

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS BILINGÜE**

TEMA:

**Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para
el incentivo de destinos emergentes**

AUTORAS:

**Gutiérrez Lozano, Jessie Katherine
Morocho Sumba, Paola Aylis**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
Licenciado en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Bilingüe**

TUTORA:

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil – Ecuador

2020



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Gutiérrez Lozano Jessie Katherine y Morocho Sumba Paola Aylis, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTOR (A)

Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Gutiérrez Lozano, Jessie Katherine

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

EL AUTOR (A)

Gutiérrez Lozano, Jessie Katherine



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Morocho Sumba, Paola Aylis

DECLARO QUE:

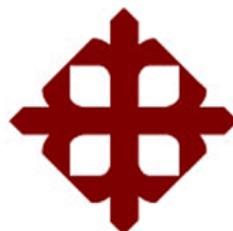
El Trabajo de Titulación, Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes previo a la obtención del título de Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

EL AUTOR (A)

Morocho Sumba, Paola Aylis



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Gutiérrez Lozano Jessie Katherine

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

EL (LA) AUTOR(A):

Gutiérrez Lozano Jessie Katherine



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

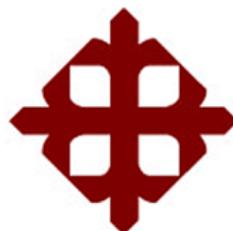
Yo, Morocho Sumba Paola Aylis

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 14 días del mes de septiembre del año 2020

EL (LA) AUTOR(A):

Morocho Sumba Paola Aylis



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes, presentado por las estudiantes Guiérrez Lozano Jessie Katherine y Morocho Sumba Paola Aylis, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	TT - Gutierrez y Morocho urkund.docx (D78137330)
Presentado	2020-08-24 23:01 (-05:00)
Presentado por	Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)
Recibido	shirley.segura.ucsg@analysis.orkund.com
Mensaje	TT - Gutiérrez y Morocho Mostrar el mensaje completo

0% de estas 51 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

**Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.
TUTOR**

Agradecimiento

Ante que todo, le agradezco a Dios por darme la sabiduría, fuerza y salud en estos 22 años de vida.

A mi familia por ser mis pilares y mi fuerza para seguir adelante, quienes me han brindado su apoyo y amor durante mi carrera universitaria.

A todos los docentes de mi carrera, quienes me compartieron todos sus conocimientos, anécdotas y, la ayuda cuando la necesité; de manera especial a nuestra tutora la Eco. Shirley Segura por habernos tenido paciencia y fe en nuestro proyecto.

A mis amigas más cercanas del colegio y amigos quienes han estado desde el primer ciclo alentándome y brindándome su amistad siempre.

Y por último, a mi compañera de tesis quién se convirtió en mi mejor amiga durante toda la carrera y cumplimos con nuestra promesa de hacer juntas la tesis y culminar con éxito nuestra carrera.

Jessie Katherine Gutiérrez Lozano.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas, vida y salud para continuar y ahora culminar mi carrera.

A mi madre por su apoyo incondicional, por enseñarme a ser perseverante y nunca decaer.

A mi padre por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme que todo esfuerzo tiene su recompensa.

A mi hermano por su cariño, consejos y apoyo que a pesar de pequeños desacuerdos siempre estamos juntos.

A mi tutora, Eco. Shirley Segura por guiarnos durante todo el proceso y su paciencia.

A mi compañera de Titulación por su apoyo durante toda la carrera y por demostrarme que la amistad verdadera existe.

A esa persona especial en mi vida, Marcelo Aguirre por su apoyo y confianza.

Sin ellos este proyecto no hubiese sido posible.

.

Paola Aylis Morocho Sumba

DEDICATORIA

El presente trabajo le dedico primero a Dios, por haberme guiado en este lapso de tiempo y darme las fuerzas para seguir.

A mis padres, mis pilares de toda mi vida, Narcisa Lozano Mendoza y Kleber Gutiérrez Wilson por darme el apoyo incondicional y el amor que un hijo necesita para poder avanzar y alcanzar el éxito.

A mis hermanas, Génesis Gutiérrez y Chrissie Gutiérrez por darme la paciencia, apoyo, amor, y la amistad siempre, a pesar de todos los enojos ellas siempre han estado y sé que estarán para toda mi vida.

También le dedico a mi amiga y compañera de tesis Paola Morocho, quien sin duda ha sido un apoyo siempre, prácticamente desde que nos conocimos.

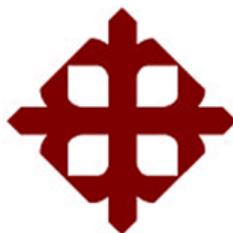
Y por último, a nuestra tutora la Eco. Shirley Segura, quien nos ha guiado y apoyado en el trayecto de este proyecto.

Jessie Katherine Gutiérrez Lozano

DEDICATORIA

El amor, el esfuerzo y la perseverancia lo aprendí desde casa, es por ello que el presente trabajo va dedicado a mi papá Mario Gilberto Morocho Ortega y a mi mamá Mariana de Jesús Sumba Chuya que muchos de mis logros se los debo a ustedes. Gracias por creer en mí y darme esa fuerza y motivación de nunca decaer a pesar de los altos y bajos que se han presentado durante mi carrera, me dejan una de las mejores herencias, la educación. También a mi hermano, Mario Alexander Morocho por su paciencia y apoyo en estos cuatros años. A mi compañera Jessie Gutierrez por ser esa gran mejor amiga que solo se encuentra una vez. Infinitas gracias familia, ahora culmino una meta más pero inicio otra, poner en práctica todo lo aprendido.

Paola Aylis Morocho Sumba



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ec. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.

TUTOR

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.

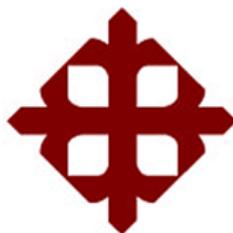
DIRECTOR O DELEGADO

Ec. Luis Albán Alaña, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

Lcda. Paola Gálvez Izquieta, Mgs.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Gutiérrez Lozano Jessie Katherine	
Morocho Sumba Paola Aylis	

**Econ. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.
TUTOR**

ÍNDICE GENERAL

Resumen.....	XXII
Abstract.....	XXIII
Introducción	2
Antecedentes.....	3
Planteamiento del problema	4
Formulación del problema.....	5
Objetivos de la investigación	6
Objetivo general	6
Objetivos específicos.....	6
Justificación	6
Capítulo I: Fundamentación Teórica.....	8
Marco teórico	8
Teoría del sistema turístico.....	8
El Marketing mix	11
Comercialización de productos y destinos turísticos	12
Relación del transporte con el sector turístico.....	13
Teoría de las emociones y la satisfacción	15
Calidad del servicio y satisfacción del cliente.....	15
Marco referencial.....	17
Marco conceptual	19
Marco legal.....	22
Constitución de la República del Ecuador	22
Ley de Turismo.....	22
Licencia Anual de Funcionamiento.....	25
PLANDETUR 2030	25

Capítulo II: Diagnóstico de los atractivos turísticos emergentes de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas	27
Destinos emergentes.....	27
Provincia de Santa Elena	27
Provincia de Manabí.....	36
Provincia de Esmeraldas.....	54
Capítulo III: Metodología de la Investigación	61
Enfoque de investigación.....	61
Diseño de la investigación	61
Método de investigación	61
Tipo de investigación.....	62
Instrumentos de medición.....	62
Población de estudio	63
Muestra	63
Análisis e interpretación de datos.....	64
Análisis de las entrevistas efectuadas	77
Capítulo IV: Modelo de Comercialización de la Ruta Spondylus	79
Antecedentes.....	79
Objetivo general	80
Objetivos específicos.....	80
Análisis PESTA.....	80
Diagrama del sistema turístico de la Ruta Spondylus.....	81
Análisis FODA.....	83
Segmentación del mercado	84
Estrategias de marketing	84
Marketing Mix	84
Modelo de Negocios CANVAS	92

Segmento de Mercado	92
Propuesta de Valor.....	93
Canales de distribución	94
Actividades Claves.....	95
Socios Claves.....	96
Estructuras de costos	96
Punto de Equilibrio.....	99
Fuentes de Ingreso	99
Modelo CANVAS basado en una Operadora de Turismo.	100
Conclusiones.....	101
Recomendaciones	102
<i>Bibliografía</i>	103

Índice de Tablas

Tabla 1. Rango de edad de las personas encuestadas.	64
Tabla 2. Género de las personas encuestadas.	65
Tabla 3. Nivel de Instrucción de las personas encuestadas	66
Tabla 4. Lugar de procedencia de las personas encuestadas.	67
Tabla 5. Conoce los atractivos turísticos de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.	68
Tabla 6. Conoce sobre la modalidad Hop-on Hop-off.....	68
Tabla 7. Aceptación del servicio turístico a bordo de un bus con modalidad hop-on hop-off.....	69
Tabla 8. Margen de precios.....	70
Tabla 9. Análisis de servicios adicionales.	71
Tabla 10. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Santa Elena.	72
Tabla 11. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Manabí.....	73
Tabla 12. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Esmeraldas.....	75
Tabla 13. Análisis de las actividades al momento de visitar un destino.....	76
Tabla 14. Diferenciación de servicios.....	88
Tabla 15. Presupuesto del bus.....	97
Tabla 16. Equipamiento del Bus.....	97
Tabla 17. Costos Variables Operadoras o Agencias de Turismo.....	98
Tabla 18. Costos fijos de Operadora Turística.....	98

Índice de Figuras

Figura 1. Mapa de la Ruta Spondylus. Adaptado del libro Seproyco cia. Ltda (2008).	4
Figura 2. Modelo propuesto por Sergio Molina. Adaptado de Teoría General del Turismo por Pérez & Villa, 2011.....	8
Figura 3. Estructura y funcionamiento del sistema turístico de un destino. Tomado de “Manual para el diagnóstico turístico local”, Ricaurte (2009) página 16.....	9
Figura 4. Esquema de la relación medio de transporte y las demás facilidades que conforman el producto turístico. Tomado de la investigación del Desarrollo turístico y su relación con el transporte por Viloría (2012).	14
Figura 5. Modelo de evaluación del cliente sobre la calidad de Servicio. Adaptado del libro Calidad Total en la gestión de servicios por Zeithaml, Parasuraman, Bitner (2015).	16
Figura 6. A Sacachún regresan la fertilidad y abundancia. (Ipanaché, 2013).	27
Figura 7. A Sacachún regresan la fertilidad y abundancia. (Ipanaché, 2013).	28
Figura 8. ‘Sacachún’, la historia de San Biritute en el cine. (El Universo, 2018).	28
Figura 9. Un museo que salvaguarda un abrazo milenario en el cantón Santa Elena. (Faustos, 2018).	30
Figura 10. El museo de las ballenas. (Yáñez, 2017).	31
Figura 11. Naturaleza, historia y gastronomía resaltan Ruta de la Paja Toquilla en Santa Elena. (Von Buchwald, 2018).	32
Figura 12. Naturaleza, historia y gastronomía resaltan Ruta de la Paja Toquilla en Santa Elena. (Von Buchwald, 2018).	32
Figura 13. Naturaleza, historia y gastronomía resaltan Ruta de la Paja Toquilla en Santa Elena. (Von Buchwald, 2018).	33
Figura 14. Un pescador amante de historia es el guía del museo de Valdivia. (Landivar, 2018).	34
Figura 15. Comuna de Montañita. Obtenido del Diario El telégrafo (2020).	35
Figura 16. Santuario Blanca Estrella del Mar Olón. (Murillo, 2015).	35
Figura 17. El 9 de septiembre, en Olón, nueva procesión de antorchas. (El Universo, 2017).	36
Figura 18. Mapa de la Provincia de Manabí. Tomado de la enciclopedia del Ecuador (Efrén Avilés, 2016).	37
Figura 19. Mapa del Sendero Ecoturístico "El Rocío". Tomado de las redes sociales de los turistas.	38

Figura 20. Refugio de vida silvestre Pacoche. Obtenido por la Dirección Provincial del Ministerio de Ambiente.	39
Figura 21. Playa San Mateo. Obtenido por la página del diario El Comercio, 2015.....	40
Figura 22. Mirador de la playa San Lorenzo. Obtenido por la revista de Manabí (2018).	40
Figura 23. Vía de acceso al Sendero "El Faro" (2020).	41
Figura 24. Foto de turistas visitando la playa de Liguíqui. Obtenido de la Revista de Manabí.	42
Figura 25. Museo Pacoche Dr. José Reyes. Obtenido del Ministerio de Turismo (2017).....	42
Figura 26. Museo Pacocha Dr. José Reyes. Obtenido de la Revista de Manabí.	43
Figura 27. Puntos de venta del Museo Pacoche (2020).	43
Figura 28. Bahía de Caráquez cantón de Manabí (2020).....	44
Figura 29. Mirador La Cruz de Bahía de Caraquez. Obtenido por la Revista Vistazo (2015).	45
Figura 30. La Cruz de Bahía de Caráquez, Manabí. Obtenido de la Página Web TripAdvisor.	45
Figura 31. Instalaciones del Mirador La Cruz (2020).....	46
Figura 32. Playa Punta Bellaca (2020).	46
Figura 33. Imperfecciones en la Playa Punta Bellaca (2020).	47
Figura 34. Vista panorámica de la Isla Corazón. Obtenida del Blog Ven a Manabí Primero (2013).....	47
Figura 35. Sendero Isla del Corazón. Obtenida de la Pagina del Ministerio de Ambiente y Agua.	48
Figura 36. Ubicación de Canoa en el cantón San Vicente. Obtenido de la página oficial de la Provincia de Manabí.	48
Figura 37. Cabalgata en la playa Canoa. Obtenido en el blog de la Operadora Cabalgatas Canoa.	49
Figura 38. Parque ecológico Río Muchacho. Obtenido de la página web de Río Muchacho Organic Farm & Eco-lodge.....	50
Figura 39. Gastronomía en el Parque Ecológico Río Muchacho. Obtenido de la página web Village Monde.	51
Figura 40. Junto al fundador Darío Proaño del Parque Ecológico Río Muchacho Organic Farm & Eco-lodge (2020).	51
Figura 41. Cerveza Artesanal Beerkingo. Obtenido de la página oficial de la Cerveza Artesanal Beerkingo (2018).	52

Figura 42. Arco del Amor. Obtenido de la Revista Vistazo (2015).	53
Figura 43. Cascada de Chindul. Obtenido de la Revista Jama&Pedernales.	54
Figura 44. Mapa de Esmeraldas, Ecuador.	55
Figura 45. Canchimalero espera 5000 fieles para celebrar a Martín de Porres, el Santo Negro (Bonilla, 2015).	56
Figura 46. Baja afluencia de turistas en balneario al norte de Esmeraldas. (Freire, 2019).....	57
Figura 47. Los Manglares más altos del mundo.	58
Figura 48. La Tolita (López, 2012).....	59
Figura 49. Arqueología y playa en el norte de Esmeraldas. (Bonilla, El Comercio, 2017).....	60
Figura 50. Análisis del rango de edad de las personas encuestadas.	65
Figura 51. Análisis del género de las personas encuestadas.	65
Figura 52. Análisis del nivel de instrucción de las personas encuestadas.	66
Figura 53. Análisis sobre el conocimiento de atractivos turísticos de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.	68
Figura 54. Análisis la modalidad Hop-on Hop-off.	69
Figura 55. Análisis de aceptación del servicio turístico a bordo de un bus con modalidad hop-on hop-off.....	70
Figura 56. Margen de precios de las preferencias de los encuestados.	71
Figura 57. Análisis de servicios adicionales.	71
Figura 58. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Santa Elena.....	72
Figura 59. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Manabí.	74
Figura 60. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Esmeraldas.	75
Figura 61. Análisis de las actividades al visitar un destino.	76
Figura 62. Bus turístico hop on-hop off lado derecho.	85
Figura 63. Bus turístico hop on-hop off lado izquierdo.....	85
Figura 64. Señalética de bioseguridad. Tomado del Plan general de retorno a las actividades laborales presenciales de los servidores y trabajadores de la Escuela Politécnica Nacional durante la pandemia por Covid 19. (Escuela Politécnica Nacional, 2020).....	87
Figura 65. Puntos de estadías.....	89
Figura 66. Puntos de estadías y paradas cortas.	90
Figura 67. Actividades claves	95
Figura 68. Recursos claves.	96
Figura 69. Modelo Canvas basado en una Operadora Turística.	100

Índice de Apéndice

Apéndice A. Modelo de encuesta.	108
Apéndice B. Modelo de entrevista realizada al Gerente de la Operadora Turística Wanderbus: Ing. Nicolás Ponce.	111
Apéndice C. Modelo de entrevista realizada a la propietaria de la Agencia de Viajes Guanitours S.A.: Licenciada Ailin Medrano.	115

Resumen

En el presente proyecto trata sobre una propuesta de un modelo de comercialización para fomentar el turismo en la Ruta Spondylus mediante el análisis e identificación de los destinos emergentes ubicados en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas con el fin de incluirlos en los paquetes, tours y que obtengan un crecimiento significativo en el turismo. La metodología utilizada para este estudio fue método no experimental analizando cada variable con alcance descriptivo, exploratorio y un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). Los principales hallazgos que se obtuvieron mediante los resultados de las encuestas que se les realizaron a 384 personas que han visitado y visitan los diferentes destinos emergentes de la ruta que se mencionan en la actual investigación, fue que les agrada la idea de implementar un bus de la modalidad hop on- hop off. Y también se llegó a la conclusión de que los encuestados consideran interesante para visitar fueron: en la Provincia de Santa Elena, el Museo de Ballenas (Cantón Salinas), Santuario Blanca Estrella de Mar (Comuna de Olón) y visita a la comuna Montañita; en la Provincia de Manabí, el Mirador de la playa San Lorenzo (Parroquia San Lorenzo), Isla Corazón (San Vicente), Arco del Amor (Jama) y la Cascada de Chinndul (Cantón Pedernales); y por último en la Provincia de Esmeraldas, la Cueva del Amor y la Reserva Manglares El Majagual (Parroquia Santa Lucía de las Peñas), Museo La Tolita Pampa de Oro (Comuna la Tola).

Palabras Claves: Ruta Spondylus, destinos emergentes, transporte turístico, turismo cultural, recorridos, modelo de comercialización.

Abstract

In the present project it's about a proposal for a marketing model to promote tourism on the Spondylus Route through the analysis and identification of emerging destinations located in the provinces of Santa Elena, Manabí and Esmeraldas in order to be included in packages, tours and obtain a significant growth in tourism. The methodology used for this study was a non-experimental method analyzing each variable with a descriptive, exploratory scope and a mixed approach (quantitative and qualitative). The main findings that were obtained through the results of the surveys carried out on 384 people who have visited and visit the different emerging destinations of the route that are mentioned in the current investigation, was that they like the idea of implementing a hop on-hop off mode bus. And it was also concluded that the respondents considered interesting to visit were: in the Province of Santa Elena, the Whale Museum (Cantón Salinas), the Blanca Estrella de Mar Sanctuary (Olón Commune) and a visit to the Montañita commune; in the Province of Manabí, the Mirador de la Playa San Lorenzo (Parroquia San Lorenzo), Isla Corazón (San Vicente), Arco del Amor (Jama) and the Cascada de Chindul (Cantón Pedernales); and finally in the Province of Esmeraldas, the Cueva del Amor and the Reserve Manglares El Majagual (Santa Lucía de las Peñas Parish), La Tolita Pampa de Oro Museum (La Tola Commune).

Keywords: Ruta Spondylus, emerging destinations, tourist transport, cultural tourism, tours, marketing model

Introducción

La Ruta Spondylus se encuentra ubicada en la zona costera del Ecuador, recorre cinco provincias estas son: Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas, El Oro y también llega hasta el norte de Perú. Este recorrido permite observar las playas ecuatorianas más hermosas del país y conocer un poco más sobre la historia ancestral de la región. Su nombre se debe por un molusco o concha del lugar y que hoy en día se encuentra en peligro de extinción. La concha Spondylus era conocida como ‘el oro de los incas’ y considerada sagrada por la cultura Valdivia no solo por su comercialización sino porque representaba un símbolo de fertilidad y prosperidad. El valor de esta concha continúa hasta en la actualidad.

El objetivo de la creación de esta ruta no solo era tener una conexión con el país vecino, Perú sino tratar de incentivar al turista a realizar otros tipos de turismo y no solo el de sol y playa. En el transcurso del recorrido además de sus playas, la ruta permite conocer sobre las culturas precolombinas que hicieron sus asentamientos a lo largo de la costa. Existen varios museos que contienen vestigios arqueológicos y se puede aprender acerca de estas culturas, como en Sumpa y Valdivia, localizados en la provincia Santa Elena, y Chirije, Cerro Jaboncillo y Agua Blanca, localizados en la provincia de Manabí. Además, permite la visita hacia varios pueblos de pescadores y lugares que contienen una gran riqueza cultural y a su vez disfrutar de la deliciosa gastronomía, basada en los mariscos del lugar.

Por tal motivo se presenta un estudio en torno a dichos sitios para identificar aquellos destinos que pueden ser considerados para diseñar una propuesta de comercialización que permita por medio de la operación de la transportación, crear una conexión entre un viaje flexible y seguro con los destinos deseados, incluyendo pequeñas comunidades y lugares poco visitadas logrando el aumento de afluencia de los turistas nacionales y extranjeros. El presente trabajo está orientado a promover el turismo y facilitar al turista construir su propia experiencia del viaje por medio de una modalidad diferente hop-on hop-off que ofrezcan circuitos turísticos hacia los distintos destinos ubicados en la Ruta Spondylus.

El trabajo se estructura en cuatro capítulos. El primer capítulo se redactó ciertas teorías, conceptos y leyes turísticas que tienen relación con el tema tratado; el segundo capítulo se identifica los destinos emergentes y su vez se analiza las condiciones actuales de la oferta turística de estos destinos en la Ruta Spondylus para así conformar un circuito turístico; el tercer capítulo se enfoca en la metodología de la investigación y se calculó la muestra para así poder saber a cuántas personas se les hizo las encuestas, también se presenta las entrevistas que se hicieron a personas profesionales que pertenecen a empresas turísticas, y las encuestas a

personas que visitan y han visitado estos lugares ubicados en la costa ecuatoriana; y por último en el cuarto capítulo, se diseña el modelo de comercialización de la Ruta Spondylus basado en las preferencias de los visitantes para incentivar el turismo en los destinos emergentes.

Antecedentes

El análisis del entorno histórico cultural del Ecuador, y que es representativo dentro del potencial de turismo, destaca el paso del hombre por la costa ecuatoriana que data desde del año 9000 a.c. Sus primeros hallazgos fueron del sitio cultural Las Vegas, ubicado en la provincia de Santa Elena; donde se evidenció las primeras actividades de caza, recolección y pesca que sirvieron de sustento económico durante esa época. La recolección de productos del mar como moluscos y crustáceos a parte de la alimentación sirvió para la elaboración de herramientas u objetos artesanales. En el plan macro de desarrollo turístico de la Ruta Spondylus elaborado por SEPROYCO CIA. LTDA (2008) comentó que:

En el periodo Formativo se continuó con este sistema económico, pero también es necesario aclarar que se incorporaron nuevas técnicas de apropiación de ciertos productos, la navegación y el buceo, el cual empezó con la cultura Valdivia (4200 a.c.) y continuó con los grupos llamados Campaces, Neguas, Paches, Huancavilcas, Puneños, hasta la llegada de los españoles en el siglo XVI; prueba de ello son los vestigios materiales en ciertas islas cercanas a la costa ecuatoriana para el caso del uso de embarcaciones y la evidencia de la concha Spóndylus en sus variedades (p.19).

Así mismo, es valioso mencionar otras culturas importantes como La Tolita, Machalilla, Chorrera, Jama Coaque, Manteño, Bahía, etc., y sitios de gran valor arqueológico y cultural como Chirije, Real Alto, Agua Blanca, Isla la Plata, San Isidro que tuvieron gran realce en la historia. Por otra parte, la concha Spondylus considerada como el oro de los incas y ubicada desde el Golfo de Guayaquil, Ecuador, hasta el golfo de California, México, tuvo un gran aporte en estos acontecimientos ya que era de suma importancia por las civilizaciones prehispánicas desde el periodo Valdivia Tardío hasta la llegada de los españoles. Sirvió como intercambio de moneda, de ofrendas, de alimento para los dioses y adorno personal por sus variedades de colores e incluso llegó a ser más valiosa que el oro mismo. Su valor histórico es tan grande que hoy en día prohíben su pesca, comercialización y consumo.

Debido a todos estos sucesos históricos y el poco valor que se le daba a las culturas ancestrales, unos años más tarde, se evidenció que toda la zona poseía un gran potencial

turístico, donde se creó un Plan Turístico Binacional Ecuador-Perú llamada la Ruta del Spondylus, presentado el 23 de julio de 2007 a ambos países.

Este plan fue una propuesta por parte del Ministerio del Turismo y por todas las provincias de la costa ecuatoriana y se encuentra incluida en el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible en Ecuador (PlandeTur2020). La ruta recorre la parte sur del país hasta la parte norte de Perú; cuyo objetivo: *es convertir los atractivos naturales, culturales y culinarios en productos turísticos y por fin la región costa sea considerada como otro destino de turismo internacional del Ecuador.* (SEPROYCO CIA. LTDA, 2008, p.14).



Figura 1. Mapa de la Ruta Spondylus. Adaptado del libro Seproyco cia. Ltda (2008).

Es así que se dio origen a una planificación estructurada de la promoción de productos y destinos turísticos en la zona litoral ecuatoriana y que hoy en día continúa siendo la principal fuente de ingresos para las comunidades que residen en la misma.

Planteamiento del problema

La Ruta Spondylus fue creada para el incentivo del patrimonio cultural, histórico y arqueológico y también para reforzar sus atractivos turísticos y sus recursos naturales que se encuentran en estos lugares, lo cual no se ha desarrollado a su total potencialidad. Para los turistas, esta ruta se ha enfocado más en un turismo de sol y playa y su gastronomía mas no en sus atractivos culturales, históricos y arqueológicos, y esto se da por la ausencia de

planificación y la gestión limitada de recursos para el diseño y comercialización de productos turísticos que pudieran ser aprovechados para mejorar la imagen turística de la Ruta y la economía de las poblaciones involucradas.

Estas limitaciones de la gestión de comercialización en los atractivos turísticos, recursos naturales y culturales que se encuentran en la ruta, han impedido la visita por parte de los turistas tanto extranjeros como locales y ampliar la demanda por motivos diferentes o complementarios al sol y playa. Por lo tanto, afecta a las comunas a que no tengan un ingreso económico desarrollado durante todo el año, solo en las temporadas nacionales.

Es una desventaja para los comuneros, ya que no les beneficia para sus gastos personales, sus emprendimientos o para la conservación de los mismos destinos. Los circuitos turísticos dentro del corredor principal Ruta Spondylus no se los han explotado exitosamente. Es por esto que las agencias de viajes y las operadoras mayoristas no están conformes porque no pueden vender un paquete turístico bien gestionado y existe abundante demanda, ya que los turistas mayormente viajan a destinos posicionados como Salinas, Montañita, Atacames y Canoa hacia donde hay más facilidades de transportación.

En relación a los destinos poco visitados es importante indicar que para llegar a ellos es algo complejo porque se suele elegir dos o tres buses dependiendo a los lugares que los turistas prefieren ir, pero si existiese un medio de transporte que los traslade al pie de su destino, solo gastarían por un transporte. En la actualidad, existen dos problemas fundamentales que perjudican el transporte interprovincial o intercantonal, que son: exceso de pasajeros y paradas no planificadas a lo largo de la vía, como consecuencia, provoca la incomodidad durante el viaje, riesgo de accidentes, retraso para llegar al destino, robo a pasajeros (esto se debe a detenerse a recoger pasajeros implica el ingreso de personas haciéndose pasar como vendedores ambulantes). Es por esto, que en esta investigación además de reconocer aquellos destinos con potencial turístico e incentivar o aumentar la demanda en estos lugares, se presenta un modelo de comercialización de destinos basado no solo en la comunicación sino también en la distribución enfocada en un sistema de viaje con la seguridad y flexibilidad que además de reducir gasto del turista, mejorará su comodidad y satisfacción en la experiencia de viaje.

Formulación del problema

¿Cuáles son las características y preferencias del visitante de la Ruta Spondylus que permitan definir un modelo de comercialización para el incentivo de destinos emergentes?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Diseñar un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes.

Objetivos específicos

- Determinar el estado actual de los atractivos turísticos de la Ruta Spondylus para identificar los sitios turísticos potenciales que deben ser valorados para conformar recorridos turísticos.
- Identificar la demanda mediante un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de los turistas en general.
- Diseñar un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes.

Justificación

Actualmente, la Ruta Spondylus ha sido identificada como un macro producto turístico que beneficiaría más al país si se llevase a cabo una correcta planificación, organización e involucramiento de todos los sectores que son parte directa e indirectamente del turismo de esta ruta pudiendo así, convertirse en uno de los destinos más visitados en Sudamérica por su riqueza natural y cultural. Al ser un destino con gran potencial permitirá la acogida y el interés de los turistas durante todo el año y no solo en temporadas.

Si bien es cierto, la crisis social, cultural y económica que atraviesa el país desde marzo del presente año por la pandemia mundial COVID-19, ha afectado más a la industria del turismo generando pérdidas millonarias y el aumento de desempleo, pero se espera que sea el turismo mismo quien mejore esta situación a largo plazo. Por lo cual, se hace importante investigar la importancia de diseñar un modelo de comercialización en la Ruta Spondylus, donde no solo se visite sus playas más conocidas sino también intentar incluir a las comunidades más pequeñas, generando un ingreso económico a los pueblos situados en la ruta, quienes han sido afectados fuertemente por esta crisis y, que este modelo permita a las personas acogerse a un modo de viaje seguro para su salud.

Si bien el campo amplio del marketing permite estudiar y desarrollar estrategias alrededor de la oferta de turismo, el diseño y promoción de productos y destinos ha tenido más adelantos investigativos y de aplicación. La comercialización, que en turismo opera de una

manera diferente a la de productos y la mayoría de servicios, presenta un reto importante que es trasladar o desplazar al visitante hacia el destino. Por lo tanto, la transportación desempeña un papel fundamental en la oferta turística.

En la Ruta del Spondylus existen varias empresas de transporte para llegar a cualquier destino que se desee, pero estos están enfocados más en la población local que por diversos motivos necesitan movilizarse. En el Ecuador solo existe una modalidad de buses que recorren los atractivos más conocidos la región Sierra, Oriente y solo una pequeña parte de la zona costera norte del país.

WanderBus, es una de las compañías en el país que ofrece a sus clientes la modalidad de *hop on- hop off* que significa “subir y bajar” que busca la manera de personalizar viajes, permitiendo crear su itinerario o elegir una de las rutas a visitar. Este tipo de turismo ha generado una nueva oferta de negocio y va dirigido a diferentes tipos de turistas.

En la actual investigación, se está proponiendo dentro de la integralidad de la Ruta Spondylus, centrándonos principalmente en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas, dentro de estos se va a seleccionar los destinos que se van hacer la modalidad on y off a partir de los criterios: concentración, diversidad y concentración dos y tres de jerarquización de la oferta turística. Cabe recalcar que, esta propuesta se lo realiza por la concentración de planta turística y por ende existe concentración de atractivos. Una de las herramientas para poder recorrer las provincias y brindar seguridad y confort a los clientes es la implementación de un modelo de comercialización que valore e incluya la operación del sistema de transportación de modalidad hop on y off, en conjunto de la planificación de su viaje de acuerdo con sus necesidades.

Capítulo I: Fundamentación Teórica

Marco teórico

Teoría del sistema turístico

Modelo propuesto por Sergio Molina. De acuerdo con Molina (2000), quién es un pionero en el estudio del turismo en México, describió al turismo desde una concepción sistémica de la siguiente forma: el turismo está integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas que lo componen son los siguientes:

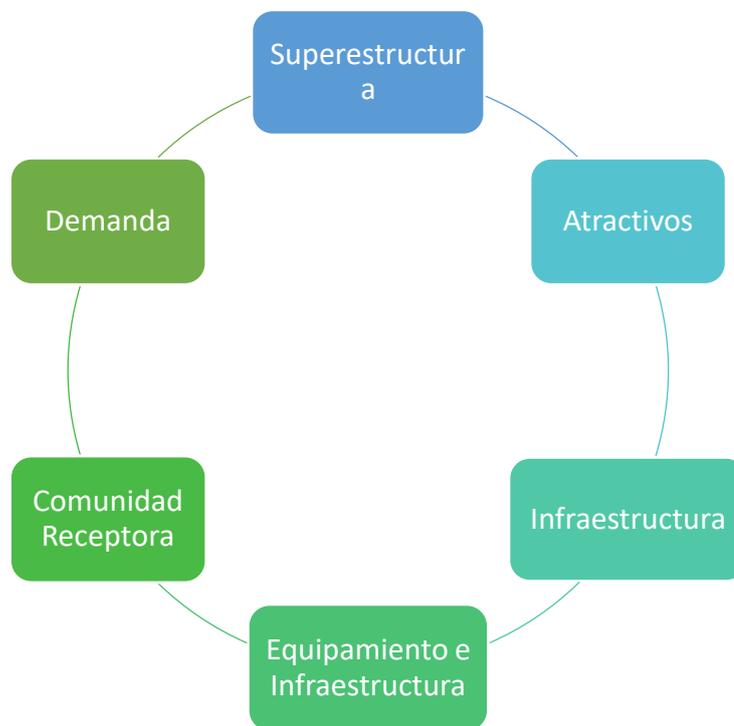


Figura 2. Modelo propuesto por Sergio Molina. Adaptado de Teoría General del Turismo por Pérez & Villa, 2011.

Cada componente del sistema, propuesto por Molina, tiene una serie de elementos:

- **Superestructura.** Se compone de organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes y programas.
- **Demanda.** Constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero.
- **Infraestructura.** La cual incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, entre otros.

- **Atractivos naturales y culturales.** Aquí se consideran los elementos del ecosistema, tradiciones, costumbres de las poblaciones receptoras.
- **El equipamiento y las instalaciones.** Se integran: hoteles, moteles, campings, tráiler parks, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albergas, canchas de tenis.
- **La comunidad receptora.** Se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo.

Por otra parte, Ricaurte (2009) ha adaptado el modelo de Sergio Molina proponiendo nuevos subsistemas para el desarrollo de la actividad y con base en los parámetros de la Organización Mundial de Turismo, la Ley de Turismo del Ecuador y el Plandetur 2020. Como se puede observar en la Figura 2.

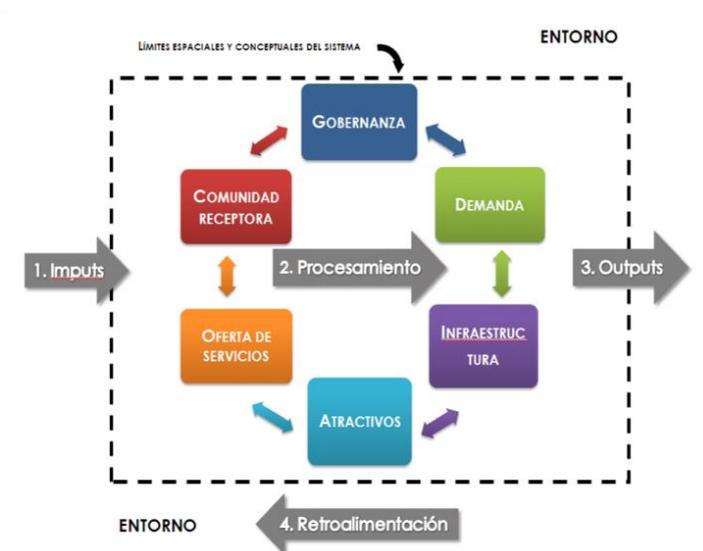


Figura 3. Estructura y funcionamiento del sistema turístico de un destino. Tomado de “Manual para el diagnóstico turístico local”, Ricaurte (2009) página 16.

Por otro lado, Ricaurte (2009) menciona las diferentes funciones de cada subsistema:

Gobernanza. Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

Demanda. Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

Comunidad Receptora. De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

Atractivos. Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

Oferta de servicios. Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

Infraestructura. Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

De acuerdo con lo propuesto por Sergio Molina, la propuesta de investigación de un producto turístico móvil está anclado en el componente de Equipamiento debido a que ofrece el servicio de transporte. Por otro lado, en la adaptación de Carla Ricaurte el transporte está dentro del subsistema de infraestructura.

El Marketing mix

El Comité de directores de la American Marketing Association aprobó esta definición sobre el marketing: marketing es una actividad, un conjunto de herramientas y procesos de creación, comunicación, entrega e intercambio de ofertas que tienen valor para consumidores, clientes, socios y sociedad en general (Mesa, 2012, p.2). Sin embargo, Kotler, Kartajaya & Setiawan (2018) mencionaron que:

Los cambios que se han producido en el comportamiento de los mercados han hecho evolucionar este enfoque desde un marketing centrado en el producto hacia un marketing centrado en el consumidor y, finalmente, a un marketing centrado en el ser humano como consumidor integral, con intelecto, corazón y alma, que no se deja llevar ciegamente por una marca sin respetar sus propias convicciones internas. (p.1)

Kotler (2001) indicó que:

La mezcla del Mercadotecnia o Marketing mix es determinar en como dividir el presupuesto total de mercadotecnia entre las herramientas que utiliza la empresa para alcanzar sus objetivos en el mercado meta. Una clasificación de estas herramientas son las cuatro P's. (p. 16)

Producto: Representa la oferta tangible de la firma al mercado, incluyendo calidad, diseño, características, marca y el empaque del producto.

Precio: La cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por el producto.

Plaza: Comprende las diferentes actividades que la empresa emprende para que el producto sea accesible y esté a disposición de los consumidores meta.

Promoción: Son las diferentes actividades que la empresa realiza para comunicar las excelencias de sus productos y persuadir a los clientes objetivos para su adquisición.

En esta investigación se aplicará las herramientas de distribución y promoción como estrategia para poder llevar el producto al mercado. La distribución porque genera al turista o visitante una nueva movilidad para llegar a los destinos y durante su recorrido permitir paradas para la realización de actividades turísticas. En cuanto a la promoción se realizará publicidad del servicio en redes sociales, página oficial, promociones por temporadas, creación de video promocional mostrando las experiencias de los turistas en el viaje.

Se dice que los bienes se producen para ser vendidos precisamente a los clientes preparados en un lugar adecuado donde se pueda hacer negocios. Por lo tanto, es muy importante que el producto que se está llevando a cabo esté listo en los mercados. Esto incluye una cadena de personas y organizaciones como distribuidores, mayoristas y minoristas que da forma a la red de distribución de la organización (el canal de distribución). La organización debe elegir si vender directamente a las personas o a través de los distribuidores. Incluso puede planear venderlo directamente a los clientes (Burnett , 2008).

Las cuatro variables de marketing mix están interconectadas. Al aumentar el precio del producto, la demanda sobre el producto se disminuirá y se desearán puntos de distribución menores (Singh, 2012). Finalmente, el marketing mix puede resultar en un modelado dinámico basado en los comentarios de los clientes para mejorar un producto y se puede lanzar lo mismo que el producto actualizado, además de mejorar la calidad de la responsabilidad del marketing (QMA) (Thabit & Younus, 2015).

Comercialización de productos y destinos turísticos

Una organización turística tiene como perspectiva profesional la promoción de destinos turísticos e intermediación, con el fin de estudiar la comunicación dentro de la comunidad sobre la realidad y también sobre la marca que se reconoce dentro de la promoción ya que el turista no suele comprar un producto o comprobar un servicio antes de probarlo primero y, cabe recalcar que, la imagen o marca de la organización es representada como una identidad corporativa.

Como comercialización del destino turístico, se entiende que en el turismo la demanda o mercado turístico es quien se desplaza hacia el destino objetivo, es por esto que el producto o servicio son puestos a disposición por el mercado para sus derechos de uso y disfrute de los mismos.

El organismo de la gestión turística ya sea pública y privada, tiene como finalidad formular un plan integral para que los destinos turísticos sean de calidad para los turistas. Las acciones que se deben emprender para que se cumpla el plan de calidad integral son en cinco ámbitos los cuales son:

Iniciativas públicas. Inducir a las administraciones para que implanten un plan de desarrollo y crecimiento sostenible en el medio ambiente, mejorar la accesibilidad de cada destino turístico. También, aumentar la seguridad tanto dentro de la comunidad como a los propios turistas que visitan estos lugares.

Seguridad ciudadana. En este ámbito se facilita a los turistas las demandas por problemas de seguridad y que los puedan ayudar en su idioma.

Relación entre el sector público y el sector privado. Se debe realizar cursos o capacitaciones para que los profesionales del sector público y privado estén bien informados y además, para que haya una intensa comunicación interna entre todos.

Servicios de información para los turistas. Se debe implantar un servicio de información turística de calidad y se debe controlar el nivel de calidad en el subsector turístico.

Control y monitorización del nivel de calidad. Crear sistemas de control y de información para la satisfacción de los turistas y para los profesionales del sector.

Dentro de un destino turístico también se considera importante la comunicación por parte de la organización creadora para así dar a conocer la disponibilidad del producto al turista ya que la mayor parte del tiempo ellos se enfocan solamente de la comunicación para poder conocer el producto. La comunicación consta de tres objetivos importantes: atracción, fidelidad y facilitación al turista.

Por otro lado, el marketing que debe tener un destino turístico, se actuaría como una herramienta para así conseguir ciertos objetivos de destinos para satisfacer a turistas de la localidad (Ejarque, 2005):

- Mejorar la prosperidad a largo plazo de la localidad.
- Aumentar la rentabilidad de las empresas de la localidad.
- Optimizar los impactos del turismo asegurando un equilibrio sostenible entre los beneficios económicos y costes socioculturales y medioambientales.

Relación del transporte con el sector turístico

Desde hace varios años atrás el transporte ha generado un gran impacto en la sociedad por su evolución que partió por una necesidad para transportar materiales o estructuras más pesadas que el humano le resultaba difícil de iniciar con animales de carga hasta llegar a los diseños de automóviles, aviones, botes, ferrocarriles, entre otros.

Antes de relacionar el transporte con el turismo hay que iniciar sobre el concepto del turismo, partiendo de algunas definiciones de varios autores: Según Padilla (1980), se denomina turismo como un fenómeno social que se desplaza de manera voluntaria de un lado a otro ya sea para ejercer ciertas actividades lucrativas ni remunerada, y también se trasladan de manera temporal por motivos de descanso, cultura recreación o por salud.

“El turismo es un conjunto bien definido de relaciones, servicios e instalaciones que se generan en virtud de ciertos desplazamientos humanos” (Cuervo, 1967). El término desplazamiento está como referencia importante para realizar turismo, ambas se conectan, pero sin ello no habría viaje, puede existir tal vez caminando a distancias cortas o largas lo que aumenta el factor del tiempo, y en el sector turístico no funcionaría. La posibilidad de extender más el círculo de desplazamiento sería mucho más compleja, lo que conlleva a la interrogante “De qué sirve un atractivo turístico, si no hay una forma más ágil y segura de poder llegar hacia ellos”.

Los medios de transportación tienen relación con las siguientes empresas turísticas:

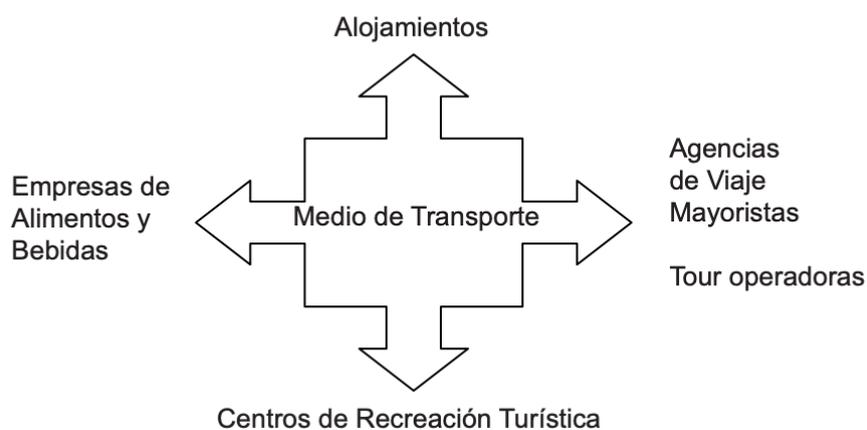


Figura 4. Esquema de la relación medio de transporte y las demás facilidades que conforman el producto turístico. Tomado de la investigación del Desarrollo turístico y su relación con el transporte por Viloría (2012).

Esto ha permitido un relevante impacto de crecimiento y de desarrollo del turismo; para cada medio de transportación sea público o privado se busca el confort, lo económico, lo rápido y el ser humano se ha encargado de investigar cómo lograr que el turista se sienta con agrado al viajar. Las investigaciones están referidas desde el aspecto económico, hasta llegar a satisfacer necesidades fáciles de realizar en tierra, pero difíciles en el mar, aire e incluso espacial. Es por estas razones antes expuesta la relación transporte y turismo es un binomio inseparable para que se pueda lograr que el (los) turista (s) puedan realizar las actividades correspondientes; por lo tanto, los medios de transportación han contribuido de manera sustancial al turismo. (Viloría, 2012)

Teoría de las emociones y la satisfacción

Desde hace tiempo se vienen incorporando los componentes afectivos y cognitivos en los estudios relativos a la satisfacción. Por ende, las emociones son variables afectivas que poseen una gran intensidad y relación con los estímulos que las provocan y definen la emoción en este contexto como un conjunto complejo de interacciones entre factores subjetivos y objetivos, influidos por sistemas neuronales u hormonales que pueden generar: 1) experiencias afectivas; 2) procesos cognitivos; 3) activación de ajustes fisiológicos; y 4) comportamientos. El análisis de las emociones que siente el consumidor permite conocer su estado afectivo y sirve de diagnóstico emocional e, indirectamente, de medida su satisfacción. (Medina, Rey, & Rufín, 2010).

La imagen del destino sobre la lealtad cumple un rol muy importante ya que entra en juego emociones. Medina, Rey y Rufin (2010) indica que: “Cuanto más positiva sea la imagen preconcebida de un destino, mayores serán las expectativas relativas al mismo” por lo que se cumple el proceso de disconfirmación sobre la lealtad. En cuanto a la satisfacción la lealtad resultó limitada en el caso de volver al destino, pero hay una mayor influencia a la hora de dar recomendaciones personales boca a boca lo que se demuestra que al turista se le hace más fácil las palabras que los hechos.

Diversas investigaciones han contrastado el impacto de la imagen del turismo donde influyen la Teoría de las emociones, uno de ellos es “La medida de los destinos turísticos y sus consecuencias” y “Las emociones y sus implicaciones en el turista” donde ambas concluyeron que el turista tiene formada una imagen del destino que afecta a la calidad, satisfacción y expectativas, pero resulta algo inferior el efecto de la disconfirmación sobre emociones y lealtad. La sensación de contento, de felicidad, alegría, encanto y entretenimiento asociados al destino visitado resultan fundamentales para la posterior satisfacción y lealtad (Rufín, Medina, Sierra, & Moreno, 2010).

Calidad del servicio y satisfacción del cliente

Una de las formas para que las empresas sobresalgan y conduzcan un mejor desempeño en el mercado es ofreciendo una excelente calidad del servicio o de alguna forma dar un valor agregado al producto ofertado, lo cual genera una ventaja competitiva. Es por esto que la empresa debe identificar las expectativas y necesidades ya que es la persona que está en contacto directo con el servicio.

La calidad del servicio cumple un rol muy importante, porque no solo está en vender sino entra en juego la imagen y la confianza que el cliente deposita en el servicio o producto. Por consiguiente, un cliente insatisfecho genera una pérdida significativa que genere no regresar o tomar el servicio, pero si ocurre lo contrario, el mismo genera promoción y referencias positivas lo que atrae a más personas a consumir el servicio y un mayor ingreso.

La metodología más utilizada en proyectos para la evaluación de la calidad del servicio es el método SERVQUAL, también conocido como Modelo de Discrepancias que compara las expectativas del visitante y su satisfacción, fue realizado por Zeitham, Parasuraman y Berry en 1988. Desde su elaboración hasta ahora se la ha aplicado en muchas organizaciones públicas o privadas, al igual para servicios como transporte, turismo, alojamiento, gastronomía, sector financiero, etc.) Como lo representa gráficamente:



Figura 5. Modelo de evaluación del cliente sobre la calidad de Servicio. Adaptado del libro *Calidad Total en la gestión de servicios* por Zeithaml, Parasuraman, Bitner (2015).

Este modelo sugiere que la diferencia entre las expectativas generales de los ciudadanos y sus percepciones respecto al servicio prestado, pueden constituir una medida de calidad del servicio. (Ramos, 2017). En referencia a la calidad del servicio, en las empresas de turismo éste no varía mucho ya que trata de cumplir con los mismos objetivos y el nivel de calidad se basará en las experiencias del turista en cuanto a su grado de satisfacción del lugar o servicio. A pesar de que esta investigación se desarrolla para generar una propuesta de comercialización, al momento de su implementación y funcionamiento se aplica este método para conocer y evaluar la satisfacción del cliente.

Marco referencial

En el ámbito de la comercialización de productos y destinos turísticos, la transportación juega un papel esencial para la facilidad del viaje y llegada de los visitantes a los diferentes sitios turísticos. Por eso, se presentan algunos casos de éxito referentes que serán evaluados en la propuesta para su consecuente diseño ajustado a las preferencias de los visitantes de la ruta del Spondylus.

Modalidad de Transportación Hop-on Hop-off. La modalidad Hop-on Hop-off en términos sencillos significa “subir y bajar”, es un servicio muy utilizado por autobuses color rojo panorámicos a nivel internacional, pero son más reconocidos en distintos lugares de Europa y América. El turista decide donde subir y bajar las veces como desee e incluso donde empieza o termina su tour, solo con un boleto y volver a reincorporarse cuando lo prefiera durante la validez de su boleto en las paradas designadas.

Así mismo ofrecen recorridos dentro la ciudad, sea de día o de noche según las rutas programadas, también la posibilidad de crear su propio itinerario a su medida y explorar o descubrir puntos de interés a mayor tiempo posible. Durante el trayecto el guía explica las tradiciones que se observen, su duración y la cantidad de paradas pueden varear según su oferta, podría durar entre 40 minutos a dos horas en cada parada y tener 10 a 20 paradas. La flexibilidad es la clave, además de ser versátil permite ahorrar y evitar las filas largas de los autobuses público. Es importante conocer las opiniones de viajeros al utilizar este servicio por ello a continuación Carmenchu Brusiloff en su última visita a Madrid comentó en la revista Listín Diario su experiencia en que tomar un autobús con la modalidad hop on-hop off, describe como una de las formas más prácticas para trasladarse de un lugar a otro pagando solamente una tarifa. El boleto puede ser usado por un día o dos, con opción a diferentes rutas. El tour incluye un libro de descuentos para diferentes tipos de locales y auriculares para poder oír las descripciones en el idioma que elija. Una de las ventajas para los mayores de edad, son los descuentos. Comenta Carmenchu que es una de las mejores formas de conocer todos los monumentos en Madrid. (Brusiloff, 2016)

Hop-on Hop-off Modelo Internacional. Esta modalidad es aplicada en diferentes partes del mundo, como en Estocolmo, capital de Suecia ubicado en el continente europeo. Una de las empresas turísticas encargada de ofrecer este servicio es el Red Sightseeing que ofrece excursiones en buses y barco por Estocolmo, ofrece tres paquetes.

Hop-On Hop-Off Bus. En este recorrido se ofrece audio descriptivo de los lugares en 10 idiomas, la empresa provee auriculares nuevos para cada pasajero. Lo atractivo de este tour

es que el turista puede descender donde desee a tomar un refrigerio, comprar un souvenir o explorar a su alrededor y luego puede reanudar su recorrido en cualquiera de las 21 estaciones que existen en la ciudad. Este recorrido dura aproximadamente 90 minutos. (Castro & Novillo, 2015)

Hop-On Hop-Off Boat. Este servicio es un complemento del recorrido en bus, este tour recorre islas en crucero en la cual el turista puede subir y bajar del servicio en las paradas del circuito. Este servicio ofrece wifi gratis, cafetería, bar y servicios personales. (Castro & Novillo, 2015)

Hop-On Hop-Off combinado. Este servicio combina ambos servicios antes mencionados, donde se puede disfrutar de las atracciones de Estocolmo desde el agua y las calles de la capital. (Castro & Novillo, 2015)

Hop-on Hop-off modelo nacional. En Ecuador existen operadoras turísticas que también aplican esta modalidad. Quito tour bus es una de ellas, esta operadora ofrece un recorrido con 12 puntos turísticos que incluyen puntos turísticos, centros comerciales y bares de la ciudad. Este recorrido le permite subir y bajar dentro de los 12 puntos establecidos con un solo boleto. Este sistema cuenta con cuatro puntos de venta de tickets alrededor de la ciudad. (Castro & Novillo, 2015)

La aplicación de esta modalidad en diferentes partes del mundo incluido nuestro país, se basa en la satisfacción que obtiene el turista al permitirle explorar otros lugares y poder seguir con el tour sin algún costo adicional. Es por eso que esta modalidad es usada en muchos lugares con gran potencial turístico en Europa, América y otros continentes del mundo.

Wanderbus Ecuador. En el Ecuador existen varias formas de desplazarse hacia los distintos puntos y atractivos que posee el país. Las cuales son por medio de transporte propio, taxi, carro rentado, bus interprovincial; también se puede comprar paquetes turísticos dentro de una empresa como Wanderbus Ecuador fundada por el ecuatoriano Nicolás Ponce en el año 2018. Esta empresa es la primera en ofrecer viajes “Hop-on Hop-off” por medio de un transporte que consiste en que los turistas puedan crear su propio itinerario, y trasladarlos por lugares maravillosos que posee el país, además dan a conocer las diferentes comunidades y los artesanos que enriquecen la cultura del Ecuador (*Wanderbus Ecuador un recorrido diferente por el país / ConQuito*).

La ruta y traslados son 22 paradas las cuales consisten en recorridos desde la región Sierra, oriente hasta la región costa; donde el cliente puede modificar los itinerarios, decide dónde bajarse y subirse, también elige el hotel que quiere y la alimentación que desea; por lo

tanto, no se trata de un tour normal que compran los turistas en las agencias de viajes sino, al servicio para satisfacer las necesidades, intereses y presupuesto de cada persona. Esto ha llevado a cabo en ayudar a las diferentes comunidades para producir un impacto social positivo, realizar turismo comunitario, turismo de aventura en cuanto a sus actividades recreativas, y también genera fuentes de ingreso.

Esta empresa se relaciona con el proyecto porque se brindaría el mismo servicio a extranjeros nacionales e internacionales para que puedan elegir fácilmente sus tours, y no repitan lo mismo de siempre que es desde un punto A a un punto B, sino que en el trayecto puedan bajarse donde ellos quieran y puedan así conocer más los lugares que se encuentren en el camino ya que existen diversas culturas, lugares de artesanías, se puede realizar actividades recreativas, entre otros.

Finalmente, Wanderbus (“Guía turística de Ecuador”) es una empresa que se ha dado a conocer desde el año 2018 por medio de un concurso “Emprende Turismo” organizada por el Ministerio de Turismo, el cual fueron los ganadores y es un gran orgullo para los ecuatorianos que se esté implementando más proyectos y empresas turísticas idealizado por jóvenes.

El actual proyecto se relaciona con la empresa WanderBus por el motivo que será un producto turístico móvil para turistas locales y extranjeros que se desplazará y ofrecerá viajes a lo largo de la ruta Spondylus en el Ecuador.

Marco conceptual

Turismo. De acuerdo con la definición emitida por la organización mundial del turismo “turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (Perez & Villa, 2011).

Destino turístico. Según World Tourism Organization (2019) “Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector” (p. 15).

Destinos emergentes. Son lugares que no tienen bien desarrollado su oferta turística, es decir, que el turismo en estos destinos no está bien desarrollado ni cuentan con impactos importantes en la economía local, pero si tienen algo de atractivo y son visitados por los turistas (Perez, 2015).

Comercialización del destino turístico. Según los estudios se concluye que, es el traslado del turista desde su residencia habitual hasta su destino para poder obtener su servicio o producto, el cual es ubicado para el disfrute del mercado y para que lo utilicen adecuadamente. La comunicación y distribución son difíciles de separar en la comercialización de producto turístico, por eso es que se realizan al mismo tiempo tales como ferias, promociones, folletos, entre otros. Para que un destino turístico mejore su necesidad y competitividad, se deben comercializar muy bien en cuanto a su comunicación y distribución para que puedan incluirse en las políticas turísticas.

Producto turístico. De acuerdo con el ministerio de comercio exterior y turismo de Perú (Mincetur, 2014) “un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (p. 10).

Oferta Turística. Según Segittur (2016), considera la oferta turística como un conjunto que brinda bienes y servicios ya sea de recursos e infraestructuras estructuradas que va dirigido al mercado. (p.25)

Demanda Turística. Se define como “conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) piden a los touroperadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones (Segittur, 2016, p.13).

Transporte terrestre turístico. Diversos autores coincidieron sobre el concepto de este subtema, por ende, uno de ellos es Quinatoa (2016) y señaló que: “el transporte terrestre turístico forma parte de diferentes empresas relacionadas al turismo que disponen de un servicio de distribución geográfica precisamente a turistas nacionales y extranjeros por un periodo de tiempo determinado” (p.45).

Se clasifican según en ámbito de operación y de tipo de servicio.

Según el ámbito de operación:

- a) Transporte terrestre turístico Nacional
- b) Transporte terrestre turístico Transfronterizo
- c) Transporte terrestre turístico Internacional

Según el tipo de servicio:

- a) Traslado
- b) Excursión
- c) Gira
- d) Circuito cerrado

Ruta turística. Según el estudio de los autores Villacis, Cantos, Pons, & Ludeña (2017) se refirió que el Ministerio de turismo del Ecuador explica que la ruta turística es la planificación y desarrollo de recorridos desde un punto A hasta un punto B en el que se encuentran atractivos turísticos con productos y servicios que ofrecen en cada lugar (p.3).

Turismo Comunitario. Villavicencio, Zamora, & Pardo (2016) se refieren al turismo comunitario como:

“A una actividad sustentada en emprendimientos productivos donde la propiedad y gestión de los recursos patrimoniales se llevan a cabo por la comunidad, con arreglo a prácticas de participación social colectiva y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes” (p. 13).

Turismo Cultural. Según Ruiz (1997) considera el turismo cultural como la trivialización del viaje, es decir, es atraído por su obra de arte, museos o monumentos que tienen su propia historia y, además, también se refiere al turismo de naturaleza ya que muestra al paisaje transformado durante siglos por el hombre (pp.43-44).

Turismo Sostenible. Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2014), considera el turismo sostenible como la entidad que atiende a las necesidades de los turistas en general y de las regiones que los reciben; también tienen la función de proteger y promover oportunidades para el futuro mediante los recursos que brindan para satisfacer necesidades ya sean económicas, sociales y estéticas (p. 14).

Marco legal

Para el desarrollo del marco legal se consideró la Constitución de la República del Ecuador y las regulaciones establecidas en las normativas del Ministerio del Turismo para poder ejercer el turismo en el país.

Constitución de la República del Ecuador

Según el Art. 313.- El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia. Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley.

Ley de Turismo

Según lo establecido en la MINTUR, 2014 específicamente en el Capítulo I, se detalla que:

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento;
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento.
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Nota: De acuerdo a lo estipulado en el mandato de la pregunta N. 7 del Referéndum y Consulta Popular del 2011 (Consejo Nacional Electoral, 2011) se prohibió el funcionamiento de empresas que se dediquen a juegos de azar, casino dentro del territorio ecuatoriano.

Así mismo en el Reglamento General de la Ley de Turismo específica que:

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo: Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

c) **Transportación**

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación.

d) **Operación:** La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo- científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

En el capítulo I y II del Reglamento Del Transporte Terrestre Turístico especifica que:

Art. 4.- Transporte terrestre turístico. - Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, debidamente homologado y habilitado por la Agencia Nacional de Tránsito, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes.

Art. 6.- **Ámbito de operación:** El servicio de transporte terrestre turístico será prestado a nivel nacional exclusivamente por las compañías de transporte terrestre habilitadas por un permiso de operación de transporte terrestre turístico, debidamente otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito para el ámbito de operación nacional. El servicio de transporte terrestre podrá ser contratado a través de agencias de viajes operadoras o dual, pero arrendado exclusivamente por las compañías de transporte terrestre habilitadas

Art. 7.- **Evaluación del servicio de transporte terrestre turístico.** - La evaluación en la prestación del servicio de transporte terrestre turístico a nivel nacional, al amparo de lo dispuesto en la normativa en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial vigente, será ejercido por la ANT. A fin de verificar que el servicio prestado por las compañías de transporte terrestre turístico se desarrolle en condiciones de seguridad y cumplimiento de los estándares mínimos de prestación del servicio, la evaluación entre ANT y la Autoridad Nacional de Turismo será de forma coordinada, en el ámbito de sus competencias.

Art. 8.- **Clasificación del transporte terrestre turístico.** - El transporte terrestre turístico se clasifica de la siguiente manera:

1. Según el ámbito de operación

a) Transporte Terrestre Turístico Nacional; b) Transporte Terrestre Turístico Transfronterizo; y, c) Transporte Terrestre Turístico Internacional. 2. Según el tipo de servicio: a) Traslados; b) Excursión; c) Gira; y, d) Circuito Cerrado.

Art. 20.- Requisitos para realizar el servicio de transporte terrestre turístico. - El servicio de transporte terrestre turístico será prestado únicamente por personas jurídicas debidamente constituidas y autorizadas por la ANT y que cuenten con el título habilitante vigente, extendido por dicha entidad, al amparo de las disposiciones contenidas en la normativa internacional y nacional vigente en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

Para la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, la persona jurídica deberá constituirse con el objeto exclusivo de prestación del servicio de transporte terrestre turístico, obtener el permiso de operación en la modalidad "comercial turístico" otorgado por la ANT y contar con el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, otorgada éstos últimos por la Autoridad Nacional de Turismo.

Todas estas leyes y reglamentos permiten conocer las actividades que se consideran en el turismo, al igual los requisitos para el buen funcionamiento, control y regularización de las mismas, es decir, las personas que deseen generar algún tipo de turismo deben cumplir con todo lo especificado. También en el reglamento para manejar un transporte terrestre turístico indica el tipo de transporte que se considera para esta actividad, qué entidad lo autoriza y regula. Al cumplir con todas estas normativas, el funcionamiento esta actividad no será complicada y además se certifica la seguridad del turista cumpliendo con todo lo especificado en la ley.

Licencia Anual de Funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las Actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente

PLANDETUR 2030

El Plan de Nacional de Turismo 2030 es el nuevo plan que el Ministerio de Turismo ha implementado para el conocimiento del registro turístico en el Ecuador. Su visión es posicionarse en la región como un destino turístico inclusivo, accesible, sostenible, competitivo e innovador hasta el año 2030.

Según el MINTUR (2019) dentro de su documento PLANDETUR 2030, el turismo está ocupando el tercer lugar de ingresos en el país junto con los productos de exportación no

petroleros los cuales son el camarón, banano, flores, cacao. También explicaron que el medio de información sobre el turismo para poder planificar el viaje es por internet, que hoy en día es el más utilizado.

Demanda Turística. Las estadísticas registradas por las llegadas de turistas en el año 2018, las actividades más realizadas por los extranjeros al momento de visitar el país, son el turismo cultural con un (58,9%), el ecoturismo (20,8%), turismo sol y playa con un (15,9%), seguido por el turismo de deportes y aventura (3,2%).

Además, en las provincias de Santa Elena y Manabí obtienen un índice de vista más importante, teniendo en cuenta que su oferta turística es el producto sol y playa.

Turismo accesible. Se lo configura como un mercado amplio y emergente que exige concebir un entorno turístico más inclusivo e incluyente por lo cual, trabajan en el desarrollo de la *Política nacional de Turismo Inclusivo y Accesible*.

Infraestructura de Transporte Terrestre. El Ecuador cuenta con 10.000 kilómetros de red vial asfaltada, el cual un 16% es delegado al sector público (Gobierno Autónomo Descentralizado provinciales) y también al sector privado por ende, lo restante que es el 84% es delegado por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

Capítulo II: Diagnóstico de los atractivos turísticos emergentes de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas

Destinos emergentes

Según Perez (2015), los destinos emergentes son aquellos cuyo potencial turístico no está desarrollado ni cuenta con infraestructuras básicas para recibir al turista, pero si cuentan con atractivos que si se pueden visitar y facilidades.

Provincia de Santa Elena

La provincia de Santa Elena se encuentra ubicada al occidente del Ecuador y es la más joven de las 24 provincias existentes del país. Tiene una extensión de 3.696 km² y es considerada una de las más pequeñas. Cuenta con una infraestructura precisa para que los turistas puedan ir a vacacionar y pasar tiempo en familia, amigos o con sus parejas. También, la provincia cuenta con variedades de atractivos turísticos como arqueológicos, históricos, culturales, naturales y pueblos que residen pescadores. Se divide en tres cantones estas son: Salinas, Libertad y Santa Elena, con un total de 401.178 habitantes (INEC, 2010).

A continuación, se destacarán sitios turísticos emergentes que se encuentran en los cantones de la misma provincia que tienen salida al mar, tiene una gran ventaja que si se pueden visitar.

Comuna de Sacachún. Esta pintoresca comuna ubicada en el recinto Buenos Aires y perteneciente a la parroquia Julio Moreno del cantón Santa Elena, se encuentra a 87 km de la ciudad de Guayaquil, para llegar a esta comuna se ingresa por la vía a la Costa desde el poblado de Buenos Aires.

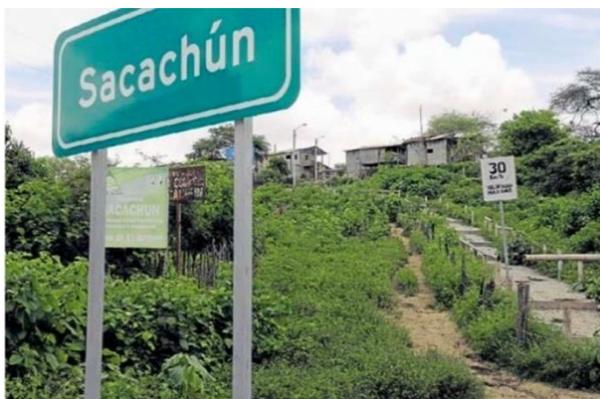


Figura 6. A Sacachún regresan la fertilidad y abundancia. (Ipanaché, 2013).

Sacachún es considerado como una de las pocas poblaciones que conservan sus raíces, costumbres y tradiciones, desde que fue parte de la cultura Valdivia y Guangala en la prehistoria, hasta la actualidad. En la comunidad aún se mantiene gran porcentaje de población perteneciente a la etnia cholos – costeños, su población es de 75 personas aproximadamente en su mayoría adultos mayores que se dedican a la crianza de chivos y agricultura.



Figura 7. A Sacachún regresan la fertilidad y abundancia. (Ipanaché, 2013).

Sacachún posee más de 15 atractivos turísticos potenciales, 40% a manifestaciones culturales históricas, 27% a folklore, 20% corresponde a sitios naturales y un 13% a la realización de técnicas contemporáneas. San Birutute pertenece a las manifestaciones culturales históricas, considerado como el señor de las aguas es una legendaria escultura precolombina a la que el pueblo de Sacachún le atribuye poderes de fertilidad y el don de “hacer llover”. Fue descubierto por Francisco Huerta Rendón en septiembre del año 1949 en la comuna de Sacachún, en el año 1952 por órdenes políticas y eclesiásticas esta escultura fue trasladada a Guayaquil a la fuerza por ser no agradable a la vista de la iglesia católica y censurado por su inmenso falo. Esta escultura fue devuelta el 16 de Julio del 2011 que se recibió con una caravana motorizada desde Guayaquil hasta Santa Elena.



Figura 8. ‘Sacachún’, la historia de San Biritute en el cine. (El Universo, 2018).

La escultura es visitada por las mujeres que desean “quedar embarazadas” creyendo en el poder divino de San Biritute. A través del curso de un río es posible acceder a más hallazgos arqueológicos pertenecientes a la cultura Manteño Huancavilca posiblemente, en este recorrido se conocerá historias y leyendas pertenecientes a la cultura.

En este lugar también se puede disfrutar de la biodiversidad ya que cuenta con diversidad de fauna como: tigrillos, ardillas, serpientes, colibríes cabras salvajes y venados cola blanca que se encuentra amenazado. En este lugar se puede realizar turismo rural, eco-turismo y muchas actividades como caminatas, disfrutar de la gastronomía del lugar, su cultura y fiestas religiosas, entre otras. La estructura turística del lugar aun tiene déficit pero mantiene una variedad de hospedajes y servicios básicos en la comuna.

Cantón Salinas. Ubicado a 141 km. de Guayaquil y a 549 km. de Quito es muy visitado por sus hermosas playas, diversidad de paisajes, turismo de aventura y su emocionante vida nocturna que además cuenta con una gran infraestructura hotelera. Es un cantón con una gran afluencia masiva de turistas que usualmente disfrutan de varios atractivos como la Playa San Lorenzo, Reserva de producción Fuanística Puntilla de Santa Elena con la Chocolatera, Punta Carnero, El Mirador el Morro y La Lobería, así mismo realizar actividades como observación de ballenas, recorridos en lanchas, disfrutar de su gastronomía pero también se puede encontrar atractivos culturales emergentes como:

Museo Los Amantes de Sumpa. Ubicado en el barrio Amantes de Sumpa. El museo lleva este nombre debido a que miles de años atrás quedaron enterrados dos esqueletos que se encuentran abrazados y forman parte de los habitantes de la cultura mas antigua con más de 8000 años de antigüedad, y se asentaron en la Provincia de Santa Elena esta es llamada “Las Vegas”. El repositorio se encuentra en una colina que cuenta con 200 osamentas. Tres tumbas están abiertas a exposición, entre ellas la de una mujer adulta enterrada con huesos

desarticulados de un una persona de 14 años y otra persona de sexo masculino que se encuentra en posición flexionada, con ofrendas de caracolas.



Figura 9. Un museo que salvaguarda un abrazo milenario en el cantón Santa Elena. (Faustos, 2018).

La historia cuenta que esta pareja de esqueletos pertenece a dos enamorados que murieron a edad temprana (20 años la figura femenina y 25 la masculina). La posición en la que fueron enterrados (abrazados y con la pierna del varón sobre la cintura de la mujer) reflejaría el deseo de los habitantes para que su amor se eternice en esta y la otra vida. En el museo también se conserva evidencias científicas de la milenaria ocupación de diversas culturas arqueológicas, así como historia Prehipánica, Colonial y Republicana de la península.

Beatriz Lindao, responsable del museo señala que los fines de semana se exponen obras de teatro para recordar y marcar la identidad cultural del lugar. También se efectúan presentaciones artísticas en el museo, talleres y actividades educativas sobre la cultura ancestral. La entrada es gratuita y queda a solo 15 minutos de la Terminal Terrestre de Santa Elena.

Museo de las ballenas. Ubicado en Salinas a dos cuadras del Hotel Barceló Miramar, el museo es una colección privada de especímenes mamíferos marinos que se encuentra abierta al público. Su iniciativa se debe a dos investigadores, Ben Haase y Fernando Félix que han colectado por más de dos décadas restos de mamíferos marinos varados en las costas de Ecuador, particularmente de las provincias de Santa Elena, Guayas y Manabí.

La infraestructura es poco convencional, en la planta alta suspende una viga un esqueleto de ballena picuda y en la parte de abajo dos mandíbulas de ballena que se entrecruzan

y que al pasar se lee un letrero que dice “Al pasar por aquí, usted se convierte en Jonás” dando la bienvenida a los turistas.

La conducción del recorrido la realiza Ben Haase un holandés que enseña la colección en su propia casa por falta de una propiedad para ubicar el museo. El museo de ballenas ha sido una gran herramienta educativa y una plataforma para realizar investigaciones sobre biología y ecología de diferentes especies de mamíferos marinos, ambos investigadores disponen de una importante cantidad de publicaciones científicas.



Figura 10. El museo de las ballenas. (Yáñez, 2017).

Entre las actividades que realiza el museo se encuentra la educación y capacitación a profesionales, estudiantes y público en general, también están a cargo de capacitación y entrenamiento para liberar delfines atrapados de redes. El ecoturismo está entre las actividades realizadas por el museo, entre ellas cuenta con tours de observación de ballenas y delfines y al mismo tiempo participar en los programas de investigación que se lleva a cargo en las embarcaciones de diferentes empresas y con personal del Museo de Ballenas como investigadores.

Comunidad Barcelona. Localizada al norte de la península en la parroquia Manglaralto, del cantón Santa Elena a 10 minutos de la población Valdivia en la vía Guayaquil – Manglaralto, se encuentra a 200 km. aproximadamente de Guayaquil y tiene una población aproximadamente de 3987 habitantes. Su nombre se le atribuye a Luis Fornel, un sacerdote catalán que vino desde su país y se estableció aquí. Él fue quien bautizó a este poblado con ese nombre.

Esta comuna es considerada como “la cuna de la toquilla” o “la capital toquillera del Ecuador” en donde se desarrolla la principal actividad que sustenta a los habitantes, esta comuna es más conocida por los sombreros de paja toquilla, por lo que fue incluida dentro del

proceso de declaratoria del “Tejido tradicional del sombrero fino de paja toquilla ecuatoriano” como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por parte de la Unesco en 2012. El proceso es largo y tedioso por lo que sus habitantes trabajan los siete días de la semana, al ingreso de la comuna se destacan cordeles llenos de paja toquilla fuera de todas las casas. El ministerio de Turismo busca impulsar el lugar a través de un circuito turístico que muestra todo el proceso y elaboración de las artesanías. En Barcelona se encuentra uno de los centros principales de procesamiento de paja toquilla.



Figura 11. Naturaleza, historia y gastronomía resaltan Ruta de la Paja Toquilla en Santa Elena. (Von Buchwald, 2018).



Figura 12. Naturaleza, historia y gastronomía resaltan Ruta de la Paja Toquilla en Santa Elena. (Von Buchwald, 2018).

La comunidad de Barcelona no cuenta con alojamientos para recibir a los turistas, sin embargo recibe una variada cantidad de extranjeros. Las festividades son en octubre y abril en

donde festejan a San Jacinto y La madre Dolorosa, patronos del lugar. Las fiestas son realizadas en las calles, donde se realizan desfiles de escuelas, ferias y bailes populares tradicionales de los lugareños.

Comuna Valdivia, Museo Valdivia. Comuna perteneciente a la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena a media hora a través de la Ruta del Spondyllus, desde la cabecera cantonal. Posee grandes recursos naturales y culturales que no han sido aprovechados turísticamente, su escasez de información, promoción del lugar y conocimiento sobre la importancia del potencial cultural que poseen ha generado su poco desarrollo social, económico y cultural. Fue declarada patrimonio cultural por la UNESCO en 1997 por ser la primera cultura ancestral en Suramérica. Uno de sus atractivos es el museo Valdivia cuenta con 19.000 piezas originales y réplicas de cerámica de las culturas Valdivia, Manteño Huancavilca, Machalilla, Las Vegas, Guangala y Chorrera. Entre las piezas reposan osamentas, materiales de caza e implementos utilizados en la pesca y la cocina, estas piezas utilizadas entre el 3500 y el 1800 a. C. fueron descubiertas en 1960 por Víctor Emilio Estrada, desde esa fecha y producto de ese acontecimiento se creó en museo Valdivia.



Figura 13. Naturaleza, historia y gastronomía resaltan Ruta de la Paja Toquilla en Santa Elena. (Von Buchwald, 2018).

Este museo cuenta también con casas consideradas etnográficas, que fueron construidas con los materiales y técnicas de aquella época. El guía del museo es Rafael de la Cruz un pescador de 69 años que abandonó el mar para dedicarse a enseñar la historia de las culturas. El valor de las entradas es de \$ 2 adultos y \$ 1 niños. En el sector, alrededor de un 10 % de la población conserva la tradición de crear réplicas de las piezas que son vendidas a los turistas y

las ganancias repartidas entre la comuna. El lugar cuenta con hoteles cerca del museo de la catedral de Valdivia y a sus alrededores.



Figura 14. Un pescador amante de historia es el guía del museo de Valdivia. (Landivar, 2018).

Comuna de Montañita. Es una zona no delimitada de comuna de pescadores de la Parroquia Manglaralto del cantón Santa Elena. Toma este nombre por estar ubicada en la encenada rodeada por cerros y vegetación al pie del mar, como un valle con una playa extensa. Actualmente es un balneario turístico internacional es visitado por turistas que practican el turismo de aventura y surfistas, sus olas llegan hasta los 2.5 metros. Es el lugar es elegido por los millenials por su principal atractivo que es la playa y fiestas nocturnas.

Sus instalaciones son muy rústicas como sus restaurantes, hoteles, hostales o casas que acogen a turistas, y visitantes que tan solo visitan éste lugar por un día; el precio de estos alojamientos es muy barato, por eso que los turistas tanto nacionales como extranjeros prefieren visitar este lugar en grupo de amigos o familiar. La gastronomía es muy rica en mariscos.

En este lugar tiene varios defectos como la seguridad, por lo que muchos turistas tanto nacionales como extranjeros temen viajar a este lugar. Otro defecto son los servicios de acantilados que están en mal estado, estos son destapados por el GAD de Santa Elena, pero estos a su vez son tapados por los residuos botados por los turistas o también por los mismos comuneros, y esto integra un olor a desague en todo el balneario.



Figura 15. Comuna de Montañita. Obtenido del Diario El telégrafo (2020).

Comunidad Olón, Santuario Blanca Estrella de Mar. Mejor conocido como el santuario de Olón perteneciente a la parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena. Está construido en la cima de un peñasco y tiene un diseño en forma de embarcación. Dentro de este templo, a más de 100 metros de altura sobre el nivel del mar, se encuentra tallada en un altar de madera dentro una concha grande la imagen de la Virgen María. Fue inaugurado en 1984 en las fiestas de la natividad de María, en el nivel inferior se encuentra la cripta con la imagen de la Virgen Rosa Mística que lloró sangre en 1990. La imagen aun conserva las manchas de sangre sobre su rostro, este episodio aumento la devoción de lugareños y turistas. Este lugar se integra en la ruta religiosa junto al tradicional trayecto de la costa del Ecuador que pasa por las siete iglesias más visitadas. Es considerado un atractivo turístico también por tener una capilla atractiva y un mirador ubicador al pie del mar, donde se puede reflexionar en tranquilidad.



Figura 16. Santuario Blanca Estrella del Mar Olón. (Murillo, 2015).

El lugar fue declarado como patrimonio cultural aunque ha sido reconstruido en varias ocasiones por desmoronamientos en el 2010, pese a eso el sacerdote Helmut Nagorziansky ha liderado varios trabajos para salvaguardar la estructura. Otro de los atractivos son las fiestas de la natividad de María que se realiza el 9 de septiembre, en donde los peregrinos muestran su creatividad con vistosas representaciones religiosas en tamaño reducido a través de la procesión

que tiene algo más de un kilómetro de distancia. La comunidad de Olón cuenta con buena hoteles en buen estado dispuestos a recibir con los brazos abiertos a turistas nacionales y extranjeros.



Figura 17. El 9 de septiembre, en Olón, nueva procesión de antorchas. (El Universo, 2017).

Provincia de Manabí

Manabí se encuentra situada en el noroccidente del Ecuador con una extensión de 18.440 km², donde habitan aproximadamente 1´400.000 personas, la cual es considerada como la población más numerosa del país y, la mayoría de los habitantes son mestizos (Intriago, 2016). Esta provincia se divide en 21 cantones, las cuales son: Manta, Portoviejo, Montecristi, Sucre, Pedernales, Jaramijó, San Vicente, Puerto López, Jama, 24 de mayo, Junín, Olmedo, Chone, Bolívar, El Carmen, Rocafuerte, Flavio Alfaro, Tosagua, Santa Ana, Paján y Pichincha (Ministerio de Turismo, 2020).

Esta provincia es conocida por sus importantes descubrimientos arqueológicos culturales de más de 4000 años a.C. pertenecientes a los períodos de la antigüedad como Valdivia, Chorrera y Machalilla; también aparecen las del período de desarrollo regional que son Bahía y Guangala; y por último se encuentran las del período de integración que son las Chirije y Manteña. Por otro lado, también esta provincia es conocida por sus hermosas playas que se extienden por 350 km que son visitadas por turistas tanto nacionales como internacionales.



Figura 18. Mapa de la Provincia de Manabí. Tomado de la enciclopedia del Ecuador (Efrén Avilés, 2016).

A continuación, se han elegido algunos destinos valorados en esta investigación como emergentes en ciertos cantones que tienen salida al mar como:

Sendero Ecoturístico El Rocío. Se encuentra en el cantón Puerto López dentro del Parque Machalilla, se ingresa a través de la Ruta Spondylus en el km. 42 de la vía Jipijapa-Puerto López a 5 minutos de Pueblo Nuevo. En este sendero se puede acampar, hacer caminata y apreciar su rica flora y fauna; constan con señaléticas a pesar de que las vías en donde se camina no son asfaltadas, tampoco es muy seguro porque los turistas se pueden resbalar o caerse, por eso es recomendable ir con zapatos deportivos, pantalón o licra de deportes y aplicarse repelente junto con el bloqueador. Existen cinco miradores en este sendero que se puede apreciar durante el trayecto la playa de Puerto López y del Parque Machalilla. Además, al principio de este sendero se encuentra con una cabaña pequeña que es la recepción donde hay una persona o dos quien recibe a los turistas y les asignan un guía si es que están disponibles o sino el turista debe seguir solo el camino. Este lugar no cuenta con baños ni zonas de descanso (solo en los miradores se puede descansar) ni punto de compra para hidratarse o comer algún snack. Este mirador fue desarrollado por Don Santos Baque en la propiedad de su padre Don José Israel Baque Quimí y fue quién compró estas tierras antes de que se hicieran el parque Nacional Machalilla. A continuación, se presenta el mapa y la entrada del sendero, y es obtenida de las redes sociales de los turistas ya que este sendero no tiene página oficial y tampoco parece en las páginas de turismo de Manabí.

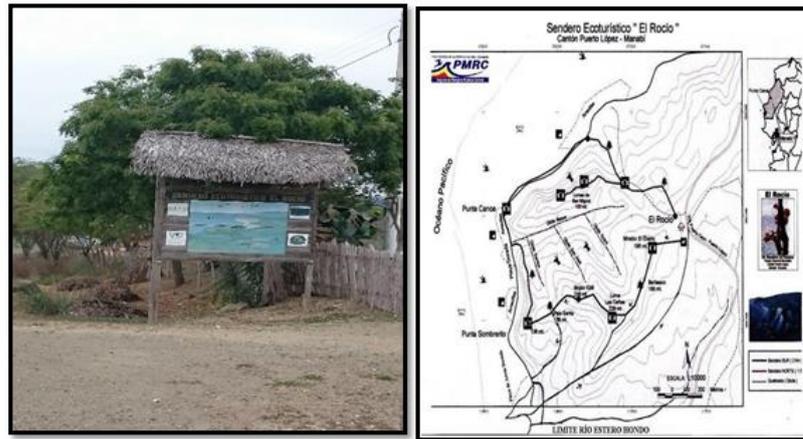


Figura 19. Mapa del Sendero Ecoturístico "El Rocío". Tomado de las redes sociales de los turistas.

Manta. Se encuentra en la provincia de Manabí en la costa ecuatoriana. Es un destino elegido por muchos turistas por sus magníficas playas y museos. Es el principal puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, donde cada año llegan decenas de cruceros del mundo y cuenta con actividades de importación y exportación. Su actividad nocturna es intensa. En su interior cuenta con montañas como Pacoche, San Lorenzo y el Aromo, situados en el centro del territorio cantonal, que ofrecen vegetación y fauna, por donde se hacen recorridos de excursión.

Este sitio cuenta con tiendas, bares, hoteles y restaurantes frente a la playa. Las actividades que se pueden realizar son kayak, surf, paseo en yate, entre otros. Se destacan las playas El Murciélago y Tarqui que favorecen la práctica de la pesca deportiva en botes. Manta además cuenta con un museo de exhibición de piezas arqueológicas.

Luego del terremoto del 16 de abril del 2016 este lugar fue también afectada en cuanto a su infraestructura, económicamente y pérdida de personas. Esto ha llevado a que vuelvan a la normalidad como lo eran antes, pero actualmente Manta aún sigue levantándose promoviendo el turismo y la pesca. A continuación se ha considerado destinos emergentes que se pueden visitar pero aún le faltan para ser un destino turístico es decir, desarrollarse.

Refugio de Vida Silvestre Pacoche "Sendero Pasaje del mono". Se ubica en la parroquia San Lorenzo al sur del cantón Manta. En este lugar se puede hacer caminata por los bosques ya sean secos o húmedos, estos llevan el nombre de "Garúa", también se puede apreciar muchas especies de flora y fauna, variedades de especies e incluso el mono aullador. Dentro del sendero se encuentran diferentes lugares como: El faro, pasaje de mono, arqueología ancestral de la Cultura Manteña, apreciar los acuíferos que se encuentran en el bosque localizados sobre los cauces de los ríos los mismos son servidos a todas las comunas para sus

necesidades. Según datos del Ministerio del Ambiente, Pacoche posee una extensión de 13.545 hectáreas de bosque y 8.500 hectáreas marinas. La entrada al refugio es gratuita. Prácticamente las personas contribuyen con un aporte comunitario al guía local al momento de la visita al sendero.

Respecto a la gastronomía, hacia un costado de la entrada del Refugio de Vida Silvestre Pacoche se pueden degustar las empanadas de verde y el café de la zona. También se puede encontrar la famosa tonga que es considerado como el plato estrella, una especie de seco de pollo con maduro y maní. Se lo sirve envuelto en hoja de plátano. Se recomienda ir con ropa ligera y zapatos deportivos para caminar en el área, y también se debe tener las debidas precauciones en este lugar porque a la altura del Faro los turistas deben mantener la distancia del borde de los acantilados para evitar accidentes.



Figura 20. Refugio de vida silvestre Pacoche. Obtenido por la Dirección Provincial del Ministerio de Ambiente.

Playa San Mateo. Se encuentra a 20 minutos de Manta desde la zona Babasquillo; es una playa limpia, lugar ideal para el descanso tanto familiar como en pareja y amigos. La playa es una bahía abierta que tiene 3km aprox. Que se extiende desde la zona de acantilados. Además, se puede practicar algunas actividades como: pesca, surf, kayak, pasear en lancha, caminata a lo largo de la playa. Esta playa no es tan conocida, pero es muy recomendada por los mismos moradores del sector hacia los turistas. Casi todo el año se instalan varios puestos de comida tradicional como lo son los mariscos. El surf en esta playa es uno de sus principales atractivos ya que ha sido sede de esta disciplina en los II Juegos Sudamericanos de Deportes de Playa realizados en el año 2011. No cuenta con servicios básico dentro de la playa, parqueaderos inseguros, solo hay pocas cabañas de restaurantes, y una caseta de los salvavidas dentro de esta cabaña también funciona un bar cuyo ingreso tiene un valor de \$5. Este valor es consumible en bebidas.



Figura 21. Playa San Mateo. Obtenido por la página del diario El Comercio, 2015.

Mirador de la playa San Lorenzo. A este lugar se llega por un sendero de rieles de madera el cual no son muy seguros pero el mirador es muy llamativo. A los lados se pueden apreciar árboles de barbasco y variedades de cactus. Cuenta con 800 escalones hasta la cima, levantada sobre un pico montañoso. Una vez haber llegado al mirador, se encuentra también el Faro, desde allí se observa el mar de colores caribeños, imponentes rocas, piqueros de patas azules y las ballenas jorobadas (Melitón Montalbán, presidente de la Junta Parroquial, 2006).

Para llegar a este lugar, se debe pasar por la ciudad de Manta e ir por la Ruta Spondylus hasta el desvío al norte de la parroquia San Lorenzo punto donde se les ofrece servicios a los turistas para emprender la caminata que los conducirá al Faro. Se recomienda ir con ropa cómoda, zapatos deportivos y una botella de agua.

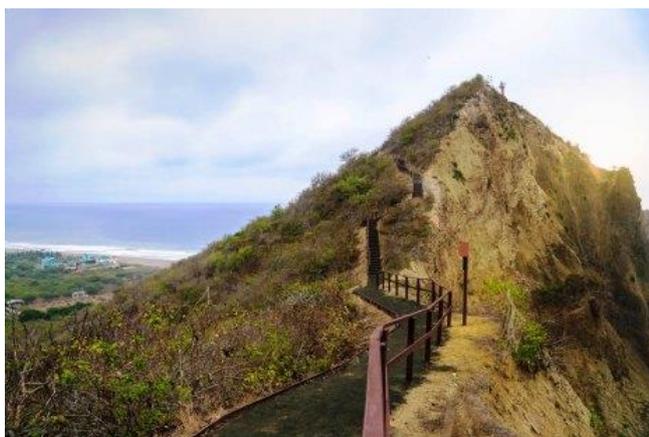


Figura 22. Mirador de la playa San Lorenzo. Obtenido por la revista de Manabí (2018).

Dentro de la parroquia, la vía de acceso hacia el faro y mirador está dañada y sin ser asfaltada, es mucha tierra, la montaña que se encuentra al ingreso se está desmoronando.

Al llegar a las escaleras, se encuentra una pequeña cabaña cerrada, y el letrero del Sendero el faro. Las escaleras y la vía peatonal están en mal estado empedrados y el piso con grietas. También, este lugar no cuenta con infraestructuras como medio de transporte público y, ofertas de servicios. Además de tener desconformidades, tiene hermosas vistas que es hacia la Punta Tenidero del Bravo o también llamada playa escondida y es un buen lugar para visitar por el momento.



Figura 23. Vía de acceso al Sendero "El Faro" (2020).

Playa Ligüiqui. Es un destino considerado arqueológico del Ecuador por las conservas de los corrales marinos conocida como una estrategia antigua de la pesca. La comunidad Ligüiqui se encuentra localizada en el Cantón de Manta perteneciente a la parroquia rural de San Lorenzo. La comunidad más cercana es Pacoche a 5km. El nombre viene dado de una antigua historia, en la que los expertos cronistas han manifestado que “ligüiqui” fue una localidad comercial gobernada por un cacique de nombre Liqui y su primer hijo llamado Iqui por lo tanto, el nombre es producto de la unión en honor a ambos cacique padre e hijo.

La playa es el principal atractivo de la comunidad dado que el acceso en vehículo es posible, lo cual le facilita al turista el disfrute del mismo. Como ya se lo había mencionado anteriormente que la zona pedregosa se encuentran los corrales marinos las cuales con formaciones de piedra hechas por el hombre en las décadas 500 a 1500 D.C. de la población Manteña. Por otro lado, en la playa se ofrecen diferentes facilidades turísticas, tres restaurantes que poseen un menú tradicional playera que son los mariscos.

Con respecto a las actividades recreativas se pueden realizar observación de flora y fauna, ciclismo, camping, buceo, natación, pesca y vista guiadas, entre otros.



Figura 24. Foto de turistas visitando la playa de Liguiki. Obtenido de la Revista de Manabí.

Museo Pacocha. Se encuentra localizado en la parroquia Santa Marianita a 26 km del cantón Manta. Este museo lleva el nombre del docente universitario Dr. José Reyes Cedeño, por ende, la gestión de este lugar le corresponde a la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), dependiente de esa casa de estudios. Dentro se exhiben objetos que fueron de la milenaria Cultura Manteña que se asentó en esta zona; también cuenta con cinco galerías con muestras como: arqueológica, etnográfica, Alfarista Manta Rural y arqueológica industrial.

La entrada para este lugar es gratuita para el público en general que quiera visitarlo. Cuenta con servicios básicos, el hotel más cerca queda a 10km al igual que los dos restaurantes.



Figura 25. Museo Pacocha Dr. José Reyes. Obtenido del Ministerio de Turismo (2017).



Figura 26. Museo Pacocha Dr. José Reyes. Obtenido de la Revista de Manabí.

También, el museo cuenta con dos puestos de venta, uno es de artesanías y el otro es de cafetería.



Figura 27. Puntos de venta del Museo Pacocha (2020).

Bahía de Caráquez. Está ubicada en el cantón Sucre y es considerada como un balneario para los turistas. Posee una reconocida un equipamiento turístico, convirtiéndose en el principal centro turístico de la provincia de Manabí. Es un lugar de mucha diversión, no hay casi ningún tipo de delincuencia. Bahía es un destino único para el turismo familiar vacacional por la tranquilidad que se vive en la ciudad y por una extensa oferta de deportes de playa como kayak, surf, windsurfing y esquí acuático.



Figura 28. Bahía de Caráquez cantón de Manabí (2020).

Tras el terremoto que sufrió el Ecuador el 16 de abril del 2016, Bahía fue destruida un 46% tanto como los hoteles, restaurante, museos, iglesias, mirador, y casas fueron afectadas, algunos de estos cuentan aún con grietas o fueron remodeladas y otras fueron derrumbadas por completo ya que no había más opción ya que estaban en mal estado. Desde allí este balneario junto a otros de la costa han decaído en cuestión de turismo y económicamente. Actualmente, se encuentra creciendo y fortaleciendo su turismo para así volver a tener el ingreso de antes y ser uno de los mejores destinos para el turista.

Mirador de la Cruz. El mirador turístico La Cruz se encuentra ubicada en el cantón Bahía de Caráquez en la zona alta de la colina de aproximadamente 130 metros. Existen dos vías para dirigirse a este lugar, pero es recomendable para los turistas subir por la que está asfaltada y cuenta con más población esta calle lleva el nombre Avenida Pedro Fermín Cevallos, que constituye con el sector plano y el colinado-montañoso. La otra vía es considerada riesgosa se llama Avenida Atahualpa la cual se puede ingresar desde la vía Ruta Spondylus.

Este lugar es para aquellas personas que les gusta visualizar un hermoso paisaje, en este caso se observa el Océano Pacífico, los acantilados de Canoa, el cantón San Vicente, el estuario de Río Chone y el puente más largo del país que conecta Bahía de Caráquez con San Vicente.



Figura 29. Mirador La Cruz de Bahía de Caraquez. Obtenido por la Revista Vistazo (2015).



Figura 30. La Cruz de Bahía de Caraquez, Manabí. Obtenido de la Página Web TripAdvisor.

La infraestructura de este lugar es considerable ya que la municipalidad no ha puesto en marcha la remodelación del lugar después del terremoto del 16 de abril del 2016. Para acceder al mirador de la cruz cuenta con escalinatas que están actualmente en mal estado y hay que tener precaución por donde se pisa. Posee un patio de comidas, baños y cabinas telefónicas, las cuales ya no existen porque fueron afectadas por el terremoto.



Figura 31. Instalaciones del Mirador La Cruz (2020).

Playa Punta Bellaca. Es considerada como la playa abandonada, ya que se encuentra en una bahía desolada, con basura y los desechos del Río Chone que deja cuando se desborda y se une junto con el mar. El lugar se encuentra en el cantón Sucre a minutos de la parroquia de Bahía de Caráquez, y es recomendada para aquellas personas que quieran una playa privada y tranquila. Se puede realizar actividades recreativas como el surf, paseo en yate natación, entre otros, pero con las debidas precauciones cuando la marea está alta.



Figura 32. Playa Punta Bellaca (2020).

La playa no cuenta con servicios básicos; los alojamientos y restaurantes se encuentran a 15 minutos en Bahía de Caráquez. La vía de acceso a la playa es asfaltada y con señalización. Cuenta con un pequeño parqueo. Si cuenta con imperfecciones al momento de bajar a la playa a continuación se lo mostrará:



Figura 33. Imperfecciones en la Playa Punta Bellaca (2020).

Isla corazón. El Refugio de Vida Silvestre Isla Corazón se encuentra en el Cantón San Vicente y a 8 km. La isla está rodeada de manglares y tiene una forma natural que se asemeja a la de un corazón la cual está situada en el río Chone de la ciudad de Bahía de Caráquez. También se puede apreciar la flora y fauna. Este lugar ofrece el desarrollo de actividades turísticas en el cual las mismas comunidades también son participes de las aventuras de los visitantes.



Figura 34. Vista panorámica de la Isla Corazón. Obtenida del Blog Ven a Manabí Primero (2013).



Figura 35. Sendero Isla del Corazón. Obtenida de la Pagina del Ministerio de Ambiente y Agua.

Es recomendable utilizar ropa cómoda, zapatos deportivos, repelente, bloqueador; con respecto a la guianza no hay que preocuparse porque en este lugar si consta con guías naturalizado personalizado, el recorrido tiene una duración de 25 minutos. Los turistas deben tener precaución al momento de caminar en este sendero, ya que existen ciertos tramos peligrosos. También, este lugar consta con servicios básicos abierto al público. Los hoteles y restaurantes más cercanos de esta isla son los que se encuentran en el cantón San Vicente, Chone y Bahía de Caráquez.

Canoa. Es la parroquia rural del cantón San Vicente de la provincia de Manabí, considerada como un lugar para recreacionar junto con amigos, familiares o en pareja.



Figura 36. Ubicación de Canoa en el cantón San Vicente. Obtenido de la página oficial de la Provincia de Manabí.

Este lugar tiene infinidad de atractivos, playas, bosques en el cual tiene una gran variedad de árboles ya sean frutales, para el uso de madera o medicinales. También, el turista puede realizar diferentes actividades recreacionales como kayak, cabalgatas, surf, paseo en bote, entre otros. Consta con diferentes hospedajes, desde hoteles de primer orden, así como habitaciones improvisadas dentro de viviendas particulares y también, Canoa consta con cabañas tipo restaurante en la playa y servicios básicos.

Cabalgata en la playa Canoa. Esta actividad recreativa es para aquellas personas que les agrada pasear y apreciar mejor la playa y la brisa del mar. Cabalgatas Canoa es una operadora de excursiones a caballo en esta playa protagonizado por británicos asentados en el Ecuador. El recorrido tiene una duración de una hora. La operadora tiene diferentes recorridos como: paseo en las playas de Canoa a Briceño (duración de dos horas), Canoa a San Vicente (duración de tres horas y media) y paseo a través del campo y una hora en la playa.

La compra de esta actividad puede ser mediante de la página web TripAdvisor o directamente en el sitio. En esta playa no cuenta con servicios básicos, estos se los encontraría en las cabañas de restaurantes o en los hoteles más cercanos.



Figura 37. Cabalgata en la playa Canoa. Obtenido en el blog de la Operadora Cabalgatas Canoa.

Parque Ecológico Río Muchacho. Está localizado en el valle de Río Muchacho situado al norte de Canoa del cantón San Vicente. Es una finca agroecoturística y educativa reconocida por el International Geographic y TV 5Quebec-Canadá. Hace 31 años era un desierto de 10 hectáreas, no había ningún árbol, plantas ni nada, ya que este lugar era utilizado por los ganaderos y terminaron destruyendo la capa vegetal.

La regeneración de vida silvestre, vegetación ha sido parte de la historia del Parque ecológico gracias al dueño Darío Proaño junto a su esposa que es procedente de Nueva Zelandia, ellos viven con sus hijos menores que aprenden solos del día a día ahí dentro. La familia vive de esta manera, de las vegetaciones naturales y cuidado de las especies de una manera regenerativa no contaminante.

Ellos han registrado 167 especies de aves en este sitio, como dato curioso, los últimos en llegar fueron los tulcanes y trogones. Existe mucha vida silvestre como los venados que cruzan en vez en cuando, armadillos, osos hormigueros, cucuchos, guatusa, boha constrinsto, entre otros. Se explora el bosque con senderos, se puede bañar en el río, descansar en el jardín del sol. Consta con un jardín de Meditación con una plataforma para yoga, taller de artesanías, tienda comunitaria, y áreas de juego para niños.

El dueño ha planteado varios programas a lo largo de los años como de un día para la visita de todo el Parque que incluye comida si el turista desea degustar; hay cabañas para los que gusten alojarse y optar estar solos durante los días que estén en este lugar para así poder entrar en relajación; hay un segmento de visitantes que no quieren contacto con nadie, quieren ayuno y pagan por la paz de este lugar (este tipo de gente son macrobiótica, crudivoro o vegana); realizan eventos para reversión de diabetes mediante un programa estricto, esto es considerado como un turismo de salud. También cuentan con un programa guiado de tres días para extranjeros con los aspectos de ecosistemas, agroecología, aventuras como a caballo, día cultural como pescar camarones, haciendo torta de yuca, cosechando plátanos. Además, cuentan con un programa de voluntariado por un mes, para personas que quieran aprender el idioma español, cultura y agricultura.



Figura 38. Parque ecológico Río Muchacho. Obtenido de la página web de Río Muchacho Organic Farm & Eco-lodge.

Y por último cuentan con un programa de pasantías internacional como acompañamiento, vivencia, experiencia y aprendizaje en seis meses o también de un año. Parque ecológico Río Muchacho. Obtenido de la página web de Río Muchacho Organic Farm & Eco-lodge.



Figura 39. Gastronomía en el Parque Ecológico Río Muchacho. Obtenido de la página web Village Monde.

En este lugar el turista puede hospedarse, degustar de la gastronomía que se ofrece de los propios productos orgánicos que se encuentra en este sector y son servidos en vajilla ancestral de barro y mate. Pueden también disfrutar del ambiente natural, y pasar un buen rato para el bienestar de cada uno respirando aire puro. El turista debe tener en cuenta ciertos aspectos como: ir con ropa cómoda, zapatos deportivos y repelente; también se debe procurar por dónde camina ya que en ciertos tramos se forman lodos.



Figura 40. Junto al fundador Darío Proaño del Parque Ecológico Río Muchacho Organic Farm & Eco-lodge (2020).

Visita a Beerkingo Cerveza artesanal. Se encuentra en el balneario Canoa, en un espacio natural que es recomendable pasar el tiempo y relajarse con sus acompañantes y un jarro de cerveza. Elaboran catorce tipos de estilo de cervezas como la Golden, Golden Imperio, Saisson, Hefe Wezen, American Wheat , Triplel Belgiam, Stout, Stout Larger, Rompe Huesos, Ipa, Guayacan, Irish Red, Doble Ipa. Pero la más pedida por los turistas es la Golden.

Es un lugar muy rústico e interesante ya que cuando se viaja a Canoa solo pensamos en playa y gastronomía, pero este lugar le está dando una nueva cara al balneario que es un atractivo eficiente para los turistas que les agradaría tener un tiempo para hacer algo diferente.

Este lugar cuenta con servicios básicos, parqueo y servicio de alimentos y bebidas, y alojamiento. Sus calles no son asfaltadas y no existe ninguna señalética. Se recomienda a los turistas visitar este lugar con ropa cómoda, y ánimos de tomar.



Figura 41. Cerveza Artesanal Beerkingo. Obtenido de la página oficial de la Cerveza Artesanal Beerkingo (2018).

Arco del amor. Se encuentra en la comuna Jama al norte de Manabí en la playa Tasaste. El arco es una formación rocosa de al menos 10 metros de altura aproximadamente que está situado en la vía Jama-Pedernales. Se puede acceder caminando cuando la marea está baja. Este lugar se ha vuelto turístico desde décadas ya que cuando baja la marea el turista aprovecha a tomar fotografías y suele contemplar el hermoso atardecer marino.

Según mitos de los antepasados señalan que las parejas que pasan por este arco se casan y hallan la felicidad eterna. O también se dice que los de la cultura Jama realizaban uniones matrimoniales de los jefes de las tribus, justo cuando el sol bajaba hasta quedar en el centro del arco a las 18:00 el cual era un símbolo que el sol (era como un Dios) otorgaba la aceptación de aquella unión, como un matrimonio duradero. Este lugar cuenta con cabañas donde se puede encontrar comida típica de la provincia de Manabí, además existe un estero de agua dulce y baños con duchas públicos.



Figura 42. Arco del Amor. Obtenido de la Revista Vistazo (2015).

Cascada de Chindul. Se encuentra ubicada en el cantón Pedernales en la Reserva Ecológica Mache Chindul. La reserva contiene uno de los últimos remanentes de bosque muy húmedo tropical de la costa ecuatoriana y tal vez del mundo, caracterizado por su altísima biodiversidad y sorprendentes niveles de endemismo.

Su gastronomía es rica en mariscos, por tener alta producción de camarón, concha, cangrejo y guariche. Cuenta con servicios básicos. El turista debe tener precaución al momento de ingresar a la cascada ya que cuenta con piedras grandes, puede quedarse atorado con el pie o se puede caer y pegarse la cabeza.

Los turistas deben tener en cuenta que esta es una reserva natural declarada por el Gobierno Nacional del Ecuador, pero sus propietarios son personas particulares con derecho a la propiedad privada, por esta razón no se encuentra un sendero de libre acceso a visitantes, sino que cada propietario tiene sus propios senderos particulares o proyectos de turismo donde se pueden realizar actividades, uno de ellos es el sendero en Rio Cuasa Eco Lodge Cabañas el cual permite visitar cascadas, mirador, bosque, organizado con un guía de turismo especializado en la Reserva Mache Chindul.



Figura 43. Cascada de Chindul. Obtenido de la Revista Jama&Pedernales.

Provincia de Esmeraldas

Esta provincia ubicada en el extremo noroccidental del país cuenta con una extensión de 15.954 km². Está conformada por los cantones: Esmeraldas, Eloy Alfaro, Atacames, Muisne, Quininde, San Lorenzo y Rioverde. Su población es de 534.092 habitantes, de la cual el 44,7% son mestizos y el 43,9% de habitantes son afro-ecuatorianos según (INEC, 2010)

Esmeraldas es una provincia con gran potencial en recursos naturales, posee diversidad en atractivos turísticos donde el turista puede disfrutar de recreación, excursión, gastronomía, cultura, entre otros. Pese a todas estas ventajas, no todos los sitios de concentración turística poseen la infraestructura adecuada para abastecer y potenciar el turismo en la provincia. (Noboa Camino, 2015)

Según con la descripción de destinos emergentes se ha tomado en cuenta distintos lugares con gran potencial turístico. Los destinos presentados a continuación pertenecientes a la provincia de Esmeraldas, son lugares que cuenta con acondicionamiento básico mínimo de infraestructura, pero con potencial cultural, rural y ecológico, y también se ha tomado en cuenta distintos lugares con gran potencial turístico.



Figura 44. Mapa de Esmeraldas, Ecuador.

Parroquia Rocafuerte. Parroquia rural del cantón Rioverde, Esmeraldas. La población afro se encuentra en mayor presencia en esta parroquia manteniendo sus costumbres ancestrales, religiosas y su forma sincrética de festejar sus fiestas. Entre sus atractivos turísticos se encuentra playas vírgenes y las fiestas parroquiales que son visitadas por turistas nacionales e internacionales, una de sus celebraciones es en honor a la Virgen del Carmen conocida como “estrella de los mares” en donde se inicia con una misa en honor a la Virgen para luego dar comienzo a los cánticos, arrullos, baile de marimba (típico de los aledaños) posteriormente baile variedad musical en donde participa toda la comunidad.

En el lugar se puede realizar ecoturismo sustentable por sus manglares, bosques y abundante flora y fauna. En cuanto a flora se puede encontrar diferentes tipos de manglares, como el rojo y el jelí y en fauna se observa: iguanas, garzas, zorros cangrejeros, tortolita ecuatoriana, pelícanos, chonta, falso coral, zarigüeyas, entre otras especies. Su desarrollo turístico es muy bajo, solo cuentan con un hotel y cuatro residenciales y a su vez carecen de condiciones para realizar las actividades turísticas como por ejemplo vías de acceso en buen estado, promoción del lugar, capacitaciones a los pobladores para su involucramiento con el sector turístico.

Recinto Canchimalero. Es una isla ubicado en el cantón Eloy Alfaro de la provincia costera de Esmeraldas, con alrededor de 12 km de arena que se mezcla con manglar y bosques de la tierra en este lugar habitan 400 personas aproximadamente. Esta playa se caracteriza por la producción de coco, extracción de concha y mariscos.

Además de sus playas exóticas y caminatas, es punto importante por su celebración de San Martín de Porres, considerado el primer santo negro de América. Para su celebración, 18

balsas de comunidades aledañas llenas de colorido y decoradas con productos de la zona llegan demostrando el agradecimiento al Santo Negro por los alimentos recibidos. Al rito del bombo, guasá, maracas, la marimba y el temple de voz de las cantoras de arrullos los niños, jóvenes y adultos se unen a celebrar los actos eucarísticos en Canchimalero, preparados por la iglesia católica mientras las actividades culturales son impulsadas por el municipio.



Figura 45. Canchimalero espera 5000 fieles para celebrar a Martín de Porres, el Santo Negro (Bonilla, 2015).

Otra de sus atracciones es la gastronomía ancestral, 30 mujeres listas para ofrecer 10 diferentes platos con la sazón esmeraldeña que los caracteriza, el turista puede degustar de encocao de jaiba, cangrejo, pescado, camarón, cebiches, pollo ahumado con coco, seco de pescado salado y fresco, entre otros mariscos. Otro plato típico de la zona es la preparación del pescado secado al sol, marisco fresco que los pescadores artesanales traen como producto del mar. La asociación de mujeres de Canchimalero monta 10 carpas cerca de la iglesia de la isla desde la mañana cuando inicia la misa dirigida a cerca de 5000 devotos que acuden cada año a esta celebración.

Este lugar es considerado un espacio propicio para realizar turismo rural, ecológico y sostenible al interior del manglar. La isla cuenta con una pista de aterrizaje para avionetas, en donde el turista podrá realizar recorrido aéreo visitando las plantaciones de coco, observar los manglares y los pescadores artesanales.

Parroquia Santa Lucia de las Peñas- Playa las Peñas- La Cueva del Amor-. La parroquia Santa Lucia se encuentra ubicada al noreste de la provincia de Esmeraldas, perteneciente al cantón Eloy Alfaro con una distancia aproximadamente de 90 km. Años atrás se dedicaban al cultivo del coco y a la pesca artesanal. Gracias a la construcción de la carretera Esmeraldas-San Lorenzo e Ibarra- San Lorezo se dio a conocer mucho más sus playas, gastronomía y cultura, sus principales turistas provienen de Pichincha, Imbabura, Carchi y la parte sur de Colombia debido a su gran número de visitas la comunidad tuvo que empezar a construir alojamientos y restaurantes donde se preparen comidas típicas. La parroquia está rodeada de bosques secos tropicales y bosque húmedo y su mayor amenaza es la disminución del manglar por causa del sector agrícola y ganadero. Sus principales atractivos son su extensa playa virgen de 24 kilómetros y La Cueva del amor, formaciones rocosas provocadas por los golpes del mar; magníficos lugares para relajarse en familia y amigos.



Figura 46. Baja afluencia de turistas en balneario al norte de Esmeraldas. (Freire, 2019).

Así mismo por su clima cálido se puede realizar actividades acuáticas como caminatas, surf, paseos en bote, pesca deportiva y en temporadas el avistamiento de ballenas jorobadas, leones marinos y algunos tipos de aves. Por otra parte, para ayudar a potenciar el lugar y lograr su conservación han recibido apoyo internacional, donde el principal objetivo es que la misma comunidad se involucre en las actividades turísticas. Sin embargo, existe poca participación de los mismos pobladores que las empresas optan por la contratación de personas externas.

Reserva Manglares El Majagual. Patrimonio ubicado dentro de la Reserva Ecológica Manglares Cayapas-Mataje cerca de la parroquia Las Peñas, cantón Eloy Alfaro. Declarado sitio Ramsar por la Unesco en el año 2003 cuenta con una superficie de 51.300 hectáreas y posee una gran riqueza cultural, los manglares más altos del mundo que por la poca intervención del hombre ha llegado a medir 50 metros de altura y tienen más de 100 años.

Se demora tres días en recorrer toda la reserva, un viaje en lancha donde se puede observar grandes especies de flora y fauna como manglares rojos, negros, blanco y piñuelos; animales como garzas, periquillos, tángaras, cangrejo azul, murciélago pescador. Este recurso no ha aportado a la comunidad por su falta de visitas y poca participación de los comuneros y autoridades, existiendo desempleo. Actualmente se encuentra en proceso de deterioro debido a la falta de mantenimiento de los senderos, tala de árboles, medidas de regulación y los cultivos de plátanos, caña de azúcar, yuca, papaya lo que impide la regeneración del manglar. Son visitados por turistas locales e internacionales, recibidos por los guías nativos del lugar. Hoteles, restaurantes y todas las facilidades se pueden encontrar en las comunas más cercanas.



Figura 47. Los Manglares más altos del mundo.

Comunidades La Tola, Museo La Tolita Pampa de Oro. Parroquia rural La Tola del cantón Eloy Alfaro ubicada a 20 minutos de Santa Lucía de las Peñas ofrece pequeños tours por sus alrededores. Visita a la Reserva de manglar Majagual donde se encuentran los manglares más altos del mundo y a la isla La Tolita Pampa de Oro aunque es uno de los sitios más representativos del país, su riqueza cultural no ha sido valorada, allí permanece un museo arqueológico con vestigios encontrados de la cultura Tolita. Datos históricos señalan que en este lugar se asentaron la cultura La Tolita desde el año 600 a.c hasta 400 d.c y gracias a los hallazgos se pudo observar los trabajos que realizaban a base de metales de oro, platino. El hallazgo de la escultura de una máscara de oro en forma de sol, es simbolizado en el Banco Central del Ecuador, y fue uno de los hallazgos que ahora reposa en el Museo del Banco Central en Quito. En 1999 el museo fue saqueado y aunque aún se encuentran algunas piezas en el museo han sido abandonados, no reciben apoyo por el Gobierno para su desarrollo lo que causó que algunos de sus pobladores migren a otros lugares.

Para visitar la isla hay que abordar lancha en la Tola o Borbón, no ofrecen alojamiento, pero los turistas optan por pernoctar en la Tola o en comunas aledañas. Sus principales actividades son la pesca y la agricultura.



Figura 48. La Tolita (López, 2012).

Playa África. Ubicada al norte de Esmeraldas, hasta este balneario se llega atravesando un camino lastrado que está cerca de la ruta del Spondylus, se puede acceder a pie o vehículo 4x4 en invierno. La principal actividad turística que se desarrolla en este lugar es a base de la arqueología, en esta zona perteneciente a la parroquia Montalvo del cantón Rioverde existe presencia de restos arqueológicos ubicados en un museo con 6000 piezas aproximadamente fueron encontrados hace más de 30 años por Arquímedes Simisterra, quién es el guía y el que conserva el lugar. Piezas que pertenecieron a la cultura Chorrera (1800 a.C. – 3000 d.C.) y a la cultura Tolita (600 a.C. – 300 d.C.) este museo fue construido con madera rústica y se encuentra sobre una loma, llamada San Rafael. En el lugar se puede disfrutar de gastronomía típica y alojamiento. Entre las actividades que se pueden realizar en este balneario son; caminatas, natación y pesca deportiva. Desde el mar se puede hacer un recorrido en lancha donde se puede observar 1 km. de extensa vegetación con diferente tipo flora y fauna exótica como gaviotín piquigruoso, gaviotín real, gaviotín elegante, fragatas, pelícanos pardos, playeros y cangrejos azules (sobre el arrecife).



Figura 49. Arqueología y playa en el norte de Esmeraldas. (Bonilla, El Comercio, 2017).

La historia de playa África se combina con la cocina ancestral, al ser este un pueblo de antepasados pescadores se ofrece platos típicos del lugar como el tapao de pescado, platos preparados con mariscos frescos recién capturados. En la playa existen trípticos informativos con textos en español e inglés, para mostrar el lugar a los extranjeros. Cuentan con alojamiento para turistas y servicio de gastronomía típica a base de mariscos.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

Enfoque de investigación

En el presente trabajo se utilizó un diseño de investigación mixto cualitativo y cuantitativo.

De acuerdo Hernandez, Fernandez & Baptista (2010) define que:

El enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. (p. 7)

Para este estudio se aplicó el enfoque cualitativo y cuantitativo de manera que, las encuestas se realizaron a las personas que visitan la Ruta Spondylus específicamente en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas y, se recopiló información que permitió obtener datos numéricos. Cabe recalcar también que se realizaron entrevistas a personas profesionales de empresas turísticas.

Diseño de la investigación

De acuerdo con Hernandez, Fernandez & Baptista (2014), el diseño de investigación, se comprende como: “la estrategia que se desarrolla para obtener la información necesaria para una investigación y poder responder así al planteamiento”. (p.20)

Para este estudio se planteó una metodología no experimental ya que se basa en la observación directa e investigación de productos turísticos de otros estudios y por medio de encuestas se obtuvo las preferencias de los turistas para adquirir un producto turístico.

Método de investigación

Se define que el método para obtener conocimientos y la elección de métodos adecuados a partir de investigaciones y esto también se los denominan científico, cuya finalidad es demostrar el valor de la verdad de ciertos enunciados, también lleva un orden lógico. El vocablo de la palabra método proviene de las raíces meth, que significa meta y, hodos, vía. Por lo que se deduce que la palabra método es un procedimiento que se elige para llegar a la meta de un objetivo (Behar, 2008).

Existen dos métodos de conocimiento, los cuales son deductivo e inductivo. Los deductivos son los que se relacionan con la investigación cuantitativa, la cual es subjetiva. Y los inductivos son los que se asocian netamente con la investigación cualitativa y son objetivas. Por consecuencia, el enfoque de la actual investigación se trabaja con el método deductivo ya que se explica desde teorías generales hacia casos particulares y las conclusiones son severas y válidas.

Tipo de investigación

En el presente estudio se planteó desarrollar los siguientes tipos de investigación científica:

Exploratoria. Es el estudio que se relaciona con el enfoque cualitativo, y a su vez proporciona información exploratoria con el que se busca un procedimiento estadístico, con el fin de analizar los resultados para así tener prueba y poder validar el estudio. También examina un tema o problema de investigación con poca información, por ende, se familiariza con fenómenos desconocidos (Cortés & Iglesias, 2004)

Descriptiva. Según Cortés & Iglesias (2004), el estudio descriptivo se enfoca en buscar, analizar y especificar propiedades, características de personas o grupos en específico. Se recolecta información mediante situaciones o eventos realizados.

Para esta investigación se aplicó la investigación exploratoria ya que se desea descubrir con más profundidad la investigación por medio de las opiniones de los turistas o ciudadanos locales; y también se usará la investigación descriptiva porque se sabrá si los turistas tienen conocimiento y les agrada la única empresa en el Ecuador llamado Wanderbus.

Instrumentos de medición

Entrevista. Se denomina entrevista a la interacción social la cual se recopila datos para la indagación que se plantea dentro de una investigación. El encuestador o encuestadores, deben de formular preguntas a las personas que sean capaces de responderlas, aunque existen personas que dan respuestas falsas y eso no ayuda mucho a la investigación. En consecuencia, las entrevistas no son excluyentes en relación a las técnicas de observación. Es por eso que le permite al entrevistador principalmente a relacionarse con las personas del entorno donde se va a implementar el estudio (Hernández, 2014)

Encuesta. Se entiende como encuesta a la recolección de información de una población en específico, dependiendo el tamaño de la muestra que se realiza para obtener un perfil compuesto de la población. Para realizar el tamaño de muestra no hay una regla en específica, por ende, depende de los recursos profesionales y materiales disponibles (Behar, 2008).

En la actual investigación se utilizó los dos métodos de tipo de mediciones que son entrevistas y encuestas para así identificar destinos potenciales y las preferencias del visitante para diseñar un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de los destinos emergentes en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.

Población de estudio

Según Behar (2008) para determinar la población, se debe considerar las características generales de un determinado lugar con la finalidad de definir la muestra. Es considerado como un grupo para extender los resultados y concuerdan con una serie de especificaciones. Por ende, la población se trabaja con un conjunto de individuos con características esenciales para el estudio que se va a realizar por el cual permite hacer conclusiones.

En la actual investigación, se trabajó con la población que se lo obtuvo mediante las estadísticas de las llegadas de los turistas al Ecuador en el año 2018 mediante el GEOVIT (Geoportal de visitas internas turísticas), dentro de la plataforma Turismo en cifras realizado por el MINTUR (Ministerio de Turismo), donde se constató que en la Provincia de Santa Elena hubo 970.507 turistas por pernoctaciones al año, Manabí con 3'258.647 y Esmeraldas con 414.570. El total de la población es de 4'643.724 turistas, considerando los cantones que se encuentran dentro la Ruta Spondylus. Esta información ayudó para la recolección de datos y realización de encuestas.

Muestra

La muestra es la pequeña parte de la población seleccionada y, por lo tanto se tiene que tener en claro las propiedades del mismo. En caso de incluir algún censo no se debe olvidar incluir todos los sucesos como personas, animales, plantas u objetos. Por ende, para realizar el estudio y conseguir los resultados que se reflejan con el número de la población, se debe de calcular el tamaño de la muestra y con la fórmula ya establecida se medirá para obtener resultados más idóneos de la población. Existen dos fórmulas para calcular la muestra, estas son:

- Fórmula infinita: más de 100.000 personas.
- Fórmula Finita: menos de 100.000 personas (se incluye el dato de la población N).

La fórmula que se aplicó en esta investigación es de población infinita.

$$n = \frac{Z^2 * P * q}{e^2}$$

n= número de elementos extraídos de una población

Z= nivel de confianza es el 95% que equivale el 1.96

p= probabilidad de éxito o proporción de espera 50%

q= probabilidad de fracaso (1-p)= (1-0.5)= 0.5

e= margen de error, en esta investigación es el 5%

Datos:

N= 4.643.724

p= 0.5

q= 0.5

e= 0.05

z= 1.96

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2} = \frac{3,84 * 0,25}{0,0025} = \frac{0,96}{0,0025} = 384 \text{ encuestas}$$

Se obtuvo un total de 384 encuestas que se realizaron a las personas que han visitado y visitan estos lugares turísticos de la costa ecuatoriana.

Análisis e interpretación de datos

A continuación, se procede a ejecutar un análisis de resultados que se lograron obtener mediante las encuestas realizadas online, en base de ello se plantearan estrategias adaptadas a los deseos y necesidades del mercado.

Pregunta 1. Rango de Edades

Tabla 1

Rango de edad de las personas encuestadas.

Edades	Encuestados	Porcentaje
18-25	213	56%
26-33	59	15%
34-41	22	6%
42-más	90	23%



Figura 50. Análisis del rango de edad de las personas encuestadas.

De acuerdo con estos resultados, la propuesta de comercialización capta la atención de personas en un rango de 18 a 25 años con un 56% y de 42 años en adelante con un 23%; mientras en el rango de 26 a 33 años representa el 15%; de 34 a 41 años representa el 6%.

Pregunta 2. Género

Tabla 2

Género de las personas encuestadas.

Género	Encuestados	Porcentaje
Femenino	190	49%
Masculino	194	51%
Total	384	100%



Figura 51. Análisis del género de las personas encuestadas.

Se encuestaron 384 personas tanto nacionales y extranjeros que se encuentran en Ecuador, donde se obtuvo que el género masculino prevalece con el 51% sobre el género femenino que representa el 49%.

Pregunta 3. Nivel de Instrucción

Tabla 3

Nivel de Instrucción de las personas encuestadas

Nivel de Instrucción	Encuestados	Porcentaje
Tercer Nivel	279	73%
Cuarto Nivel	48	12%
Secundaria	57	15%
Total	384	100%

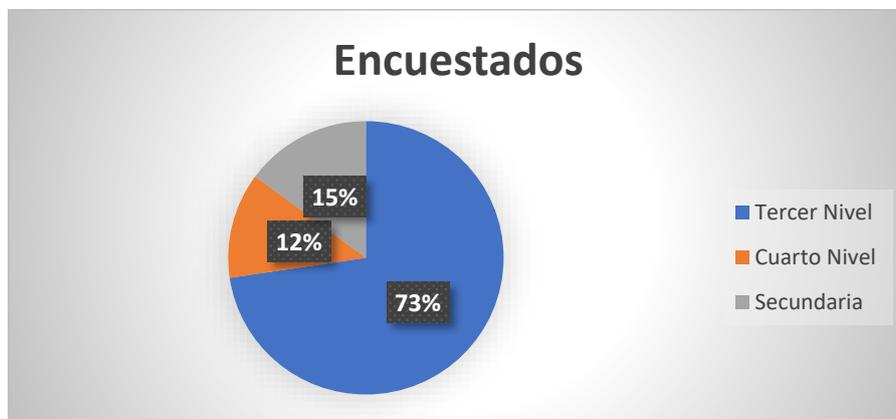


Figura 52. Análisis del nivel de instrucción de las personas encuestadas.

En la figura presente, demuestra que el 73% de los encuestados que han visitado la Ruta Spondylus cuentan con tercer nivel de educación, seguidas en un 15% de personas que han llegado a secundaria y solo el 12% poseen cuarto nivel.

Pregunta 4. Lugar de procedencia

Tabla 4

Lugar de procedencia de las personas encuestadas.

Provincia	Encuestados	Porcentajes
Esmeraldas	4	1%
Manabí	11	3%
Santa Elena	4	1%
Guayas	289	75%
El Oro	51	14%
Santo Domingo	1	0%
Los Ríos	1	0%
Azuay	1	0%
Pichincha	11	3%
Cotopaxi	3	1%
Riobamba	1	0%
Loja	3	1%
Galápagos	1	0%
Internacional	3	1%
Total	384	100%

El siguiente gráfico representa el análisis de la afluencia existente a lo largo de la ruta Spondylus, la cual destaca que, existen turistas en su mayoría locales provenientes de la provincia del Guayas con un 75% y de la provincia de El Oro con un 14%, seguido con un 3% la provincia de Manabí y Pichincha. Sin embargo, se observa que se obtiene un nivel bajo de visitantes de la región Sierra e internacionales.

Pregunta 5. ¿Conoce usted la mayoría de atractivos turísticos localizados en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas?

Tabla 5

Conoce los atractivos turísticos de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	230	60%
No	154	40%
Total	384	100%



Figura 53. Análisis sobre el conocimiento de atractivos turísticos de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.

En relación al gráfico de la figura 54 se tiene que el 60% de los encuestados conocen los atractivos turísticos ubicados en la provincia de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas, mientras que el 40% desconocen dichos lugares. Con este gráfico se observa que varios destinos necesitan más publicidad para aumentar su afluencia de turistas. A pesar de estar dentro de una zona visitada como lo es la Ruta Spondylus, muchos no conocen los destinos que visitar en ella.

Pregunta 6. ¿Ha escuchado sobre la modalidad Hop-on hop-off?

Tabla 6

Conoce sobre la modalidad Hop-on Hop-off.

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	77	20%
No	307	80%
Total	384	100%



Figura 54. Análisis la modalidad Hop-on Hop-off.

Por lo que se refiere a la pregunta si conocen sobre la modalidad hop-on hop-off; el 80% de los encuestados desconocen sobre esta modalidad aplicada en transportes turísticos y solo el 20% si saben acerca de la propuesta planteada.

Pregunta 7. ¿Le gustaría hacer turismo a bordo de un bus cuya característica sea recorrer la ruta Spondylus en una modalidad hop-on hop off (subir y bajar), el cual ofrece viajes flexibles donde usted es quien decide dónde quedarse, qué hacer y por cuánto tiempo?

Tabla 7

Aceptación del servicio turístico a bordo de un bus con modalidad hop-on hop-off.

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	363	95%
No	21	5%
Total	384	100%



Figura 55. Análisis de aceptación del servicio turístico a bordo de un bus con modalidad hop-on hop-off.

En las encuestas se determinó que un 95% de las personas ecuatorianas están interesadas en utilizar el servicio turístico a bordo de un bus con modalidad hop-on hop-off junto a los atractivos que ofrece. Lo que se concluye que estas personas están en busca de nuevas alternativas que les permita conocer los lugares o destinos que la ruta ofrece.

Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de viajes flexibles (hop on-hop off) que incluya guianza y actividades en el camino por día y por persona?

Tabla 8

Margen de precios.

Precios	Encuestados	Porcentajes
De \$35 a \$50	182	47%
De \$50-\$100	171	45%
De \$100-\$200	23	6%
Más de \$200	8	2%
Total	384	100%



Figura 56. Margen de precios de las preferencias de los encuestados.

Se deduce que el 47% de los encuestados en modalidad online, están dispuestos a pagar un valor de entre \$35 a \$50 y, el 45% un precio de entre un rango de \$50 a \$100 por el servicio de viajes flexibles (hop-on, hop-off) junto con los servicios de guianza y actividades en el camino que se ofrecerá en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.

Pregunta 9. ¿Qué tipo de servicios adicionales desearía que se incluya en el servicio turístico?

Tabla 9

Análisis de servicios adicionales.

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Alojamiento	275	72%
Alimentación	293	76%
Tours	229	60%
Espectáculos o eventos culturales	170	44%
Actividades recreativas	205	53%
Otros	6	1%

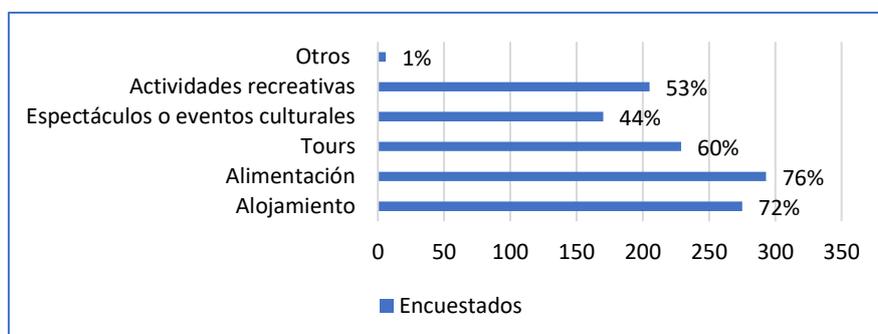


Figura 57. Análisis de servicios adicionales.

De acuerdo con los resultados, los servicios adicionales que las personas desean que se incluyan a la oferta son alimentación con un 76%, alojamiento un 72%, tours con un 60%, un 53% actividades recreativas, un 44% espectáculos o eventos culturales y un 1% desean que se incluyan seguros de viaje y concursos para amigos o familia en caso de viajar en grupo.

Pregunta 10. De los siguientes sitios turísticos emergentes, seleccione los que estaría dispuesto a conocer en la Ruta de la Spondylus. En la Provincia de Santa Elena:

Tabla 10

Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Santa Elena.

Destinos Emergentes	Encuestados	Porcentajes
Comuna Sacachún (Monumento San Biritute)	145	38%
Cantón Salinas (Museo de Amantes de Sumpa)	228	59%
Cantón Salinas (Museo de ballenas)	260	68%
Comuna Barcelona (Fábrica de producción de la Paja Toquilla)	229	60%
Comuna Valdivia (Museo Valdivia)	191	50%
Comuna Olón (Santuario Blanca Estrella de Mar)	309	80%
Comuna Montañita	247	64%

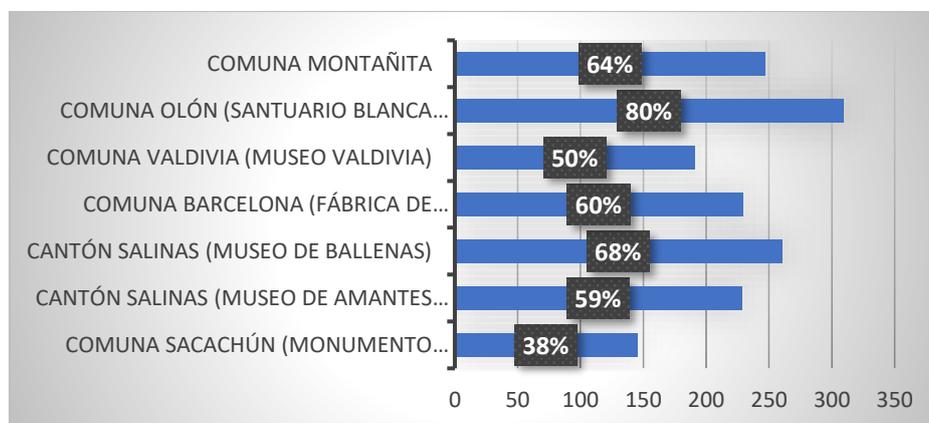


Figura 58. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Santa Elena.

De las encuestas realizadas a las personas se obtuvo que: el 19% tienen como lugar de interés visitar la Comuna de Olón (Santuario Blanca Estrella de Mar), 16% la Comuna Montañita, 16% el Cantón Salinas (Museo de ballenas), 14% Cantón Salinas (Museo de Amantes de Sumpa), 14% Comuna Barcelona (Fábrica de producción de la Paja Toquilla), 12% la Comuna Valdivia (Museo Valdivia), 9% la Comuna Sacachún (Monumento San Biritute).

En la Provincia de Manabí:

Tabla 11

Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Manabí.

Destinos emergentes	Encuestados	Porcentajes
Puerto López (Sendero Ecoturístico El Rocío)	196	51%
Manta (Playa San Mateo)	219	57%
Parroquia San Lorenzo (Refugio de Vida Silvestre Pacoche “Sendero Pasaje del mono”)	215	56%
Parroquia San Lorenzo (Mirador de la playa San Lorenzo)	284	74%
Parroquia San Lorenzo (Playa Ligüiqui)	132	34%
Parroquia Santa Marianita (Museo Pacocha)	143	37%
Bahía de Caráquez (Mirador de la Cruz)	168	44%
Bahía de Caráquez (Playa Punta Bellaca)	203	53%
San Vicente (Isla corazón)	258	67%
Canoa (Playa Canoa)	233	61%
Canoa (Parque Ecológico Río Muchacho)	206	54%
Canoa (Beerkingo Cerveza artesanal)	194	51%
Jama (Arco del amor)	248	65%
Pedernales (Cascada de Chindul)	258	67%

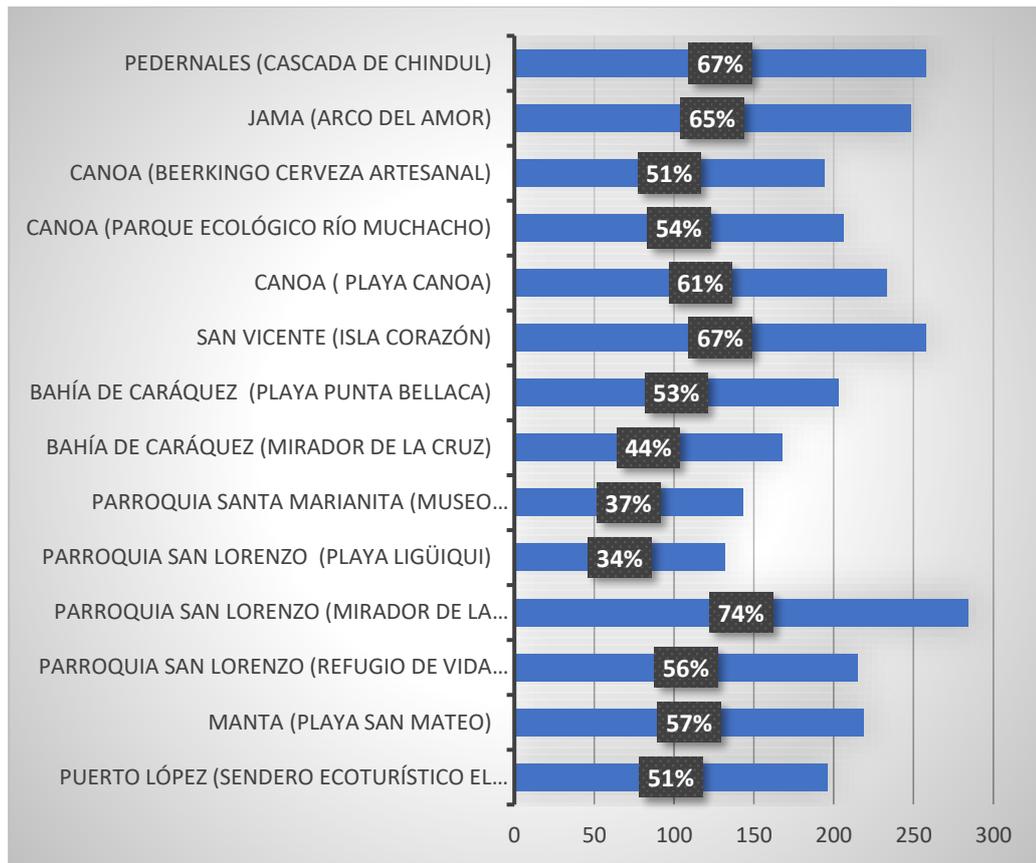


Figura 59. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Manabí.

De las encuestas realizadas a las personas se obtuvo que: el 10% están interesados en visitar la Parroquia San Lorenzo (Mirador de la Playa San Lorenzo), 9% San Vicente (Isla Corazón), 9% Pedernales (Cascada de Chindul), 8% Canoa (Playa Canoa), 8% Jama (Arco del Amor), 7% Puerto López (Sendero Ecoturístico El Rocío), 7% Manta (Playa San Mateo), 7% Parroquia San Lorenzo (Refugio de Vida Silvestre Pacoche “Sendero Pasaje del mono”), 7% Bahía de Caráquez (Playa Punta Bellaca), 6% Canoa (Parque Ecológico Río Muchacho), 6% Canoa (Beerkingo Cerveza artesanal), 6% Bahía de Caráquez (Mirador de la Cruz), 5% Parroquia Santa Marianita (Museo Pacocha), 4% Parroquia San Lorenzo (Playa Ligüiqui).

En la Provincia de Esmeraldas:

Tabla 12

Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Esmeraldas.

Destinos Emergentes		Encuestados	Porcentajes
Parroquia Rocafuerte	(Playa Rocafuerte)	166	43%
Cantón Eloy Alfaro	(Recinto Canchimalero)	101	26%
Parroquia Santa Lucia de las Peñas	(Playa Las Peñas)	170	44%
Parroquia Santa Lucia de las Peñas	(La Cueva del Amor)	252	66%
Parroquia Santa Lucia de las Peñas	(Reserva Manglares El Majagual)	257	67%
Comunidad La Tola	(Museo La Tolita Pampa de Oro)	256	67%
Playa África	(Museo África)	186	48%

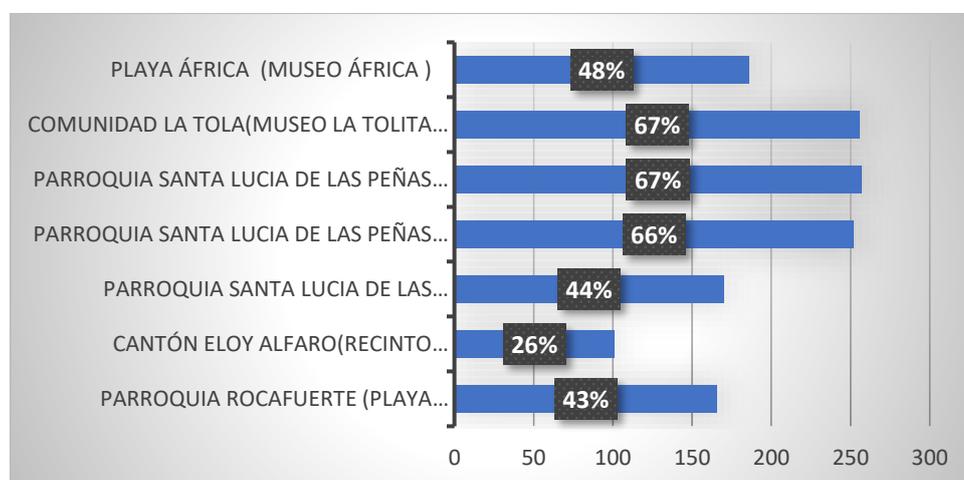


Figura 60. Análisis de los destinos emergentes en la provincia de Esmeraldas.

De las encuestas realizadas a las personas se obtuvo que: el 67% están interesados en visitar la Parroquia Santa Lucia de las Peñas (Reserva Manglares El Majagual), 67% la Comunidad La Tola (Museo la Tolita Pampa de Oro), 66% Parroquia Santa Lucia de las Peñas (La Cueva del Amor), 48% Playa África (Museo África), 44% Parroquia Santa Lucia de las Peñas (Playa Las Peñas), 43% Parroquia Rocafuerte (Playa Rocafuerte) y un 26% el Cantón Eloy Alfaro (Recinto Canchimalero).

Pregunta 11. Con respecto a la pregunta anterior, ¿qué actividades le gustaría realizar durante el recorrido?

Tabla 13

Análisis de las actividades al momento de visitar un destino.

Actividades	Encuestados	Porcentaje
Visita a parques nacionales	246	64%
Visita a museos	200	52%
Visita a lugares de los vestigios antiguos	177	46%
Visita a ríos, lagos, lagunas y cascadas	304	79%
Observación de especies exóticas	211	55%
Observación de flora y fauna	211	55%
Degustación de la gastronomía	279	73%
Presenciar eventos culturales	180	47%
Actividades de recreación (parapente, camping, cabalgatas, senderismo)	251	65%
Actividades acuáticas (Snorkel, buceo, kayak, moto acuática)	259	67%
Relajarse en las playas con un buen clima	253	66%

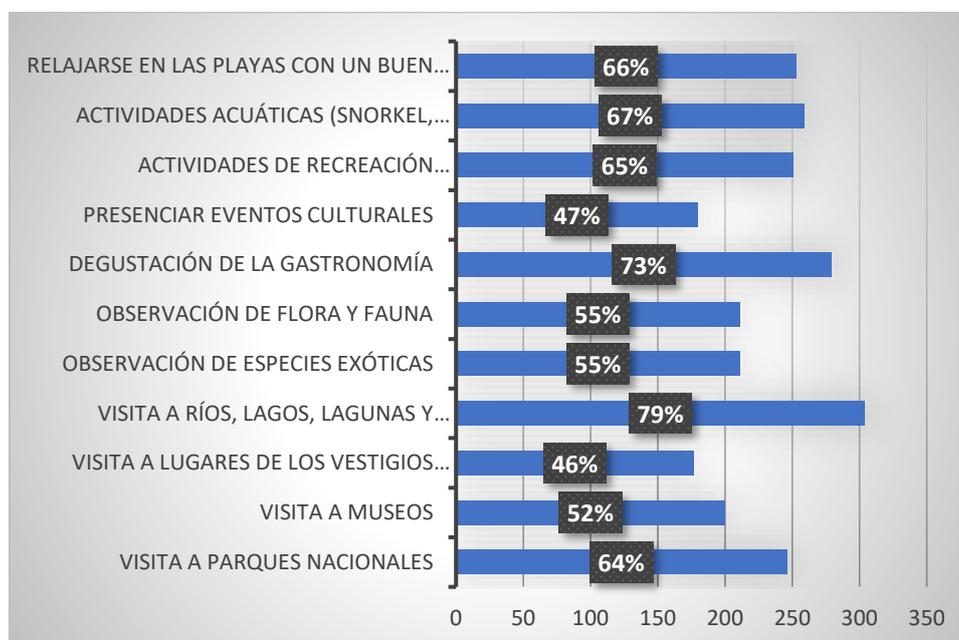


Figura 61. Análisis de las actividades al visitar un destino.

Se deduce que un 79% de los encuestados son capaces de disfrutar de las visitas a ríos, lagos, lagunas y cascadas, el 73% elige degustar de la gastronomía local, el 67% prefiere realizar actividades acuáticas (snorkel, buceo, kayak, moto acuática), 66% relajarse en las playas con un buen clima, 65% actividades de recreación (parapente, camping, cabalgatas, senderismo), 64% visita a parques nacionales, 55% observación de especies exóticas (flora y fauna), 52% prefieren visita a museos y el 47% presenciar eventos culturales, 46% visita a lugares de vestigios antiguos. Al momento de ofrecer un servicio, se debe tener en cuenta que en cada una de estas actividades dictadas anteriormente, se involucre directamente con el turista al momento de visitar un destino.

Pregunta 12. ¿Qué recomendaciones daría usted para que la Ruta Spondylus mejore como producto turístico? (pregunta abierta)

Del total de las personas encuestadas, se obtuvo respuesta de 301 personas, las cuales recomiendan que, para que la Ruta Spondylus sea un mejor destino debería mejorar sus vías de acceso estar en óptimas condiciones, contar con mayor infraestructura, señalética turística en vías y en los destinos, atractivo o recurso, tener más puntos gastronómico donde poder degustar de comidas típicas, que las playas y centros turísticos mejoren sus servicios de calidad, incluir más tours y actividades diferentes para evitar aglomeraciones en las playas, capacitar a las personas de las comunidades para el cuidado y conservación de las áreas naturales y museos, sobre todo que la ruta sea más promocionada tanto nacional como internacional, que cada destino cuente con su propio centro de información o páginas web para poder elegir al momento de viajar.

Análisis de las entrevistas efectuadas

Se realizaron dos entrevistas, la primera fue a la empresa Wanderbus ubicada en la ciudad de Quito, y la segunda a la Agencia de Viajes Guanitours S.A en la ciudad de Guayaquil. Ambos propietarios de las dos empresas se mostraron muy amables y atentos en el proceso de la entrevista.

La primera entrevista fue realizada al Ingeniero Nicolás Ponce, Gerente de la Operadora Turística Wanderbus. El tema expuesto fue acerca la modalidad hop-on hop-off aplicada en buses turísticos, sin duda es uno de los servicios más innovadores implementados en diferentes países para lograr conocer más puntos atractivos de la ciudad visitada en un corto tiempo pero para Wanderbus fue un gran reto al momento de implementarlo en el país y fusionarlo a su vez con otras actividades adicionales. A pesar de las complicaciones en temas legales, requisitos y por ser una empresa nueva en el mercado no contaba con un buen feedback y publicidad pero ha logrado tener éxito en estos dos años. Con las rutas planteadas ha logrado llegar al turista internacional, logrando conocer atractivos turísticos ubicados en diferentes regiones en un solo viaje y en un solo bus. Esta idea no solo beneficia a la operadora que la oferta sino al país en general logrando un aumento en la economía y su promoción a nivel internacional.

La siguiente entrevista fue realizada a la Licenciada Ailin Medrano, gerente de la Agencia de Viajes Guanitours S.A. La opinión de la gerente, es el que le encantaría que se implementara esta grandiosa idea, para así fomentar más el turismo en las costas ecuatorianas y que los turistas conozcan la historia que hubo en los antepasados. Esta propuesta la considera interesante e importante, por lo que está destinada a un mercado que sí lo necesita, donde la gente quiere viajar por su cuenta y quiere algo barato, viaje corto, o quiere moverse a su ritmo. Menciona que quizás también se agreguen más destinos que nadie conoce, ya que les falta promoción turística a toda la ruta como los que se ha mencionado anteriormente en el actual trabajo. A demás ella opina que, como turista, sí utilizaría este servicio porque es novedoso y para saber cómo le va en esta experiencia, y también lo agregaría dentro de sus paquetes siempre y cuando alguna otra persona se lo haya recomendado, es decir, que tenga algún feedback. En conclusión, los propietarios de estas empresas turísticas añaden que esta propuesta si se considera viable y ejecutable para mejorar e innovar el turismo en el país, si se lleva un control y si se cumplen con las leyes turísticas.

Capítulo IV: Modelo de Comercialización de la Ruta Spondylus

Antecedentes

A lo largo del tiempo, las empresas turísticas incluyendo las agencias de viajes y operadoras turísticas, se han encargado de ser las intermediarias de elaboración y ventas de productos turísticos para la satisfacción y preferencias de los clientes (Ballesteros, 2012). Estas son las que también generan ingresos al país, gracias a sus ofertas de paquetes turísticos vendidos a los turistas tanto nacionales como los extranjeros.

La Ruta Spondylus es conocida por sus hermosas playas tranquilas que se encuentra en el Océano Pacífico al noroccidente de la costa ecuatoriana. Las actividades recreativas que se pueden realizar en estas playas, también es reconocida por su rica gastronomía playera que son los mariscos, y en parte por sus alojamientos de bajo costo. Por ende, según los estudios en el actual proyecto se ha encontrado un estudio o una empresa similar para aquellos empresarios.

El actual estudio se ha basado en crear un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes precisamente en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas, considerando los aspectos turísticos y legales para una implementación futura de este modelo, ya que se desconoce una idea similar en esta ruta, es decir, que esta propuesta se convertirá en un referente para diseñar un modelo de negocio para los futuros empresarios. El valor agregado de este modelo es que en su diseño se contempla el servicio de transportación mediante un bus turístico con la modalidad hop on – hop off (subir y bajar) para el beneficio y comodidad de los turistas y puedan así conocer destinos interesantes y que ofrecen la oportunidad de disfrutar más allá del turismo de sol y playa.

Los recorridos que han sido planteados son dos. El primero desde Guayaquil hasta la provincia de Esmeraldas y regresando a Guayaquil. El segundo desde la ciudad de Quito hasta la provincia de Santa Elena y regresando a Quito.

Por lo tanto, el actual proyecto trata de que el producto sale del establecimiento de uno o varios productores hacia el consumidor que en este caso son los turistas o visitantes que llegan a los diferentes sitios turísticos que tiene la costa ecuatoriana.

Objetivo general

Desarrollar el modelo de comercialización de la Ruta Spondylus dentro en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas para el fomento de turismo en los destinos emergentes.

Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del entorno usando las herramientas del diagrama del sistema turístico y de los análisis PEST y FODA para determinar las fortalezas y oportunidades para el modelo de comercialización.
- Establecer las estrategias del marketing mix para poder incrementar el turismo de acuerdo a la promoción turística de los destinos emergentes y mejorar el turismo.
- Determinar los costos de implementar un sistema de bus de modalidad hop on – hop off que permita operar y facilite la comercialización y la venta de paquetes turísticos que mejoren el turismo en los destinos emergentes.

Análisis PESTA

El análisis PESTA es una herramienta que tiene como finalidad evaluar una situación de un mercado en el que se encuentra una empresa o unidad. El análisis está compuesto por las siglas de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. Por lo cual, en el actual estudio de investigación se desea obtener información de los datos del estado que se encuentra el país para así tener el conocimiento de esto y poder implementar este tipo de modelo de comercialización en la Ruta Spondylus. Así mismo, se considera también el análisis FODA el cual se enfoca en medir ya sea una o varias unidades de negocio, propuestas o ideas de la organización.

Político. El factor político en el Ecuador se basa con el Gobierno Central, que dispone de leyes para el incentivo del turismo interno; también es el que no puede asignar el dinero que no existe. La ley de gestión ambiental tiene relación con el actual factor por el motivo que se debería cuidar el medio ambiente por medio del compromiso de la comunidad para así poder crecer como país hacia la sustentabilidad y seguir con las leyes que el Gobierno lo declara.

Económico. El ingreso de divisas por turismo receptor ascendió a \$2'287.5 millones para el año 2019 cifra calculada por el Banco Central del Ecuador. El producto interno bruto (PIB) es del 2,24%.

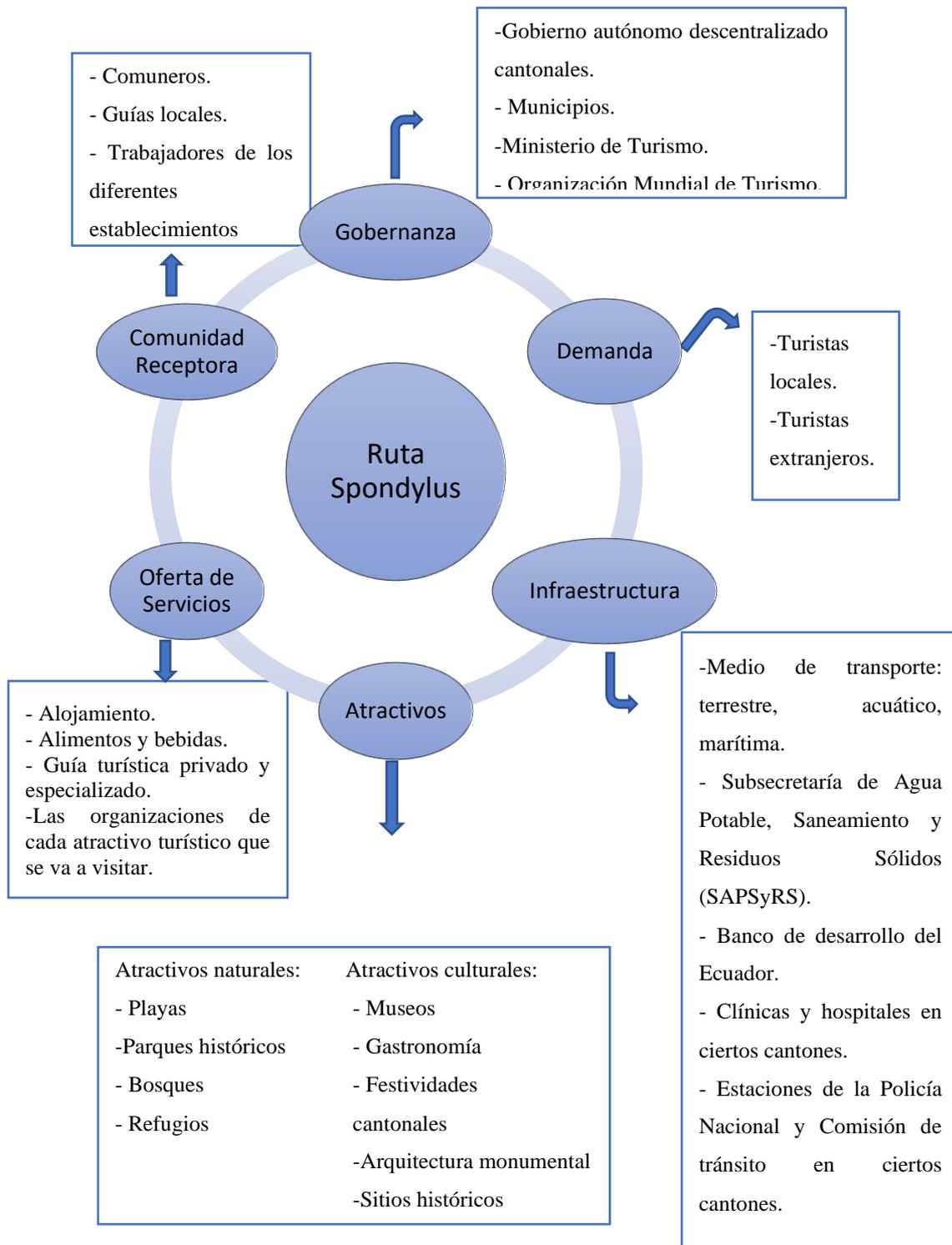
Social. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador INEC (2020), su estudio de la proyección de población por años en edades simples, en el año 2010 hubo un total de 15.012.228 en comparación al año actual 2020 hubo un total de 17.510.643 todas las edades, teniendo en cuenta que en este año fue diagnosticado hasta el mes de marzo, por consecuencia, cada año va incrementando los ciudadanos en el país. La tasa de crecimiento de la sociedad y educación es considerable ya que el Gobierno es el que aporta en los estudios de los estudiantes de las entidades públicas del país.

Tecnológico. A medida que pasa los años, la tecnología va creciendo gracias al Gobierno de la Revolución Ciudadana del Ecuador por medio del Ministerio de Telecomunicaciones y la Sociedad de la información. Por ello, se ha desarrollado con gran formalidad y eficacia la tecnología para que la sociedad e incluyendo empresas, obtengan mejor sus servicios tecnológicos ya sea de primera (MINTEL/DS, 2012).

Ambientales. El clima en el Ecuador es normalmente tropical, pero se varía con la altitud y las cuatro regiones que posee el país: Insular, Costa, Sierra y Oriente. Existen dos temporadas, aunque hoy en día la estación climática ha cambiado: de diciembre a mayo es un clima cálido y lluvioso, éste se denomina invierno; y de junio a noviembre es la temporada seca considerada como el verano de las temperaturas más frescas del año. En diciembre del año 2019 la Organización Panamericana de la Salud (OPS) declaró en alerta a los países de América, ya que se deduce que habrá por los primeros meses del año 2020 olas de calor en la etapa de invierno.

Diagrama del sistema turístico de la Ruta Spondylus

El modelo del sistema turístico tiene como objetivo diagnosticar a la comunidad receptora y a las organizaciones relacionadas al turismo siendo parte para el fomento de las actividades que se pueden desarrollar en los destinos (Ricaurte, 2009).



Análisis FODA

Fortalezas

- Aumento de nuevas ofertas de trabajo.
- Creciente interés por parte de los turistas en realizar turismo.
- Integrar a las comunas involucradas a fin de beneficiar a las familias y comunidades.
- Personal especializado y debidamente certificado.
- Capacitación constante del personal laboral.
- Convenios con empresas turísticas

Oportunidades

- Existe un alto nivel de aceptación por generar turismo a bordo del bus.
- Enfocada a todo tipo de turistas que deseen formar parte de un turismo experiencial.
- Promociones y ofertas del servicio en días festivos.
- Brindar el servicio a nivel nacional e internacional
- Considerar a los destinos emergentes elegidos para ser desarrollados y visitado por turistas extranjeros y locales.

Debilidades

- No tener éxito al principio por ser una empresa nueva en el mercado con una modalidad diferente.
- Desconocimiento de los destinos al momento de visitar la Ruta por parte de los turistas.
- Baja publicidad e información de los destinos emergentes en la Ruta Spondylus.
- Carencia de capacitaciones de los pobladores locales que prestan servicio turístico.
- Carencia de buses turísticos en el mercado.

Amenazas

- Empresas con más posicionamiento en el mercado y mayor experiencia laboral.
- Nuevos competidores con mayor inversión.
- Nuevos modelos de buses más equipados.

- Inflación en productos y servicios vitales para la movilización del transporte.
- Emergencia sanitaria por propagación del virus.
- Baja de ingresos de turistas por desastres naturales.
- Vías de acceso en mal estado

Segmentación del mercado

Canales de distribución. Para este modelo de comercialización se ve enfocado a un canal de distribución directo, es decir, la empresa u operadora vende sus propios paquetes turísticos a los turistas sin necesidad de utilizar algún intermediario. Este servicio va dirigido para turistas que deseen recorrer y conocer las maravillosas playas y riquezas que posee la Ruta Spondylus.

Servicio al cliente. Para brindar un mejor servicio se debe considerar satisfacer las necesidades de los turistas, más que vender paquetes es construir relaciones con ellos, brindarle atención personalizada para generar nuevas experiencias, y así lograr mayor expectativa que tenía antes de empezar su viaje. También tomar en consideración las recomendaciones y sugerencias durante y después del recorrido para posibles cambios.

Estrategias de marketing

Marketing Mix

Producto. Debido a los diferentes atractivos turísticos que ofrece la Ruta Spondylus como las paradisíacas playas, parques nacionales, museos arqueológicos, bahías, reservas ecológicas el cual se constituye en un destino de turismo cultural, de aventura, ecoturismo, sol y playa; se buscó crear un servicio que conecte la movilización con los demás destinos es por ello que el producto a ofertar es un bus turístico con modalidad hop-on hop-off, complementándolo con servicios de guianza y actividades recreativas que recorre puntos estratégicos en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas. Según el resultado de las encuestas, las personas están dispuestos a utilizar esta propuesta pero para la agencia o empresa que desee implementar esta modalidad a sus paquetes deberá tomar en consideración incluir los servicios como alojamiento, alimentación, más opciones en actividades recreativas, eventos culturales y en caso de tener grupos de familias considerar actividades para obtener una mayor acogida.

El bus turístico posee una capacidad de 36 pasajeros en adelante, cuenta con espacios cómodos, así el turista podrá bajar y subir con toda confianza, en la parte superior e inferior

cuenta con ventanas laterales hechos con vidrio templado y panorámico de gran visibilidad, cuenta con un sistema limpiaparabrisas que facilita la visibilidad del conductor.



Figura 62. Bus turístico hop on-hop off lado derecho.

Especificaciones técnicas del Bus

Equipamiento del Bus Turístico. El bus cuenta con aire acondicionado tanto en la parte interior del transporte, calefacción, cargadores individuales para conectar teléfonos móviles, bodegas automáticas para equipajes, a su vez se encuentra un baño unisex.

Tiene sistema de GPS integrado, contiene un circuito de cámara, botiquín de primeros auxilios, caja de herramientas básicas, llantas de emergencia extintor de incendios y triángulos de seguridad en caso de emergencias.



Figura 63. Bus turístico hop on-hop off lado izquierdo.

Medidas de Bioseguridad

La pandemia mundial que ha impactado a varios países incluyendo a Ecuador desde marzo del presente año ha cambiado totalmente las medidas de seguridad sanitaria, es por ello el Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Turismo, Ministerio de Transporte y Obras públicas (Borja, Burneo, Calero, & Urquizo, 2020) diseñaron las medidas de prevención que se debe realizar ante el Covid 19 para su reactivación y operación. Las medidas a considerar son las siguientes:

Para las unidades de transporte

- Identificar, a través de stickers o señaléticas, los asientos que podrán o no ser utilizados por los usuarios. Las únicas excepciones para ocupar asientos conjuntos serán si son miembros de un mismo núcleo familiar.
- Establecer mecanismos de información al usuario (piso, puertas, paredes, ventanas) de forma visible, legible y clara.
- Retirar elementos susceptibles de contaminación como alfombras, cortinas, tapetes, forros de sillas acolchonados, toallas, protector de volante, barra de cambios.

En la operación de transporte durante el viaje

- Mantener una adecuada ventilación a través de apertura de ventanas corredizas para reducir contagio durante el viaje.
- Distribuir bolsas plásticas, que permitan la recolección de pañuelos o desechos que los usuarios utilicen durante el viaje.
- Prohibir el ingreso de vendedores ambulantes, durante el viaje.
- Mantener dentro de la unidad, una bitácora con los detalles de limpieza y desinfección.
- Realizar desinfección del calzado, mediante la instalación de bandejas húmedas con líquido desinfectante.
- Cumplir con el aforo máximo de los vehículos, no deberá exceder del 50% de su capacidad total de pasajeros sentados (según la capacidad indicada en la matrícula), esto será aplicable para la semaforización en color amarillo y verde.
- Realizar paradas logísticas para alimentación y baterías sanitarias que cumplan con normas de bioseguridad.
- Se recomienda no encender el aire acondicionado durante el servicio.

En la operación de transporte al final del viaje

- Realizar el proceso de limpieza y desinfección interna y externa de la unidad al iniciar y finalizar cada viaje.
- Utilizar detergente o jabón acompañado de trapeador o paño.

Para los usuarios durante el viaje

- Utilizar elementos de seguridad (gel o alcohol desinfectante y mascarilla) y respetar en todo momento el distanciamiento social de 1,5 metros.



Figura 64. Señalética de bioseguridad. Tomado del Plan general de retorno a las actividades laborales presenciales de los servidores y trabajadores de la Escuela Politécnica Nacional durante la pandemia por Covid 19. (Escuela Politécnica Nacional, 2020).

- Durante el viaje.* -Si el usuario presenta síntomas de afecciones respiratorias, fiebre, tos, fatiga, secreciones nasales deberá reportar inmediatamente al conductor o ayudante, a fin de realizar una parada inexcusable que cuente como dispensario médico.
- Los pasajeros podrán trasladarse con un máximo de un elemento de equipaje de mano, debiendo colocar el resto de equipaje en las cajuelas.
 - No podrán consumir alimentos y bebidas dentro de la unidad.

Análisis de los instrumentos de la operación Turística. De acuerdo el reglamento de transporte turístico, resolución 108 registro oficial con fecha 31 de diciembre del 2014, autorizan el transporte de turistas directamente a compañías autorizadas por la Agencia Nacional de Tránsito con sus normas INEN limitándolas prestar únicamente el servicio de movilización de turísticas. Bajo ningún motivo las operadoras o agencias de viajes podrán realizar servicio exclusivo de transporte. En caso de querer operar, podrán realizarlo con modalidad de "transporte propio", es decir, vehículos de concerniente a la empresa incluyendo los servicios propios de operación o paquetes turísticos como alojamiento, alimentación, guianza; también deberán cumplir los requisitos estipulados en el reglamento.

- Permiso de Operación vigente de la operadora o agencia turística.
- Registro único de turismo y Licencia única anual de funcionamiento.
- Contrato o hoja de ruta que detalle la ruta establecida y nombres de los pasajeros.
- Licencia de conducir profesional vigente, de la clase y categoría de acuerdo al vehículo.

Diferencia entre otros buses.

Tabla 14

Diferenciación de servicios.

Detalles	Bus Hop on-hop off	Buses Públicos
Viajes flexibles y personalizados	SI	NO
Transporte Ida y Vuelta al hotel	SI	NO
Guías especializados y bilingües	SI	NO
Descuentos en servicios	SI	NO
Ahorro de tiempo y dinero	SI	NO
Viaje seguro	SI	NO

Actividades del Recorrido Turístico. Se plantearán un circuito con dos recorridos de ida y otra de vuelta, conformados con bajadas cronometradas (punto off) en destinos considerados emergentes, en comunas y cantones más importantes de las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas como puntos sedes. Estos recorridos fueron creados para incentivar a los turistas nacionales y extranjeros a conocer sobre las culturas prehispánicas que tuvo asentamientos en la costa ecuatoriana.

A continuación se detallan las actividades en los recorridos del circuito.

Existirán paradas en ciudades o en destinos que garanticen el acceso a una planta turística planificada, para que se puedan abastecer o acceder a servicios de alojamientos, alimentos y bebidas, diferentes actividades, y seguridad en estos lugares. Los principales puntos de subida que serán de inicio de los recorridos, son desde la ciudad de Guayaquil hacia Quito, y viceversa para el regreso del circuito. Si se encuentra en Quito y quiere regresar a Guayaquil, tendrá que hacer todo el recorrido ya planteado hacia abajo. Y complementariamente, habrá visitas puntuales de estimación de tiempo reducidos de 30 minutos que estarán incluidas o serán parte del circuito.

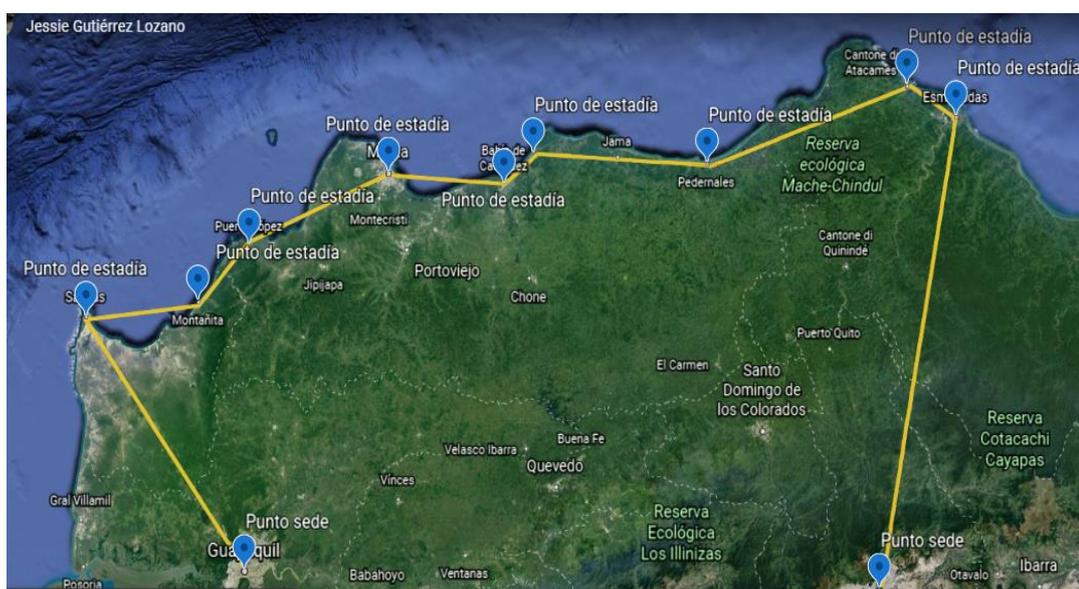


Figura 65. Puntos de estadías

En la figura 65 se aprecian los puntos de estadía los cuales serán en los cantones como: Salinas, Montañita, Puerto López, Manta, Bahía de Caráquez, Canoa, Pedernales, Atacames y Esmeraldas. Anclado en cada ciudad o destino mencionados, se pondrá una serie de atractivos sobre los cuales nosotros tendremos servicios personalizados o un Join inventus con ciertas operadoras locales para la visita de estos sitios entorno al destino.

Las actividades recomendadas son: recorrer mediante el gusanito o el tren turístico, lugares más concurrentes en el cantón Salinas que son: la Chocolatera, Lobería, El Faro, El Morro, Museo de las Ballenas, y las playas San Lorenzo o Chipipe donde se pueden realizar actividades de recreación; Actividades recreacionales como el surf y snorkel, y visita a locales de souvenirs (Montañita); Visita al Parque Machalilla, Museo de Agua Blanca, y al Sendero ecoturístico “El Rocío”, y también se

puede realizar la actividad de observación de ballenas (Puerto López-Manabí); Refugio de Vida Silvestre Pacoche “Sendero Pasaje del mono”(Parroquia San Lorenzo –Manta); playas el Murciélago y Tarqui (Manta), Cabalgata en la playa de Canoa y visita al Parque Ecológico Río Muchacho; alojamiento en Royal Decameron de Mompiche; Cantón Atacames (visita al: Peñón del Suicida (sitio donde se apreciará una vista espectacular de Atacames), Cueva del Amor, Sendero de la casa verde, y al Castelnovo); Parroquia Rocafuerte en el cantón Río Verde (Visita a sus playas vírgenes y se puede realizar ecoturismo sustentable por sus manglares, bosques y abundante flora y fauna); y por último en el cantón Eloy Alfaro se pueden visitar la Reserva Manglares El Majagual (lugar donde se puede apreciar flora y fauna entre manglares y bosques), y el Museo La Tolita Pampa de Oro (donde se aprecian hallazgos de la cultura Tolita).

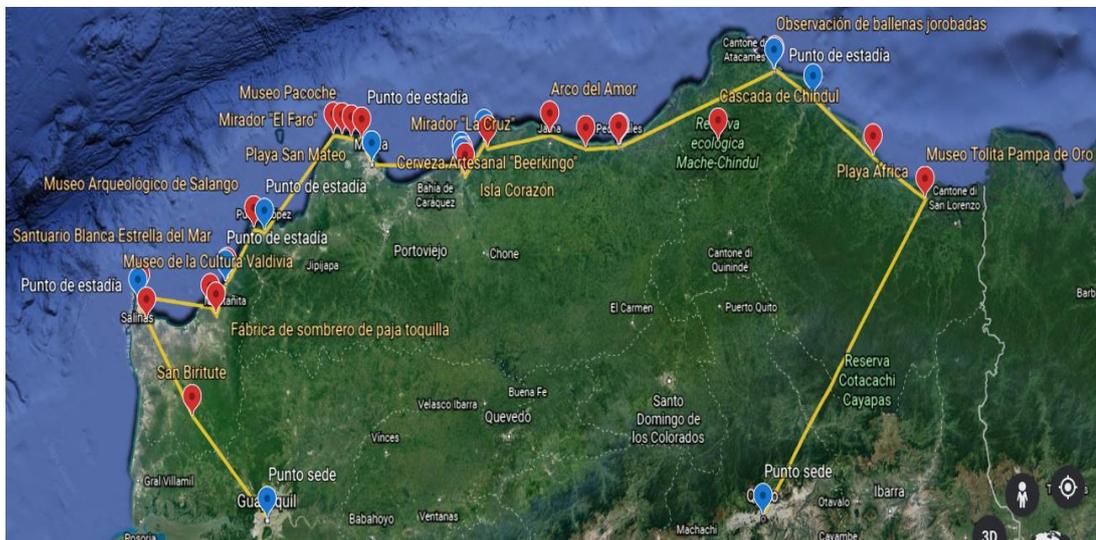


Figura 66. Puntos de estadías y paradas cortas.

En la figura 66 se presentan los puntos de estadías (puntos azules), y las paradas cortas establecidas (puntos rojos) los cuales serán en los siguientes destinos:

Sacachún (Escultura San Birtute); Santa Elena (Museo Amantes de Sumpa); Salinas (Museo de las Ballenas); Comuna de Barcelona (Fábrica de sombrero de paja toquilla); Valdivia (Museo de Valdivia); Olón (Santuario Blanca Estrella de Mar); Salango (Museo Arqueológico de Salango); San Lorenzo vía a Manta (Mirador “El Faro”, playas San Lorenzo y Liguiqui); Santa Marianita (Museo Pacoche); San Mateo (Playa); Bahía de Caraquez (Mirador “La Cruz”, playa Punta Bellaca); San Vicente (Isla Corazón); Canoa (Cerveza Artesanal “Beerkingo”); Cantón Jama (Arco del amor); Comuna Tabuga (degustación de alimentos y bebidas a base de café); Pedernales (punto dónde pasa la Línea Equinoccial y visita a la Casacada de Chindul); Atacames

(Observación de ballenas jorobadas); Esmeraldas (Museo La Tolita Pampa de Oro y Playa África).

Precio. Para establecer la estrategia de precio a utilizarse se toma en consideración costos que sea en base a la capacidad adquisitiva del consumidor. Según el análisis realizado a través de las encuestas se considera como mejor estrategia implementar más opciones de tours según el perfil del cliente. Cuando se trata de ser competitivo la variedad del precio es importante, los encuestados están dispuestos a gastar entre un rango de \$35- \$50 y \$50- \$100 por persona y por los servicios de guía y actividades recreativas durante el recorrido. Los valores de los paquetes van en referencia al presupuesto y tiempo del turista desde viajes cortos con bajo precio y viajes largos con servicios todo incluido con el objetivo de lograr captar la atención del mercado.

Plaza. De la observación y el resultado de las encuestas se ha determinado que los destinos y atractivos necesitan la intervención directa de las autoridades pertinentes el mayor involucramiento por parte de los comuneros, debido a que en la actualidad existe poco interés a la conservación de los lugares lo que impide generar una mayor expectativa y experiencia positivas en el turista. Como estrategias de distribución pueden ser:

- Creación de la marca, logo y logotipo como representación y lograr captar la atención del cliente.
- Creación de página web y correo electrónico para la distribución del servicio, donde los turistas nacionales y extranjeros puedan escoger o diseñar las rutas o paquetes que se ofrezca, dando información clara y precisas, también mantener informado de las promociones que se publiquen.
- Creación de alianzas estratégicas con hoteles, comunas para su comercialización.
- Si la empresa quiere obtener un gran posicionamiento en el mercado puede incluir publicidades personalizadas con obsequios como llaveros, esferos con sus respectivos logos, camisetas se deja a consideración de ellos, pero sería una excelente estrategia.

Promoción. Para la promoción de esta nueva modalidad que genera un gran potencial para la ruta, permitiendo un ingreso económico a todos los comercios y comunidades localizados a lo largo del recorrido. Se debe promocionar tanto a los destinos como al servicio ofertado en diferentes medios, en especial las redes sociales y páginas web que además de ser económicos tienen mayor cobertura a clientes potenciales, también se puede considerar medios como periódicos y colocación de folletos en recepciones de diferentes hoteles, o radio, televisión y participaciones en convenciones, ferias nacionales e internacionales. Otras estrategias comerciales pueden ser:

- Establecer promociones en fechas especiales como feriados, temporadas bajas en caso de las playas, fines de semana, vacaciones escolares y laborales.
- Concursos en redes sociales donde los turistas puedan participar y adquirir viajes todo incluido.
- Tarjetas de afiliación para pasajeros fijos donde puedan obtener descuentos en caso de viajar en familia.
- Publicidad a través del Marketing boca a boca.

Modelo de Negocios CANVAS

Objetivo. Proponer de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes.

Segmento de Mercado

Los principales clientes deben ser turistas que tengan la intención de viajar, conocer nuevos lugares, culturas y disponibilidad de tiempo. Así mismo, busquen viajar de manera flexible y obtener experiencias nuevas en otros lugares que no sea su entorno habitual. Las personas que más optan en contratar este modelo de comercialización son mochileros o aquellos turistas que quieran conocer varios atractivos del destino en un periodo de tiempo sean corto o largo. Durante la investigación del mercado los rangos de edades que mayor porcentaje se obtuvo son jóvenes de 18 a 25 años y adultos de 42 años en adelante, donde el 95% de ellos están de acuerdo en contratar este tipo de servicio.

Propuesta de Valor

La modalidad hop-on hop-off no es un servicio nuevo, se lo ha implementado en otros países a nivel mundial. En el país hay empresas implementando ya este modelo algunos años que escogen su fecha, ruta y destino al que deseen viajar de manera online. Los resultados son satisfactorios ya que no solo aplica el servicio de movilización sino incluyen actividades recreativas o visitas a comunidades, sin embargo, existen servicios complementarios que podrían añadirles para que las expectativas del turista sea mucho más de la que se esperaba antes de iniciar su viaje.

Las propuestas de valor para este modelo de comercialización se detallan a continuación:

Traslados del turista hotel/hostal -viaje- hotel/hostal, se incluirán además todos los traslados internos a realizarse en destinos de inicio y de fin. Todos los traslados se dan en vehículos confortables y adecuados según la necesidad de la persona.

Encargado: Transporte exclusivo de la Operadora turística en coordinación con el turista.

Viajes flexibles y personalizados. El recorrido se ajusta de acuerdo a las necesidades de cada viajero o turista, es decir, según su tiempo puede crear el itinerario de su propio viaje escogiendo los puntos que desee recorrer y en caso de incluir alojamiento la empresa puede ayudarlo con su selección ajustando su presupuesto.

Encargado: Operadora turística en coordinación con el turista.

Guías especializados y bilingües. Una compañía más durante el viaje, ayudará a conocer más sobre la historia, política, acontecimientos o datos relevantes sobre los atractivos a visitar. Además, en caso de turistas extranjeros permite comunicarse bajo su mismo idioma en caso de tener alguna duda o necesitar recomendaciones.

Encargado: Operadora turística.

Asesoramiento al viajero o turista. La operadora asesorará al turista en todo momento, desde que inicia la consulta de mayor información, luego la contratación del servicio si es el caso hasta su fin, es decir, hasta que finaliza su viaje.

Encargado: Operadora turística.

Seguridad durante el viaje. Antes, durante y después del viaje tomar las medidas de bioseguridad necesarias para evitar el contagio por la pandemia. Además, a diferencia del transporte público el viajero o turista podrá llevar sus equipos electrónicos (celulares, computadoras, cámaras, drones) y cosas personales sin la preocupación de pérdida o robo.

Encargado: Operadora turística.

Viaje con Mascotas. Podrá viajar con su mascota cumpliendo los requisitos para su viaje utilizando todos los equipos que éste necesite.

Encargado: Operadora turística.

Tickets de viaje. Al comprar el tour el mismo ticket le servirá para poder continuar su viaje en caso de quedarse la noche en uno de los destinos. Al día siguiente o el día que desee retornar o continuar espera el bus en el lugar o parada asignada.

Encargado: Operadora turística.

Canales de distribución

Los canales de distribución donde se puede ofrecer las ofertas de valor, promoción e información relevante son las redes sociales ya que se busca la captación de turistas extranjeros y naciones. Es importante conocer que redes sociales tienen más auge en el mercado. Se propone la creación de Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube para despejar dudas en videos o fotos.

Página web. Esta herramienta permitirá la interacción con los usuarios, debe tener información de la empresa, los beneficios al contratar el servicio, los tours detallados a ofertar. De fácil navegación y con la opción de traducción de idiomas.

Google Adwords. Esta herramienta permite que los anuncios de las páginas web de la empresa aparezcan primeros cuando el turista esté buscando servicios similares que la empresa oferte. Utilizando palabras claves como por ejemplo: Ruta Spondylus, Hop-on hop-off, transporte turístico, turismo sol y playa.

Facebook e Instagram. Estas redes sociales tienen gran acogida a nivel mundial, ayudan a llamar la atención con fotos y videos, además de publicaciones sobre promociones y servicios que ofrezcan.

YouTube: La creación de un canal de YouTube es indispensable para la publicación de videos promocionales, videos con las visitas de los turistas compartiendo anécdotas y experiencias.

Relación con los clientes

La relación con los turistas es una de las claves más importantes, hay que saber cómo llegar hacia ellos para lograr fidelizarlos, por tal motivo la creación de la página web debe ser amigable y fácil de comprender para la captación de personas de todas las edades, así mismo tratar de evitar la colocación de muchos textos. Las redes sociales deben ser interactivas en todo momento y estar pendiente al turista en sus preguntas o requerimientos para que una vez contratado el servicio se sienta especial. Se puede fidelizar al usuario con descuentos o cupones de acuerdo al monto y frecuencia de compra o cuando viaje en familia o con servicios adicionales a bajo costo por recomendar la operadora turística. Promociones de tours en temporadas bajas.

Actividades Claves

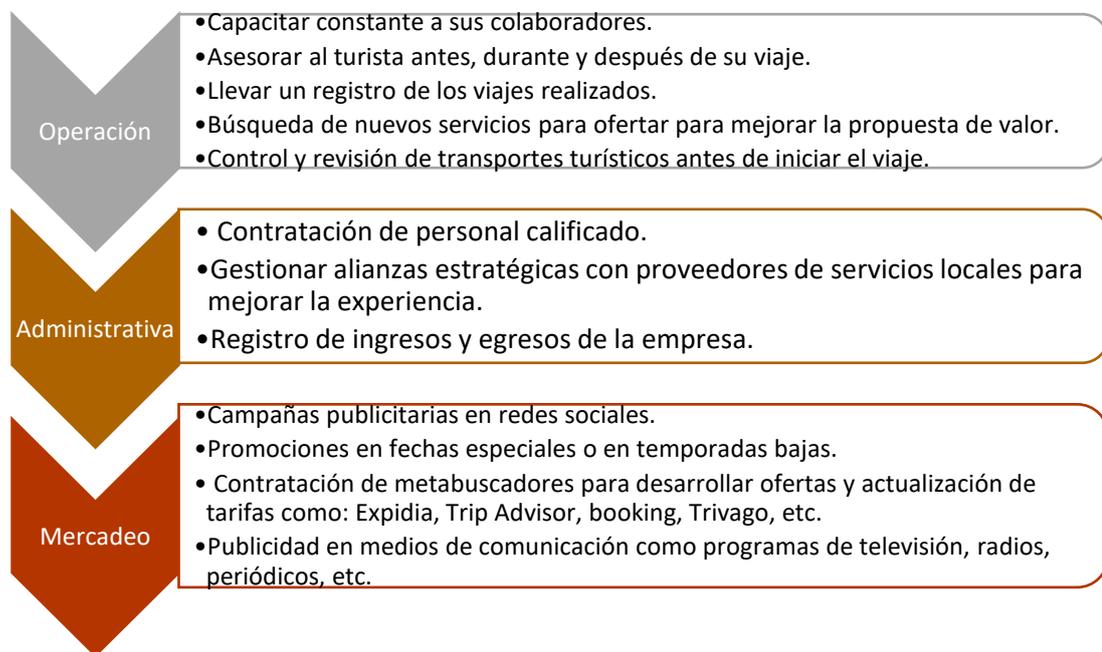


Figura 67. Actividades claves

Recursos Claves



Figura 68. Recursos claves.

Socios Claves

Los socios claves son las comunas ubicadas dentro de los circuitos, son indispensables para que la operadora funcione ya que sin la aportación de ellos no se podría realizar las visitas. Luego vienen las alianzas con hoteles o hostales, hosterías y establecimientos gastronómicos que formarán parte del servicio. Además, las líneas aéreas también será un aliado para la promoción turística ya que ellos realizan un concepto de empaquetamiento, también distribuidora de buses para la compra de los vehículos; agencia publicitaria encargada del mercadeo y alguna institución financiera en caso de realizar algún crédito como Bancos, Sociedades Financieras, Asociaciones y Mutualistas de ahorro y crédito.

Estructuras de costos

Esta propuesta de modelo de comercialización está basada en su elemento diferenciador que es el sistema de transportación del bus turístico en modalidad hop-on hop-off ya explicado. En este apartado se detallan los costos de implementación de este sistema, información útil para perfilar la posibilidad de que pueda ser implementado por algún actor turístico de interés.

Tabla 15

Presupuesto del bus

Presupuesto del Bus		
Detalle		Precio
Chasis para bus	\$	62.215,50
Carrocería	\$	58.000,00
Total	\$	120.215,50

Tabla 16

Equipamiento del Bus

Equipamiento del Bus		
Detalle		Precio
Baño	\$	5.300,00
Botiquín de primeros auxilios	\$	40,00
2 extintores 20 lbs.	\$	140,00
Conos de Seguridad	\$	80,00
Caja de Herramientas	\$	80,00
juego de asientos con coderas abatibles 1,5cm ancho	\$	6.100,00
juego de forros	\$	400,00
juego de luces interior + USB	\$	800,00
Sistema de aire acondicionado + calefacción	\$	10.000,00
Juego de ventanas 7 por lado	\$	3.000,00
Luces posteriores y delanteras	\$	1.600,00
Juego de parabrisas delanteros	\$	700,00
Vidrio posterior	\$	260,00
Pantalla 60cm largo x 45cm ancho	\$	500,00
Tapicería, moquetas	\$	2.000,00
Juego de Faros	\$	3.500,00
Materiales	\$	9.000,00
Mano de Obra	\$	15.000,00
	Total	\$ 58.500,00

Tabla 17

Costos Variables Operadoras o Agencias de Turismo

Costos Variables	Cantidad	Costo	Total Mensual	Total Anual
Gasolina	4	\$120	\$480	\$5.760
Gastos en llantas	4	\$500	\$2.000	\$2.000
Mantenimiento general	4	\$150	\$600	\$7.200
Alimentación	4	\$100	\$400	\$4.800
Gastos Varios	4	\$110	\$440	\$5.280
Totales	20	\$980	\$3.920	\$25.040

Tabla 18

Costos fijos de Operadora Turística

Costos Fijos	Cantidad	Costo	Total Mensual	Total Anual
Guía Turístico	8	\$480	\$3.840	\$46.080
Chofer profesional	8	\$420	\$3.360	\$40.320
Salario del personal administrativo	3	\$520	\$1.560	\$18.720
Salario de Gerente	1	\$1.000	\$1.000	\$12.000
Servicios básicos	1	\$100	\$100	\$1.200
Publicidad	1	\$80	\$80	\$960
Alquiler de bien inmueble	1	\$500	\$500	\$6.000
Equipos de tecnología	1	\$3.000	-	\$3.000
Muebles y enseres	1	\$2.000	-	\$2.000
Vehículos	4	\$120.715,5	-	\$482.862
Totales	29	\$128.816	\$10.440	\$613.142

Punto de Equilibrio

Se estableció cuál sería el nivel mínimo de ventas que se debería generar para poder viabilizar este sistema de comercialización turística. Se tomó como referencia la relación precio / costo basado en un pasajero.

$$\text{PE} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio Unitario} - \text{Costos Variables Unitario}}$$

$$\text{PE} = \frac{\$613.142}{\$100,00 - \$30,00}$$

$$\text{PE} = \frac{\$613.142}{70}$$

PE= 8.759 cantidad de pasajeros anuales.

Fuentes de Ingreso

Las fuentes de ingresos de las Operadoras o Agencias son:

- Venta de tours a lo largo de la Ruta Spondylus
- Venta de servicios adicionales (tours internos, deportes extremos como parapente, buceos, snorkel)

Modelo CANVAS basado en una Operadora de Turismo.

<p>Socios Claves</p> <p>Comunas o comunidades</p> <p><u>Proveedores:</u></p> <p>Distribuidora de vehículos</p> <p><u>Alianzas Estratégicas:</u></p> <p>-Agencia publicidad</p> <p>-Hoteles</p> <p>-Hostales</p> <p>-Hosterías</p> <p>-Establecimientos gastronómicos</p> <p>-Líneas Aéreas</p> 	<p>Actividades Claves</p> <p><u>Operación:</u> Capacitar al personal, Asesorar al turista, búsquedas de nuevos servicios, mantenimiento.</p> <p><u>Administrativa:</u> Contratación del personal, gestionar alianzas.</p> <p><u>Mercadeo:</u> Publicidad en redes sociales, medios televisivos, radios, promociones en temporadas bajas, metabuscadores.</p> <p>Recursos Claves</p> <p><u>Recursos Humanos:</u> Operadores Turísticos, guías turísticos, animadores, choferes profesionales.</p> <p><u>Recursos económicos:</u> Dinero para financiar.</p> <p><u>Recursos intelectuales:</u> Permisos de funcionamientos.</p> <p><u>Recursos Físicos:</u> Transporte, mobiliarios, equipos electrónicos, equipos de sanidad.</p>  	<p>Propuesta de Valor</p> <p>Modelo de comercialización en la Ruta <u>Spondylus</u>, especializado en la modalidad hop-on hop-off que ayuda al incentivo de destinos emergentes ofreciendo viajes flexibles, visita a comunidades, actividades, comodidad y seguridad al momento de viajar.</p> 	<p>Relación con clientes</p> <p><u>Proceso de captación:</u> Página web debe ser fácil de comprender, las redes sociales interactivas.</p>  <p><u>Estimulación de ventas:</u> Promociones y descuentos en festividades y temporada baja</p> <p>Canales de distribución</p> <p>-Redes Sociales</p> <p>-Google Adwords</p> <p>-Página web</p> <p>-Metabuscadores</p> 	<p>Segmento de Mercado</p> <p>Hombres y mujeres con edades entre los 18 a 25 años y de 42 en adelante quienes desean conocer varios atractivos del destino en un periodo de tiempo corto o largo.</p> 
<p>Estructura de costos</p> <p><u>Costos Variables:</u> \$25.040USD para operación.</p> <p><u>Costos fijos:</u> \$613.142USD para salarios, mercadeo, muebles, servicios básicos, alquiler, vehículos.</p> <p><u>Total:</u> \$638.182USD como costo para iniciar.</p> 		<p>Flujo de Ingresos</p> <p>Venta de tours a lo largo de la Ruta <u>Spondylus</u>.</p> <p>Venta de servicios adicionales (tours internos, deportes extremos como parapente, buceos, snorkel).</p> 		

Figura 69. Modelo Canvas basado en una Operadora Turística.

Conclusiones

Durante el estudio se determinó que la Ruta Spondylus posee destinos de gran interés con atractivos potenciales e inigualables pero se detectó la necesidad de equipamientos e instalaciones turísticas para su desarrollo turístico.

Se obtuvo resultados positivos durante la investigación del mercado, pese a que había pocas personas que desconocían la nueva modalidad, están interesadas en utilizar este nuevo modelo de comercialización, así como también visitar los destinos emergentes planteados.

En cuanto a los destinos emergentes, se identificó que por la falta de publicidad, cuidados, y conocimiento sobre temas turísticos y equipamiento generan dificultades al momento de su visita. Se creó un circuito con la finalidad de incluirlos en el sector turístico e incrementar su demanda.

En cuanto a la señalización y estado de las vías, también generan complicaciones al momento de realizar las travesías del viaje. Es por esto que se le llama al Ministerio de Transportes que ponga de su parte en estos sitios que prácticamente son lugares que si son turísticos. Aunque estén en mal estado, de igual manera los turistas les llaman la atención y les gusta visitar.

Luego, en las entrevistas realizadas a los gerentes de empresas turísticas, se llegó a la conclusión de que este método es viable si la empresa genera la venta directa con los turistas, y va enfocado al perfil de turistas extranjeros ya que son más flexibles y organizados en cuanto a su viaje.

Todos estos factores influyeron durante la investigación para poder demostrar que si se puede implementar un modelo de comercialización en la Ruta Spondylus y, a la vez demostrar que existen diversos destinos emergentes dentro de esta ruta pero si se pueden visitar y son atraídos por los turistas.

Recomendaciones

Es necesario llevar a cabo un plan estratégico de desarrollo turístico para los destinos emergentes, que servirá para que el destino turístico inicie su ciclo inicial, a diferencia de los destinos maduros que son destinos ya condicionados para recibir a los turistas y tienen gran impacto en la economía local. Además, se establece que se debe solicitar a las autoridades necesarias adecuaciones en las vías y colocación de señaléticas turísticas.

Se debe incluir este modelo de negocio para el incentivo y promoción de la ruta Spondylus. Además, incorporar precios accesibles para los diferentes tipos de turistas como paquetes todo incluido o full day donde normalmente son precios más bajos.

Después de haber realizado el modelo de negocios canvas se recomienda hacer el estudio de factibilidad para la implementación de una operadora turística basada en esta modalidad.

Desarrollar estrategias publicitarias en los destinos con la finalidad de que incremente sus visitas. Promocionar los destinos en videos promocionales del Ministerio de Turismo. Capacitar a los pobladores locales en temas de administración, emprendimientos de negocios, atención al cliente y calidad de servicio.

Tomar en cuenta la situación actual del mercado con el propósito de verificar las nuevas amenazas. Se debe tomar las respectivas normas de bioseguridad antes, durante y después del viaje con finalidad de evitar la propagación del virus y brindar un buen servicio de calidad. Y la agencia u operadora deberá renovar los paquetes turísticos cada cierto tiempo incluyendo nuevos destinos emergentes, así mismo principales sitios culturales y naturales.

Es fundamental que el Ministerio de Turismo ponga en marcha planes de promoción realizados especialmente para potenciar la Ruta Spondylus.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (1990). *Agencias de viajes*. México.
- Aquino, M. (2014). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN ELCANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA*. Santa Elena.
- Ballesteros, X. (2012). *Las Agencias de Viajes*. Guayaquil: Universidad Guayaquil.
- Baudrihaye, J. A. R. (1997). El turismo cultural: luces y sombras. *Estudios turísticos*, 134, 43-54.
- Behar, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom.
- Borbor, M. (2017). *GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL DE LA CABECERA PARROQUIAL RURAL DE COLONCHE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2016*. La Libertad, Ecuador: Dianet.
- Borja, Burneo, Calero, & Urquizo. (12 de julio de 2020). *Protocolo de Reactivación y Operación del Servicio de Transporte Terrestre Comercial Turístico durante la semaforización*.
- Bonilla, M. (01 de julio de 2017). *El Comercio* . Obtenido de https://www.elcomercio.com/files/article_main/uploads/2017/06/30/5956e264d5dab.jpg
- Brusiloff, C. (09 de 09 de 2016). "Hop on Hop off": una forma práctica de ver monumentos. *Listin Diario*, pág. 1.
- Burnett, J. (2008). *Core Concepts of Marketing: The Global Text Project is funded by the Jacobs Foundation. Zurich, Switzerland*.
- Castro, E. A., & Novillo, J. A. (08 de 2015). *Propuesta para el mejoramiento e innovación del servicio de buses turísticos panorámicos en la ciudad de Cuenca*. Proyecto de investigación, Universidad de Cuenca, Escuela de Ingeniería en Turismo, Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23192/3/tesis.pdf>
- Cedeño, P. (2014). *Influencia de la promoción turística en el desarrollo económico de la parroquia Puerto Cayo, provincia de Manabí. Elaboración de un material audiovisual que promueva el turismo de la zona*. Guayaquil: Repositorio UCSG.
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. México: Colección Material Didáctico .
- Consejo Nacional Electoral. (2011). *Resultados Consulta Popular 2011*. Retrieved from

- <https://app2.cne.gob.ec/resultados/>
- Ecuador, I. N. (2020). *Proyección de población por años en edades simples*. Quito, Ecuador: Ecuador en Cifras.
- Ejarque, J. (2005). *destinos Turísticos de Éxito—Diseño. Creación, Gestión y Marketing*. Madrid, Ediciones Pirámide.
- El Universo . (20 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/09/20/nota/6961184/sacachun-historia-san-biritute-cine>
- El Universo . (31 de Agosto de 2017). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/08/31/nota/6356944/9-septiembre-olon-nueva-procesion-antorchas>
- Faustos, M. (11 de Diciembre de 2018). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/museo-amantes-sumpa-santa-elena.html>
- García, N., & Doumet, N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(1), 105–116. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2017000100105>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. In *Metodología de la investigación*. Retrieved from <http://www.casadellibro.com/libro-metodologia-de-la-investigacion-5-ed-incluye-cd-rom/9786071502919/1960006>
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Retrieved from https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- INEC. (2010). *Fascículo provincial Esmeraldas*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf>
- Ipanaché, F. (01 de Abril de 2013). *El Telégrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/a-sacachun-regresan-la-fertilidad-y-abundancia>
- Intriago, J. R. (2016). Acerca de Manabí. *Revista de Manabí*.

- Landivar, S. (25 de Mayo de 2018). *El Universo* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/25/nota/6776198/pescador-amante-historia-es-guia-museo-valdivia>
- López, M. (28 de Octubre de 2012). *La Revista*. Obtenido de <http://www.larevista.ec/cultura/historia/la-tolita>
- María Godoy, P. L. (2015). Propuesta Urbanística para la comuna Cadeate de la Ruta Spondylus de la Costa ecuatoriana. *DELOS, Desarrollo Local Sostenible*, 7.
- Medina Molina, C., Rey Moreno, M., & Rufín Moreno, R. (2010). Imagen de los destinos turísticos urbanos y lealtad del turista: ¿Actitud o comportamiento? *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 19(2), 279–298. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3351494.pdf>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3351494>
- MINTEL/DS. (2012). *Ecuador continúa creciendo en tecnología*. Quito: Gobierno de la Revolución ciudadana.
- MINCETUR. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos*. 11. Retrieved from <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- MINTUR. (2014). Ley de Turismo. *Registro Oficial Suplemento 733*, 11. Retrieved from www.lexis.com.ec
- MINTUR. (2019). *PLANDETUR 2030*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- MINTUR. (2019). *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (2020). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Morán, C. (2019). *PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA COMUNA DE LIBERTADOR BOLÍVAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA*. Guayaquil: Repositorio UCSG.
- Murillo, M. (2015 de Febrero de 2015). Obtenido de https://500px.com/photo/179715173/Santuario-Blanca-Estrella-del-Mar-Olón-by-Miguel-Murillo?ctx_page=1&from=user&user_id=7642709
- Noboa Camino, K. (2015). *Centro cultural afro-ecuatoriano*. Trabajo de titulación, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de arquitectura, Quito.

- Perez, R., & Villa, C. (2011). *Teoría General del Turismo*. 270. Retrieved from http://uabcs.mx/difusion2017/files/libros/pdf/184_20160908023838.pdf
- Perez, L. (2015). *Turismo Cultural*. Obtenido de https://www.turismoculturalun.org.ar/pdfs/Turismo_Sost-Lorena-Perez.pdf
- Quinatoa, J. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de transporte turístico en la ciudad de Latacunga*. Latacunga, Ecuador.
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores*. 50. Retrieved from <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Ruiz, J. (1997). *El Turismo cultural: luces y sombras*. España.
- Rufín Moreno, R., Medina Molina, C., Sierra Anaya, G., & Rey Moreno, M. (2010). La medida de la imagen de los destinos turísticos y sus consecuencias. *Estadística Española*, 52(173), 31–66. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3241732&orden=374357&info=link%5Cnhttps://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=3241732>
- Smagurauskaitė, D., Jostova, K., Hevink, L. M., Hansen, L. I. S., & Bastos, M. S. G. Pre-Packaged and Bubble-Wrapped: The Hop-On Hop-Off Bus Experience in Copenhagen. Segittur. (2016). *Turismo 0. Turismo E Innovacion*, 65. Retrieved from <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Smagurauskaitė, D. J. (2019). *The Hop-on Hop-off Bus Experience in Copenhagen*.
- SEPROYCO CIA. LTDA. (2008). *Plan Macro de Desarrollo Turístico de la Ruta Spondylus y sus Fundamentos*. Recuperado de: file:///C:/Users/JACKY/Downloads/PLAN_MACRO%20Ruta%20del%20Spondylus%202008.pdf
- Singh, M. (2012). Marketing mix of 4P's for competitive advantage. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40-45.
- Thabit, T., & Younus, S. (2015). The relationship between added-value of organization and QMA. *International Journal of Engineering Research & Management Technology*, 2(2).
- Villavicencio, B., Zamora, J., & Pardo, G. (2016). *Revista Community tourism*. 6–37. Retrieved from <Dialnet-PerspectivasDoEcoturismo-5761432.pdf>
- Villacis, M., Cantos, E., Pons, R., & Ludeña, L. (2017). La Eco Ruta Cultural Mojanda-Cochasquí: Una Propuesta De Desarrollo Turístico Sostenible Para La Zona Rural De La Provincia De Pichincha, Ecuador. *Turismo y sociedad*, 15.

- Villacís Mejía, M., Cantos Aguirre, E., Pons García, R., & Ludeña Villacís, L. (2016). La Eco Ruta Cultural Mojanda-Cochasquí: Una Propuesta De Desarrollo Turístico Sostenible Para La Zona Rural De La Provincia De Pichincha, Ecuador (Cultural Eco-Route Mojanda-Cochasqui: A Sustainable Tourism Development Proposal for the Rural Area of Pichincha, Ecuador). *Revista Turismo Y Sociedad*, (19).
- Von Buchwald, J. (24 de Mayo de 2018). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/24/nota/6774782/naturaleza-historia-gastronomia-resaltan-ruta-paja-toquilla-santa>
- World Tourism Organization. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Extended-release methylphenidate monotherapy in pa. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Yáñez, C. (abril de 2017). *Mundo Diners*. Obtenido de <https://revistamundodiners.com/el-museo-de-las-ballenas/>

Apéndice A. Modelo de encuesta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS BILINGÜE

TEMA:

Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer las necesidades y preferencias del mercado objetivo para proponer un modelo de comercialización en la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes que se encuentran en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas.

1. Edad

- 18 a 25 años
- 26 a 33 años
- 34 a 41 años
- 42 en adelante

2. Género

- Masculino
- Femenino

3. Nivel de institución

- Secundaria
- Tercer Nivel
- Cuarto Nivel

4. Ciudad de procedencia _____
5. ¿Conoce usted la mayoría de atractivos turísticos localizados en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas?

Si No

6. ¿Ha escuchado sobre la modalidad Hop-on hop-off?

Si No

7. ¿Le gustaría hacer turismo a bordo de un bus cuya característica sea recorrer la ruta Spondylus en una modalidad hop-on hop off (subir y bajar), el cual ofrece viajes flexibles donde usted es quien decide dónde quedarse, qué hacer y por cuánto tiempo?

Si No

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de viajes flexibles (hop on-hop off) que incluya guianza y actividades en el camino por día y por persona?

De \$35 a 50

De \$50-\$100

De \$100-\$200

Más de \$200

9. ¿Qué tipo de servicios adicionales desearía que se incluya en el servicio turístico?

Alojamiento

Alimentación

Tours

Espectáculos o eventos culturales

Actividades recreativas

Otros _____

10. De los siguientes sitios turísticos emergentes, seleccione los que estaría dispuesto a conocer en la Ruta de la Spondylus

Provincia de Santa Elena

- Comuna Sacachún - Monumento San Biritute
- Cantón Salinas - Museo de Amantes de Sumpa
-Museo de ballenas
- Comunidad Barcelona- Fábrica de producción de la Paja Toquilla
- Comuna Valdivia - Museo Valdivia
- Comuna Olón - Santuario Blanca Estrella de Mar
- Comuna Montañita

Provincia de Manabí

- Sendero Ecoturístico El Rocío (Puerto López)
- Playa San Mateo (Manta)
- Refugio de Vida Silvestre Pacoche “Sendero Pasaje del mono”

(Parroquia San Lorenzo, Manta)

- Mirador de la playa San Lorenzo (Parroquia San Lorenzo, Manta)
- Playa Ligüiqui (Parroquia San Lorenzo, Manta)
- Museo Pacocha (Parroquia Santa Marianita, Manta)
- Mirador de la Cruz (Bahía de Caráquez)
- Isla corazón (San Vicente)
- Cabalgata en la playa Canoa (Canoa, San Vicente)
- Parque Ecológico Río Muchacho (Canoa, San Vicente)
- Visita a Beerkingo Cerveza artesanal (Canoa, San Vicente)
- Arco del amor (Jama)
- Cascada de Chindul (Pedernales)

Provincia de Esmeraldas

- Parroquia Rocafuerte- Playa Rocafuerte
- Recinto Canchimalero
- Parroquia Santa Lucia de las Peñas - Playa Las Peñas
-La Cueva del Amor
-Reserva Manglares El Majagual
- Comunidad La Tola – Museo La Tolita Pampa de Oro

- Playa África -Museo África

11. Con respecto a la pregunta anterior, ¿qué actividades le gustaría realizar durante el recorrido?

- Visita a parques nacionales
- Visita a museos
- Visita a lugares de los vestigios antiguos
- Visita a ríos, lagos, lagunas y cascadas
- Observación de especies exóticas
- Observación de flora y fauna
- Degustación de la gastronomía
- Presenciar eventos culturales
- Actividades de recreación (parapente, camping, cabalgatas, senderismo)
- Actividades acuáticas (Snorkel, buceo, kayak, moto acuática)
- Relajarse en las playas con un buen clima

12. ¿Qué recomendaciones daría usted para que la Ruta Spondylus mejore como atractivo turístico? (Detalle máximo en 2 líneas)

Apéndice B. Modelo de entrevista realizada al Gerente de la Operadora Turística Wanderbus: Ing. Nicolás Ponce.

1. ¿Cómo surgió la idea de este producto innovador?

La idea se da hace aproximadamente cinco años en uno de mis viajes por Nueva Zelanda, dónde existía una empresa que ofrecía un servicio similar, me pareció súper novedosa la idea y después de ese viaje quedó como algo que me llamó la atención, pero no desarrollé mucho más, continué mis viajes y en una maestría en Londres justamente como tesis de grado decidí analizar a profundidad que tan viable sería en Ecuador. Cuando analicé el contexto, me di cuenta que era algo bastante atractivo porque funcionaba mucho en problemas vigentes en el país, luego de ello ya fui trabajando en el plan buscando equipo de trabajo y después de un año más o menos de planeación estuvimos ya con el proyecto al aire.

2. ¿Cómo se identifica Wanderbus dentro del sector turístico?

Nosotros estamos registrados como una Operadora de Turismo como tal ya que es lo que requerimos para poder visitar los diferentes Parques Nacionales, atractivos y poder lograr hacer la contratación de guías, eso es en cuanto a la parte formal y en la parte informal creo que estamos ubicando como una empresa innovadora con un producto distinto, enfocado mucho a la venta directa a través de internet y justamente saltándonos de ese canal tradicional de la venta directa de mayoristas o agentes del exterior.

3. ¿Cómo funciona el modelo de operación de su empresa?

Nosotros nos enfocamos en la venta directa y prácticamente el 80% de nuestras ventas es a través de nuestra plataforma, donde el pasajero puede reservar y elegir la fecha que quiere para su viaje. Así mismo tenemos alianzas comerciales, acuerdos de ventas por comisión con los diferentes hoteles, agencias internacionales. Nos ha tomado un poco más de tiempo porque somos bastante nuevos y normalmente en el turismo, éstas relaciones toman cinco o seis años en realizarse para que la gente comience a utilizar tu producto.

4. Tuvieron algún inconveniente con tan solo tener el servicio de guianza, alimentación, transporte y actividades recreativas descartando el alojamiento?

Si, ya que el comportamiento del ecuatoriano siempre busca el paquete todo incluido mientras que el extranjero valora mucho más esa libertad. Nosotros comenzamos en ofrecer este servicio pero sin que esté todo incluido con la gran diferencia de dejar que el turista escoja. Si nos pide hotel, le buscamos hospedajes y le hacemos las reservas, sino dejamos que ellos lo realicen. Así

mismo tenemos alianzas con diferentes hospedajes. Con respecto a la alimentación no hemos buscado porque la mayoría de nuestras paradas son en pequeños emprendimientos o en comunidades y queremos que exista esa transparencia del beneficio que tienen estos lugares al recibir al turista. Por ello siempre hemos dejado esa decisión, a su elección.

5. ¿Cuáles fueron las barreras de entrada que ustedes tuvieron que superar cuando tuvieron que empezar el negocio dentro del país?

Toda la parte legal, toda la constitución de la compañía al ser una operación nacional requiere de muchos trámites del Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Quito turismo. Lo segundo es el desarrollo tecnológico también es algo que toma tiempo porque es un modelo que no tiene nada y necesitas un sistema que se adapte a tu requerimiento y el mayor reto tal vez es el iniciar la operación sin muchas personas, como ofreces una frecuencia fija muchas veces al inicio salíamos con un pasajero o con dos, por lo que existía ese impedimento en todas las alianzas comerciales o los actores normalmente. Como las agencias venden a un año sus tours, hasta que realmente no te conozcan no ofrecen tu servicio. Hay mucha incertidumbre, hasta que demuestres que eres una empresa confiable, porque básicamente de eso se trata las alianzas y una vez que confíen en ti y obteniendo buenos resultados, comienzas a trabajar y el último reto es convencer a esas primeras personas, que no conocen de la empresa y no han visto buenos review a que viajen contigo.

6. ¿En cuanto al tema legal, hubo algún trámite que le haya generado complicaciones para poder operar dentro del país?

En general, toda la legislación lo más complicado es que son bastante trámites, para nosotros eran cinco o seis identidades que hubo que sacar permisos, sino estas bien organizado se tiende a demorar un mes más, dos meses más pero esperamos que con el tiempo todo esto sea más fácil porque realmente es un gran impedimento.

7. ¿Qué tiempo llevan desarrollando esta modalidad y cómo han tenido éxito?

Dos años, hemos llevado cuatro mil pasajeros en todo este tiempo, nos convertimos rápidamente en una de las operadoras mejor posicionada en TripAdvisor, ganamos un concurso en el Ministerio de Turismo, creo que nos ha ido bastante bien.

8. ¿A qué segmento del mercado se dirigen?

El 99% son extranjeros hasta el momento, se nos ha hecho bien difícil convencer al extranjero en probar este tipo de servicios porque realmente no están acostumbrados, entonces nos han tomado un poco más de tiempo en poder estar con ellos.

9. ¿Cómo ha impactado la pandemia mundial a la empresa?

La afectación fue devastadora, estamos cancelando las operaciones, todo este año. Tenemos devoluciones del 99% de las reservas, muchos proveedores nuestros han cerrado. Realmente es la mayor crisis que ha tenido la industria en todo este tiempo.

10. En la situación actual, ¿qué medidas de bioseguridad ha tomado Wanderbus para reincorporarse al sector turístico?

Al momento con todas las operaciones paralizadas. No hemos tenido mucho contacto como equipo, hemos suspendido nuestras visitas al campo tratando de manejar todo de manera segura. Y por el momento estamos a la espera de tener todas las regulaciones por parte del Ministerio del Ambiente y Ministerio de Turismo para poder adaptar todas esas a nuestra operación. No pensamos operar antes de tener esa certeza de cumplir con todas las normativas.

Apéndice C. Modelo de entrevista realizada a la propietaria de la Agencia de Viajes Guanitours S.A.: Licenciada Ailin Medrano.

1) ¿Cuáles son los paquetes o producto estrella más vendido de Guanitours?

Los tours más vendidos son los viajes a las Islas Galápagos ya que genera más rentabilidad y lo que más venden. También otro aspecto que genera es la asesoría de visas y la venta de boletos a las empresas (o también llamado voletear).

2) ¿Con qué tipo de empresas turísticas usted se asocia?

Se asocia con cualquier tipo de empresas que le sirva, es decir, si se arma un tour a Macas, la propietaria misma se pone en contacto con el operador local de Macas, los alojamientos del que se va a incluir, los restaurantes, el guía, agencia local, los administradores de los atractivos; el agente arma toda la operación. Solamente cuando un producto no le genera ninguna rentabilidad o la rentabilidad es muy baja entonces ellos los tercerizan, por ejemplo, un Citytour en Guayaquil compartido o full day, ella se lo deriva a otra agencia amiga que si hagan estos tipos de tours ya que ella no se encarga de hacerlo.

3) ¿Cómo considera que ha sido ofertada la Ruta Spondylus dentro y fuera del país?

Considera que la Ruta Spndylus tiene mucho potencial, pero lamentablemente ha sido mal operada ya que ella siempre quiso armar tours compartidas hacia esta ruta pero el problema es en el turismo local, en el caso de Guayaquil mucha gente viaja por su cuenta es decir, no muchos turistas no prefieren elegir un tour para irse a la playa ya que tienen la percepción de que la playa es cerca. También en el caso de los turistas internacionales, ellos preferían visitar más destinos de esta ruta, pero la tarifa de la operación salía muy elevada para la agencia por el motivo de los hoteles ya que no constan con tarifas precisas para las agencias de viajes por ende la mayoría salen muy elevadas.

Por otro lado, menciona que a las playas les hace falta equipamiento, y que solo en ciertas playas si constan con duchas y baños. El servicio de alimentación y bebidas debe contar siempre con la bioseguridad al momento de manipular sus alimentos durante su preparación.

4) Como usted conoce, nuestro proyecto se basa en fomentar el turismo en los destinos emergentes, ¿Cree usted que existen destinos emergentes en la Ruta Spondylus?

No conoce todos los destinos y sitios turísticos que se agregó en el actual proyecto. También, opina que prácticamente toda la ruta es un destino emergente por lo que no está bien explotada.

5) ¿Cuál es su opinión sobre los destinos emergentes de esta ruta?

Piensa que deben ser también explotados y mantenidos, ya que estos si cuentan con ciertos puntos de atractivos aunque no tengan buena viabilidad, equipamiento, infraestructura, entre otros.

6) ¿Cuáles serían los que usted considera que podrían tener mayor facilidad o mejor potencial para poder ofrecerse en paquetes turísticos?

Después de leer y contestar nuestras encuestas como una turista, le pareció muy interesante es el destino de los Manglares Gigantes en la provincia de Esmeraldas ya que le llamó la atención cuando vio la foto que le agregamos a la encuesta. Y pensó que a un turista le llamaría mucho la atención este destino. Luego, le llamo también la atención fue por la parte cultural en la provincia de Manabí por ciertos museos que cuentan con los vestigios de las culturas Manteña, Chorrera, Valdivia, entre otros y piensa que es historia que debe aún explotarse, y sugiere que en estos lugares deberían realizarse danzas típicas, teatro, que los mismos comuneros muestre como era la vida en estos tiempos. Y por último en la provincia de Santa Elena cree que el Museo de Amantes de Sumpa, la Chocolatera aunque ya estaba bastante consolidado porque las personas de Guayaquil lo hacen pero piensa que aun así se debe hacerlo para los turistas tanto nacionales como extranjeros.

7) ¿Conoce usted la modalidad hop on – hop off para viajes turísticos?

Si conoce por el motivo de que le llama la atención la única empresa que cuenta con esta modalidad en el Ecuador.

8) ¿Consideraría esta modalidad como atractiva para realizar turismo en la Ruta Spondylus y ¿Por qué?

Si porque no se lo ha puesto en marcha en esta ruta y le parece muy interesante implementarlo ya que después de tantos años siendo agente de viajes conoce a sus clientes y cree que si estarían interesados en elegir esta modalidad.

9) Desde su experiencia empresarial en esta actividad económica, cuáles considera como factores de éxito para implementar esta modalidad de transportación en un paquete turístico hacia la Ruta Spondylus en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas?

Cree que el éxito en este servicio es que primero las unidades siempre estén limpias es decir que los transportes estén limpios, el conductor maneje con cuidado, que sean responsables con el tiempo porque sobre todo para turismo extranjero es muy importante ya que ellos son puntuales, dar un buen servicio de calidad y que cuenten con guías profesionales y legales.

10) ¿Cuál es el segmento de mercado que considera ideal u óptimo para este proyecto?

Cree que va dirigido para personas mochileras, que les gusta moverse a su propio ritmo, jóvenes.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Gutiérrez Lozano Jesssie Katherine** con C.C: # **0932021827** y **Morocho Sumba Paola Aylis**, con C.C: # **0705688174** autor/a/es del trabajo de titulación: **Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes** previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Fecha de publicación: 14 de septiembre de 2020

Nombre: **Gutiérrez Lozano Jessie Katherine**

C.C: **0932021827**

Nombre: **Morocho Sumba Paola Aylis**

C.C: **0705688174**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de un modelo de comercialización de la Ruta Spondylus para el incentivo de destinos emergentes.		
AUTOR(ES)	Gutiérrez Lozano, Jessie Katherine Morochó Sumba, Paola Aylis		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Eco. Shirley Carolina Segura Ronquillo, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	14 de septiembre del 2020	No. DE PÁGINAS:	117
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo de la cultura de servicio; tendencias actuales del mercado turístico; gestión de productos y servicios complementarios para el turismo.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Ruta Spondylus, destinos emergentes, transporte turístico, turismo cultural, recorridos, modelo de comercialización.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>En el presente proyecto trata sobre una propuesta de un modelo de comercialización para fomentar el turismo en la Ruta Spondylus mediante el análisis e identificación de los destinos emergentes ubicados en las provincias de Santa Elena, Manabí y Esmeraldas con el fin de incluirlos en los paquetes, tours y que obtengan un crecimiento significativo en el turismo. La metodología utilizada para este estudio fue método no experimental analizando cada variable con alcance descriptivo, exploratorio y un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). Los principales hallazgos que se obtuvieron mediante los resultados de las encuestas que se les realizaron a 384 personas que han visitado y visitan los diferentes destinos emergentes de la ruta que se mencionan en la actual investigación, fue que les agrada la idea de implementar un bus de la modalidad hop on- hop off. Y también se llegó a la conclusión de que los encuestados consideran interesante para visitar fueron: en la Provincia de Santa Elena, el Museo de Ballenas (Cantón Salinas), Santuario Blanca Estrella de Mar (Comuna de Olón) y visita a la comuna Montañita; en la Provincia de Manabí, el Mirador de la playa San Lorenzo (Parroquia San Lorenzo), Isla Corazón (San Vicente), Arco del Amor (Jama) y la Cascada de Chindul (Cantón Pedernales); y por último en la Provincia de Esmeraldas, la Cueva del Amor y la Reserva Manglares El Majagual (Parroquia Santa Lucía de las Peñas), Museo La Tolita Pampa de Oro (Comuna la Tola).</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-967003639 +593-986721825	E-mail: jessie_tat@hotmail.es paola.morocho7@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Salazar Raymond María Belén		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			