son los preferentes acudir al lugar expresando el 25,52%, mientras que existen porcentajes desde el 3 al 13 % que manifiestan que nadie, hijos y amigas son los motivadores del realizar visitas al lugar.

### Pregunta 8 ¿Por qué eligió visitar la comunidad de Ayangue?

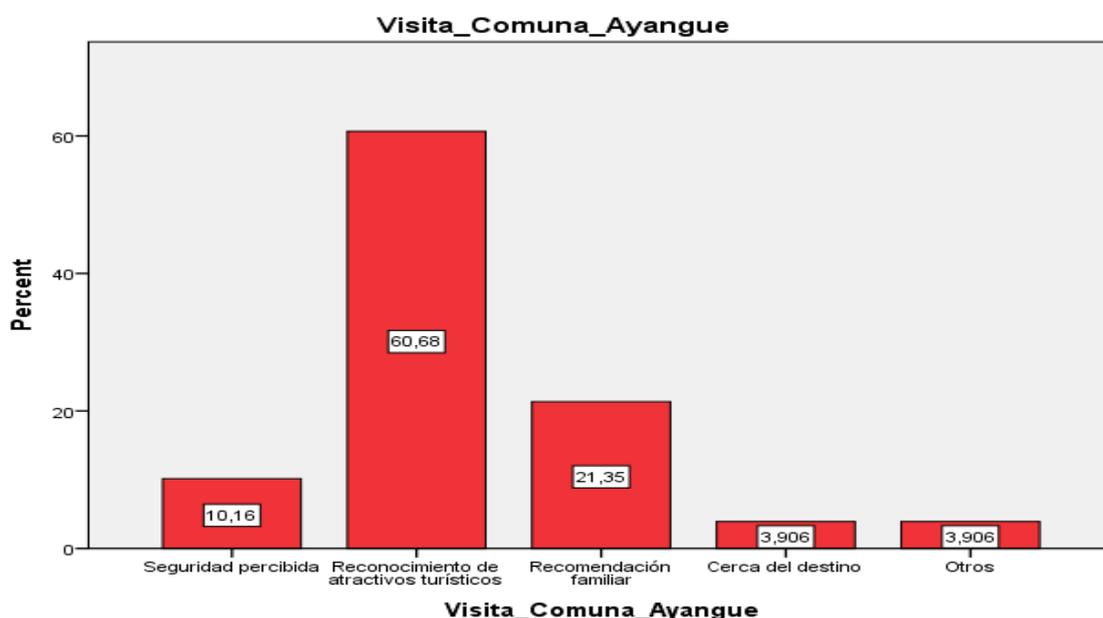
Tabla 10 ¿Por qué eligió visitar la comuna los encuestados?

Visita_Comuna_Ayangue					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Seguridad percibida	39	10,2	10,2	10,2
	Reconocimiento de atractivos turísticos	233	60,7	60,7	70,8
	Recomendación familiar	82	21,4	21,4	92,2
	Cerca del destino	15	3,9	3,9	96,1
	Otros	15	3,9	3,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 8 ¿Por qué eligió visitar la comuna Ayangue?



Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

Los datos de la encuesta redactan por que se eligió la comunidad de Ayangue para ser visitada los cuales resaltan con el 60,7% que sus atractivos son reconocidos, a continuación, menciona que por recomendación familiar es el 21,4%, mientras que por el tipo de seguridad que ofrece apunta el 10,2, y finalmente el 3,9% refleja por cercanía y entre otros motivos.

## Pregunta 9 ¿Qué tipo de actividades son de su preferencia?

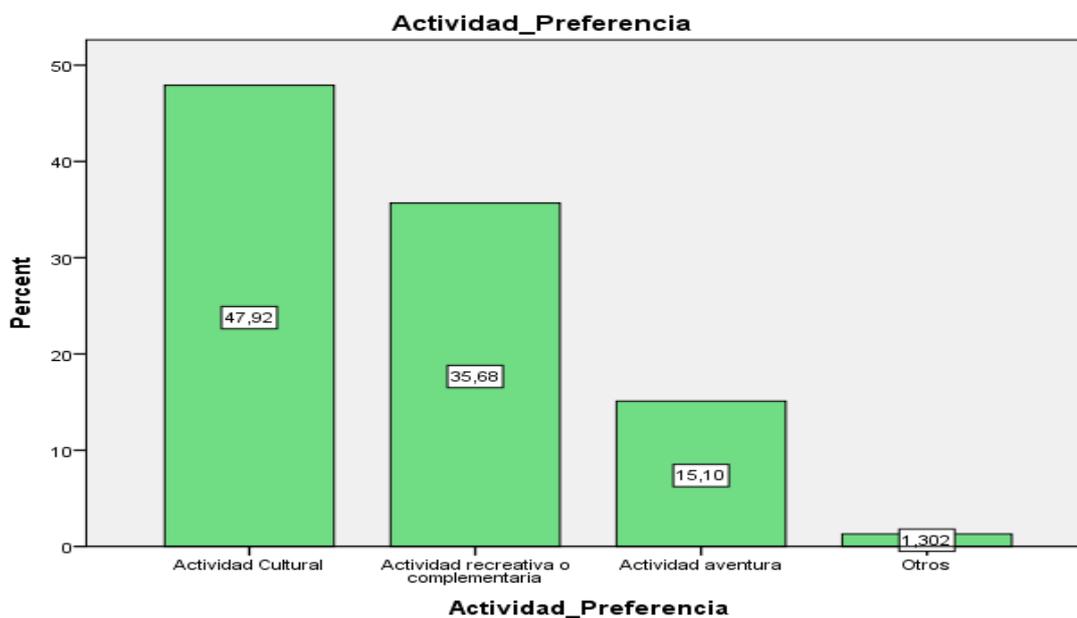
**Tabla 11 Actividad de preferencia de los encuestados en la comuna Ayangue**

Actividad_Preferencia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Actividad Cultural y Gastronómica	184	47,9	47,9	47,9
	Actividad recreativa o complementaria	137	35,7	35,7	83,6
	Actividad aventura	58	15,1	15,1	98,7
	Otros	5	1,3	1,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Gráfico 9 Actividades de preferencia de los encuestados**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

Las actividades que prefieren los turistas al momento de visitar el lugar como primer punto es la cultura y gastronomía considerándose en la tabla con el 47,9%, mientras que las actividades recreativas o complementarias siguen el 35,7%, por último, se consideran actividades de aventura con el 15%.

### Pregunta 10 ¿Qué tipo de alojamiento es de su preferencia?

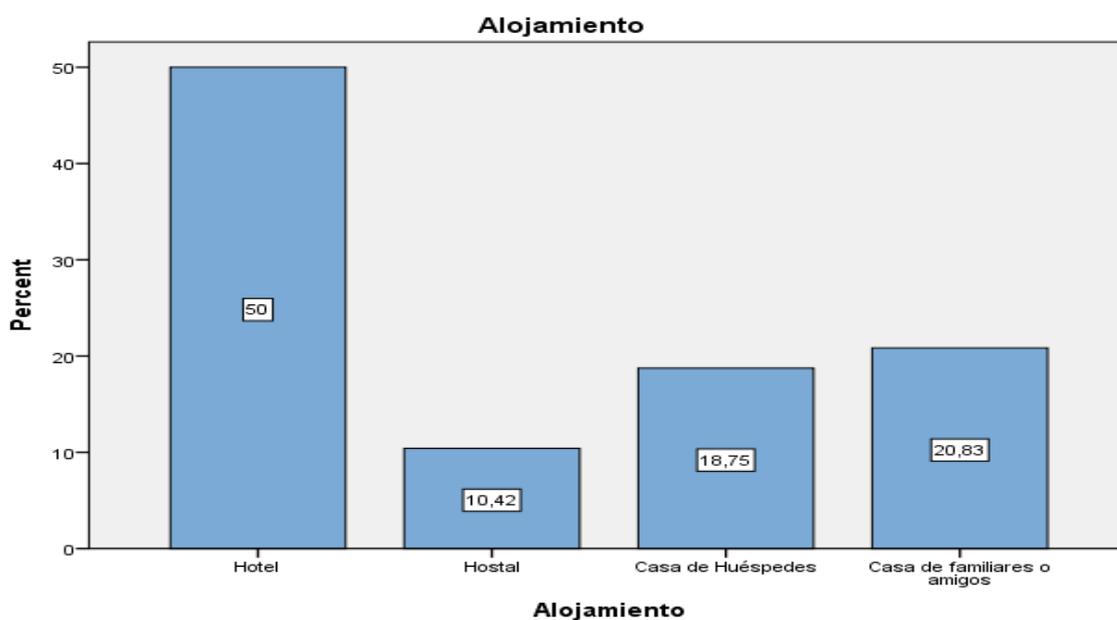
Tabla 12 Preferencia de alojamiento de los encuestados

		Alojamiento			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hotel	192	50,0	50,0	50,0
	Hostal	40	10,4	10,4	60,4
	Casa de Huéspedes	72	18,8	18,8	79,2
	Casa de familiares o amigos	80	20,8	20,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 10 Tipo de alojamiento de preferencia



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

Los datos de la encuesta demuestran el tipo de alojamiento que es de preferencia de los turistas que visitan la comuna de Ayangue, predominando el 50% los hoteles, seguido de casa de familiares o amigos dando como resultado 20%, continuamente la casa de huéspedes con el 18,8%, y por ultimo hostales siendo estos preferidos en el 10% de los encuestados.

## Pregunta 11 ¿Dónde prefiere consumir sus alimentos y bebidas?

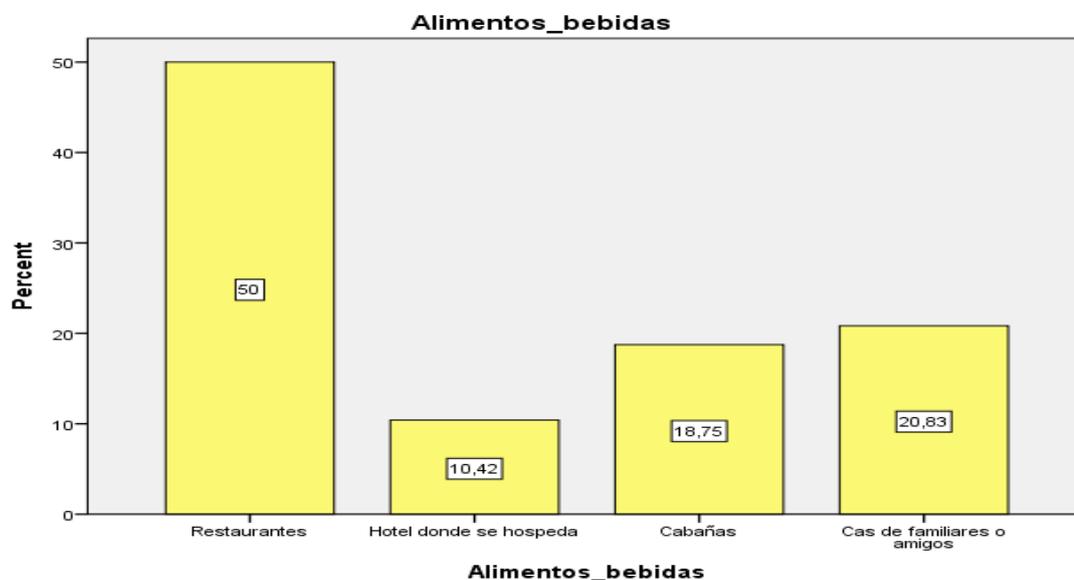
Tabla 13 Lugar de preferencia de consumir alimentos y bebidas de los encuestados

		Alimentos_bebidas			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
V al id	Restaurantes	192	50,0	50,0	50,0
	Hotel donde se hospeda	40	10,4	10,4	60,4
	Cabañas	72	18,8	18,8	79,2
	Cas de familiares o amigos	80	20,8	20,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 11 Consumo de alimentos y bebidas de los encuestados



Fuente: Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

Elaborado por: Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

### Análisis

Los resultados de la encuesta acerca de la preferencia de consumo en alimentos y bebidas dentro de la comunidad señalan a los establecimientos de restauración detallando el 50%, continuamente casas de familiares o amigos siendo el 20%, luego es de preferencia las cabañas con el 18,8%.

**Pregunta 12 ¿Qué es lo que pone en valor al momento de adquirir algún producto o servicio turístico?**

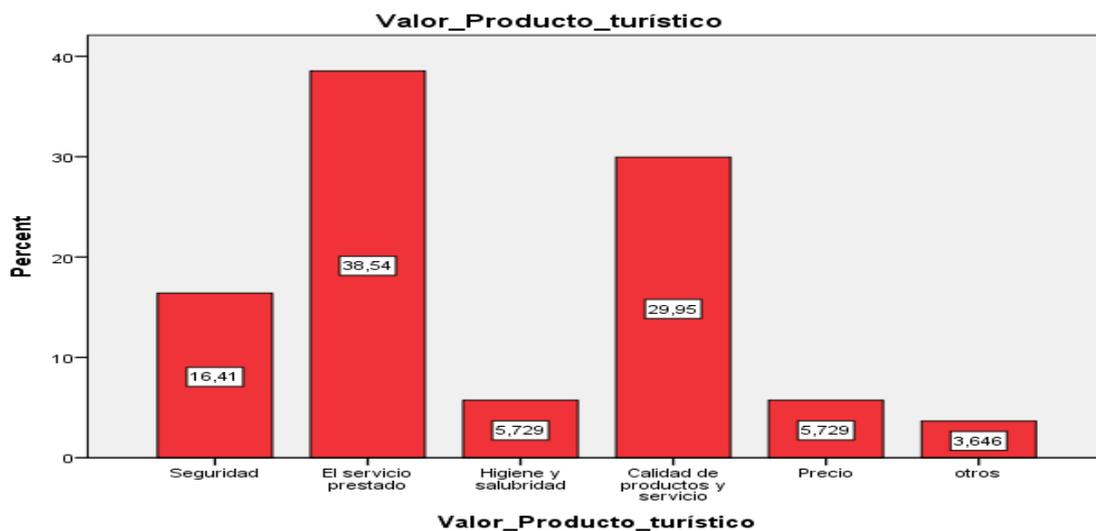
**Tabla 14 Valor de productos y servicio turístico**

Valor_Producto_turístico		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Seguridad	63	16,4	16,4	16,4
	El servicio prestado	148	38,5	38,5	54,9
	Higiene y salubridad	22	5,7	5,7	60,7
	Calidad de productos y servicio	115	29,9	29,9	90,6
	Precio	22	5,7	5,7	96,4
	Otros	14	3,6	3,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Gráfico 12 Valor de productos turísticos**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Analisis**

El grafico indica cual es valor que mide el turista al momento de adquirir algún tipo de producto o servicio turístico, considerando el 38,5% es por el servicio que recibe el visitante, también la calidad de productos y servicios prestados arrojando el 29,9%, seguido de la seguridad que brinda con el 16,4%, por ultimo higiene, salubridad y precios considerándose el 5,7%.

### Pregunta 13 ¿Por qué medios obtuvo información de la comunidad?

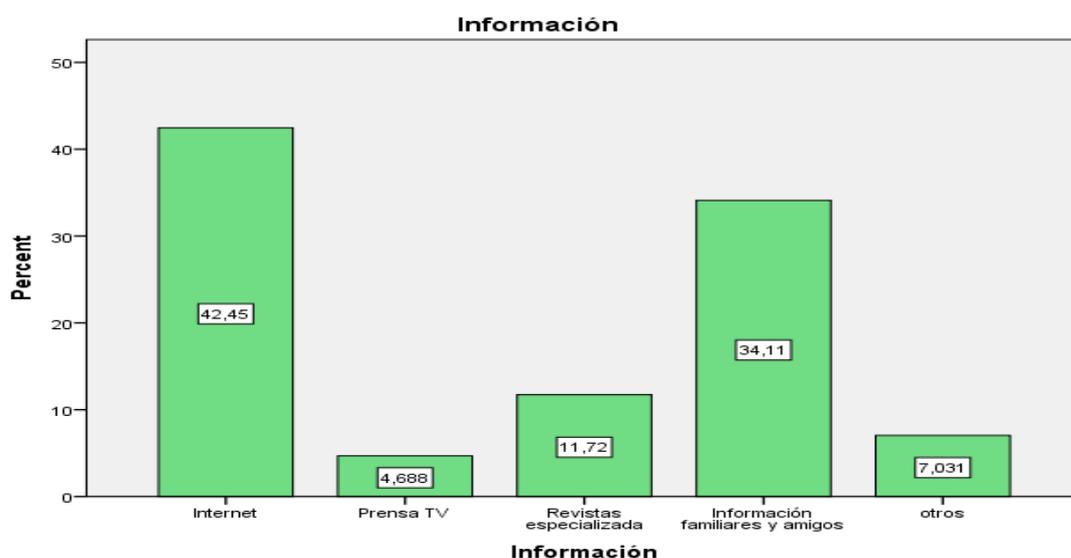
Tabla 15 Obtención de información de la comuna Ayangue

		Information			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Internet	163	42,4	42,4	42,4
	Prensa TV	18	4,7	4,7	47,1
	Revistas especializada	45	11,7	11,7	58,9
	Información familiares y amigos	131	34,1	34,1	93,0
	Otros	27	7,0	7,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

Gráfico 13 Información de la comuna de Ayangue



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

#### Analisis

Los medios utilizados para obtener información de la comunidad es el internet reflejando este en la tabla el 42,4%, también se considera la información de familiares y amigos indica el 34,1%, mediante revistas especializadas señalando el 11,7%, siendo los resultados más bajos en el grafico prensa y otros medios con el 4 al 7%.

**Pregunta 14 ¿Según su perspectiva como califica el nivel de satisfacción de la comunidad?**

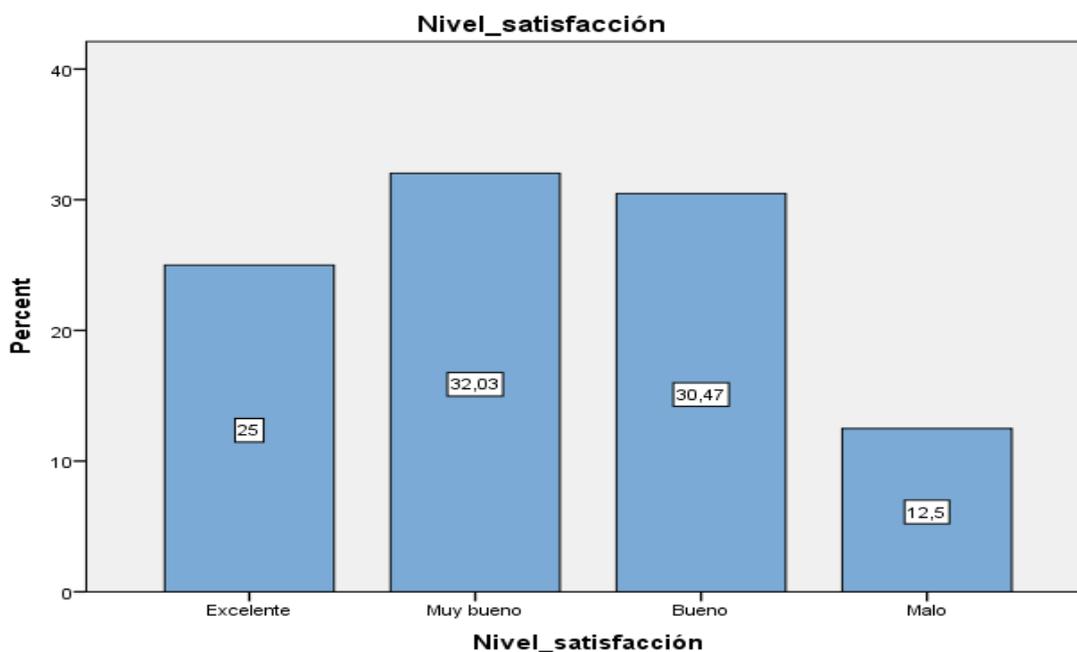
**Tabla 16 Nivel de satisfacción de los encuestados al visitar la comuna Ayangue**

		Nivel_satisfacción			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Excelente	96	25,0	25,0	25,0
	Muy bueno	123	32,0	32,0	57,0
	Bueno	117	30,5	30,5	87,5
	Malo	48	12,5	12,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Gráfico 14 Nivel de Satisfacción**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Analisis**

La apreciación de satisfacción que se percibe de la comunidad es considerada de la siguiente manera entre 30 a 32% muy buena y buena, el 25% menciona excelente mientras el 12% de los encuestados señalan que es mala.

**Pregunta 15: Son apropiados los precios de los servicios y los productos turísticos que brindan la comuna de Ayangue**

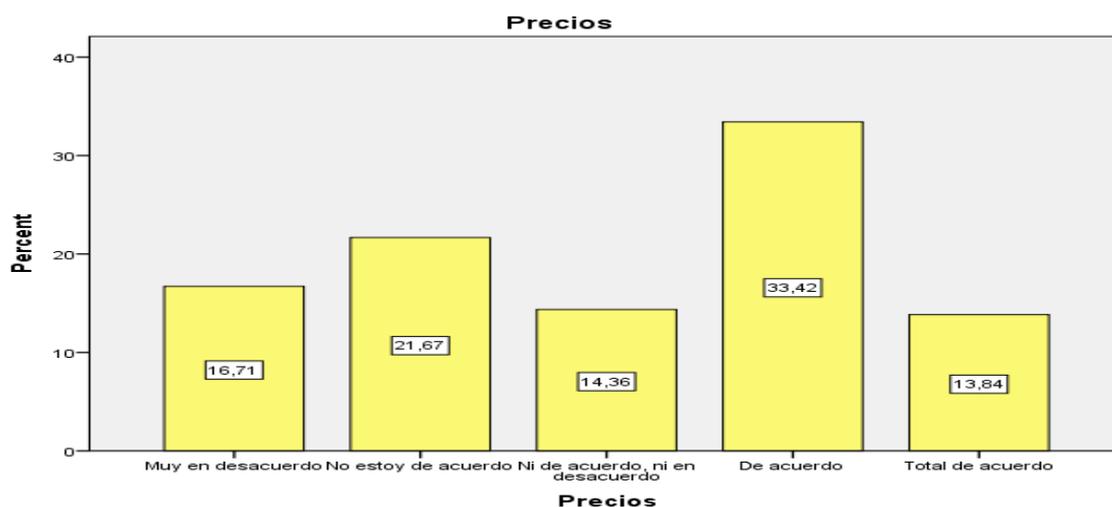
**Tabla 17** Según la perspectiva de los encuestados en los precios de los servicios turísticos

		<b>Precios</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy en desacuerdo	64	16,7	16,7	16,7
	No estoy de acuerdo	83	21,6	21,7	38,4
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	55	14,3	14,4	52,7
	De acuerdo	128	33,3	33,4	86,2
	Total de acuerdo	53	13,8	13,8	100,0
	Total	383	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		384	100,0		

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Gráfico 15** Precios de productos y servicios en la comuna de Ayangue



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Analysis**

Los precios de productos y servicios que presta la comunidad para los visitantes son medidos de la siguiente manera el 33,4% está de acuerdo con los valores, también existe el 16,7% de los encuestados indica está muy de acuerdo, continuamente el 14,4 no está de acuerdo ni en desacuerdo y por ultimo 13,8% está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 16 De los siguientes servicios, ¿Cuáles considera que hacen falta para mejorar su satisfacción?**

**Tabla 18 Satisfacción de los servicios en Ayangue**

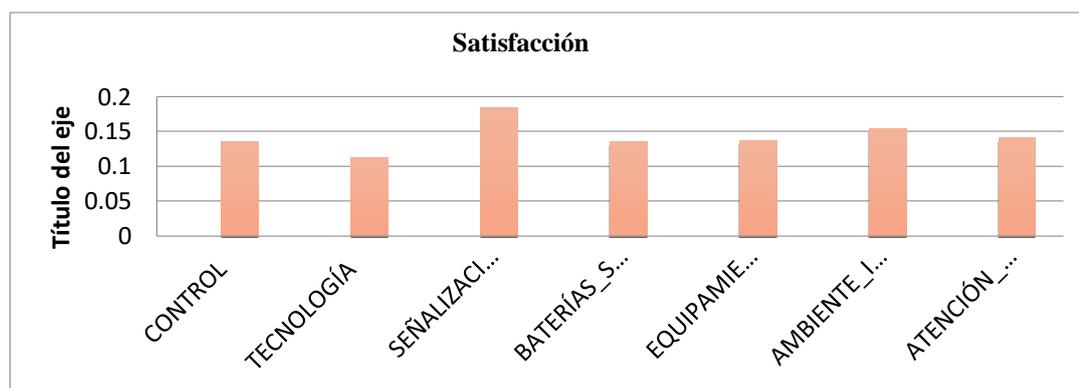
Frecuencias \$SATISFACCIÓN				
		Respuestas		Porcentaje de casos
		Nº	Porcentaje	
1 <sup>a</sup>	CONTROL		13,5%	69,1%
	TECNOLOGÍA		11,3%	57,6%
	SEÑALIZACIÓN		18,5%	94,2%
	BATERÍAS_SANITARIAS		13,6%	69,4%
	EQUIPAMIENTO_INFRAESTRUCURA		13,7%	69,7%
	AMBIENTE_INTERIOR_EXTERIOR		15,4%	78,5%
	ATENCIÓN_PRESTADA		14,1%	71,8%
Total			100,0%	510,3%

a. Agrupación de dicotomías. Tabulado el valor 1.

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Gráfico 16 Satisfacción de los encuestados**



**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas que visitaron la comuna Ayangue, septiembre 2020

**Elaborado por:** Yadira Vega Tomalá y Tatiana Castañeda Balón

**Analisis**

El resultado de la encuesta refleja que hace falta para llegar a satisfacer a los turistas que visitan la comunidad de Ayangue de esta manera como primer punto con porcentajes de 94% a la señalización continuamente el 78% el ambiente interior y exterior que es percibido en la comunidad, es considerado la atención que se presta en localidad valorándose con el 71%, mientras que el 69% a control, baterías

sanitarias y equipamiento en la infraestructura finalmente el uso de la tecnología siendo este el 57%.

### 3.1.2 Análisis de entrevistas autoridades

El siguiente análisis de entrevistas estuvo dirigido a las autoridades de las diferentes instituciones todas las entidades de apoyo para el planteamiento del proyecto, tales son:

**Tabla 19 Entrevistas**

Nombre de la Institución	Nombre de la persona a cargo	Cargo	Tiempo que tiene a cargo	Nivel de estudio
<b>Ministerio de Turismo – Dirección Santa Elena</b>	Ing. Paulina León Castro	Directora	5 años	Cuarto nivel
<b>EMUTURISMO – Santa Elena</b>	Master. María del Carmen Aquino	Gerente	7 días	Cuarto nivel

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

A continuación, se describen 4 preguntas que fueron aplicadas en la entrevista con el análisis respectivo, con la finalidad de determinar el interés en formar parte del proyecto Pueblos Mágicos.

**1. ¿Actualmente, usted tiene conocimiento acerca del convenio existente entre el Ministerio de Turismo Ecuador y México sobre el programa Pueblos Mágicos?**

De acuerdo a la información brindada, mencionaron que si tienen conocimiento acerca del programa Pueblos Mágicos. Debido, a que el mismo existe en otro País y ha sido reconocido a nivel mundial. Además, una de las autoridades entrevistadas se ha trasladado a este País que ha sido catalogado por uno de los más visitados por turistas nacionales y extranjeros. Por otra parte, la gestora del Ministerio de Turismo zona 5, menciona que una vez que se realizó un convenio entre el Ministerio de Turismo Ecuador y México, se ha estado trabajando arduamente con el proyecto.

**2. ¿Cómo principal actor turístico, estaría dispuesto a colaborar con la postulación de la comuna Ayangue al programa Pueblos mágicos?**

Las autoridades coincidieron en lo mismo, dando como respuesta un sí a la postulación de la comuna Ayangue al programa Pueblos Mágicos, en base a que dentro de la Ruta del Spondylus todavía ninguna comunidad ha sido postulada al proyecto. Y a su vez, sería una nueva oportunidad para el fortalecimiento y desarrollo de la localidad.

**3. ¿Desde su punto de vista, que beneficios usted considera que tendrá la comunidad, si fuera factible la postulación e incorporación al programa Pueblos mágicos?**

Los entrevistados mencionaron varios beneficios al ser factible la postulación e incorporación al programa Pueblos mágicos, entre los cuales están: mejoramiento de calidad en los servicios turísticos, adecuación y ordenamiento territorial de la playa, mejora de calidad de vida de los habitantes de la comunidad, ser reconocidos a nivel provincial y nacional, abrirse a un abanico lleno de nuevas oportunidades para implementar nuevos tipos de turismo, aumentar ingresos y unión entre los habitantes.

**4. ¿Qué limitaciones considera usted que existen en la comuna Ayangue para llegar al cumplimiento del proyecto?**

De acuerdo a la información brindada por las autoridades, indicaron algunas limitaciones que se podrían considerar para el cumplimiento del proyecto, los cuales son: no cumplir a tiempo con los cinco requisitos de proceso de registro, conflictos y desacuerdos entre las directivas del cabildo comunal y el comité de pueblos mágicos, que los actores turísticos no estén predispuestos a los cambios que se generen por normas y políticas. Finalmente, el lapso de tiempo para la documentación respectiva de presupuestos y trámites para el proceso de incorporación.

### **3.1.2 Análisis de entrevistas a operadores de viaje**

Los gerentes de las agencias de viajes y operadoras turísticas indicaron que tipo de servicio brindan y como es su modalidad de trabajo, todas las agencias y operadoras mantienen su personería jurídica en total normalidad, entre los productos que ofrece están alojamiento, transportación, traslados, circuitos turísticos, excursiones locales,

guianza seguro de viajes, presentación de eventos culturales, deportivos, ferias, exposiciones, trabajan por medio de reservas. No obstante, todas cuentas con servicios de renta de auto y autobuses, cruceros, visas y permisos.

### **3.1.1 Análisis de fichas de observación**

#### **Hoteles**

Las fichas de observación detallaron que los establecimientos tienen categoría única, dos y tres estrellas, poseen desde tres a veinte y cinco habitaciones, siendo estas en su mayoría matrimoniales, múltiples y familiares. En cuanto a la actividad que ejercen como la oferta de habitaciones, lo realizan a través de una personería jurídica, es decir emiten facturas para la prestación de servicios. En su mayoría, estos lugares cuentan con el área de alimentos y bebidas, recepción, áreas verdes, accesibilidad para personas con capacidades especiales, seguridad y estacionamiento. No obstante, todos cuentan con piscinas, pero supieron manifestar los prestadores de este servicio que es debido a que la localidad cuenta con una playa extensa. Así también, gran parte de los establecimientos hoteleros no usan contratos, en base a que son entidades familiares. Sin embargo, algunos de ellos cuentan con recurso humano contratado que están entre 1 a 4 personas y en su mayoría cuentan con permisos de funcionamiento.

#### **Restaurantes**

Los establecimientos de restauración se caracterizan por tener un ambiente agradable, son lugares que mantienen su área en total silencio, debido a que los mismos turistas lo prefieren así. En cuanto al polvo, se pudo observar que la mayoría de los establecimientos se ubican en el sector de la playa, por lo tanto, no afecta a los prestadores de servicios ni a los turistas. Por otro lado, la ventilación es natural, de 1 a 3 lugares cuentan con ventiladores en un 80 % se mantienen limpios. En el área de la cocina un 70% cuentan con cocinas industriales y a la vez cuentan con hornos en leña, un 95 %, cuentan con neveras, De la misma manera, en su totalidad cuentan con lavaplatos, pero en su mayoría necesitan mejorar la adecuación de ellos. Además, cuentan con instalaciones eléctricas, pero no las adecuadas ya que en varios lugares

se ven cables sobre los techos y eso no da una buena apariencia para los establecimientos. Por otra parte, todos cuentan con el servicio de agua, lo que no tienen es baño, solo 5 establecimientos cuentan con este servicio.

Dentro de las salas o salón están las mesas, su iluminación es natural, son pocos los que tienen con focos en sus salas indicando que trabajan en el día, las comandas que utilizan en un 100% son manuales, no cuentan con equipos electrónicos como audio y video a excepción que sea pedido de los visitantes, es importante recalcar que la mayoría de ellos buscan un lugar tranquilo, dicho por los comuneros.

El personal mantiene su presentación limpia. Sin embargo, no la adecuada para brindar el servicio como tal, solo usan uniformes en temporadas, tres locales son los que siempre están adecuadamente uniformados.

En lo que se refiere a comunicación, los servidores de restauración lo hacen por medio de paneles informativos y presentación de la carta o menús, indicaron que realizan ofertas o descuentos cuando llegan grupos grandes o clientes que siempre los visitan en temporada.

En cuanto al servicio que prestan, un 75% son capacitados por el ministerio de Turismo o proyectos de vinculación con la colectividad que los brinda la UPSE.

### **3.1.2 Analisis contenido**

#### **Descripción del territorio**

**Localización:** Según, Quintero (2012) en su proyecto de investigación, menciona que Ayangue es un pequeño pueblo de pescadores de la Ruta de Spondylus. Confirma una de las comunas pertenecientes a la Parroquia Colonche, Provincia de Santa Elena.

#### **Ilustración 2 ubicación Ayangue**



Fuente: google maps

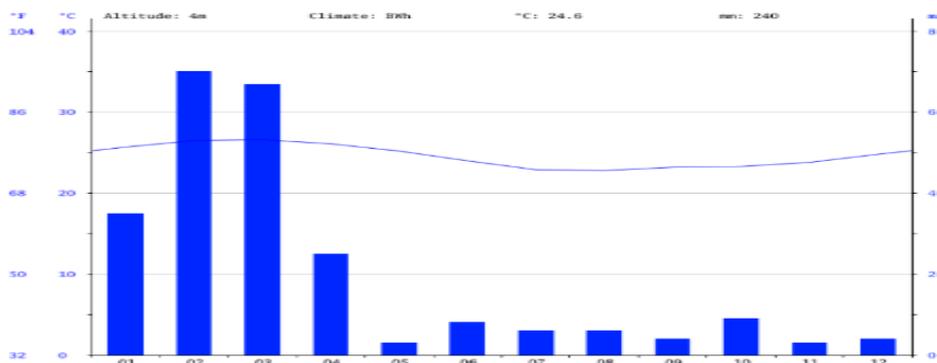
Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

**Extensión territorial:** También se conoce a Ayangue como "la piscina del Pacífico". Limita al norte con la comuna San Pedro, al sur con la comuna Palmar, al este con la parroquia Colonche y la cordillera del mismo nombre y al oeste con el Océano Pacífico, mencionó (Damaris, 2012)

**Clima:** La comuna Ayangue tiene un clima cálido entre 20°C y 25°C. El clima es "desierto". Durante el año, virtualmente no hay lluvia en Ayangue, se considera BWh (desértico cálido, donde las temperaturas en verano son extremadamente altas) según la clasificación climática de Köppen-Geiger. La temperatura media anual en Ayangue es de 24,6 ° C. y la precipitación media aproximada es de 240 mm.

### Climograma de Ayangue

Ilustración 3 Climograma de Ayangue



Fuente: climate-data.org

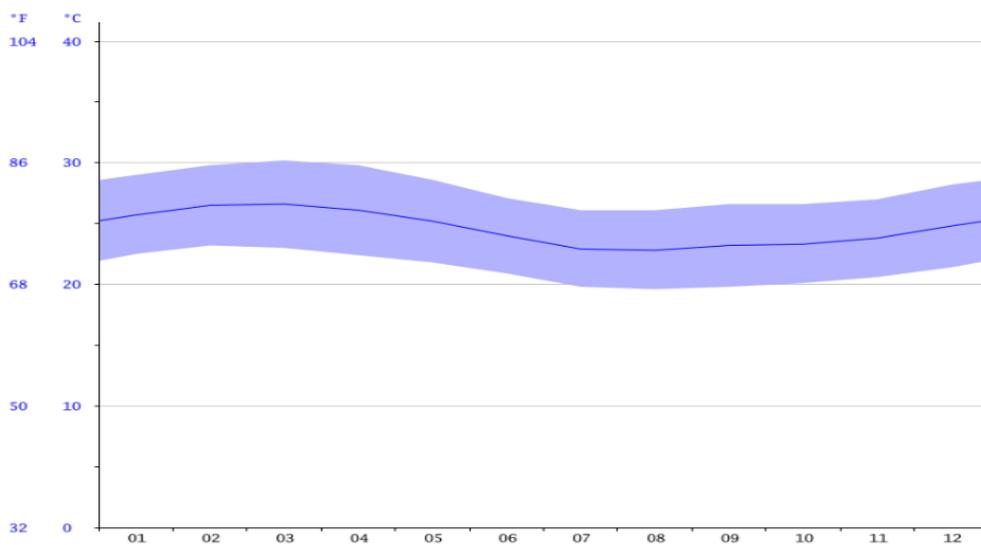
Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

La mayor cantidad de precipitación ocurre en febrero, con un promedio de 70 mm.

El mes más seco es mayo con 3mm

### Diagrama de temperatura de Ayangue

Ilustración 4 Diagrama de temperatura de Ayangue



Fuente: climate-data.org

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

Las temperaturas medias más bajas del año se producen en agosto, con un promedio de

22.8° C. Marzo es el mes más cálido del año, la temperatura de este mes es de un

promedio 26.6°C

### Tabla climática – datos históricos del tiempo de Ayangue

Tabla 20 Datos históricos clima Ayangue

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Temperatura media (°C)	25.7	26.5	26.6	26.1	25.2	24	22.9	22.8	23.2	23.3	23.8	24.8
Temperatura mín. (°C)	22.5	23.2	23	22.4	21.8	20.9	19.8	19.6	19.8	20.1	20.6	21.4
Temperatura máx. (°C)	29	29.8	30.2	29.8	28.6	27.1	26.1	26.1	26.6	26.6	27	28.2
Precipitación (mm)	35	70	67	25	3	8	6	6	4	9	3	4

Fuente: climate-data.org

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

La variación en las temperaturas durante todo el año es 3.8 ° C. Hay una diferencia de 67 mm de precipitación entre los meses más secos y los más húmedos. (climatedata.org, 2017)

### Demografía

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la parroquia de Colonche tiene 31.322 habitantes. Dentro de esta localidad se encuentra la comuna Ayangue con una población de 1.357 habitantes, el 52,54% son hombres y el 47,46% mujeres, se puede evidenciar que el género predominante es masculino.

**Tabla 21 Población por géneros**

GÉNERO	N. DE HABITANTES	%
MASCULINO	713	52,54%
FEMENINO	644	47,46%
TOTAL	1.357	100%

**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Censo 2010**  
**Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira**

Además, se encuentran los grupos de población según la edad, en el siguiente cuadro se puede identificar que los porcentajes son diferenciados. Con un promedio mayor de 59% correspondiente a un grupo de adultos. Por otro lado, con un 36% equivalente a un grupo de niños entre 0 a 12 años. Por último, con un 5% perteneciente a un grupo de adultos mayores.

**Tabla 22 Población por edad**

Descripción	Hombre	Mujer	Total	%
0-12 años	262	222	484	36
Adultos	422	384	806	59
Adultos mayores	29	38	67	5
Total	713	644	1537	100%

**Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – Censo 2010**

**Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira**

### **Sectores económicos**

Ayangue se encuentra dentro de las concentraciones poblacionales predominantes del sector costero. La localidad mantiene una estrecha relación con las actividades económicas de las industrias pesquera y turística. (Plan Desarrollo y Ordenamiento Territorial Santa Elena, 2014 - 2019)

Además, Ayangue es una de las comunas que elabora harina de pescado para balanceados, esto se comercializa en el mismo lugar. se estima que directa o indirectamente se benefician alrededor de 1.900 familias vinculadas a las labores de pesca, contando otras comunas.

(Plan Desarrollo y Ordenamiento Territorial Santa Elena, 2014 - 2019)

En el desarrollo de las grandes ciudades tienen lugar a importantes acontecimientos que marcan el desarrollo posterior de las mismas. De esta forma, se han alcanzado los picos de crecimiento demográfico, crecimiento industrial y desarrollo comercial, coincidiendo con hechos y circunstancias históricas con un resultado determinante en el crecimiento de la ciudad. Algunos de los principales hechos que han marcado la localidad de Ayangue son los siguientes:

- Fundación de asociación mujeres unidas (mujeres que marcaron la historia de Ayangue en hacer el cambio, dedicándose a actividades productivas, esto dio inicio en el año 2015)
- Programa Nacional Para la Excelencia Turística, plasmo un proyecto con el objetivo de hacer participar a las personas, valorando las oportunidades en el ámbito turístico. (Turismo, 2014)
- Servidores Turísticos de Santa Elena se capacitan en temas de Sostenibilidad (Mintur, 2017)
- Capacitación, fortalece vínculo turístico empresarial en Santa Elena (Mintur, 2018)
- Ayangue es considerado “La Piscina del Pacífico” (Mintur, 2019)
- Ayangue se encuentra en la actualidad, como una de las ciudades del sol, que conlleva un eminente panorama económico, debido a la visita de

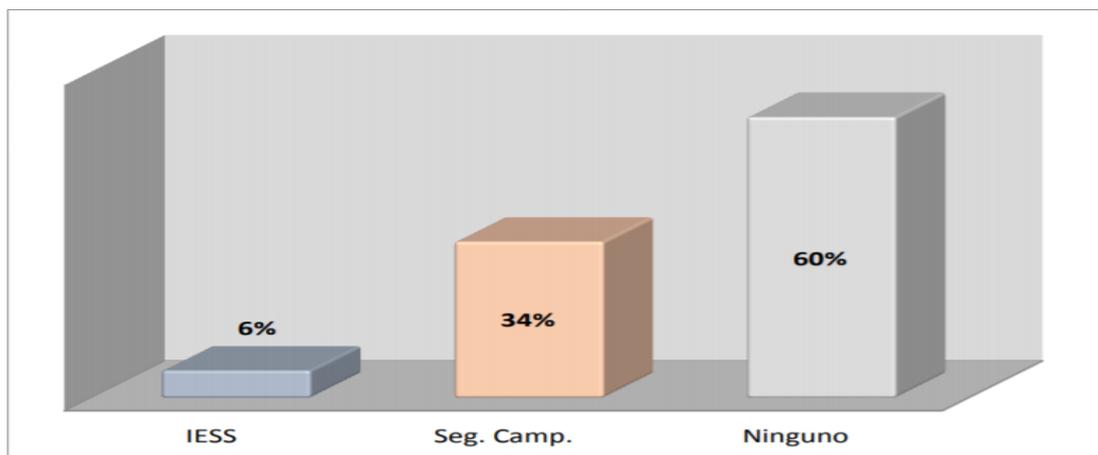
muchos turistas nacionales y extranjeros. Es notorio, que la mayoría de ellos va por unas vacaciones de playa y diversión.

- El principal sector de esta localidad, tanto en número de trabajadores como en números de empresas, es el sector de servicios, destacando el turismo, vinculado con la planta turística. Es decir, los establecimientos hoteleros, las cabañas de comida, operadores turísticos y lugares complementarios. (tiendas, farmacias, bares).

### **Mercado laboral**

El número promedio de 6% personas afiliadas realizan sus aportes al IESS. Por otro lado, con un 34% de comuneros realizan sus aportes en el seguro campesino. Es importante resaltar que gran parte de la población, no efectúan ningún tipo de aporte, dado que no se benefician con trabajos públicos o privados con afiliación.

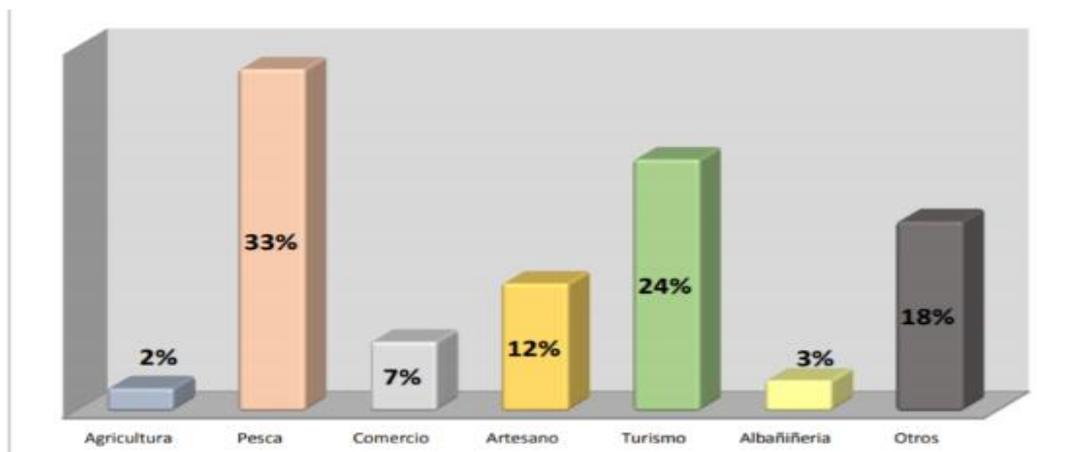
**Ilustración 5 Aportación o afiliado**



**Fuente: Plan desarrollo económico – Alex Tapia 2015**

**Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira**

**Ilustración 6 Actividad que se dedican**



**Fuente:** Plan desarrollo económico – Alex Tapia 2015

**Elaborado por:** Castañeda Tatiana – Vega Yadira

Los habitantes de la comunidad la mayoría se dedican a la pesca y el turismo, otro grupo de personas estudian, son amas de casa. A diferencia de otras personas que se dedica a la venta de artesanías, albañilería y agricultura. Es importante mencionar que existen pobladores que no poseen de empleo. (Tapia A. A., 2015)

## **Infraestructuras y servicios públicos**

### **Agua**

Según datos por GASAR (departamento de gestión de agua y saneamiento rural) Ayangue se encuentra con un 85% de servicio de alcantarillado sanitario, esto quiere decir que un 15% de la población de la comunidad aún no cuenta con tal servicio. Es importante mencionar que aquel servicio está encargado por el GADM que está siendo administrada por la Empresa AGUAPEN E.P. (Plan Desarrollo y Ordenamiento Territorial Santa Elena, 2014 - 2019)

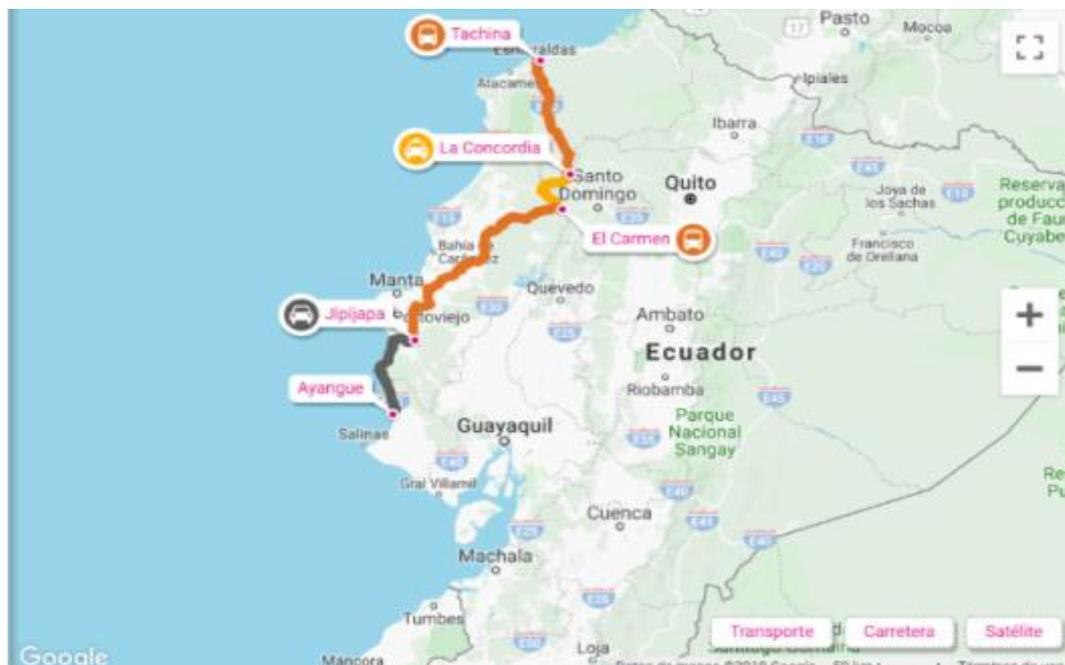
La comuna de Ayangue debe de atender las necesidades de la población que muy aparte del número de habitantes que viven en la localidad, también existe otro tipo de demanda que necesitan abastecerse. Por ende, la Empresa AGUAPEN EP, Junto con el GAD de

Santa Elena garantizan el suministro de agua para toda la población. Para obtener estos beneficios se realizaron pruebas operativas para verificar el volumen de agua que contenía Ayangue. Por otra parte, se realizó cartas de compromiso para terminar con el desabastecimiento de agua, todo funciona con mejoras del entorno para satisfacer una de las necesidades básicas del ser humano. (agua, 2017)

## Transporte

Para llegar a Ayangue existen dos caminos, la primera vía como se muestra en la imagen, es desde Esmeraldas, Atacames, La Concordia, Bahía de Caráquez, Manta, Portoviejo, Jipijapa, Puerto López, Ayangue. La distancia varía entre 556.0 a 615.9 km con el tiempo aproximado de 9 a 10 horas de viaje por carretera. (Gomez, 2019).

**Ilustración 7 Vía a Ayangue**

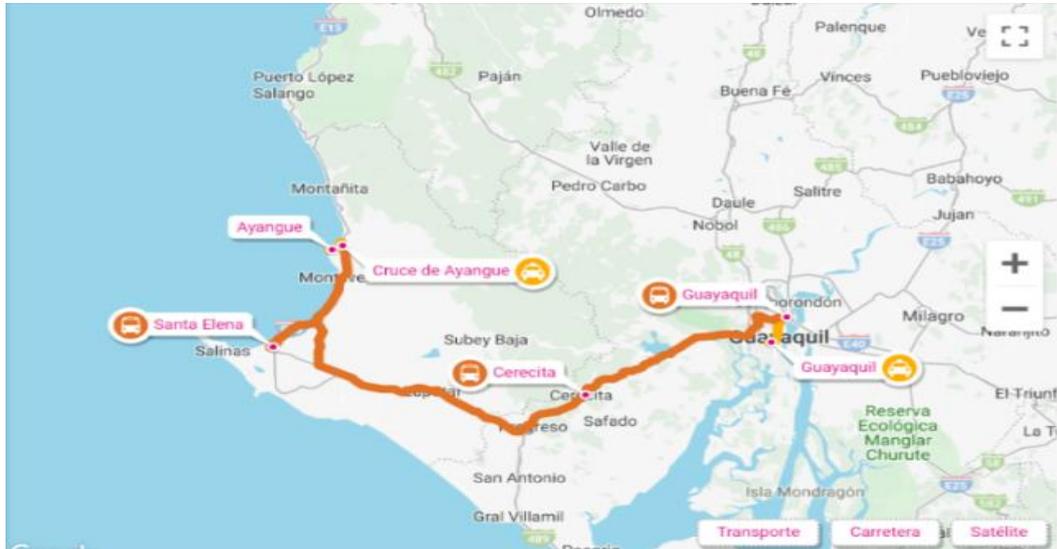


**Fuente:** google maps

**Elaborado por:** Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

A continuación, se muestra el segundo camino el cual es la salida desde Guayaquil, Cerecita, Progreso, Zapotal, Santa Elena, Monte Verde, Ayangue, se recorre 160 km y el tiempo aproximado varia de dos a tres horas de viaje por carretera. (Gomez, 2019).

## Ilustración 8 Vía a Ayangue



Fuente: google maps

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Autobuses

Las empresas de transporte que operan para llegar al cruce de Ayangue son los siguientes:

- ✦ Cooperativa de transporte 2 de noviembre
- ✦ Cooperativa de transporte manglaralto
- ✦ Cooperativa de transporte C.I.T.P
- ✦ Cooperativa de transporte reales tamarindo
- ✦ Cooperativa de transporte C.L.P

En estos medios de transportes se trasladan una gran cantidad de turistas, especialmente los que inician su viaje desde Guayaquil hacia el atractivo. Santa Elena dispone de una cómoda estación de autobuses en el que parten todas las líneas que trasladan hacia la ruta de la Spondylus. En este caso, llega hasta el cruce de Ayangue. (Gomez, 2019).

### **Servicio de Taxi**

Existen asociaciones de taxistas que brinda su servicio desde el cruce hacia la entrada del atractivo, puede ser de uso personal o a su vez compartido con otros visitantes. Las cooperativas de taxis son:

Montañisol S.A la cooperativa de taxis atiende a turistas nacionales y extranjeros, cuenta con más de 10 años de experiencia al brindar un buen servicio aportan al desarrollo turístico de la localidad. (Diseños, 2019).

Servicio de Taxis Surftaxi, está ubicado en la calle 10 de agosto en Montañita ofrecen buen servicio y cuentan con recomendaciones. (Gomez, 2019).

### **Sanidad**

El sector salud o la sanidad es el conjunto de bienes y servicios encaminados a preservar y proteger la salud de las personas. Por ende, Ayangue posee un centro de Salud dirigida por el Ministerio de Salud perteneciente a la parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena, está ubicada en la carretera principal frente a la iglesia distrito N.24D01, horario de atención es a partir de la 8:00 am. (Ayangue, 2019)

### **Educación**

La educación es la clave para obtener desarrollo en cualquier lugar, es por eso que contar con infraestructuras que cumplan con las necesidades del ser humano es de vital importancia para el avance continuo de la comuna Ayangue. Dentro de la parroquia Colonche y sus alrededores existen centros educativos. Lo cual significa que pueden ser privados o públicos. Entre los cuales se enlistan los siguientes: (Educación, 2019)

- ✦ Provincia Carchi
- ✦ Palmar
- ✦ Colegio Valdivia
- ✦ Colegio San Alberto Magno

### **Formación, investigación y sensibilización turística**

#### **Formación turística**

La formación del personal en el destino turístico debe considerarse como un factor fundamental, sobre todo ante las nuevas tendencias que remarcan la importancia de la riqueza y calidad de la experiencia turística. La demanda turística se caracteriza por las visitas concurrentes, bajas o nulas del destino que ya fue disfrutado. Por ende, el consumidor satisfecho actúa como portavoces ante futuros turistas potenciales. Tras aquello, es muy importante la formación que el servidor posea para conseguir beneficios económicos en la localidad. (Suárez L. P., 2011)

### **Investigación y las Tics en el Turismo**

La comuna Ayangue cuenta con el apoyo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, en lo que se refiere a investigaciones relacionadas al turismo. Una de ellas es la carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, también hay grupos de estudiantes que realizan proyectos de vinculación con la comunidad, que de alguna manera buscan beneficios para los sitios de estudio. Es importante mencionar, que existen otras Universidades como La Espol, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil, las mismas que realizan proyectos enfocándose en el ámbito turístico. Asimismo, instituciones de estado como Senescyt, Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas que de una u otra manera aportan para beneficios futuros.

A continuación, se presentan las líneas de investigación enfocadas en la comunidad de Ayangue:

- Biodiversidad el Pelado (Senescyt, 2016)
- Entorno Biogeográfico, Reserva Marina “El Pelado” La REMAPE (Marinas, 2018)
- Plan De Desarrollo Económico Para La Comuna Ayangue, Parroquia Colonche, Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena (Tapia, 2015)
- Análisis situacional de la playa Ayangue como destino de eventos para promover el turismo de boda. (Villegas, 2018)
- Reserva Marina El Pelado (Ambiente, 2015)

- Conservación de la Concha Spondylus y otras Especies Marinas (Senescyt, 2018)
- Evaluación de Uso Turístico del Balneario de Ayangue (Jara)
- Plan De Promoción Del Cristo De Las Aguas De La Comuna Ayangue Para Fomentar El Turismo De La Zona (Litardo, 2012)
- La Diversificación Turística Como Alternativa De Desarrollo Económico Para

### ACTORES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO

ACTORES INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO
MINTUR
GAD Municipal de Santa Elena
Emuturismo
Ministerio de Ambiente
Comunidad de Ayangue

La Comuna Ayangue (Rodríguez, 2017)

- Análisis Del Turismo Y Su Impacto En El Desarrollo Económico De Los Prestadores De Servicios De Tours En Yate En La Comuna Ayangue – Cantón Santa Elena. (Tomalá, 2016).

**Tabla 23 Actores turísticos**

**Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira**

### **Tejido institucional**

Es muy importante identificar y analizar el tejido institucional que existe en la comuna Ayangue, las entidades relacionadas con el sector turístico están inmersas de manera directa o indirecta, las mismas que deben tener en cuenta, que forman parte de las estrategias que pueden llegar a impulsar y favorecer al desarrollo de oportunidades, una vez ya puesto en valor los recursos que posee la comunidad. Por lo tanto, se debe considerar a todos los actores involucrados para poner en marcha proyectos que favorezcan a la comunidad, entre los involucrados se enlistan los siguientes: (Suárez L., 2019).

### **Análisis turístico**

Al momento de analizar un destino turístico, se debe hacer desde una perspectiva interna (Recursos, oferta, actores) y así también desde una perspectiva externa (demanda, competidores, tendencias).

En el siguiente contenido se realiza, por un lado, un análisis turístico de la comuna de Ayangue identificando y valorando los principales elementos que permiten definir al lugar y determinando las tendencias y claves del mercado turístico que nos ayudarán a posicionar a Ayangue en el panorama turístico provincial. (Rodríguez, 2017)

### **Oferta de recursos turísticos**

Una oferta turística de un destino que cumpla los estándares de calidad y accesibilidad es una garantía de éxito. Además, tal oferta está basada en historia, tradición y cultura, tiene todos los factores propios para el desarrollo de un turismo de calidad y sostenible en el tiempo. (Rodríguez, 2017) Con el análisis de los recursos del territorio se identifican aquellos sobre los que se considera necesario intervenir para consolidar una oferta atractiva. De esta forma, se ha llevado a cabo un análisis de los recursos culturales y naturales.

### **Recursos naturales y culturales**

Al referirse a los recursos naturales se describe a todos los componentes que posee la naturaleza susceptible de ser utilizada por los seres vivos para su satisfacción de las necesidades, además poseen un valor actual o potencial en el mercado. Los recursos culturales están ligados con todos los aspectos de vida de la población que permita fortalecer la identidad definida de cada individuo en sus costumbres, patrimonios, tradiciones y manifestaciones artísticas autóctonas de cada población. (Rodríguez, 2017).

### **Recursos naturales**

Tabla 24 Reserva Marina El Pelado

RESERVA MARINA EL PELADO	
<b>Características físicas del atractivo</b>	
<b>Calidad del agua:</b>	Clara de color verde.
<b>Flora y fauna:</b>	Arrecifes, peces de colores, tiburones blancos de arrecifes, tortugas, langostas, pulpos y pargos de raya azul.
<b>Actividades varias:</b>	Actividades acuáticas y subacuáticas como observación de ballenas y de flora y fauna marina, snorkeling y buceo. El mar muestra condiciones adecuadas para navegar con seguridad, idónea para la mayoría de actividad que se realizan en la zona.
<b>Descripción del recurso:</b>	
<p><b>Turismo submarino.</b> - En el Pelado se puede realizar buceo y observar arrecifes, langostas, tortugas, pulpos tiburones blancos y peces de colores. También se puede hacer pesca deportiva.</p>	

Fuente: Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

Tabla 25 Playa Ayangue

PLAYA AYANGUE	
<b>Características físicas del atractivo</b>	
<b>Calidad del agua:</b>	Clara de color verde
<b>Calidad de la arena:</b>	Fina y de tonalidad claro
<b>Flora y fauna:</b>	La vegetación que se da en el lugar son cocos y bananas, en cuanto a la fauna se puede encontrar conchas, cangrejos y lisas.
<b>Actividades varias:</b>	Actividades acuáticas y subacuáticas como avistamiento de ballenas, pesca deportiva, snorkeling, buceo, paseos en bicicleta y volley playero. La playa muestra condiciones adecuadas para navegar con seguridad idónea para la mayoría de actividad que se realizan en la zona.
<b>Descripción del recurso:</b>	
<p>Ayangue cuenta con una extensión de playa de 1000 m de largo con un ancho de 100m aproximadamente, es una bahía cerrada y de aguas tranquilas donde se encuentran las embarcaciones de los pescadores y los yates de las personas que se dedican a ofrecer servicios acuáticos y subacuáticos, existen locales que brindan distintos tipos de servicio al turista como camping, restaurantes, puestos de cocteles, batidos y jugos, tiendas, y puestos de artesanías, junto con los hoteles que se encuentran cerca de la playa. A 6 millas se puede visitar el islote El Pelado que forma parte de la Reserva Marina El Pelado con 13.005 ha marinas y 96 ha terrestres se encuentra gran cantidad de peces y gran riqueza y diversidad de vida marina esto lo convierte en un lugar oportuno para realizar actividades acuáticas y el sitio preferido para aquellos amantes de la naturaleza.</p>	

**Fuente:** Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017  
**Elaborado por:** Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

**Tabla 26 Bahía de Ayangue**

<b>BAHIA DE AYANGUE</b>	
<b>Características físicas del atractivo</b>	
<b>Calidad del agua:</b>	Semiturbia, temperatura media.
<b>Dimensión de la playa:</b>	1440 metros de longitud
<b>Color de la arena:</b>	Gris claro, semigruesa.
<b>Tiempo de recorrido:</b>	Aproximadamente 25 minutos.
<b>Actividades varias:</b>	Snorkel, voleibol, caminata, observación de especies marinas, juegos de arena, fotografía, bananas, bestia, natación, cayac.
<b>Descripción del recurso:</b>	
Es una bahía cerrada con presencia de acantilados que forman una ensenada de oleaje suave presenta flora focusnucifera (coco) y ucides occidentales (cangrejos).	

**Fuente:** Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017  
**Elaborado por:** Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

Tabla 27 Playa Portete Chico

PLAYA PORTETE CHICO		
<b>Características físicas del atractivo</b>		
<b>Calidad del agua:</b>	Semiturbia, temperatura media.	
<b>Dimensión de la playa:</b>	634.5 metros cuadrados.	
<b>Color de la arena:</b>	Gris claro, semigruesa.	
<b>Tiempo de recorrido:</b>	Aproximadamente 15 minutos.	
<b>Actividades varias:</b>	Snorkel, voleibol, caminata, observación de especies marinas, juegos de arena, fotografía.	
<b>Descripción del recurso:</b>		
<p>La playa Portete chico presenta un ecosistema correspondiente a "matorral seco de tierras bajas" propio de la costa ecuatoriana. Su relieve es lineal con presencia de pequeñas rocas y el nivel de dificultad para su acceso es normal.</p>		

Fuente: Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

Tabla 28 Playa Portete Grande

<b>PLAYA PORTETE GRANDE</b>	
<b>Características físicas del atractivo</b>	
<b>Calidad del agua:</b>	Semiturbia, temperatura media.
<b>Dimensión de la playa:</b>	5.468 metros cuadrados.
<b>Color de la arena:</b>	Gris claro, semigruesa.
<b>Tiempo de recorrido:</b>	Aproximadamente 20 minutos.
<b>Actividades varias:</b>	Snorkel, cayac, voleibol, caminata, observación de especies marinas, juegos de arena, fotografía.
<b>Descripción del recurso:</b>	
<p>La playa Portete Grande presenta un ecosistema correspondiente a "matorral seco de tierras bajas" propio de la costa ecuatoriana. Su relieve es lineal con presencia de pequeñas rocas y el nivel de dificultad para su acceso es difícil debido a la presencia de matorral y las malas condiciones de la vía.</p>	

Fuente: Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## **Recursos culturales**

### **Costumbres**

Las costumbres son la manera de comportarse de las personas en una sociedad, estas son obtenidas a lo largo de los años por distintas razones, en algunos casos las costumbres suelen estar formadas de distintas circunstancias culturales de una localidad determinada.

### **Tradiciones**

Se refiere al conjunto de costumbres y manifestaciones que cada comunidad posee y son consideradas valiosas, estas son mantenidas para que las nuevas generaciones puedan receiptarlas y aprender de ellas como parte indispensable de la cultura de su comunidad. Ayangue posee juegos tradicionales tales como: andar en bicicleta, ensacados, juegos de trompos. Otra tradición es cocinar en leña que a medida que pasa el tiempo se va perdiendo por el uso de gas.

#### **Ilustración 9 Cocina en leña**



Fuente: Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017  
Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### **Fiestas comunales**

Hace relación al conjunto de solemnidades con que una comunidad celebra en un determinado tiempo. Esencialmente estas fiestas suelen suceder por celebrar la fundación de dicha comunidad o también por el descubrimiento del lugar en donde habitan.

#### **Ilustración 10 Cristo de las Aguas**



**Fuente:** Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017  
**Elaborado por:** Castañeda Tatiana – Vega Yadira

### **Gastronomía**

El producto turístico principal de la comuna Ayaque es la gastronomía basada en la variedad de mariscos que posee el mar, existe un plato llamado arroz ayaqueño.

#### **Ilustración 11 Gastronomía – Langostino**



**Fuente:** Diversificación turística – Rodríguez Mario 2017  
**Elaborado por:** Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### **Oferta turística básica**

Dentro de la oferta turística se encuentran productos y servicios que son ofertados en el destino, los mismos que están directamente dirigidos para futuros consumidores. En la actualidad, se lleva a cabo una debida planificación de programas y proyectos para dar a conocer el destino. En comparación de otros destinos, dentro de la provincia de Santa Elena, Ayangue es preferido por varios visitantes en especial aquellos que desean pasar momentos relajados y en familia. Ayangue sigue presentando oportunidades para situarse y posicionarse como destino único de costa dentro del contexto nacional. (Rodríguez, 2017)

### **Oferta de Alojamiento**

La oferta turística de alojamiento que ofrece la comunidad de Ayangue cumple con varios criterios de servicios que son exigidos en un destino turístico. Sin embargo, cuenta con pocos establecimientos hoteleros, la composición de esta oferta viene dada por la predominancia de hoteles de tres estrellas, seguido de los de dos, una estrella y única entre estas categorizaciones están hoteles, hostales, casas de huéspedes. La estructura de alojamiento que son ofertados delimita el perfil al que se desea orientar. Sin embargo, existen turistas pocos exigentes en servicios de calidad. No obstante, a aquello algunos establecimientos hoteleros cumplen con las expectativas del consumidor. Se recomienda que los servicios que sean ofertados en los distintos establecimientos añadan un valor agregado que marcara la diferencia con otros establecimientos. Un aspecto clave, es que siempre existirán visitantes con diferentes

expectativas, en este caso personas de poder adquisitivo medio- alto que son las que van a tener requerimientos para que les brinden un excelente servicio. Por otra parte, turistas que solo se conforman con cosas mínimas en su habitación y es allí que se enfatiza la importancia de exigirse más con el destino y oferta turística. (Franco, 2017)

En la siguiente tabla, se procede a exponer los diferentes establecimientos de alojamiento que se encuentran en la comuna Ayangue.

**Tabla 29 Clasificación alojamiento**

#	Nombre del establecimiento	Propietario	Tipo de actividad	Categoría	HB
1	KANAGUA & SPA HOTEL	QUEVEDO CHIRIBOGA GLORIA IVONE	HOTEL	2 ESTRELLAS	20
2	HOTEL PLAYA AVENTURA	MANCERO ORTIZ JEAN BENNY	HOTEL	3 ESTRELLAS	15
3	HOSTERIA MUYUYO	BOHORQUEZ VELA MIRNA CLEOTILDE	HOSTERIA	3 ESTRELLAS	11
4	HOSTAL NAUTILLUS	MILANI FIORENZO	HOSTAL	1 ESTRELLA	6
5	HOSTAL EL TAMARINDO	VALDEZ VILLAMAR JOHNNY ENRIQUE	HOSTAL	1 ESTRELLA	10
6	CASA DE HUESPEDES AYANGUE PACIFIC TURIS	SANCHEZ CAMPOS ALVARO FERNANDO	CASA DE HUESPEDES	UNICA	4
7	CASA DE HUESPEDES EVA MAR	MEJIA COBEÑA CARMEN ELISA	CASA DE HUESPEDES	UNICA	3
8	HOTEL CASA AYANGUE	LIZARZABURU LEON MARIA BERNARDITA	HOTEL	2 ESTRELLAS	10
9	HOSTAL Y COMEDOR MIRAMAR	COCHEA GUALE MARIA DOLORES	HOSTAL	1 ESTRELLA	5
10	HOSTAL LAS TERRAZAS	VITERI MOSQUERA PAULINO ANTONIO	HOSTAL	1 ESTRELLA	6

11	HOSTERIA CUMBRES DE AYANGUE	VERA CAÑIZARES JIMMY DOMINGO	HOSTERIA	3 ESTRELLA	25
12	HOSTAL SOL Y MAR	NEIRA VICUÑA ANGEL ANTONIO	HOSTAL	1 ESTRELLA	11
13	CASA DE HUESPEDES CASA DOS	RIVERA SOLANO JOSE FELIPE	CASA DE HUESPEDES	UNICA	3

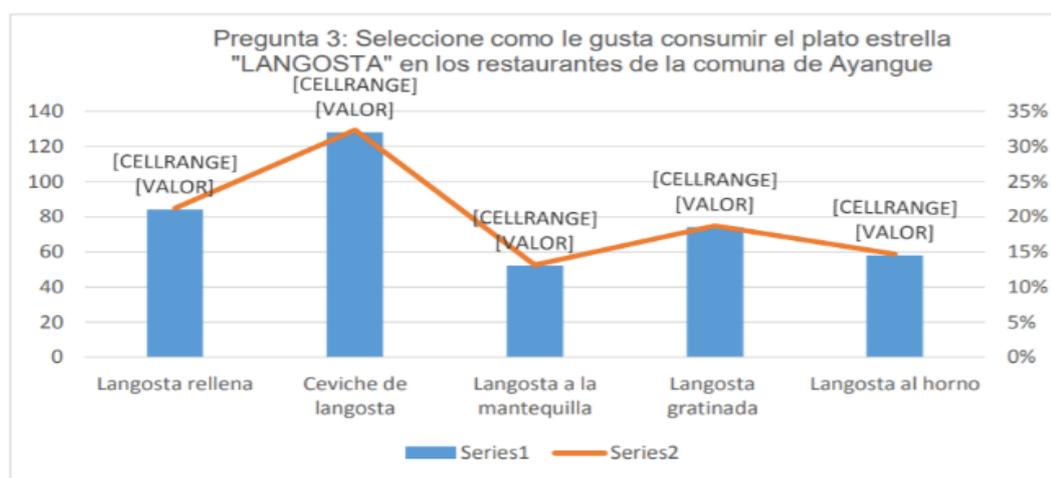
Fuente: Ministerio de turismo - 2017

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### Oferta de Restauración

La oferta de restauración presente en la comunidad responde a una variedad creciente de comida de mar, la misma que es predominante en todo el sector. Por tanto, todos los establecimientos de restauración ofrecen comida con mariscos frescos, haciendo de aquello una gastronomía ancestral del lugar. (Aguirre, 2017).

Ilustración 12 Datos gastronomía ancestral

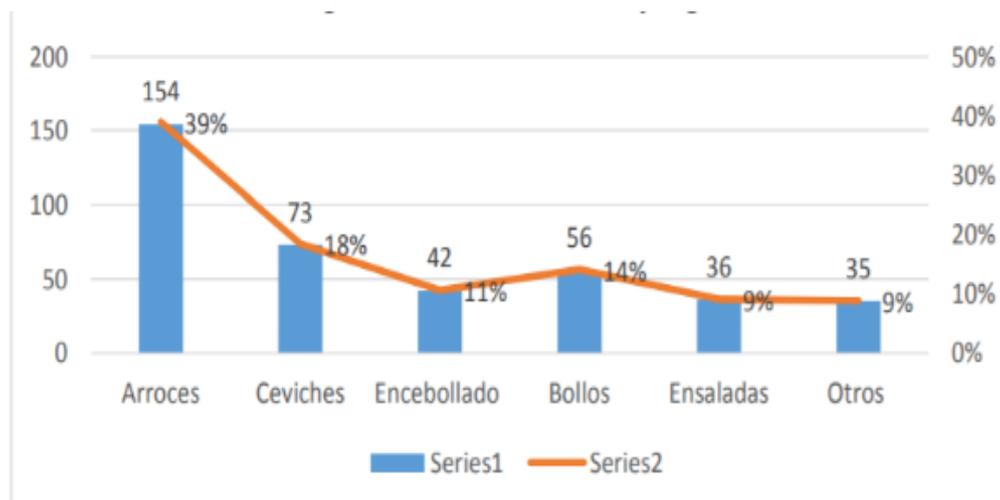


Fuente: Brenda Ponce

Elaborado por: Castañeda Tatiana – Vega Yadira

Considerando que la langosta es plato estrella de Ayangue, los servidores lo preparan de la siguiente manera langosta rellena, langosta a la mantequilla, langosta gratinada, langosta al horno y ceviche de langosta siendo este el más preferido por los turistas.

Ilustración 13 Gastronomía



**Fuente: Brenda Ponce**

**Elaborado por: Castañeda Tatiana – Vega Yadira**

Ayungue cuenta con variedad en la preparación de platos, el más cotizado por los visitantes es el arroz marinero. Debido, a que el mismo es preparado con muchos mariscos, cuenta con un sabor único, también entre los favoritos se encuentran los bollos, ceviches, encebollados, y ensaladas. Todos en conjunto tienen un sabor único y ayunguero, denominado así por el nombre de la comuna y sus habitantes, el cual marca la diferencia entre otros atractivos. (Elizabeth, 2017).

**Tabla 30 Registro de establecimientos de restauración**

N.	NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD
1	ANGELITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
2	ANGELITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
3	ADRIANA	COCTELES
4	ANGELITA 2	ALIMENTOS Y BEBIDAS
5	BRISAS DEL MAR	ALIMENTOS Y BEBIDAS
6	CAROLINA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
7	CASA 2	ALOJAMIENTO
8	CASTLE MARK	ALOJAMIENTO

9	CASTLE MARK	ALIMENTOS Y BEBIDAS
10	COCTELERIA CARMITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS COCTELERO CHIRRINGUITO
11	CINCO HERMANOS	ALOJAMIENTO
12	COCTELERÍA DE ARMANDO	COCTELES Y BATIDOS
13	D' OSCAR Y JOHANA	ALIMENTOS Y BEBIDAS COCTELES - CHIRRINGUITO
14	DOS PESCADITOS	ALIMENTOS Y BEBIDAS
15	DELFINA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
16	DILLAN	COCTELES
17	DELIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
18	D' LUCHO COCTELERIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS, COCTELERO, CHIRRINGUITO
19	DOÑA JACQUELINE	ALIMENTOS Y BEBIDAS
20	EL PESCADITO	ALIMENTOS Y BEBIDAS
21	ELIZABETH	ALIMENTOS Y BEBIDAS
22	EL DELFIN DORADO	ALIMENTOS Y BEBIDAS
23	EMANUEL	ALOJAMIENTO
24	GABRIELITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
25	GENESIS	COCTELES
26	JUANITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
27	JUANITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
28	JUANITO	ALIMENTOS Y BEBIDAS
29	JUANITA MC	ALIMENTOS Y BEBIDAS
30	JENNY MARIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
31	JONATHAN	ALIMENTOS Y BEBIDAS

32	JANETH	COCTELES
33	JOSUE	COCTELES
34	KARINA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
35	KATHERINE	ALIMENTOS Y BEBIDAS
36	KENA	COCTELES
37	LA SAZÓN DE LA ABUELA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
38	LOS TRES HERMANOS TOMALÁ	ALIMENTOS Y BEBIDAS
39	CABAÑA LAS ROCAS	ALIMENTOS Y BEBIDAS- CHIRINGUITO
40	LOS HERMANOS LAINEZ MUÑOZ	COCTELES
41	LUISA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
42	LUCHO LAINEZ	ALIMENTOS Y BEBIDAS
43	LAURITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
44	LA LANGOSTA 2	ALIMENTOS Y BEBIDAS
45	MARY	ALIMENTOS Y BEBIDAS
46	MERCEDES	ALIMENTOS Y BEBIDAS
47	MASSAJES TERAPEUTICOS	MASAJES
48	MARGARITA	COCTELES
49	MOISES	ALIMENTOS Y BEBIDAS
50	NARCISA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
51	OLIVIA COMEOR	ALIMENTOS Y BEBIDAS
52	OLAS DEL MAR	ALIMENTOS Y BEBIDAS
53	PANCHITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
54	PAOLA MARTINA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
55	PABLITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS

56	RAQUELITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
57	ROGER	ALIMENTOS Y BEBIDAS
58	ROSITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
59	ROSALIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
60	ROSY	ALIMENTOS Y BEBIDAS
61	SONIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
62	THALIA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
63	TIA IRENE	ALIMENTOS Y BEBIDAS
64	TOLITA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
65	WILMER	COCTELES
66	YOLANDA	ALIMENTOS Y BEBIDAS
67	YULY	ALIMENTOS Y BEBIDAS
68	ZAMBRANO POZO	COCTELES

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### **Oferta Complementaria**

La oferta complementaria de un destino hace referencia a aquellos servicios que hacen que las actividades turísticas del mismo estén enlazadas, ofreciendo información y sirviendo como conexión entre la oferta turística y la demanda del destino. Además, hace referencia a los segmentos turísticos presentes en el mismo, donde se identifican los puntos fuertes y débiles de cada uno. Por ello, se van a analizar las diferentes tipologías que se presenten en la comuna Ayangue.

Hay factores que indican la existencia de la oferta complementaria de Ayangue y la potencialidad que puede brindar en el futuro, se hace referencia a los gustos y preferencias que tiene el turista esto nos lleva al concepto turismo activo donde el visitante quiere participar de actividades y ser el protagonista de su viaje no consiste

en solo disfrutar del sol y playa sino más bien realizar otros tipos de actividades siempre y cuando se cuente con personal preparado. (Rodríguez, 2017)

### **Turismo Activo**

Las actividades que se desarrollan dentro de este segmento turístico se caracterizan generalmente, por realizarse en espacios naturales y estar estrechamente relacionadas con el turismo rural, teniendo la mayoría de ellas un alto interés ecológico. La demanda que más prefiere el destino es familiar, grupos organizados por agencias de viaje y amigos, debido a esto se tiene ventajas ya que las instituciones y servidores públicos realizan actividades turísticas que vinculen al ambiente que está dentro de estrategias de sostenibilidad. (Arely, 2012).

**Tabla 31 Turismo activo**



Fuente: Damaris Jara

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### **Turismo Cultural**

La oferta turística cultural es el estimulador que revitaliza, afirma y recupera las características que identifican de otras comunidades estas se deben diferenciar por el valor añadido debido ofrece posibilidades para el desarrollo de pequeñas localidades o comunidades rurales a que en la actualidad hay nuevas exigencias turísticas.

Dentro del turismo cultural se encuentran oportunidades para el desarrollo y diversificación de economías a su vez ayuda a fortalecer las políticas /programas que involucran al turismo y cultura.

Ayangue cuenta con diversidad de platos típicos basados en mariscos frescos ya que los mismos comuneros van en busca de ellos como langosta, pescado, concha, pulpo, calamar, los que son preferidos por los visitantes también degustan de platos que son preparados en leña.

También varias familias se dedican a la elaboración de artesanías como joyas y recuerdos a base de conchas y huesos que son extraídos directamente del agua del Océano Pacífico. (Litardo, 2012)

### **Otras tipologías turísticas**

#### **Turismo deporte de aventura**

El turismo deportivo de aventura es una de las actividades principales que se practican en la comuna de Ayangue siendo este punto estratégico para que los turistas tengan mayor motivación al ir al atractivo y sentir la experiencia de realizar buceo y snorkeling, disfrutando de la diversidad de especies y arrecifes artificial que se forma por el Sagrado Corazón de Jesús este monumento tiene 2,5 m de altura. (Turismo, 2019).

#### **Ilustración 14 Buceo y snorkeling**



**Fuente:** Ecuavisa

**Elaborado por:** Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### **Señalización turística**

El Municipio está a cargo de diseñar proyectos de señalización turística en dos idiomas español e inglés, de lugares urbanos que existan en los destinos contarán con señalización en atractivos ya sean naturales, culturales, alojamiento, restauración entre otros, de esta manera se cubre la necesidad básica de información turística, con único objetivo de informar, interpretar y promocionar a determinados lugares turísticos para que los visitantes tengan mayor facilidad al momento de adquirir algún producto o servicio. (Villasante, 2019)

### **Oficinas y puntos de información turística**

Existen puntos de información turística dentro de la provincia de Santa Elena como Emoturismo y Ministerio de Turismo. Dentro de la zona de estudio Ayangue no existe ningún centro de información turística cabe recalcar que existen proyectos de investigación donde se fundamenta la importancia de tener el centro de información turística en la localidad. (Villasante, 2019)

### **Tour operadoras y agencias de viajes**

Ayangue cuenta con agencias de viajes, las cuales realizan la comercialización del destino, pero a la vez también trabajan vía internet, las mismas esperan la acogida de varios turistas. Según MINTUR (2019) existen las siguientes operadoras turísticas:

**Tabla 32 Operadoras turísticas y agencias de viaje**

<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>	<b>TIPO DE ACTIVIDAD</b>	<b>CATEGORÍA</b>
<b>GRUPO TRAVEL ADVENTURE</b>	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA TURÍSTICA
<b>VIAJEROS DEL MAR</b>	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA TURÍSTICA
<b>RAYAGUILA</b>	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA TURÍSTICA
<b>CAROLTOUR</b>	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA TURÍSTICA
<b>GO AYANGUE</b>	AGENCIA DE VIAJE	OPERADORA TURÍSTICA

Fuente: MINTUR

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Demanda turística

### Demanda nacional y provincial

El siguiente anexo presenta el boletín de Santa Elena, con información relevante de turismo interno y receptor. De la misma manera, se puede observar las visitas estimadas en el año 2018 y 2019. Si bien es cierto, cada año se espera un crecimiento en cuanto a la llegada de turistas. Por otro lado, la Provincia de Santa Elena se encuentra en el cuadro de las ciudades más visitadas en el año, lo que hace relevante el desarrollo a la gestión turística de cada localidad. Es importante resaltar que aquellos datos son en base a una estimación de estudio de turismo internacional de años anteriores. (MINTUR, 2018)

### Ilustración 15 Boletín Santa Elena



**Fuente: MINTUR**

**Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira**

### **Competencia turística**

Dentro de la competencia directa, hay que centrarse en el análisis de las comunidades cercanas a Ayangue, como son: Valdivia, San Pedro, San Pablo, Libertador Bolívar, Dos Mangas, Montanita y Olón. Si se habla de productos turísticos, existe una competencia de productos sustitutivos que abarcan los destinos de todo el sector costero, denominado Ruta del Spondylus.

Desde el punto de vista de la demanda, un turista puede elegir un destino distinto como Ayangue. Debido, a diversos factores como son las características únicas que tiene el destino, el turista es quien toma la decisión a través de la presentación de los servicios y productos.

Desde el punto de vista de la oferta turística, se debe tener en cuenta la atención y las necesidades del turista que elija en ese momento al encontrarse en Ayangue. Dicho de otro modo, en función a la demanda y oferta, se expone debido a que la comuna Ayangue se plantea como un destino único, lleno de particularidades ancestrales, No obstante, hay que tener en cuenta la accesibilidad hacia el conjunto de recursos y oferta complementaria del entorno.

### **Promoción**

La promoción de Ayangue está integrada en acciones y mecanismos que se vienen realizando de la mano con el Ministerio de Turismo y Emuturismo, a través de proyectos, eventos, páginas web. Es importante mencionar que a Ayangue se lo promociona como la piscina del pacífico para los amantes de los deportes de aventura, posee un clima agradable y es considerado un destino familiar. (Ministerio de Turismo, 2019).

Por otro lado, a través de proyectos de titulación, se ha promocionado la comuna Ayangue. En este caso hubo un proyecto que está planteado como un plan de Promoción Turística de la comuna Ayangue de la provincia de Santa Elena, tomando como punto de atracción principal el Cristo de las Aguas. De esta manera, se planea reducir la pobreza, incrementar los ingresos de los comuneros, preservación del patrimonio

cultural y natural del sector, e incentivar la concientización ambiental promoviendo el bienestar de la población involucrada a través de actividades deportivas, recreacionales, artísticas en las cuales los visitantes tengan una interacción directa con la naturaleza y la cultura propia de la zona. Además, este proyecto plantea también fortalecer al sector como una nueva alternativa diferente dentro de la Ruta de la Spondylus haciendo una mezcla de turismo religioso al tratarse de una imagen representativa del cristianismo y turismo de aventura al estar involucrado el buceo y la exploración marina. El perfil de este proyecto es el turista nacional y extranjero que le disfrute realizar actividades con un contacto directo con la naturaleza. (2012).

### **3.2 Limitaciones**

En este apartado, es importante mencionar algunas de las limitaciones que se presentaron antes, durante y finalizando el proyecto de investigación. Como primer punto, el cambio de autoridades en las entidades municipales, esto aplazó el tiempo en los trámites correspondientes al proceso de registro para el proyecto. Por otra parte, existió una falta de compromiso por parte de Emuturismo al inicio de la investigación, de la misma manera la poca importancia al colaborar por parte de los comuneros y la veracidad al contestar las preguntas sobre el proyecto de investigación.

### **3.3 Resultados**

De acuerdo con la información adquirida del estudio y las distintas técnicas utilizadas en el mismo, se presentan los siguientes resultados:

- Por medio de las encuesta se pudo reconocer los atractivos y productos turístico de la comuna Ayangue y a su vez se evidencio la percepción de los turistas, indicando el nivel de satisfacción y preferencias, en este caso la mayoría de turistas que visitan la comunidad son familiares y amigos.
- En la entrevista las autoridades señalaron la importancia del destino a pstularse dentro del programa pueblos mágicos. De tal manera que aportaría con beneficios para el reconocimiento de la localidad, no dejando atrás el

desarrollo económico y turístico como tal. Por otro lado los gerentes de las operadoras turísticas indicaron que siempre están prestos a que los turistas se lleven buenas expectativas de sus servicios ya que ellos depende la acogida futura que se tenga en sus establecimientos.

- En el análisis de contenido, se realizo una búsqueda minuciosa de los diferentes atractivos, infraestructura, oferta turística, planta turística y servicios complementarios para tener un soporte mostrando lo que posee la comuna de Ayangue para ser postulado al programa pueblos mágicos. En la ficha de observación se pudo evidenciar como es la prestación de servicios hacia los turistas y de la misma manera cual es su punto de vista al momento de presidir los servicios , aquí se detalla los espacios , olres , uniformes , cartas o menus , insumos ,entre otros.

### **Descripción de la Propuesta**

## **ESTUDIO PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD.**

### **Descripción de la Propuesta**

#### **Propuesta estudio para la incorporación de la comuna Ayangue al programa pueblos mágicos del Ecuador para fortalecer el turismo en la localidad**

La presente propuesta, esta direccionada a un estudio y desarrollo de un Plan de Desarrollo Turístico Ayangue, siendo este uno de los cinco requisitos de proceso de registro para la incorporación al Programa Pueblos Mágicos Ecuador.

A continuación, se establece el objetivo general del Plan de Desarrollo Turístico y las secciones que los conformarán:

#### **Objetivos**

##### **Objetivo general**

Fortalecer la sostenibilidad integral y la competitividad del turismo EN LA COMUNA DE AYANGUE como sector estratégico de la economía, generador de empleo de calidad y desarrollo económico de la localidad.

## **Secciones**

1. Análisis y diagnóstico
2. Formulación de la propuesta
3. Modelo de gestión

### **Análisis y diagnóstico**

Con dicha investigación se pretende que la comuna Ayangue ingrese al programa de pueblos mágicos del Ecuador como una nueva línea de desarrollo, el cual incluye actividades gastronómicas, costumbres, aventuras, cultura, entre otras, de manera que se establezca la oportunidad de generar rentas, disminuir las desigualdades socioeconómicas, darse a conocer con esta nueva estrategia, de manera que sea el destino más visitado por turistas de medio y alto poder adquisitivo.

Con este programa se busca fortalecer el desarrollo sustentable de la localidad poseedora de atributos de singularidad y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del turista.

El estudio sobre los pueblos mágicos, se presenta como uno de los motores que impulsa el crecimiento económico y fortalecimiento del turismo en México. A su vez es de suma importancia para este fin. (Poncela, 2015)

### **Análisis DAFO**

La matriz DAFO es una estructura conceptual de un análisis sistemático que facilita la adecuación de las Amenazas y Oportunidades externas con las Fortalezas y Debilidades internas de una Organización. Esta matriz es ideal para enfrentar los factores internos y externos, con el objetivo de generar diferentes opciones de estrategias aplicadas a la comuna de Ayangue.

## DAFO

Tabla 33 Analisis DAFO

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1. Insuficiente capacidad en servicios de restauración.  D2. Falta de culturización, ornato y aseo.  D3. Insuficiencia de ser vicios básicos de la playa.  D4. Animales sueltos.  D5. Control de ingreso vehicular, parqueaderos.  D6. Desorden de estacionamiento de barcos de salida.  D7. Botadero cielo abierto.  D8. Poca formación técnica.  D9. Falta de promoción turística.  D10. Poca inversión pública.  D11. Informalidad en servicios.  D12. Hospedaje informal.  D13. Falta de control de tarifas.  D14. Recolección de basura en la playa.  D15. Falta de control de alimentos.  D16. Falta de seguridad pública.  D17. Reciclaje de residuos.  D18. Guianza turística – inexistencia de guía local.  D19. Falta de planificación territorial urbana.  D20. Índice de carga en la playa.</p>	<p>A1. Relleno sanitario.  A2. Vulnerabilidad de los derechos humanos.  A3. Control de normativas de alojamiento.  A4. Catástrofes naturales a zonas de refugios.  A5. Contaminación ambiental.  A6. Tramitologías a servicios de funcionamiento.  A8. Turismo masivo.</p>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1. Oferta gastronómica.  F2. Belleza paisajística del entorno.  F3. Convivencia en la comunidad.  F4. Reserva natural (ISLOTE EL PELADO)  F5. Actividad turística (BUCEO)  F6. Ubicación estratégica en el perfil costanero.  F7. Avistamiento de ballenas.  F8. Aguas tranquilas – playa segura.</p>	<p>O1. Ser una comuna ancestral.  O2. Incorporarse en el programa de pueblos mágicos.  O3. Diversas tipologías de turismo (familiar, aventura, observación de aves y especies)  O4. Mirador de las ballenas.  O5. Acuerdos políticos e institucionales.  O6. Apoyo de instituciones gubernamentales, no gubernamentales y academia).</p>

## **Formulación estratégica de la propuesta**

### **Justificación estratégica**

La comuna de Ayangue, en la medida del tiempo ha ido pasando por varias etapas, con diferentes resultados que han afectado a la situación presente. En los últimos periodos hasta en la actualidad, la sumisión de querer llegar a un desarrollo económico, hizo que se adopte un modelo industrial que con el pasar de los años, generó grandes impactos naturales muy significativos. No obstante, hay que resaltar que la localidad es conocida por su riqueza paisajística, cultural, gastronómica y familiar. En su defecto, con una tenue vinculación de planificación, coordinación y organización por parte de autoridades de gobierno y turísticas.

Además, es importante mencionar que la deficiente vinculación no ha sido solamente con el destino Ayangue, sino también se han alterado a comunas cercanas con el aprovechamiento de recursos turísticos. Por ejemplo, en el caso de los servicios básicos, la mayoría de las localidades padece de un porcentaje alto, siendo esto un factor que permita el alcance al desarrollo de un lugar. En referencia a lo analizado anteriormente, a continuación, se describen algunos puntos que justifican la formulación y ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Ayangue.

- ✦ Se presenta una demanda autóctona de los distintos grupos profesionales y empresariales de la comunidad para alcanzar mejoras en la competitividad turística.
- ✦ La situación actual económica y social, exige buscar y hallar nuevos segmentos de actuación, ampliar los existentes y estimular a los representantes públicos a generar un desarrollo económico en el lugar.
- ✦ A pesar de ser una comuna pequeña, pero con uno de los impresionantes recursos turísticos de la Provincia, el vínculo entre la comunidad y el sector público con los recursos no ha sido totalmente efectiva en la espera. Dicho de otro modo, si hubiera una adecuada planificación y organización por parte de los mencionados anteriormente, la oferta turística tendría un mayor impacto en la localidad.

- ✦ La diversidad y riqueza natural del territorio con mayor potencial turístico. Por otro lado el patrimonio cultural que posee que aún falta por desarrollar.
- ✦ El constante crecimiento del segmento del turismo de sol y playa en el lugar, el potencial turismo gastronómico, familiar y cultural, tales justifican el proyecto para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los mismos.
- ✦ El Plan de Desarrollo Turístico Ayangue 2024, presentado recientemente, especifica al turismo como uno de los factores para el desarrollo económico y turístico del destino.
- ✦ Finalmente, es inevitable no mencionar el cambio en el sector turístico ante estacionalidades. Por tal caso, se puede evidenciar en destinos cercanos próximos a saturarse, que necesitan de una oferta complementaria que les permita sostenerse ante cualquier situación. Todo aquello hace que Ayangue se establezca como un sitio competitivo.

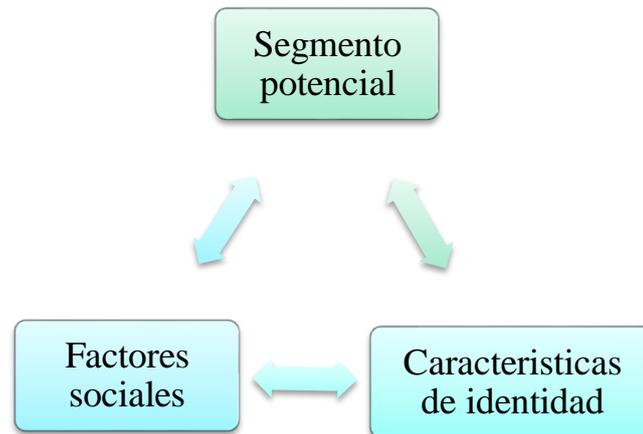
Puntos como estos y varios más que se han ido describiendo a lo largo de esta investigación, impulsan a establecer estrategias que puedan ir enmendando carencias del pasado, trabajando en conjunto con todos los actores y por ende sacar a flote a Ayangue para que sea denominado un destino seguro e inteligente para los habitantes y turistas.

### **Visión**

Consolidar a la comuna Ayangue en 2024 como un pueblo mágico del Ecuador, siendo una ciudad lleno de atributos únicos tales como: oferta gastronómica, buceo, descanso y avistamiento de ballenas. A fin de constituirse un referente nacional e internacional en la gestión de desarrollo turístico y sostenible.

### **Modelo turístico potencial**

El modelo turístico que se define a continuación para el destino, es adoptado a varios procesos de actuaciones que permitirá establecer orientaciones estratégicas del Plan Turístico Ayangue.



Las características de identidad que permiten precisar la singularidad del destino Ayangue y que se deben transformar a productos turísticos tienen que estar acorde al segmento que se pretende llegar, es decir a la demanda objetiva. Tales variables (características de identidad y segmento potencial) en conjunto con los factores sociales de la comunidad, se convierten en las líneas que definirán un modelo de destino Ayangue.

### **Características de identidad**

1. **Ubicación geográfica:** en el transcurso de los años, Ayangue se ha consolidado como uno de los destinos estratégicos del perfil costanero por su posición geográfica.
2. **Representación histórica:** la riqueza histórica del lugar, como los vestigios del cristo de las aguas, el islote el pelado, han marcado la historia de la población dando un mayor interés.
3. **Espacios naturales:** Ayangue posee espacios únicos como la Reserva Marina El Pelado, el mar, la bahía, los mismos que han sido de oportunidad para la llegada de visitantes e ingresos económicos a la comunidad, proporcionando así una identidad especial.
4. **Gastronomía:** considerado como uno de los principales exponentes de la singularidad relacionado con la actividad pesquera, platos únicos,

establecimientos tradicionales, eventos y ferias. Todo aquello contribuye a constituir la identidad de Ayangue como un destino turístico.

En resumen, se puede mencionar que la identidad de Ayangue como destino turístico expresará lo siguiente:

- Posición geográfica
- Carácter histórico
- Medio natural
- Originalidad gastronómica

### **Segmento potencial**

El plan establece una propuesta fundamentada en relación a la demanda objetiva que se pretende dirigir y satisfacer. Por consiguiente, es preciso tomar en cuenta las tendencias primordiales que marcan la actuación de la demanda turística.

### **Características generales**

- Es importante mencionar que la demanda turística cada vez es más exigente, más diversificada, informada, activa, sensible y exigente con lo que busca, es decir la calidad de lo que va a consumir.
- El segmento que se espera es un turismo cultural, gastronómico y familiar que tengan el disfrute y la accesibilidad adecuada hacia la belleza paisajística y productos turísticos. Cabe recalcar, que sería una tendencia que obtendrá beneficios para la localidad. Además, estos tipos de turismo ayudaran a la desestacionalización, es decir superar cada caída de rentabilidad que tienen los sectores turísticos por la deficiente actividad ofertada.

Características específicas que afectan a la comuna Ayangue, a continuación, se describen las siguientes:

- Una de las características que afectan al destino es la desestacionalización, en este caso la localidad es reconocido solo por el turismo de sol y playa, que, si bien es cierto, debido a aquello es conocido por turistas nacionales e internacionales.
- Haciendo referencia al perfil del turista de sol y playa, el mismo se muestra interesado en un turismo familiar, resaltando que es un segmento potencial de desarrollo, de la misma manera por un turismo gastronómico y cultural.
- Por último, hay que tener en cuenta que Ayangue necesita de un desarrollo turístico, que permita alcanzar un crecimiento económico.

De esta forma, se conceptualiza que los targets de este plan tienen que ser:

- ❖ Generar una mayor afluencia turística que llegue a la comunidad de Ayangue, principalmente que los mismos sean nacional, no dejando atrás que también se espera y se apuesta por una demanda internacional.
- ❖ Alcanzar un turismo familiar, el mismo que sea de atracción y aporte con beneficios turísticos. En este caso, la motivación para este tipo de turismo sería el disfrute y la recreación.
- ❖ De la misma manera, el turismo gastronómico deber ser aprovechado al máximo, debido a la autenticidad de sus platos, especialmente por el denominado arroz ayanguero. Es importante mencionar que la gastronomía es uno de los puntos fuertes de Ayangue.
- ❖ Asimismo, el turismo de sol y playa que en este caso es el predominante del destino, uno de los motivos es la actividad turística del buceo paseo en yate. El aprovechamiento del mismo aportaría con muchos beneficios y promoción del lugar.
- ❖ Por último, el turismo cultural sería un gran segmento de desarrollo, logrando formar una oferta turística atractiva para un aprovechamiento más amplio en el turismo de Ayangue.

Por otra parte, en base a lo expuesto, es indispensable resaltar lo siguiente:

- ❖ Se pretende llegar a un turismo familiar, se necesita contar con actividades y servicios para niños. Este segmento se considera por ser maduro y con posibilidades de crecimiento, en base a que existen nichos familiares que tienen un mayor nivel de fidelidad con el destino.
- ❖ Se quiere alcanzar un turismo cultural, en el que se debe organizar una oferta con mucha expectativa y potenciar los acontecimientos culturales influyentes en los turistas.
- ❖ Asimismo, se quiere aumentar la afluencia turística en el turismo internacional, en este caso ofreciendo servicios y productos de calidad, en cuanto a la formación turística del personal.

Por consiguiente, se presentan algunas de las principales tendencias sobre el perfil del turista potencial:

1. Cambio de hábitos en el visitante, el mismo que ha intercedido a una nueva opción en sus motivaciones al momento de viajar. Es decir, los consumidores en la actualidad quieren una oferta completa con un destino único de cultura y costumbres que hagan de aquello una experiencia inolvidable y satisfactoria.
2. Relación en la calidad y precio, esto trata de buscar una oferta que contribuya un mayor valor por el mismo costo y que contenga la capacidad de sorprender y vivir algo memorable.
3. La gastronomía a medida que pasa el tiempo va tomando un rol importante, siendo uno de los sectores con mayor crecimiento y a su vez relacionarse con otros segmentos tales como cultural, sol y playa o rural.
4. Asimismo, el segmento del turismo cultural, cada vez van creciendo las motivaciones culturales.

5. La desintermediación de los paquetes turísticos tradicionales. En este caso, el turista traza su propio viaje directo con las operadoras turísticas tales como hoteles, restaurantes, transportes, entre otros).
6. El uso de nuevas tecnologías y aplicaciones, esto no solo hace que el visitante este cada vez más informado, sino más bien que sea más exigente con la información que le ofrecen las redes sociales. Por lo tanto, las herramientas tecnológicas pueden transformar la experiencia de los productos y la cultura.
7. La fidelización del turista es cada vez más difícil, por ende los destinos cada vez reinventan nuevas maneras de llamar la atención del turista. Cabe recalcar, que no necesariamente la fidelización conduce a la satisfacción del turista.
8. El avance a la consideración de un destino seguro, cada vez es más valorado por los turistas, se ha formado como un factor de incertidumbre en el mundo.

### **Factores sociales**

La oferta turística de Ayangue no solo está conformada por los recursos que ofrece, sino también por el conjunto de relaciones sociales, económicas y culturales con su entorno más cercano. Por lo tanto, es indispensable que la comuna Ayangue este firmemente unido a la provincia, especialmente a los destinos de la costa. Entre ellos están: San Pablo, Palmar, Valdivia, San Pedro, Libertador Bolívar, Manglaralto, Montañita, Olón y La Entrada. En este caso, la complementariedad de los destinos dentro de la provincia Santa Elena. Asimismo, de una vital colaboración público y privada para el desarrollo turístico de Ayangue. Para conseguir una oferta turística deseada en la localidad se tendrá la implicación de los actores privados, administradores públicos y ciudadanos. Para aquello, es importante construir el destino turístico desde la mayor alianza posible, los actores que intervienen en esta oferta turística son los siguientes:

- Participación publica

- Participación privada
- Convenios sociales

A través de lo expuesto anteriormente, es evidente la falta de conocimiento que tiene la comunidad de Ayangue con respecto al desarrollo de políticas con las necesidades. Es decir, políticas coherentes y desordenadas, en el caso de los servicios básicos, los mismos que son necesarios para el desarrollo turístico. En la actualidad, la provincia de Santa Elena y sus comunidades respectivas tienen un desorden en las propuestas públicas, un factor que se ve reflejado en la mayoría de ellas, son las carreteras bien adecuadas sin antes tener un alcantarillado. Por lo tanto, es necesario establecer relaciones con los grupos con el fin de promover el desarrollo de un destino turístico.

- Los convenios sociales deben comenzar por la comunidad, la misma debe estar de acuerdo con la situación del destino y participar de su construcción tomando la responsabilidad necesaria.
- Los actores empresariales deben tomar el rol de invertir y asumir riesgos para satisfacer las personas que se encargaran de la oferta turística.
- Los administradores públicos deben conceder parte de su tiempo y espacio para administrar y colaborar parte de sus capacidades al bien común.

### **Orientaciones o ejes estratégicos**

El planteamiento general con el que se desarrollara el Plan de Desarrollo Turístico Ayangue es resultado del diagnóstico realizado y proceso de análisis, en el que se combinaron dos medidas fundamentales: la valoración y conocimiento del punto de partida (objetivos generales) y el modelo potencial al que se quiere llegar. Dicho de otro modo, la planificación estratégica y operativa del Plan de Desarrollo Turístico Ayangue, se presenta el siguiente gráfico:

**Tabla 34 Orientaciones y ejes estratégicos**

Planificación estratégica	Planificación operativa
<b>Matriz DAFO</b>	Objetivos Generales
<b>Modelo Turístico Potencial</b>	Propuestas de Contenido Turístico
<b>Ejes Estratégicos</b>	

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

En esta información, los ejes estratégicos forman parte de las actuaciones turísticas a implementar en los próximos cuatro años en Ayangue, entre las que se encuentran las propuestas de contenido turístico (PCT) que se determinaran como objetivos del Plan de Desarrollo Turístico Ayangue. Por consiguiente, se identifican los siguientes ejes estratégicos:

**Eje 1. Alianza social:** El desarrollo turístico del destino requiere ciudadanos individuales, alianzas colectivas, colaboración y participación, que es el proceso más apropiado para consolidarlo. Para Ayangue, este aspecto también es muy importante, especialmente al analizar cómo los residentes de Ayangue aprecian su comunidad, lo que destaca el bajo valor de sus bienes autóctonos y la falta de conciencia de las posibilidades que los turistas visiten el lugar. Por lo tanto, las acciones en esta área deben aclararse, como la conciencia, participación, capacitación y emprendimiento.

**Eje 2. Formación de gestión institucional en el desarrollo turístico:** Partiendo de las dificultades encontradas en el campo de la gestión institucional en el destino turístico de Ayangue, es necesario aclarar un sistema de definiciones de funciones, roles y coordinación para que las acciones tomadas por las diferentes autoridades sean más efectivas. Cabe señalar que los planes futuros deben ser una herramienta de convergencia importante.

**Eje 3. Aprovechamiento de los recursos:** los recursos existentes en el territorio son uno de los pilares básicos para la construcción de atracciones turísticas. La riqueza y diversidad de la cultura más los recursos naturales de Ayangue

requieren de gestión, interpretación, valor y utilización a través de iniciativas que los conviertan en productos muy destacados del lugar.

**Eje 4. Fortalecimiento de la oferta básica:** la oferta básica es otro pilar fundamental para el fortalecimiento de un buen destino. A través de una oferta básica adecuada, relacionada con el alojamiento, restauración y la recuperación de calidad se puede avanzar hacia la consolidación del destino. En lo que respecta a Ayangue, las necesidades y oportunidades en este ámbito deben tomarse en cuenta no solo en la situación actual sino también en el futuro.

**Eje 5. Atracción de segmentos emergentes:** La planificación de los destinos turísticos no solo debe hacerse a partir de los recursos que se posee, sino también capturar los mercados emergentes, mediante la creación de ofertas específicas que hoy se conocen poco. Dadas las oportunidades que ofrece Ayangue para aprovechar estas áreas emergentes de turismo, la localidad debe desempeñar un papel fundamental en este plan.

**Eje 6. Optimización de la oferta complementaria actual:** Actualmente, hay algunos planes que no se han desarrollado completamente y ofrecen más posibilidades que la situación actual, uno de los tantos es: el plan de ordenamiento de la playa de Ayangue que ya existe un convenio, pero aún falta por ejecutarse.

**Eje 7. Identificación y ejecución de medidas de logística social necesaria:** No hay duda de que ciertos aspectos y servicios que no están directamente relacionados con la planificación turística desempeñan un papel en la experiencia turística y la integración del destino. Tales como la accesibilidad, la planificación urbana, la comunicación y la movilidad.

**Eje 8. Identificación y ejecución de medidas de logística turística necesaria:** La tecnología turística se puede definir como una colección de acciones básicas para crear un destino turístico y obtener nuestros productos. Entre ellos se encuentran las siguientes: gestión, promoción, marketing y señalización de productos.

**Eje 9. Sostenibilidad y calidad:** En la actualidad, la calidad y la sostenibilidad de los destinos turísticos se han convertido en dos aspectos importantes que deben

planificarse y adecuarse. Por lo tanto, estos temas deben explorarse desde una perspectiva amplia que integran variables, como proteger a los turistas y la convivencia de turistas y ciudadanos en el destino.

**Eje 10. Creación del modelo de gestión competente:** La gestión del destino turístico es un factor decisivo para su éxito y encontrar la solución más adecuada es una de las claves principales del plan. Para tener una eficiente gestión se debe considerar dos etapas de participación activa las cuales con:

- Gestión e implementación de planes futuros.
- Gestión del destino final.

### **Propuestas de contenido turístico**

Las propuestas de contenido turístico (PCT) que se contemplaran en el marco del Plan de Desarrollo Turístico Ayangue se manifiestan en base a objetivos generales establecidos en la propuesta general del plan.

- A. Implementación de acciones de aprovechamiento y uso eficiente de los recursos turísticos para el beneficio de los prestadores de servicios y turistas en general.
- B. Aumento de la calidad en los servicios turísticos del destino.
- C. Creación de nuevos productos y mejoramiento y mejoramiento del producto turístico existente.
- D. Concienciación e implicación de la localidad y actores locales en una cultura de calidad turística.
- E. Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico.

El siguiente contenido expone las propuestas generadas en cada uno de los 5 objetivos generales:

- A. Implementación de acciones de aprovechamiento y uso eficiente de los recursos turísticos para el beneficio de los prestadores de servicios y turistas en general.**

A.1. aprovechamiento de los recursos culturales, gastronómicos, históricos patrimoniales y naturales paisajísticos, a través de su recuperación y puesta en valor.

**B. Aumento de la calidad en los servicios turísticos del destino.**

B. 1. Fortalecimiento de la oferta básica

B. 2. Plan de gestión de calidad del destino.

B. 3. Plan destino accesible, turismo para todos.

**C. Creación de nuevos productos y mejoramiento del producto turístico existente.**

C. 1. Captación de segmentos emergentes.

C. 2. Plan de señalización turística existente.

C. 3. Creación de nuevos productos diferenciados.

**D. Concienciación e implicación de la localidad y actores locales en una cultura de calidad turística.**

D. 1. Mejora de conocimiento de los recursos turísticos por parte de los actores y ciudadanos.

**E. Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico.**

E. 1. Diseño y desarrollo de una marca turística Ayangue.

E. 2. Posicionamiento de la marca mediante acciones estratégicas.

E. 3. Desarrollo de un destino inteligente.

Hay que tomar en cuenta que estas PCT, y todo el diagnóstico analizado anteriormente del proyecto, se respaldan en los ejes estratégicos expuestos para el desarrollo turístico de Ayangue. A continuación, se presenta una tabla relacionada entre dichos ejes estratégicos y las PCT.

## Vinculación de Ejes Estratégicos y Propuestas de Contenido Turístico

Tabla 35 Vinculación de ejes estratégicos y propuestas de contenido turísticos

Ejes estratégicos	Propuestas de contenido turístico(PCT)										
	A1. Aprovechamiento de recursos.	B1.fortalecimiento oferta básica.	B2. Plan gestión calidad del destino.	B3.plan destino accesible.	C1.segmentos emergentes.	C2. señalética turística.	C3.nuevos productos .	D1.conocimiento recursos actores y ciudadanos.	E1. Marca turística .	E2.posicionamiento marca.	E3.turismo inteligente.
Eje 1. Alianza social.											
Eje 2. Formación de gestión institucional en el desarrollo turístico.											
Eje 3. Aprovechamiento de los recursos.											
Eje 4. Fortalecimiento de la oferta básica.											

Eje 5. Atracción de segmentos emergentes.					
Eje 6. Optimización de la oferta complementaria actual.					
Eje 7. Identificación y ejecución de medidas de logística social necesaria.					
Eje 8. Identificación y ejecución de medidas de logística turística necesaria.					
Eje 9. Sostenibilidad y calidad.					
Eje 10. Creación del modelo de gestión competente.					

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Descripción de las propuestas

### A. Implementación de acciones de aprovechamiento y uso eficiente de los recursos turísticos para el beneficio de los prestadores de servicios y turistas en general.

Tabla 36 Ejes estratégicos de la propuesta

A.1. aprovechamiento de los recursos culturales, gastronómicos, históricos patrimoniales y naturales paisajísticos, a través de su recuperación y puesta en valor.	
<b>Vinculación con ejes estratégicos</b>	<b>2, 3 y 9</b>
<p><b>Descripción:</b> el objetivo de esta propuesta es poner en valor los recursos culturales, gastronómicos, históricos y naturales de la localidad. No obstante, Ayangue cuenta con una base de inventarios de los elementos culturales y naturales. Pero es necesario, fortalecer la puesta en valor y el uso de los mismos. Además, tales elementos tienen aspectos que se deben recuperar como costumbres y tradiciones.</p> <p>En este apartado, a partir de esta propuesta se desarrollará, por un lado, las infraestructuras turísticas para el mejoramiento de los recursos. Y, por otro lado, la obtención del equipamiento necesario para la puesta en marcha. Esta PCT también se puede integrar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la C2.</p>	
<b>Plazo de ejecución</b>	<b>12 meses</b>

### B. Aumento de la calidad en los servicios turísticos del destino.

B.1. fortalecimiento de la oferta básica.	
<b>Vinculación con ejes estratégicos</b>	<b>4 y 9</b>

**Descripción:** sin duda alguna, una de las necesidades de la realidad turística de Ayangue, es mejorar la oferta de alojamiento y restauración, que permita llegar a la demanda potencial. En tal caso, esta propuesta tiene como finalidad cumplir con cada parámetro de calidad para la demanda a la que se va a dirigir tanto en hospedaje como en alimentación, no dejando atrás la continua y mejora formación en los prestadores de servicios.

Esta PCT también se puede relacionar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la B2 (plan de gestión de calidad del destino) y C2 (plan de señalización turística).

**Plazo de ejecución**

**14 meses**

## B.2. plan de gestión de calidad del destino

**Vinculación con ejes estratégicos**

**1 y 9**

**Descripción:** el mejoramiento de calidad en los servicios turísticos debe ser significativo en cualquier destino que pretenda posicionarse en el sector turístico. Haciendo énfasis al análisis manifestado, se desea conseguir propuestas que impulsen la calidad en la oferta de servicios y productos turísticos de Ayangue. De la misma manera, que garanticen la información y protección de los visitantes.

Por otra parte, son algunas medidas que se podrán utilizar para implementar una calidad turística de conocimiento. Las mismas que serán apoyadas por los actores turísticos tales como Ministerio de Turismo, Emuturismo y la sede comunal. Por consiguiente, se pondrá en marcha estas medidas con la asistencia de un profesional en el área turístico. A continuación, se exponen algunas de estas medidas:

- Definir la metodología de cada medida que se va a utilizar más la justificación de cada uno de ellas.
- Análisis de la situación actual turística.
- Análisis de los criterios de calidad exigidos en el destino.
- Creación de la marca.
- Campaña de información y sensibilización del sistema: coste – beneficio.
- Plan de acción y promoción.
- Gestión y operación puesta en marcha.

Esta PCT también se puede integrar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la B1 Y E1.

<b>Plazo de ejecución</b>	<b>12 meses</b>
---------------------------	-----------------

### B. 3. Plan destino accesible, turismo para todos.

<b>Vinculación con ejes estratégicos</b>	<b>5, 7 Y 9</b>
--	-----------------

**Descripción:** la presente propuesta tiene como objetivo generar un conjunto de acciones hacia la accesibilidad física, los mismos que permitirán un destino accesible a personas con cualquier tipo de discapacidad sea esta cognitiva, visual y auditiva. Dicho de otro modo, un turismo para todos.

Esta PCT también se puede relacionar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la C2. Un plan de señalización turística.

<b>Plazo de ejecución</b>	<b>18 meses</b>
---------------------------	-----------------

## C. Creación de nuevos productos y mejoramiento y mejoramiento del producto turístico existente.

### C.1. captación de segmentos emergentes

**Vinculación con ejes estratégicos**      **5**

**Descripción:** tal como se ha manifestado anteriormente, tras un diagnóstico técnico de Ayangue, se presentan algunos tipos de turismo tales como: familiar, gastronómico y cultural que son un gran potencial para el desarrollo económico y turístico. No obstante, aquellos no están establecidos totalmente, esto quiere decir que se deben implementar acciones que fortalezcan la gestión y promoción de los segmentos. A continuación, se enlistan algunas de las acciones a implementar:

- Desarrollo de un manual que contenga información sobre las cualidades y atributos de los segmentos turísticos de Ayangue.
- Desarrollo de acciones adecuadas para la promoción de la oferta de los segmentos turísticos.

Tales acciones serán conciliadas con los actores turísticos y locales vinculados a los segmentos turísticos durante la elaboración y desarrollo del plan de desarrollo turístico Ayangue.

Esta PCT también se puede integrar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la C3 (mejorar el producto existente y crear nuevos productos) y E2 (posicionamiento de la marca).

**Plazo de ejecución**      **12 meses**

### C. 2. Plan de señalización turística existente.

**Vinculación con ejes estratégicos**      **8**

**Descripción:** la señalización turística es un componente clave para la promoción y distribución del producto turístico. Haciendo énfasis a la accesibilidad física y concepción del lugar visitado, lo que da como resultado el aprovechamiento de la oferta existente y una experiencia única.

Por otra parte, es necesario recalcar que los encargados para esta propuesta son los actores públicos, en efecto al coste presupuestario. No obstante, los ciudadanos también se encargarán de la señalética interna de la oferta turística que se ofrece.

Esta PCT también se puede integrar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la B3 (accesibilidad para todos).

**Plazo de ejecución**

**14 meses**

### C. 3. Creación de nuevos productos diferenciados.

**Vinculación con ejes estratégicos**

**5 y 6**

**Descripción:** con esta propuesta se pretende crear nuevos productos turísticos basados en las características de identidad de Ayangue. En este caso, se hace referencia al turismo cultural, gastronómico y familiar, los mismos que serán de atracción para muchos turistas.

Para llevar a cabo esta propuesta, se establecerán un sin número de actividades turísticas peculiares que sean de motivación para cualquier visitante. Por ejemplo, para el turismo familiar se implementarán actividades para niños, en el turismo cultural, se recuperarán costumbres, tradiciones y se optará por nuevas opciones para llamar la atención del turista. Finalmente, con el turismo gastronómico se dará una mayor promoción en los platos turísticos.

Esta PCT también se puede relacionar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la E2 (posicionamiento de la marca a nivel internacional mediante acciones específicas)

<b>Plazo de ejecución</b>	<b>22 meses</b>
---------------------------	-----------------

#### **D. Concienciación e implicación de la localidad y actores locales en una cultura de calidad turística.**

D. 1. Mejora de conocimiento de los recursos turísticos por parte de los actores y ciudadanos.

<b>Vinculación con ejes estratégicos</b>	<b>1 y 7</b>
--	--------------

**Descripción:** en esta propuesta es importante mencionar que para que el destino sea sostenible, se necesita que la comunidad sea el actor principal en conocer profundamente los recursos y valores de su localidad, así también que sea parte de la motivación y expectativa que se llevan los turistas con la primera impresión del lugar. El fin de esta propuesta es sensibilizar a los pobladores y que tomen conciencia de las acciones que se llevaran a cabo para el desarrollo turístico del lugar. Por último, no dejando atrás que se trabajará en conjunto con los actores públicos y privados, es decir estarán a cargo de los programas que se pondrán en marcha para alcanzar esta propuesta.

<b>Plazo de ejecución</b>	<b>36 meses</b>
---------------------------	-----------------

## E. Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico.

### E. 1. Diseño y desarrollo de una marca turística Ayangue.

**Vinculación con ejes estratégicos**      **1, 2, 8, 9 y 10**

**Descripción:** el objetivo de esta propuesta es diseñar y crear la marca turística del destino, la misma debe tener características, cualidades y atributos peculiares del lugar que a su llegue a posicionarse en el mercado turístico. Es importante mencionar, que la marca turística reflejará la imagen que el visitante tendrá del lugar, es decir se realizará minuciosamente para obtener resultados factibles.

**Plazo de ejecución**      **5 meses**

### E. 2. Posicionamiento de la marca mediante acciones estratégicas.

**Vinculación con ejes estratégicos**      **2 y 8**

**Descripción:** esta propuesta es la continuación de la anterior, es decir después que se haya creado la marca, se establecerán acciones para que la marca sea posicionada en el mercado turístico. Tomando en cuenta, que aquello aumentara la competitividad del destino. A continuación, se exponen algunas de estas acciones:

- Desarrollo de un programa de comunicación con medios especializados.
- Convenios con empresas turísticas.
- Proyección turística de eventos culturales y gastronómicos.

**Plazo de ejecución**      **32 meses**

### E. 3. Desarrollo de un destino inteligente.

**Vinculación con ejes estratégicos**      **8**

**Descripción:** la base de esta propuesta es desarrollar un turismo inteligente y seguro para los turistas. En la actualidad, existen un sin número de herramientas de información al alcance de las personas. No obstante, no todas son utilizadas por este destino. Por ende, se pretende establecer medidas con herramientas innovadoras llamativas que a su vez facilitarían la información del destino al turista. A continuación, se mencionan algunas medidas que se llevaran a cabo para esta propuesta.

- Creación de un centro de información turística basado en las TICS, que pueda mostrar al turista datos oficiales del lugar.
- Proyectos vinculados con la difusión y comunicación de la información turística a través de las TICS.

Esta PCT también se puede integrar con otras PCT, en este caso esta se fundamentará con la D1 (mejoramiento de conocimiento de los recursos turísticos por los ciudadanos y actores).

**Plazo de ejecución**      **18 meses**

**Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira**

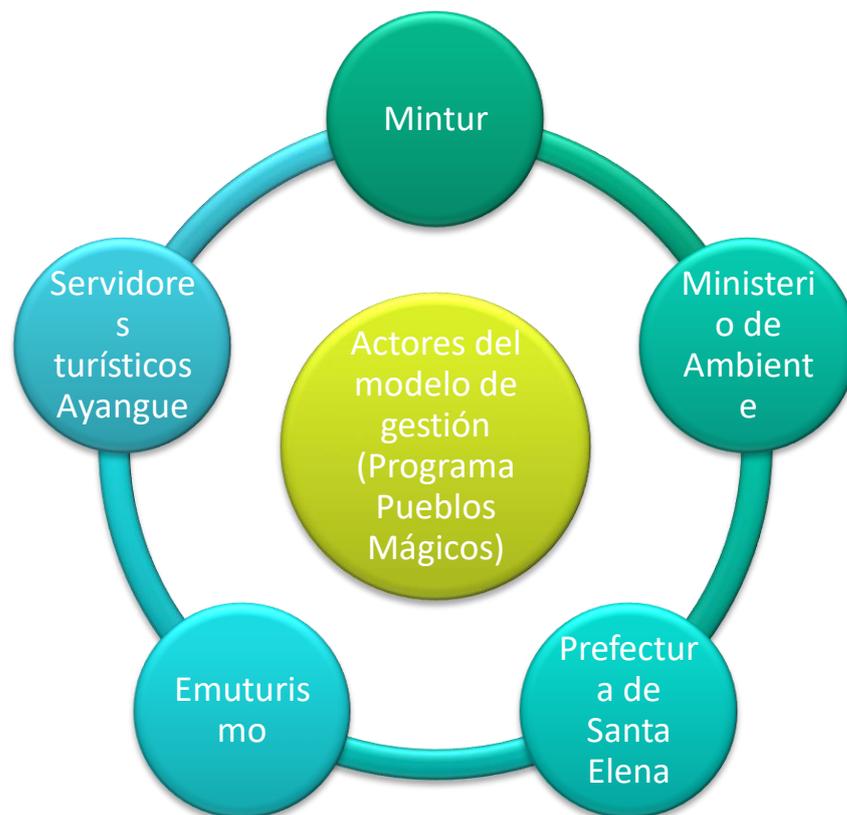
#### **Modelo de Gestión**

El propósito de este modelo de gestión es establecer los parámetros para la gestión, organización, operación y mantenimiento de los servicios turísticos en la comuna de Ayangué, ubicada en la parroquia Colonche de la provincia de Santa Elena. Por un lado, el modelo propone lo siguiente: describe estrategias de intervención,

acciones del personal relevante, métodos, medios, fases de ejecución y regulaciones utilizados. Por otro lado, define los parámetros, las responsabilidades y los roles de todas las partes, todos ellos orientados al buen uso del espacio urbano para visitantes.

### Matriz de actores del proyecto

Tabla 37 Actores del proyecto - Modelo de gestión.



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### Estrategias y metodologías de participación de actores.

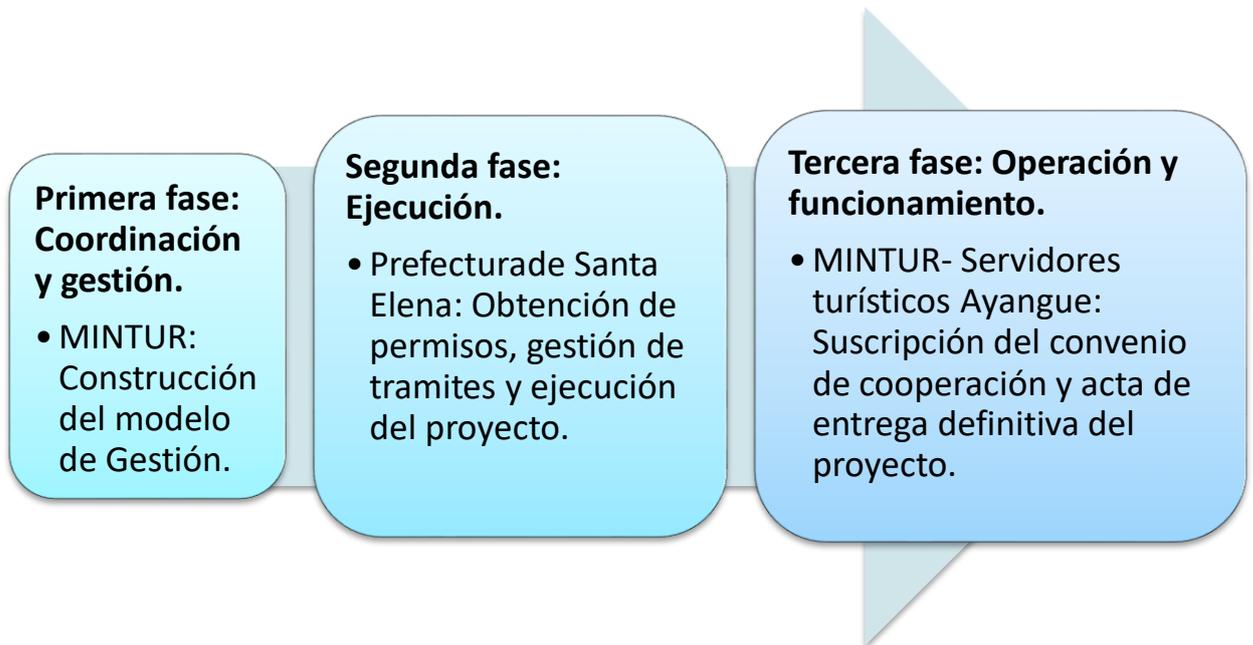
Tabla 38 Estrategia y metodología de participación de actores

Actor	Objetivo Principal	Impactos Positivos / Beneficios	Costos/riesgos del proyecto
<b>MINTUR</b>	Coordinar acciones para la restauración, y administración de	Fortalecer el destino turístico Ayangue, más la	<b>Falta de cooperación de la Comunidad</b>

	la comuna Ayangue (modelo de gestión)	prestación de servicios.	
<b>PREFECTURADE SANTA ELENA</b>	Contribuir con promoción del destino y capacitación de los comuneros.	Aportar al desarrollo del turismo en la localidad.	<b>Financiamiento</b>
<b>EMUTURISMO</b>	Disponer de programas de desarrollo turístico local.	Fortalecer el turismo de la comuna Ayangue.	<b>Financiamiento</b>
<b>MINISTERIO DE AMBIENTE</b>	Garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado a través de la conservación y utilización sustentable de su biodiversidad, de la protección y mejora de su calidad ambiental promoviendo el desarrollo sustentable y la justicia social. Además, el reconocimiento del agua, el suelo y el aire como recursos naturales estratégicos.	Gestión ambiental eficaz y eficiente.	<b>Financiamiento</b>
<b>SERVIDORES TURÍSTICOS AYANGUE</b>	<b>Administrar la comuna Ayangue.</b>	<b>Aportar al desarrollo turístico local.</b>	<b>Falta de Financiamiento.</b>

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Fases de ejecución del proyecto



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## CONCLUSIONES

- ❖ El proyecto estudio para la incorporación de la comuna Ayangue al Programa de pueblos mágicos, se desarrolló a través de un diagnóstico y análisis territorial, permitiendo la identificación de elementos que a su vez se complementan con la literatura estudiada, los mismos que son fundamentales para el fortalecimiento y mejoramiento del turismo de Ayangue. O. general
- ❖ Tras el diagnóstico situacional de la comuna Ayangue, se logró identificar las principales actividades turísticas, en este caso la oferta que brinda los servidores turísticos hacia los visitantes, la misma que permite postularse e incorporarse al programa de pueblos mágicos.
- ❖ Así mismo se llega a identificar y definir la demanda turística actual y potencial de la comuna Ayangue, en este caso los principales segmentos que visitan la localidad son familias y amigos. Por consiguiente, aquello contribuirá a un fortalecimiento y desarrollo del turismo en el destino.

## **RECOMENDACIONES**

- ❖ Se recomienda, a la comunidad de Ayangue tomar como base todos los diagnósticos realizados para la identificación de atractivos y productos turísticos, los mismos que formaran parte de un requisito mas para el proyecto pueblos mágicos Ecuador.
- ❖ Se sugiere, a los actores turísticos públicos y privados poner en marcha el proceso de incorporación al programa pueblos mágicos. De tal manera, que aportaría con beneficios para un desarrollo económico y turístico de la localidad.
- ❖ Se recomienda incentivar a los ciudadanos de la comuna Ayangue a llevar acabo el proceso de incorporación al programa de pueblos mágicos Ecuador. Debido, a que posee los recursos, infraestructura y estructura turística primordial para ser postulado. Por ende, aquello permitirá ser reconocido a nivel provincial y nacional, siendo uno de los primeros pueblos mágicos de la región Costa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agostina Maroni, L. M. (2007). efectos de cambios en el tipo de cambio real bilateral en las exportaciones. *eumed*, 9.
- agua, A. d. (2017). Obtenido de <http://www.regulacionagua.gob.ec/arca-y-senagua-en-busqueda-de-alternativas-tecnicas-para-el-desabastecimiento-de-agua-potable-en-santa-elena/>
- Alejandro, k. S. (2014). *Emprendimiento para el éxito*. Ecoe Ediciones.
- ÁLVAREZ, J. F. (2015). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA*. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5434/3384791A174.pdf?sequence=1>
- Ambiente, M. d. (2015). Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/reserva-marina-el-pelado>
- Ayangue, C. d. (2019). *Ministerio de Salud* . Obtenido de <https://www.ubica.ec/info/CENTRO-DE-SALUD-AYANGUE>
- Bembibre, V. (2007). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/historia/historia.php>
- Cabanilla, E. (2015). *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180738583009.pdf>
- CHINNER, E. (2011). *Investigación descriptiva mediante encuestas*.
- Chong, M. G. (Diciembre de 2012). *UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL*. Obtenido de <http://suia.ambiente.gob.ec/documents/783967/889476/Creaci%C3%B3n+de+Dos+Circuitos+Tur%C3%ADsticos+Sustentables+para+el+Desarrollo%2C%20Promoci%C3%B3n+y+Fortalecimiento+de+la+Actividad+Tur%C3%ADstica%2C%20Los+Rios.pdf/ea25f63a-01a3-47d4-bc2e-869654488fe2>

- climatedata.org*. (2017). Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/ecuador/santa-elena-province/ayangue-177737/>
- Colina, J. d. (2007). Obtenido de [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo\\_Turistico\\_-\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)
- Covarrubias, R. (2015). Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas. *Eumed*, 32.
- Damaris, J. Q. (2012). *Evaluación del uso turístico del balneario de ayangue*. Guayaquil.
- DARWIN, C. (1995). *The origin of species*. New York: Gramery.
- DIAZ, A. (2012). Pensar la sociedad de la información/conocimiento. *Revista Unam*.
- Diseños, E. (2019). *Montañisol S.A.* Obtenido de <https://www.montanisol.com/servicios-taxi-montanita-vans-transfer-transporte-turistico-aeropuerto-guayaquil.html>
- Duarte, E. (2015). La participación del sector privado en la definición de la política. *Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales.*, 129-132.
- Duarte, S. (2019). El Programa Pueblos Mágicos: una gran idea con grandes deficiencias. *Entorno Turístico - Hablemos de Turismo. Economía, el diagnóstico*. (2016). Obtenido de [www.eco.buap.mx](http://www.eco.buap.mx)
- Educación, M. d. (2019). Obtenido de <https://www.ubica.ec/info/CENTRO-DE-SALUD-AYANGUE>
- El Origen de los pueblos mágicos en México. (2017). *Maravillas en México*.
- El sol de México. (19 de diciembre de 2018). *Le quitan magia a los pueblos turísticos; desaparece partida federal*. *El Universo*. (26 de noviembre de 2018). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/11/26/nota/7069341/avanzan-actividades-plan-pueblos-magicos>
- El Universo*. (2018). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/23/nota/6635383/santa-elena-marco-record-visitantes>

- Entorno Turístico, Hablemos de Turismo. (2018). *Año en que fueron nombrados los pueblos mágicos de México.*
- Fundacion unam. (2017). *Pueblos mágicos historia y tradición.*
- G.A.D. (2016). Obtenido de <http://www.gadse.gob.ec/gadse/wp-content/uploads/2019/09/119.-ESTATUTO-ORG%C3%81NICO-GAD-SANTA-ELENA-DEF..pdf>
- Glory, R. A. (Octubre de 2015). *Diversidad tradicion e innovacion en la gestion cultural.* Obtenido de <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/323/2ENGC149.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gomez, J. (2019). *Surftaxi.*
- González, M. (2010). *Scielo.* Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-43602010000100007](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-43602010000100007)
- Goraymi. (2020). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/ecuador/rutas-paseos/pueblos-magicos-ecuador-aqcydahua>
- Ibarra Michael, V. V. (2016). El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos “Cosaltazo” y “Cosalazo”. *Scielo*, 2-6.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.* (2010).
- Jara, D. (s.f.). Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/24277/1/Art%20Evaluaci%C3%B3n%20del%20uso%20Tur%C3%ADstico%20del%20Balneario%20Ayangue.pdf>
- Jurado, J., Victoriano, Y. S., & Manuel, L. d. (2004). *66 juegos populares para educar.* EDITORIAL CCS ISBN 978-84-8316-807-3.
- Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). Investigación del comportamiento. En *Metodo de investigacion en ciencias sociales.* Mexico: McGrawHill.
- Lerma, H. (2001). Metodología de la investigación: Propuesta, proyecto, anteproyecto. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Litardo, V. (2012). Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/352/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-68.PDF>
- LOEI. (2017). REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL. 116.
- Lozano, C. (2017). Interiorización del conocimiento para la optimización del programa pueblos mágicos. *TuryDes*, 2.
- Luyando, J. (31 de Julio de 2016). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362016000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-90362016000200005&script=sci_arttext)
- Maldonado, C. (10 de enero de 2010). Obtenido de <https://es.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>
- Maravillas en México. (2017). *El Origen de los pueblos magicos en Mexico*.
- Marinas, C. N. (2018). *ESPOL*. Obtenido de [http://www.cenaim.espol.edu.ec/biodiversidad\\_REMAPE\\_amb](http://www.cenaim.espol.edu.ec/biodiversidad_REMAPE_amb)
- Meireles, M. (2018). *Scielo*. Obtenido de [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2175-33692018000400017](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2175-33692018000400017)
- Meridiano*. (s.f.). Obtenido de <https://meridiano.mx/NACIONAL/34598/Reconocen-importancia-de-los-Pueblos-Magicos>
- Mexicana, O. E. (19 de 12 de 2018). Le quitan magia a los pueblos turísticos; desaparece partida federal. *El Sol de Mexico*.
- Michel, J. P. (2016). El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos “Cosaltazo” y “Cosalazo”. *SCIELO*.
- Ministerio de turismo*. (s.f.). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ministro-de-turismo-de-ecuador-conoce-beneficios-de-implementar-pueblos-magicos-en-mexico/>
- Ministerio de Turismo*. (2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/15-requisitos-para-acceder-al-programa-pueblos-magicos-en-ecuador/>

- Ministerio de Turismo*. (2 de agosto de 2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-desarrollo-de-pueblos-magicos-en-ecuador-contara-con-asesoramiento-de-mexico/>
- Ministerio de Turismo*. (2018). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/santa-elena-fue-la-provincia-mas-visitada-en-el-feriado-del-24-de-mayo/>
- Ministerio de Turismo*. (2019). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/santa-elena-promociona-sus-atractivos-turisticos-en-la-region-andes/>
- Mintur. (04 de 08 de 2019). Ayangue, “la piscina del Pacífico” ecuatoriano. *Ministerio de Turismo*.
- Myriam Yolanda Sarabia Molina, F. F. (2019). *El turismo comunitario como producto turístico sostenible en la provincia Santa Elena*. Santa Elena.
- Nájar, A. (16 de octubre de 2015). Qué son los “Pueblos Mágicos” de México y por qué todos quieren serlo. *BBC news*.
- P., M. S. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. . Obtenido de Productos y Destinos Turísticos Sostenibles
- Padilla, O. D. (1980). *El turismo fenomeno social*.
- Palafox, A. (2016). *Repositorio Institucional SISBIUQROO*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12249/2059>
- (2014 - 2019). *Plan Desarrollo y Ordenamiento Territorial Santa Elena*. Santa Elena.
- Poncela, A. M. (2015). UNA REVISIÓN DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS. *CULTUR*, 5-12.
- Pueblos mágicos historia y tradición . (2017). *Fundacion unam*.
- Ramírez, H. P. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Scielo*.
- Ramírez, R. C. (marzo de 2018). *Eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/oferta-turistica.htm>
- Reglamento general de actividades turísticas*. (2002).
- Rodríguez, M. (2017). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4137/1/UPSE-TDT-2017-0022.pdf>

- Rodriguez, O. (2018). Desaparecen pueblos mágicos. *Entorno Turístico - Hablemos de Turismo*.
- Rosas, A. (junio de 2015). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-84182015000100002&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-84182015000100002&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Rosas, U. (Marzo de 2017). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-54722017000100105](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722017000100105)
- Rubira, A. (2019). Obtenido de <https://es.slideshare.net/albertrubira/demanda-potencial-y-mercado-meta#:~:text=La%20Demanda%20PotencialLa%20Demanda%20Potencia,l,del%20producto%20y%20se%20forma>
- Ruiz, D. F. (2005). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/dfr/actividades%20complementarias.htm>
- RUS, G. D. (1997). ECONOMÍA DEL TURISMO. *Revista de Economía Aplicada*.
- Sánchez, A. (2003). *PROPOSICIÓN METODOLÓGICA PARA EVALUAR LA PRODUCCIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS ASOCIADOS AL BOSQUE*. Chile: Repositorios Universidad Chile.
- SANCHEZ, R. (2015). Obtenido de [http://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII\\_10.pdf](http://www.ecorfan.org/actas/A%20T%20III/A%20TIII_10.pdf)
- Sanisaca, C. (2012). *Manual Operativo de Procesos para Hoteles*. Cuenca.
- Sectur. (2014). *Guía de incorporación y permanencia de pueblos mágicos*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/guia-pueblos-magicos.pdf>
- Senescyt. (2016). *Centro Nacional de Acuicultura e Investigaciones Marinas*. Obtenido de <http://www.cenaim.espol.edu.ec/REMAPE>
- Senescyt. (2018). Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/senescyt-contribuye-a-la-conservacion-de-la-concha-spondylus-y-otras-especies-marinas/>

- Socaletti, M. (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Obtenido de <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Solano, B. H. (2016). Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 5-17.
- Suárez, L. (2019). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/263853246/TEJIDO-INSTITUCIONAL>
- Suárez, L. P. (2011). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-27602011000400005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602011000400005)
- Tapia, A. (2015). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2604/1/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20ECONOMICO%20COMUNA%20AYANGUE%20-%20ALEX%20TAPIA%20ANGEL.pdf>
- Tapia, A. A. (2015). *plan desarrollo economico comuna Ayangue*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/2604/1/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20ECONOMICO%20COMUNA%20AYANGUE%20-%20ALEX%20TAPIA%20ANGEL.pdf>
- tiempo, E. (15 de septiembre de 2017). Alianzas público- privadas claves para fortalecer el turismo. *El tiempo*.
- Tomalá, L. (2016). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14118/1/TESIS%20COMUN A%20AYANGUE.pdf>
- Toselli, C. (2009). PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO A DESTINOS TURÍSTICOS. *Gestión Turística* , 109-124.
- Turismo, i. d. (enero de 2014). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>
- Turismo, M. d. (2016). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/ESTATUTO-ORGANICO-POR-PROCESOS-DEL-MINISTERIO-DE-TURISMO.pdf>

- Turismo, M. d. (2 de agosto de 2018). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-desarrollo-de-pueblos-magicos-en-ecuador-contara-con-asesoramiento-de-mexico/>
- Turismo, M. d. (2019). Obtenido de [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Feriados/2019/FERIADO-CARNAVAL.pdf?fbclid=IwAR11Q1HZVY\\_ZZWhODT-hDfy3xV1paYO209tMzHEyzAsZvCxo5fbOIUZIoP4](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Feriados/2019/FERIADO-CARNAVAL.pdf?fbclid=IwAR11Q1HZVY_ZZWhODT-hDfy3xV1paYO209tMzHEyzAsZvCxo5fbOIUZIoP4)
- TURISMO, P. D. (s.f.). *PROGRAMA DE COOPERACIÓN*. Obtenido de <http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/cd2/index/assoc/aecid004/6.dir/aecid0046.pdf>
- Valdez , P. (2019). *Repositorio digital*. Obtenido de Universidad central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/17603>
- VELARDE VALDEZ, M. (2009). *Repositorio Institucional SISBIUQROO*. Obtenido de Universidad de Quintana ROO: <http://hdl.handle.net/20.500.12249/596>
- Vera, I. Á. (2017). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/turismo-en-la-economia-de-ecuador/>
- Villegas, K. (2018). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/34694>
- Zarsoza, V. J. (2012). *Plan de promocion del cristo de las aguas d ela comuna ayangue para fomentar el turismo de la zona*. Guayaquil.

# **ANEXOS**



## Ficha para evaluar criterios

### Anexo 2 Ficha de Atractivos Turísticos

<b>Nombre del atractivo:</b>				
<b>Ficha de accesibilidad</b>				
Parámetros de calificación	SI	NO	N/A	Observaciones
Señalética Informativa				
Vías de acceso				
Señalética de tránsito				
Centros de información turística				
Transporte urbano				
Paraderos de transporte público				
Aparcamiento				

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### Anexo 3 Ficha de Hoteles

<b>Nombre del establecimiento:</b>			
<b>Categoría:</b>			
<b>Número de habitaciones:</b>			
<b>Tipos de habitaciones:</b>			
<b>Personería</b>	Natural: <input type="checkbox"/>	Jurídica: <input type="checkbox"/>	Ingresos anuales
<b>Total activos</b>	Activos fijos:	Activos circulante:	
<b>Servicios</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Observaciones</b>
Alimentos y bebidas			
Recepción			
Piscina			
Áreas verdes			
Espacios recreativos			
Accesibilidad discapacidad			
Seguridad Guardianía			
Garage o Estacionamiento			
<b>Número de trabajadores</b>			
Sin contrato			
Con contrato			
<b>Permiso de funcionamiento</b>			
Si			
No			

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

**Anexo 4 Ficha para Agencias de Viajes y Operadoras Turística**

<b>Agencias de viajes u operadoras de viajes</b>		
<b>Nombre del establecimiento</b>		
<b>categoría</b>		
<b>Personería</b>	Natural: <input type="checkbox"/>	Jurídica: <input type="checkbox"/> Ingresos anuales
Mayorista	<input type="checkbox"/>	
AAVV Internacional	<input type="checkbox"/>	
AAVV Dual	<input type="checkbox"/>	
Tour operador	<input type="checkbox"/>	
<b>Observaciones:</b>		
<b>Productos que ofrece</b>	<b>Si</b>	<b>No</b> <b>Observaciones</b>
Alojamiento		
Transportación		
Traslados		
Renta Autos		
Renta autobuses		
Circuitos Turísticos		
Excursiones		
Paquetes Turísticos		
Servicios de crucero		
Guía de Turistas		
Seguro de Viajes		
Visas y Permisos		
Espectáculos de eventos culturales, deportivos, ferias y exposiciones		
Excursiones Locales		
Reservas		

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### Anexo 5 Elementos de un restaurante

Elementos que componen un restaurante:				
Entorno /Ambiente				
Olores:	Agradable <input type="checkbox"/>	Poco Agradable <input type="checkbox"/>	De <input type="checkbox"/>	dable <input type="checkbox"/>
Silencio :	<input type="checkbox"/>		Ruido	<input type="checkbox"/>
Polvo: Si	<input type="checkbox"/>		No	<input type="checkbox"/>
Ventilación:	<input type="checkbox"/>		Extractor de Olores :	<input type="checkbox"/>
Limpio: Si	<input type="checkbox"/>		No	<input type="checkbox"/>
Tangible	SI	NO	N/A	Observaciones
<b>A.1Cocina</b>				
Cocina Industrial				
Cuarto frío / Nevera				
Servicios Básicos				
Lava platos / Lavaderos				
Instalaciones Eléctricas				
Instalaciones de Agua				
<b>A.2 Sala / Salón</b>				
Mesas / sillas				
Ventilación /A.A/Ventiladores				
Iluminación				
Comanda Eléctrica				
Comanda Manual				
Barra				
Equipos eléctricos Audio / Video				
<b>A.3 Personal</b>				
Uniformes				
Limpieza Personal				
Imagen personal				
<b>A.4 Comunicación</b>				
Cartas / Menús				
Paneles Informativos de Menús				
Ofertas				
<b>A.5 Servicio</b>				
Trabajadores Profesionales				
<b>Trabajadores Informales</b>				

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## **Anexo 6 Socialización del proyecto de investigación**



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## **Anexo 7 Docente Tutor y Directora de Turismo de Santa Elena**



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Anexo 8 Socialización con actores turísticos de Ayangue



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Anexo 9 Aplicación de ficha para Hotel



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

### **Anexo 10 Realización de DAFO**



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana - Vega Tomalá Yadira

### **Anexo 11 DAFO con comuneros**



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Anexo 12 Socialización del Proyecto



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

## Anexo 13 Exposición del Proyecto



Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana - Vega Tomalá Yadira

Anexo 14 Catastro turístico de Ayangue

CATASTRO DE CABAÑAS COMUNA AYANGUE

N°	NOMBRE COMERCIAL	PROPIETARIO	CIUDAD	DIRECCION / REFEREN	RUC O C.I.	ACTIVIDAD	FEC.D INC	2015	2016	2017	2018	2019	CONTACTO	CORREO ELECTRONICO	OBSERVACION	NUM
1	ANGELITA	ANGELA MAXIMA FUENTES GUALE	AYANGUE	BARRIO T DE MAYO FRENTE AL	0905274700001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	25/10/2011	NO ESTABA EN	\$ 60,00				042915081	sin correo electrónico	PAGO EL 16/03/2016	NO 1
2	ANGELITA	ANGELITA MAIRA TOMALA BAQUERIZO	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA	091243609001	ALIMENTOS Y BEBIDAS		NO ESTABA EN	\$ 20,00					sin correo electrónico	ABONO DE PAGO	NO 1
3	ADRIANA	ADRIANA ELIZABETH BACILIO DEL PEZO BACILIO	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA FRENTE AL	2400052318	COCTELES		\$ 93,95	\$ 15,00					sin correo electrónico	CON COMPROMISO	COM
4	ANGELITA 2	ANGELA BACILIO MUÑOZ	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA A LADO DEL COMEDOR AV. PRINCIPAL	0908344344	ALIMENTOS Y BEBIDAS	13/8/2009	NO ESTABA EN	\$ 20,00				094338715	sin correo electrónico	ABONO DE PAGO	NO 1
5	BRISAS DEL MAR	JUANA AURELIA BORBOR DE LA CRUZ	AYANGUE	JUNTO AL COMEDOR	0910883255001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	13/8/2009	NO REGISTRA	\$ 60,00				090811642	sin correo electrónico	NO REGISTRA PAGO DEL AÑO 2015	3460
6	CAROLINA	GLADYS MAGDALENA APOLINARIO POZO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE AVF. PRINCIPAL Y	0905643938001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	3/8/2008	\$ 60,00	\$ 20,00				0997968360	sin correo electrónico	ABONO DE PAGO	NO 1
7	CASA 2	JOSE FELIPE RIVERA SOLANO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE PRIMERO DE	110181499001	ALOJAMIENTO	15/10/2014	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 22,77		0979457864-042916099	joservera@hotmail.com	CON COMPROMISO PAGO EL 08/08/2017	COM 6115
8	CASTLE MARK	MIRIAM GAUDELIA RIVERA ANDRADE	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DE	1309647145001	ALOJAMIENTO	7/2/2014	NO REGISTRA					042916004-0992427508	mirivera88@yahoo.com	MANTIENE DEUDA DESDE INICIO DE	NO 1 DE F
9	CARLITA	CALIXTA EUGENIA GONZABAY DE LA CRUZ	AYANGUE	CALLE MALECON JUNTO AL COMEDOR	0904133113001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	9/3/2010	NO REGISTRA	\$ 60,00				094338715	sin correo electrónico	NO REGISTRA PAGO DEL AÑO 2015	NO 1
10	COCTELERIA CARMITA	CARMEN MARJORIE BORBOR ANGEL	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA A DOS CUADRAS DE LA	0924487572001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	16/9/2019	\$ 93,95	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	0997874303	cborborangel@gmail.com	COCTELERIA ACTIVA DESDE EL 2015	COM 4682 0082
11	CINCO HERMANOS	HILARIO MALAQUIAS TOALA ZAMBRANO	AYANGUE	BARRIO VIRGEN DE FATIMA CALLE	1301860787001	ALOJAMIENTO	16/4/2009	\$ 30,10	\$ 42,50	\$ 60,00	\$ 60,00		0990921394-042916024	hilarioalaz@hotmail.com	ADEUDA AÑO 2019	1884 1847
12	COCTELERIA DE ARMANDO	ARMANDO MANUEL PONCE CHOEZ	AYANGUE	SECTOR PLAYA DE LA COMUNA Y	0925752347001	COCTELES Y BATIDOS	10/2/2015	\$ 93,95	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	0985335125	manuthebigboss@live.co	FALTA COMPROMISANTE 2015	COM 6994
13	D' OSCAR Y JOHANA	JULIO OSCAR TOMALÁ BAQUERIZO	AYANGUE	BARRIO TERO DE MAYO - DIAGONAL A	0919963959001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	11/10/2019	\$ 93,95	\$ 20,00	\$ 80,00		\$ 60,00	0991088092	juliotomala1979@hotmail.com	ESTABLECIMIENTO NUEVO	COM
14	DOS PESCADITOS	GLORIA CLAUDINA MUÑOZ COCHEA	AYANGUE	AYANGUE SECTOR LA PLAYA	0905237772001	ALIMENTOS Y BEBIDAS		NO REGISTRA	\$ 20,00					sin correo electrónico	ABONO DE PAGO	NO 1
15	DELFINA	DELFINA NAQUERIZO GONZABAY	AYANGUE	AYANGUE SECTOR LA PLAYA	0913152021001	ALIMENTOS Y BEBIDAS		NO REGISTRA	\$ 20,00					sin correo electrónico	CON ACTA DE COMPROMISO 07 DE	COM DE F
16	DILLAN	BENJAMIN FÉLIX PONCE CHOEZ	AYANGUE	AYANGUE BARRIO TERO DE MAYO	0923470785001	COCTELES	21/3/2017	NO REGISTRA	\$ 256,00	\$ 110,00			0939484858	benjaponce30marzo@hotmail.com	NO CONSTA EL COMPROMISANTE DEL	5171
17	DELIA	ADELIA MUÑOZ SALINAS	AYANGUE	AYANGUE SECTOR LA PLAYA JUNTO A	0912566668001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	10/10/2013	NO REGISTRA	\$ 60,00				090814680	adelia0912@outlook.es	CON ACTA DE PAGO EL 20/04/2017	COM
18	D' LUCHO COCTELERIA	LUIS ALBERTO TOMALÁ BAQUERIZO	AYANGUE	BARRIO VIRGEN DE FATIMA II	0915765259001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	8/5/2019	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 60,00	POR PAGAR	\$ 60,00	0959263742	tomalaluis35@gmail.com	MANTIENE DEUDA	PAG
19	DOÑA JACQUELINE	JACQUELINE VICTORIA RODRIGUEZ MUÑOZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DE	0914032727001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	15/1/2014	NO REGISTRA	\$ 20,00				0968674505	jmctorarodriguez@hotmail.com	ACTA DE COMPROMISO 20 DE	COM
20	EL PESCADITO	ROSA CLAUDINA BACILIO COCHEA	AYANGUE	COMUNA AYANGUE SECTOR MALECON	0905130142001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	12/1/2016	NO REGISTRA	\$ 10,00				0939623335	rosabacilio@outlook.es	ACTA DE COMPROMISO 20 DE	COM
21	ELIZABETH	VIOLETA ISABEL REYES GONZABAY	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA A LADO DEL COMEDOR	0904464336001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	29/1/2016	NO REGISTRA	\$ 20,00				0993612751	sin correo electrónico	ACTA DE COMPROMISO 20 DE	COM
22	EL DELFIN DORADO	DELFINA LIDIA SANTOS RODRIGUEZ	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA A LADO DEL	0907943559001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	16/6/2014	NO REGISTRA	\$ 20,00				0986960318	sixtogradanos@hotmail.com	ACTA DE COMPROMISO 14 DE	COM
23	EMANUEL	MARTHA JANETH CONFORME PILAY	AYANGUE	BARRIO PRIMERO DE MAYO DETRÁS DEL	0918330507001	ALOJAMIENTO	17/7/2008	NO REGISTRABA EN EL CATASTRO T	\$ 60,00	\$ 60,00			042916109	janeth-conpilav@hotmail.com	SIN OBSERVACION	2808 3456
24	GABRIELITA	ROSA MAGDALENA RODRÍGUEZ TOMALÁ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE SECTOR MALECON A	0905148656001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	31/8/2015	\$ 47,50	\$ 20,00				0992430812	magdaenarodriguez1959@hotmail.com	ACTA DE COMPROMISO 13 DE	COM 0626
25	GENESIS	JENNY DEL PILAR ZAMBRANO MATEO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE FRENTE A LA CRUTA	0920397650001	COCTELES	8/11/2013	\$ 93,95		\$ 60,00			0969526445	kanilis1996_zambrano@hotmail.com	PAGO EL 09/03/2017	4596

26	JUANITA	JUANA GENOVEVA POZO GUALE	AYANGUE	AV. PRINCIPAL JUNTO AL COMEDOR	0904930690001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	13/3/2010	NO REGISTRA	\$ 60,00				042916080-094338715	sin correo electrónico	NO HAY	NO HAY	NO HAY	
27	JUANITA	JUANA DOMITILA BACILIO POZO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE AV. PRINCIPAL	0909260192001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	13/8/2009	NO REGISTRA	\$ 60,00				0988211720	sin correo electrónico	COMPROBANTE DE	NO HAY	NO HAY	
28	JUANITO	DIGNA JACQUELINE SALINAS TOMALA	AYANGUE		0910711191001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	22/5/2012	NO REGISTRA	\$ 10,00					sin correo electrónico	COMPROBANTE DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
29	JUANITA MC	JUANA ANGELA MUÑOZ COCHEA	AYANGUE	COMUNA AYANGUE AV. PRINCIPAL A	0908744790001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	4/2/2015	\$ 47,20	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00		0988907518	luis_orralla@hotmail.com	FALTA	COMPROBANTE 2015	NO HAY	
30	JENNY MARIA	MARIA AGUSTINA TOMALA BASILIO	AYANGUE	CALLE MALECON A LADO DEL COMEDOR	0909781031001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	9/3/2010	NO REGISTRA	\$ 10,00				0994338716	sin correo electrónico	ACTA DE	COMPROMISO 14 DE	NO HAY	
31	JONATHAN	JULIA VICTORIA RODRIGUEZ TOMALA	AYANGUE	COMUNA AYANGUE JUNTO AL COMEDOR	0910173194001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	15/3/2013	NO REGISTRA	\$ 20,00				0991181569	sin correo electrónico	ACTA DE	COMPROMISO 13 DE	NO HAY	
32	JANETH	MARTHA JANETH CONFORME PILAY	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO PRIMERO DE	0918330507001	COCTELES	30/7/2014	NO REGISTRA	\$ 10,00	\$ 60,00			0985373881	janet_conforme@hotmail.com	ACTA DE	COMPROMISO 13 DE	NO HAY	
33	JOSUE	YADIRA MARILÚ PONCE CHOEZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE A TRES CUADRA DEL	0922803614001	COCTELES	31/10/2013	NO REGISTRA	\$ 10,00	\$ 50,00			0985920613	yadira/0@hotmail.com	ACTA DE	COMPROMISO 13 DE	NO HAY	
34	KARINA	KARINA AMELIA CORONEL COCHEA	AYANGUE	CALLE MALECON BARRIO 1 DE MAYO	0922157953001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	3/12/2014	NO REGISTRA	\$ 60,00				0991863534	karycor29@hotmail.com	FALTA	DOCUMENTACIÓN	NO HAY	
35	KATHERINE	SANTO ALBERTO GUALE GRANADO	AYANGUE	JUNTO AL COMEDOR BARRIO BRISAS DEL	0910629906001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	1/11/2012	NO REGISTRA	\$ 60,00				0989365318	sin correo electrónico	DOCUMENTACIÓN	ABONOS 2015-	NO HAY	
36	KENA	ANGÉLICA MARÍA BACILIO GÓMEZ	AYANGUE	MAR CALÉ VIRGEN DE BARRIO	0924089329001	COCTELES	16/10/2014	NO REGISTRA	\$ 60,00	\$ 60,00		234/190-0979543814	angelicab25@hotmail.com	ANGELICAB25@HOTMAIL.COM	DOCUMENTACIÓN	ABONOS 2015-	NO HAY	
37	LA SAZON DE LA ABUELA	JUANA MÉRIDA REYES RODRÍGUEZ	AYANGUE	BARRIO VIRGEN DE FATIMA DETRÁS DE	0907041321001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	29/4/2015	NO REGISTRA	\$ 60,00				0981482517	juanameridarodriguez@	INSPECCION, FALTA	ABONOS 2015-	NO HAY	
38	LOS TRES HERMANOS TOMALÁ	PEDRO JACINTO TOMALÁ ESCALANTE	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA FRENTE AL	0918650029	ALIMENTOS Y BEBIDAS	22/1/2016	NO REGISTRA	\$ 60,00					sin correo electrónico	FALTA	DOCUMENTACIÓN	NO HAY	
39	CABAÑA LAS ROCAS	MARIA SOLANGE GONZABAY GUALE	AYANGUE	PARRÓQU. COLONCHE COMUNA	0923680037001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	22/7/2008	\$ 78,50	ESTA DENTRO DE LAS NUEVAS ORDENANZAS			\$ 60,00	0959679133	sgonzabaygual@yahoo.	DOCUMENTACIÓN	ABONO DE PAGO	NO HAY	
40	LOS HERMANOS LAINEZ MUÑOZ	LUIS JUAN LAINEZ GONZALEZ	AYANGUE	SECTOR PLAYA Y MALECON	0916858375001	COCTELES	5/7/2013	NO REGISTRA	\$ 20,00					sin correo electrónico	CON ACTA DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
41	LUISA	LUISA ANTONIA POZO LAINEZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO 1 DE MAYO	0905963468001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	29/7/2014	NO REGISTRA	\$ 20,00				0990657839-042916005	luisalainez28@outlook.c	CON ACTA DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
42	LUCHO LAINEZ	SANTA LUCILA LAINEZ POZO	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA A LADO DEL COMEDOR	0916017767001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	31/7/2009	NO REGISTRA	\$ 20,00				0988800766	sin correo electrónico	CON ACTA DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
43	LAURITA	LAURA SOFIA MUÑOZ COCHEA	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DE	0907102339001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	14/4/2014	NO REGISTRA	\$ 20,00				0959280601-042916009	mcochealaura@yahoo.cc	CON ACTA DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
44	LA LANGOSTA 2	GLADYS JUSTINA APOLINARIO POZO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DE	0908293905001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	5/7/2013	NO REGISTRA	\$ 20,00				0993185773	sin correo electrónico	CON ACTA DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
45	MARY	ANGELA PIEDAD POZO POZO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO MARIA	0910590314001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	29/7/2010	NO REGISTRA	\$ 60,00				0990713524	sin correo electrónico	NO HAY	COMPROBANTE DEL	NO HAY	
46	MERCEDES	MERCEDES VICTORIA RODRIGUEZ AQUINO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DE	0905130357001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	1/9/2009	\$ 34,02	\$ 60,00				042915053-0982593504	sin correo electrónico	COMPROBANTE DEL	ABONO DE PAGO	NO HAY	
47	MASSAJES TERAPÉUTICOS	EUGENIA NEIL MACIAS VEAS	AYANGUE		0904350493001	MASAJES	20/1/2015	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	0981000456	sin correo electrónico	FALTA	COMPROBANTE 2015	NO HAY	
48	MARGARITA	AZUCENA MARGARITA ZAMBRANO MATEOS	AYANGUE	COMUNA AYANGUE FRENTE AL	0916852098001	COCTELES	9/3/2010	\$ 60,00						sin correo electrónico	NO HAY	COMPROBANTE DE	ABONO DE PAGO	NO HAY
49	MOISES	MIRNA INES SALINAS BACILIO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DE	0909511156001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	27/10/2014	NO REGISTRA	\$ 60,00				0994972356	inessalinas1961@gmail.	CON ACTA DE	ABONO DE PAGO	NO HAY	
50	NARCISA	ELSA MARLENE COCHEA MUÑOZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE JUNTO AL COMEDOR	0911139178001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	9/2/2015	NO REGISTRA	\$ 60,00				0993185773	sin correo electrónico	FALTA	COMPROBANTE 2015	NO HAY	
51	OLIVIA COMEDOR	JULIA OLIVIA RODRIGUEZ AQUINO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE MALECON	0904042058001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	9/3/2010	NO REGISTRA	\$ 60,00				0991775432	sin correo electrónico	COMPROBANTE 2015	ABONOS 2015-2017-2018-2019	NO HAY	

52	OLAS DEL MAR	DOLORES IRENE LAÍNEZ MERCHAN	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE MALECON B PRIMERO DE	0909886814001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	15/11/2011	NO REGISTRA	\$ 20,00				0989385318	sin correo electrónico	ACTA DE COMPROMISO 20 DE	NO
53	PANCHITA	FRANCISCA BACILIO BORBOR	AYANGUE	CALLE MALECON MAYO JUNTO A	0905072633001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	22/3/2016	NO REGISTRA	\$ 60,00						COMPROBANTE DE PAGO 2015	COI
54	PAOLA MARTINA	ELOISA POZO MARTINA	AYANGUE	CALLE MALECON JUNTO AL COMEDOR	0906527809001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	8/3/2010	NO REGISTRA	\$ 60,00			042916070	sin correo electrónico	PAGOS EN EL AÑO	NO	
55	PABLITA	RICARDO BACILIO BORBOR	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE MALECON	0901254052001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	16/11/2012	NO REGISTRA	\$ 60,00			0994932339	sin correo electrónico	DEL AÑO 2015	COI	
56	RAQUELITA	RAQUEL BACILIO BORBOR	AYANGUE	COMUNA AYANGUE AV. PRINCIPAL	0912566221001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	18/2/2013	NO REGISTRA	\$ 60,00			042916039	sin correo electrónico	NO REGISTRA PAGO	NO	
57	ROGER	FREDDY JULIAN SALINAS BACILIO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO VIRGEN DEL	0909820987001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	25/11/2014	NO REGISTRA	\$ 40,00			0981215691	sin correo electrónico	DEL AÑO 2015	COI	
58	ROSITA	ROSA MARIA APOLINARIO POZO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE MALECON	09074980001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	28/1/2015	NO REGISTRA	\$ 60,00			042387519-0999518736	sin correo electrónico	EN EL AÑO 2015	DE	
59	ROSALIA	ROSALIA JAQUELINE MORALES QUIRUMBAY	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE VIRGEN DE	0913152047001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	17/7/2015	NO REGISTRA	\$ 20,00			0989707371	rosimaq@outlook.es	ADEUDA AÑOS 2017-2018-2019	NO	
60	ROSY	ROSA INOCENTA GONZABAY DE LA CRUZ	AYANGUE	SECTOR LA PLAYA A LADO DE LOS BAÑOS	0916017783001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	15/12/2008	NO REGISTRA	\$ 20,00			0998718081	sin correo electrónico	NO REGISTRA PAGO	NO	
61	SONIA	SONIA JENNY TOMALÁ BAQUERIZO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE	0914483623001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	26/1/2016	NO REGISTRA	\$ 20,00				sin correo electrónico	DEL AÑO 2015 ACTA	COI	
62	THALIA	GUILLERMO ELOY CORONEL GUALE	AYANGUE	COMUNA AYANGUE AV. PRINCIPAL JUNTO	0909085516001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	11/10/2011	NO REGISTRA	\$ 60,00			0991857144	sin correo electrónico	DEL AÑO 2015	NO	
63	TIA IRENE	IRENE RODRÍGUEZ TOMALÁ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE MALECON JUNTO AL	0912360336001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	9/3/2010	NO REGISTRA	\$ 60,00			042916125	sin correo electrónico	NO REGISTRA PAGO	NO	
64	TOLITA	ANATALIA FRANCISCA YAGUAL BACILIO	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO PRIMERO DE	0913512513001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	17/02/201	NO REGISTRA	\$ 60,00			0986207115	sin correo electrónico	DEL AÑO 2015	COI	
65	WILMER	WILMER EDUARDO SANCHEZ RODRIGUEZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO SAN	092085792001	COCTELES	2/3/2016	RECATEGORI	\$ 60,00			0981540357	wilmer2016t@hotmail.cc	ADEUDA AÑOS 2018-2019	201	
66	YOLANDA	YOLANDA NARCISA ESCALANTE ENRIQUEZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE BARRIO MARIA	0907799910001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	13/8/2009	NO REGISTRA	\$ 60,00			0993229151	sin correo electrónico	NO TIENE COMPROBANTE DE	NO	
67	YULY	SANTA YULIANA RODRIGUEZ GONZALEZ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE CALLE MALECON	0901337907001	ALIMENTOS Y BEBIDAS	3/9/2008	NO REGISTRA	\$ 60,00			042016068	sin correo electrónico	NO REGISTRA PAGO	NO	
68	ZAMBRANO POZO	PABLA GRISELDA POZO TOMALÁ	AYANGUE	COMUNA AYANGUE SECTOR LA PLAYA	0917518623001	COCTELES	9/12/2016	NO REGISTRA	\$ 60,00			0959925051	pablapo79@outlook.cc	DEL AÑO 2015	COI	

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira



## Anexo 17 Cronograma 2

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA																													
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS																													
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO																													
PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LA COMUNA AYANGUE AL PROGRAMA DE PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR PARA FORTALECER EL TURISMO EN LA LOCALIDAD.																													
Vega Tomalá Yadira Elizabeth -Castañeda Balón Tatiana Lisbeth																													
ACTIVIDADES	2019																												
	Octubre					Noviembre				Diciembre						Enero					Febrero								
	04	11	18	25	31	08	15	22	29	03	04	11	17	18	19	20	21	10	14	17	21	24	28	29	04	07	11	14	19
ESTRUCTURA DE PLAN DESARROLLO TURISTICO	X	X																											
OBJETIVOS #INTRODUCCIÓN					X	X	X	X	X																				
DIAGNÓSTICO DE LA LOCALIDAD											X	X				X	X												
ANÁLISIS TURÍSTICO																			X	X	X	X							
FORMULACIÓN ESTRATÉGICA																							X	X					
PROCESO DE REGISTRO																									X	X	X	X	
PROCESO DE INCORPORACIÓN																													
Vega Yadira -Castañeda Tatiana	Ing. Andrés Padilla																												
Estudiantes	Docente Tutor																												

Elaborado por: Castañeda Balón Tatiana – Vega Tomalá Yadira