



REALIDADES DEL TURISMO LOCAL

COMPILACIÓN DE OPINIONES TURÍSTICAS

ISIDRO ALCÍVAR VERA

SASI

Saberes Ancestrales
Cultura y territorio



Ediciones
Uleam

El contenido de esta publicación es de total responsabilidad de su autor o autores.

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí
Ciudadela universitaria vía circunvalación (Manta)
www.ulead.edu.ec

Autoridades:

Miguel Camino Solórzano, Rector
Iliana Fernández, Vicerrectora Académica
Doris Cevallos Zambrano, Vicerrectora Administrativa

Realidades del turismo local.

Compilación de opiniones turísticas

©Isidro Alcívar Vera

Consejo Editorial: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Director Editorial: Fidel Chiriboga

Diseño de cubierta: José Márquez

ISBN: 978-9942-775-37-5

Edición: Primera. Septiembre 2018

Departamento de Edición y Publicación Universitaria (DEPU)

Ediciones Ulead

2 623 026 Ext. 255

www.depu.ulead.blogspot.com

Manta - Manabí - Ecuador

“Las obras académicas en turismo, necesitan tener una alta dosis de humanidad, porque trabajamos con personas y atendemos personas”.

Daniela Pérez Morales

Esta obra está dedicada a Dios, mis padres y hermanos por ser el pilar fundamental de mi vida y el motor que me impulsa a escalar nuevos peldaños. A la familia Molina Loor, por ser mi segunda familia y brindarme su cariño y amor incondicional. A la familia Vargas Loor, por su afecto y deferencias hacia mi persona, y por supuesto, a todo lector que llegue este libro que busca ser una herramienta útil de trabajo.

Isidro Alcívar Vera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la comunidad mantense, a la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Loable institución donde me formé como Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y que me acoge como trabajador desde finales del 2015. A Diario El Mercurio, por permitirme un espacio semanal en su columna de opinión, y a todos los profesionales amigos del sector que a diario trabajan en aras de institucionalizar el fenómeno turístico en nuestras ciudades manabitas.

Isidro Alcívar Vera

Resumen

El presente documento, expone la compilación de una serie de comentarios, definiciones y opiniones vertidas por el autor entre los periodos de junio 2017 a junio de 2018 respecto al fenómeno turístico, con énfasis en la ciudad de Manta, sus alrededores y la provincia de Manabí. La mayoría de estos criterios han sido publicados en los diarios “El Mercurio” y “El Diario Manabita”, al mismo tiempo que en la revista digital mexicana “Entorno Turístico”. Lo que se busca con esta obra, es compartir información con cierto valor académico respecto al turismo local, desde una óptica profesional y aplicada a la realidad de la provincia, de manera que las opiniones expuestas sirvan a priori como línea base de futuras investigaciones en busca de soluciones a varios de los problemas que aquí se mencionan.

Índice de contenidos

Introducción.....	9
Turismo.....	11
Sistema turístico.....	13
Ley de turismo.....	15
Turismo en la economía.....	17
Turismo sostenible.....	19
Turismo sostenible, una alternativa de desarrollo comunitario.....	21
Turismo sostenible ¿deseos o realidad?	23
Turismo comunitario.....	25
Reseña del turismo comunitario en Ecuador.....	27
Turismo cultural.....	31
Turismo intelectual.....	33
Turismo en cifras.....	35
La calidad en el turismo.....	37
Talento humano y su rol en el turismo.....	39
Retos del MINTUR 2018.....	41
Conciencia turística.....	43
Día mundial del turismo.....	45
Feriado de año nuevo.....	47
Importancia del recurso turístico.....	49
Características del producto turístico.....	51
Pérdida de los recursos turísticos.....	53
“Promocomercialización” de un destino turístico.....	55
Ligüiqui, destino arqueológico del Ecuador.....	57
La Pila, destino artesanal y cultural de Manabí.....	62
Museos.....	64

Museo Pacocha Dr. José Reyes Cedeño.....	66
Museo Pacocha, una puerta hacia el turismo comunitario.....	68
Cojimíes entre festivales y la estacionalidad.....	70
Cojimíes, Festival Gastronómico y Artesanal del Coco 2018.....	72
Turismo en Montecristi ¿Quo Vadis?	74
Los freelance en el turismo.....	76
Terminal terrestre como imagen turística.....	78
Ecuador en los world travel awards (WTA) 2017.....	80
Guía de turismo.....	82
Cruceros.....	84
Casinos.....	86
Arribo de extranjeros al país.....	88
Congreso nacional de turismo Manta 2018.....	90
Destinos turísticos de Manabí en letargo.....	92
¿Es el turismo ciencia?	94
La investigación en turismo.....	96
OTA's.....	98
Turismo ¿Quo Vadis?.....	100
Turismo gastronómico.....	102
Referencias bibliográficas.....	104
Datos del autor.....	107

INTRODUCCIÓN

El fenómeno turístico, ha tomado una fuerza significativa en la economía ecuatoriana, lo que le ha permitido ubicarse como una de las actividades económicas de mayor importancia en cuanto a la generación de divisas monetarias se refiere, que de acuerdo a cifras del Ministerio de Turismo, en el año 2015 generó 1.557,4 millones de dólares, “valor que comparado con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano y plátano y camarón”.

En este contexto, el documento que aquí se presenta está integrado principalmente por una serie de opiniones de carácter académico, las cuales han sido publicadas en los diarios “El Mercurio” y el “Diario Manabita”, al mismo tiempo que en la revista digital mexicana “Entorno Turístico”. Muchos de los criterios vertidos en este trabajo, abordan al turismo visto desde distintos escenarios que juegan un papel fundamental dentro de éste, de manera que se llegue a la comprensión del turismo no solo como una actividad económica, que muchas veces se cree que únicamente es, sino más bien, mostrar al lector lo que las ciudades turísticas deben cuidar, potenciar y evitar en aras de alcanzar un desarrollo turístico sostenible con visión de largo plazo.

Es también un documento crítico, pues muestra la problemática que tiene Manta y sus alrededores, al igual que otras ciudades de la provincia manabita, principalmente por la concepción de la idea “turismo = dinero”, la cual se ha posesionado muy bien, y motiva desde los cabildos comunales hasta las autoridades nacionales, a hacer cualquier cosa por atraer turistas, no obstante, este afán por generar dinero ha traído consigo complicaciones,

y uno de los principales efectos de la inexperiencia en materia turística, ha sido un desarrollo turístico desordenado y con visión de corto plazo.

No obstante, se espera que la problemática expuesta a lo largo del trabajo, sea posteriormente abordada de manera investigativa, académica y científica, pudiendo así, dar soluciones y aportes teóricos al desarrollo del turismo en las ciudades de la provincia de Manabí.

TURISMO

Mucho se habla en torno al turismo, sus modelos, sus beneficios sociales, económicos e incluso ambientales, varios países, ciudades, inclusive comunidades lo han adoptado como alternativa de desarrollo que, obligatoriamente debe involucrar las tres variables antes citadas para su práctica eficaz, Manta no es la excepción en esta creciente tendencia. Pero ahora bien, ¿qué se entiende por turismo y por qué el anhelo de convertir a Manta en ciudad turística?

Definir de manera conceptual al turismo no resulta muy fácil, debido a la connotación que puede llegar a tener para la disciplina o materia que lo estudie, por ejemplo, un sociólogo podrá enfocarse en las motivaciones que tienen los turistas para movilizarse desde su lugar de residencia hacia un destino turístico, un economista podría estudiar el desarrollo económico que puede llegar a generar el turismo, un ambientalista sin duda alguna estará preocupado por el impacto ambiental (positivo o negativo) que pueda causar el turismo a un sitio de interés.

De acuerdo a la Ley de Turismo de Ecuador (Asamblea Nacional, 2002), en el Art. 2, define al turismo como; “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”.

En su más básica definición, el turismo es entendido como una actividad multidisciplinar que involucra el traslado temporal de individuos o grupos desde su lugar de residencia habitual hacia determinado sitio de interés turístico, tal traslado implica un gasto turístico o derrama turística.

Dicha derrama turística, se concibe como el justificativo para convertir a una ciudad como Manta, en ciudad turística, puesto que los ingresos

generados a base de llegadas de turistas, representan a los gobiernos seccionales cantidades considerables de beneficios económicos.

Se debe conocer a priori que, dentro de la actividad turística existen ciertos aspectos a considerar para la práctica eficaz de la misma, en este contexto, aparece el Sistema Turístico, entendido como un conjunto de acciones y de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo común, representado por elementos como: la Oferta Turística, la Demanda Turística, el Espacio Turístico, los Operadores del Mercado Turístico y los Organismos reguladores del turismo.

La importancia de conocer los actores del sistema turístico, radica en que se debe saber de buena tinta, ¿qué se va a ofertar?, ¿a quienes?, ¿dónde tendrá lugar la práctica turística?, ¿quiénes van a ofertar y quienes van a demandar productos turísticos? y por último, ¿cuál o cuáles serán los organismos o entes reguladores de la actividad? Es en este sentido, que el desarrollo de la actividad turística debe responder a una planificación integral, que considere como actor principal a la localidad, siempre trabajando dentro de parámetros de equidad que busquen la consecución de un beneficio común, capaz de generar un efecto multiplicador.

SISTEMA TURÍSTICO

Se concibe por sistema turístico a un conjunto de acciones y de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo común, constituido por elementos como: la Oferta Turística, la Demanda Turística, el Espacio Turístico, los Operadores del Mercado Turístico y los Organismos reguladores del turismo.

En este contexto, se define como oferta turística al grupo de productos y servicios asociados a un espacio territorial y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición del público en un mercado determinado.

Cuando nos referimos a la demanda turística, se hace alusión al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requiere a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre, vacaciones, negocios, etc.

En coherencia con Boullón (2006), el espacio turístico comprende a aquellas partes del territorio donde se verifica o podría verificarse la práctica de actividades turísticas, en otras palabras, se refiere a los lugares o sitios de interés que prestan las condiciones óptimas (accesos y servicios) para la práctica de la actividad turística, ejemplos; la playa Murciélagos, Santa Marianita, etc.

Normalmente se considera operador turístico (operador de mercado) a la empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

Los organismos reguladores del turismo (superestructura o supraestructura turística), son el conjunto de entidades públicas y privadas que regulan, fomentan, y/o coordinan la actividad turística. En otras

palabras, es la compleja organización que permite armonizar tanto la producción y venta de servicios como las relaciones resultantes de la práctica del turismo.

Los participantes de la gestión turística, sobre todo aquellos de las instituciones públicas con inherencia en el turismo, deben conocer, al menos a grosso modo el sistema turístico y los elementos que lo integran, de manera que puedan verter juicios de valor en torno a la gestión de los sitios de interés turístico.

LEY DE TURISMO

La ley de turismo de Ecuador (Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002), es el instrumento normativo de la actividad turística en el país, que de acuerdo al artículo 1 de la misma, tiene por objeto “Determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios”.

Promovida en el año 2002, en el gobierno de Gustavo Noboa, luego de que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encontraba desactualizada, por lo que era necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República, es entonces que, el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía.

Sin embargo, desde entonces, la Ley de Turismo se ha mantenido intacta, de hecho en el artículo 2, aún se mantiene una definición de turismo que no empata con las actuales tendencias turísticas, “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”, y aunque guarda cierta relación con el turismo, no hace referencia al disfrute, al gasto o derrama turística, a los medios y facilidades, puesto que el desplazamiento realizado desde y hacia determinado lugar, no implica necesariamente un fin turístico.

En este sentido, la Asociación de Profesionales de Turismo y Hotelería (APTHEC) cuyo Director Legal es el Mg. Yorgi Ramírez, colega y amigo, con

fecha 30 de agosto/2017, presentaron en el Diálogo Nacional “El Turismo, el petróleo del presente y el futuro”, una propuesta de 4 artículos que la asamblea nacional debería considerar en la nueva Ley Orgánica de Turismo, entre los que me permito citar los 2 más importantes desde mi perspectiva:

“Los profesionales de turismo de 3er y 4to nivel, no podrán ganar menos de 5 salarios básicos a su ingreso a empresas públicas y privadas”

“El MINTUR, de forma obligatoria deberá contar con el 100% de su personal técnico y administrativo, que sean profesionales de 3er o 4to nivel en el área turística”

Y aunque solo es una propuesta por el momento, exhortamos a las autoridades a tomar en consideración la misiva, de manera que se respete y se cumpla la disposición de establecer al turismo como política de estado.

TURISMO EN LA ECONOMÍA

El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador, en el contexto internacional, el sector turístico aporta con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

De acuerdo a la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR, en el 2017 se registraron 1'617.914 llegadas internacionales al país, lo que representa un crecimiento del 14% en relación al 2016, y que en dólares significa \$1.204,5 millones, que equivale a un crecimiento del 12% en relación al año 2016.

Durante el feriado de fin de año, se generó una dinamización económica de 50 millones de dólares, se estima que se realizaron más de 904 mil viajes a escala nacional, las cifras representan un incremento de 25% y 27% respectivamente, en relación al año anterior.

Conforme a los resultados definitivos proporcionados por la Coordinación de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo, las cinco principales provincias visitadas fueron: Guayas (18.6%), Santa Elena (16.9%), Manabí (15%), Pichincha (12.7%) y Esmeraldas (8.8%), es decir, la mayor cantidad de viajes se realizó a las provincias ubicadas en la región costa, representando el 59.3% del total de viajes. El sector hotelero obtuvo una tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento a nivel nacional del 42% con una tarifa promedio por habitación de \$61 dólares, asimismo, el gasto promedio fue de \$55 por viaje.

De los datos que se poseen, hasta el 3er trimestre del 2017, existían 498.385 personas empleadas dentro de la actividad de alojamiento y restauración, lo que equivale a un crecimiento del 2,4% en relación al año

2016, esta cifra representa el 6,4% del total de empleados en la economía nacional, lo que ubica a la actividad de alojamiento y servicios de comida entre las 5 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional.

El sector turístico, arrancó este 2018 con la noticia de la nueva política de “cielos abiertos” para el transporte aéreo, adoptada mediante Decreto Ejecutivo 256, el MINTUR prevé que la política de cielos abiertos contribuirá a la consecución de la denominada meta 1X1, que consiste en que llegue a Ecuador un turista extranjero por cada habitante que tiene el país. Facilitará también la conectividad con el mundo y la promoción del turismo ecuatoriano así como el fortalecimiento de la integración y el intercambio turístico en Latinoamérica.

Hace aproximadamente 2 semanas, llegaron a Manta los navieros Prinsedam, Marina y Silver Muse con 2.594 pasajeros y 1.660 tripulantes, quienes conocieron algunos de los atractivos turísticos de Manta, no obstante, y citadas las estadísticas anteriores, queda por preguntar ¿Cuánto y de qué forma aporta la llegada de cruceristas a la economía mantense? ¿Es realmente beneficiosa dicha actividad para el sector turístico local o es solo imagen?

TURISMO SOSTENIBLE

El año 2017 ha sido declarado por las Naciones Unidas como “Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo”. En Ecuador es común el uso del término “sostenible”, que erróneamente se asocia única y exclusivamente a la preservación de los recursos naturales. Varios sitios de interés turístico se identifican con tal palabra, el problema parece estar en la praxis y en el hecho de que no se conoce a profundidad las implicaciones que conlleva el hablar de turismo sostenible.

La Organización Mundial de Turismo (OMT), máximo ente rector del turismo en el mundo, menciona que: “El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

En este contexto, se concibe por turismo sostenible a un modelo de gestión que debe incorporar una óptica integrada del desarrollo que aglutine las variables; social, ambiental y económica, resulta imposible hablar de turismo sostenible si sólo se busca la consecución de una de ellas, puesto que la práctica de la actividad turística debe ser capaz de generar bienestar social, que asegure la calidad de vida de los grupos participantes y la sociedad en general, tiene que obligatoriamente generar beneficios económicos que aporten al desarrollo local e intrínsecamente busca la preservación y uso responsable del recurso natural o cultural.

En virtud de la importancia que conlleva la práctica del turismo sostenible, se apunta a que éste sea sometido a un proceso de planificación; en la

medida que se desarrollen estrategias en base a los atributos que se poseen sin dejar de considerar las perspectivas a futuro, que se entiende es la esencia del turismo sostenible. Debe ser abierto; de manera que no se tengan unos participantes definidos, sino más bien que guarde un carácter de intemporalidad, lo que permitiría la integración de nuevos participantes y nuevos productos a lo largo del tiempo. Que sea duradero; no enfocar esfuerzos en aumentar la demanda en el corto plazo, más bien, centrar todos los esfuerzos para que el modelo precautele los recursos y garantice una oferta turística local de calidad, que reconfirme la definición de turismo como un servicio basado en la experiencia.

Manta como ciudad con muy buenas perspectivas turísticas, debería enfocar esfuerzos al empoderamiento del turismo sostenible a todo el capital humano que participa de la gestión turística, no sólo en el área rural, que comúnmente se cree que debe ser sostenible por poseer recursos de interés natural y cultural, sino también al área urbana, donde se palpa con facilidad hechos de insostenibilidad turística – ambiental, lo que produce una contradicción a lo que se concibe por turismo sostenible y deja deshecho cualquier otro esfuerzo que se realice en aras de una gestión turística responsable, amena y de calidad. En este sentido, lo ideal sería crear una cultura de protección y uso sostenible de los recursos naturales y culturales, puesto que son el capital más importante que posee un sitio de interés y los principales atributos que el visitante desea conocer, por lo que éstos deberían estar sujetos a normas estrictas de protección y uso responsable, donde la localidad sea el mayor ente respetuoso de su entorno.

TURISMO SOSTENIBLE, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO COMUNITARIO

El turismo sostenible, se concibe en los nuevos paradigmas como un modelo de gestión que debe incorporar una óptica integrada del desarrollo y que aglutine las variables; social, ambiental y económica, resulta imposible hablar de turismo sostenible si sólo se busca la consecución de una de ellas.

Cuando se habla del turismo sostenible como una alternativa para el desarrollo comunitario, se está haciendo referencia a una fuente generadora de divisas distinta a las cotidianas, se debe dejar en claro que el turismo sostenible tiene que ser concebido como una de las tantas actividades económicas de una comunidad, no debe ser visto como un todo, dejando de lado las actividades ya desarrolladas en el sitio, sino más bien entendida como una actividad económica distinta a las tradicionales que de acuerdo a cifras del MINTUR en el mundo aporta con el 9,8% PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas trabajando en turismo.

En virtud de la importancia que conlleva la práctica del turismo sostenible, las comunidades deben apuntar a que éste sea sometido a un proceso de planificación; en la medida que se desarrollen estrategias en base a los atributos que se poseen sin dejar de considerar las perspectivas a futuro, que se entiende es la esencia del turismo sostenible. Debe ser abierto; de manera que no se tengan unos participantes definidos, sino más bien que guarde un carácter de intemporalidad, lo que permitiría la integración de nuevos participantes y nuevos productos a lo largo del tiempo. Que sea duradero; no enfocar esfuerzos en aumentar la demanda en el corto plazo, más bien, centrar todos los esfuerzos para que el modelo precautele los

recursos y garantice una oferta turística local de calidad, que reconfirme la definición de turismo como un servicio basado en la experiencia.

Manta como ciudad con muy buenas perspectivas turísticas, debería enfocar esfuerzos al empoderamiento del turismo sostenible a todo el capital humano que participa de la gestión turística, no sólo en el área rural, que comúnmente se cree que debe ser sostenible por poseer recursos de interés natural y cultural, sino también al área urbana, donde se palpa con facilidad hechos de insostenibilidad turística-ambiental, lo que produce una contradicción a lo que se concibe por turismo sostenible y deja deshecho cualquier otro esfuerzo que se realice en aras de una gestión turística responsable, amena y de calidad. En este sentido, lo ideal sería crear una cultura de protección y uso sostenible de los recursos naturales y culturales, puesto que son el capital más importante que posee un sitio de interés y los principales atributos que el visitante desea conocer, por lo que éstos deberían estar sujetos a normas estrictas de protección y uso responsable, donde la comunidad sea el mayor ente respetuoso de su entorno.

TURISMO SOSTENIBLE ¿DESEOS O REALIDAD?

En las últimas décadas, varios países, ciudades, comunidades y sitios de interés turístico hablan a viva voz del turismo sostenible como una opción adecuada de mantener ingresos monetarios en base a llegada de turistas, siendo social, económica y ambientalmente responsables, no obstante, me atrevo a decir que la realidad de Manta es otra, una realidad muy lejana a la definición de sostenibilidad, y es que acaso ¿no ha escuchado la sátira del ciego?, aquella que contamos los propios Mantenses y repiten los foráneos, aquel ciego que sin ver, sabía que llegaba a Manta y no porque le avisaban, sino más bien porque el olor nauseabundo delataba su llegada a la ciudad, ¿se puede entonces hablar de sostenibilidad cuando aún se mantiene una procesadora de atún en pleno centro de la ciudad y un río que emana olores fétidos y que sorprende a propios y extraños con sus cambios de colores a diario?

Es necesario un cambio de chip en todos los niveles, empezando por nuestra propia sociedad y su idiosincrasia, la sociedad juega un papel importantísimo dentro del cambio, puesto que son quienes deberían llevar el estandarte del ejemplo de respeto por el medioambiente, con esto, no solo exhorto a que preservemos, de nada sirve un modelo sostenible que se enfoque tan solo en uno de los aspectos o variables antes citadas y se descuide de las demás, pero si se preserva el medioambiente, es síntoma de una sociedad educada y preocupada, no obstante, el cambio no únicamente se queda en la sociedad, dentro de los elementos que conforman el sistema turístico, aparecen los entes reguladores de la actividad turística, es decir las autoridades, quienes deben normar e incentivar el desarrollo turístico en la ciudad, aquí aparece el pero, dado que muchos profesionales del sector nos preguntamos ¿Qué se puede esperar de autoridades que mandan

a comer flores para evitar los malos olores?, mi escrito no tiene el ánimo de ofender u atacar, pero creo justo y necesario traer a colación de nuestras mentes frágiles el descuido y quemeimportismo de las autoridades que hablan de turismo, pero a la vez descuidan lo más básico, aquella deuda ambiental eterna que tienen los gobiernos de turno con la ciudad, pide a gritos ser saldada.

En este sentido, tuve el agrado de participar en la conformación de un frente de profesionales de la ciudad, donde acertadamente se han incluido a profesionales del sector turístico con proyectos e ideas innovadoras en aras de mejorar tal situación, lo que me lleva a intuir la verdadera preocupación de un grupo grande de ciudadanos por la actividad turística y por ende, por el desarrollo sostenible.

En 2017 a Ecuador arribaron aproximadamente 1'617.914 turistas, lo que significa dos cosas; 1'617.914 oportunidades o en su defecto 1'617.914 impactos ambientales, sociales y económicos, ¿Qué están haciendo nuestras autoridades, nuestros profesionales, las agencias de viaje, operadoras turísticas, hoteleros, entre otros, por convertir ese 1'617.914 turistas en verdaderas oportunidades sostenibles para el sector?

TURISMO COMUNITARIO

Ecuador en los últimos 30 años ha sobresalido como un país pionero de turismo comunitario en América Latina, puesto que desde la década de los 80, esta actividad se ha vuelto transcendental en el desarrollo del turismo nacional, muchas comunidades han intuido en la necesidad de preservar los recursos de los sitios de interés para las generaciones futuras, a la vez que éstos les generan beneficios en distintos campos de acción.

El Turismo Comunitario (TC), definido en el mundo anglosajón como *community-based tourism* (Ruiz, Hernández, Coca, y Cantero, 2008), hace alusión a un modelo de desarrollo turístico que sienta sus bases en la discrepancia y poca aceptación del turismo de masas. Esta disconformidad y poca aceptación al turismo de masas se fundamenta en torno a algunos aspectos de la práctica del mismo, tales como la depredación del medio ambiente y mala gestión del recurso natural, la pérdida de identidad cultural, la vulneración de los derechos de las personas de la localidad, que en muchos casos no perciben ningún beneficio. Estos aspectos negativos, han obligado a las comunidades a tomar medidas cautelares, en busca de un modelo de desarrollo sostenible, que incorpore una óptica integrada del desarrollo turístico, agrupando las variables; económica, sociocultural y ambiental.

Lo complejo de la praxis del turismo comunitario se puede presentar cuando este modelo es aplicado en sitios de importancia cultural, social, ambiental, histórica y todo el acervo de tradiciones, festividades, folclore y bagaje de conocimientos transmitidos milenariamente de generación en generación se ven como un potencial atractivo turístico, mismo que al ponerlo en oferta al público, puede resultar afectado por una práctica turística inapropiada, que en muchos casos puede acrecentarse por la falta

de políticas, normas de responsabilidad e incluso estrategias de desarrollo comunitario, puesto que las personas locales en varios casos no están listos o no poseen el talento humano capaz de manejar y mantener el proceso de desarrollo, administrarlo o incluso adaptarlo a los fluctuantes mercados turísticos. Aguirre (2007) afirma:

No hay duda que cuando el patrimonio cultural-histórico, se une al desarrollo turístico, el turismo puede hacer una contribución importante al desarrollo económico de los sitios de interés, el problema parece estar en las limitaciones reales que las comunidades tienen para poder hacerse cargo del proceso, mantenerlo, gerenciarlo, y además que éste se adapte al mercado, desarrolle los espacios lúdicos atractivos y, en especial, que todo lo anterior se logre en un contexto de sostenibilidad ambiental y turística.

Son estas limitaciones en el proceso de gestión del turismo en las que las autoridades deben ahondar esfuerzos, de manera que los sitios de interés turístico sean administrados social, ambiental y económicamente por las personas de la localidad, siendo ésta la principal característica del turismo comunitario y siempre y cuando se les provea de las herramientas técnicas para lograr un manejo eficiente y sostenible.

RESEÑA DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR

En el Ecuador, como en otras regiones de América Latina, la descomposición del régimen de hacienda, a raíz de los procesos de reforma agraria entre los 60 y 70, fue parte de un proyecto que buscaba incorporar el mundo campesino e indígena al estado nacional y a su empresa modernizante; estos procesos provocaron dramáticas modificaciones en los modos de vida de los campesinos (Ruiz & Vintimilla, 2009, p.7) lo que les daba dos opciones, someterse a lo que buscaba el régimen de la reforma agraria e ir de la mano con la modernización o luchar por la preservación de su modo de vida tradicional basado en producción agrícola comunitaria o familiar, tal como manifiestan Ruiz & Vintimilla (2009): buena parte de las instituciones comunitarias que se mantuvieron aunque modificadas durante el régimen de hacienda, cobraron una nueva vitalidad luego de la disolución de ésta: identificación con un territorio, redes sociales fundadas en el parentesco y compadrazgo, fuerte arraigo a una economía familiar, liderazgos internos fundamentados en la autoridad moral, prácticas de reciprocidad, formas de trabajo comunitario como el prestamano y las mingas. (p.8)

A partir de entonces como afirma Montalvo (2011): se puede decir que por un lado se ha desarrollado el sector tradicional del turismo, integrado por servicios hoteleros, de restaurantes, operadoras de turismo, transporte comercial y turístico e infraestructura turística. Pero, por otro lado, sectores rurales y comunidades indígenas también han planteado durante las últimas tres décadas una relación con la actividad turística, acuñando una propuesta propia que se denomina turismo comunitario. (p.2)

En coherencia con Cabanilla (2015): “en este escenario, en el oriente y en la costa del Ecuador nacen las primeras propuestas de una nueva alternativa

turística más identificada en la corriente postfordista llamada turismo comunitario” (p.357). Que desde la óptica de los entendidos habría abierto un abanico de oportunidades para las comunidades autóctonas, permitiendo aprovechar los recursos naturales y culturales como una oferta turística identificada con el desarrollo igualitario de la comunidad, y “aunque fue una voz de alerta al mercado turístico, una nueva propuesta integral de gestión que entró sin mayor planificación, capacitación y entrenamiento a la dura competencia establecida en el mercado turístico nacional y mundial” (Cabanilla, 2015, p.357), aún se encuentra en un proceso de maduración e identificación de prácticas adecuadas que respondan a un verdadero modelo de gestión comunitaria sostenible.

En este contexto, debido al auge y a la falta de conocimiento en el desarrollo y la planificación del turismo en el ámbito comunitario, en 1990 inició sus actividades la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), una organización sin ánimo de lucro que reúne diversas iniciativas comunitarias de turismo en las tres regiones continentales del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía. (Palacios, 2016, p.598), dado que a inicios de los años 90 el turismo en general ha tenido un gran auge en el país, “marcado por un hecho político asociado a la creación del Ministerio de Información y Turismo en 1992” (Caiza & Molina, 2012), lo que sustenta dicha afirmación.

Desde la óptica del estado, se volvió necesario reconocer la legalidad de este modelo de turismo, y por ende surge la necesidad de empoderar a las comunidades acerca de la importancia del recurso natural y cultural para la práctica sostenible del turismo comunitario, lo que dio paso a reconocer en la Ley de Turismo impulsada en el año 2002, en el art. 3.- de los principios de la actividad turística, letra e); “La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y

tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos” (Asamblea Nacional, 2002, p.1). Tal reconocimiento formal de la actividad turística comunitaria en el país dentro de la normativa existente del estado, deja una importante puerta abierta a las comunidades para participar activamente de la gestión turística comunitaria. Se podría decir entonces que “el turismo comunitario se ha convertido en muchos países en una estrategia de desarrollo local desde abajo, protagonizada por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo” (Ruiz & Solis, 2007, p.5).

Se vuelve necesario e importante mencionar que las iniciativas del estado ecuatoriano han aportado significativamente al conocimiento y posterior empoderamiento del turismo comunitario en el país, una de esas iniciativas se ve reflejada en el PLANDETUR 2020, mismo que en uno de sus apartados mantiene un “programa de desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario de Ecuador” y que, a saber expone:

En Ecuador están identificados y reconocidos por la ley de turismo y sus reglamentos, dos tipos de gestión turística, la gestión privada y la gestión comunitaria; cada una con su propia especificidad, lo cual se fundamenta en que el Ecuador es plurinacional y pluricultural. Dentro del sector turístico comunitario, se debe mencionar que los emprendimientos económicos comunitarios realizados por las comunidades y organizaciones comunitarias de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación turística bajo la óptica de vivir una experiencia económica social comunitaria, generando alternativas económicas solidarias y productivas. (MINTUR, 2007, p.291)

El Turismo Comunitario (TC), definido en el mundo anglosajón como community-based tourism (Ruiz, Hernández, Coca, & Cantero, 2008), según

Alcivar & Freire (2017), hace alusión a un modelo de desarrollo turístico que sienta sus bases en la discrepancia y poca aceptación del turismo de masas. Esta disconformidad y poca aceptación al turismo de masas se fundamenta en torno a algunos aspectos de la práctica del mismo, tales como la depredación del medio ambiente y mala gestión del recurso natural, la pérdida de identidad cultural, la vulneración de los derechos de los locales, que en muchos casos no perciben ningún beneficio. Estos aspectos negativos, han obligado a las comunidades a tomar medidas cautelares, en busca de un modelo de desarrollo sostenible, que incorpore una óptica integrada del desarrollo, agrupando las variables; económica, sociocultural y ambiental. (p.30)

TURISMO CULTURAL

Para tener una idea clara de turismo cultural (de ahora en adelante TC), se vuelve necesario abordar teóricamente ambos conceptos, de manera que se pueda establecer una definición concreta de TC.

En este sentido, la cultura es interpretada como un complejo bagaje de conocimientos heredados, que permiten al ser humano conocer el origen de gran parte de su tradición, folclore, costumbres y quehacer diario. Tal afirmación va de la mano con personajes como la Ab. Flor María Loor Ganchozo, manabita de cepa, poeta, promotora y gestora cultural (Presidenta Casa de la Cultura, capítulo Buena Fe), que, desde distintos campos de acción aporta social y culturalmente, con el único fin de salvaguardar la permanencia de nuestras costumbres y tradiciones.

Por otro lado, nos encontramos con una definición de turismo ya antes mencionada en este espacio, a saber, el turismo es entendido como una actividad multidisciplinar que involucra el traslado temporal de individuos o grupos desde su lugar de residencia habitual hacia determinado sitio de interés turístico por diversas motivaciones, tal traslado implica un gasto turístico.

En el TC, la motivación por la que el turista se traslada, cobra gran importancia, puesto que lo hace con un objetivo específico, el deseo de conocer culturas distintas a las de su lugar de procedencia. De esta manera, el TC puede jugar un papel determinante para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales que caracterizan e identifican a Manta frente un mundo globalizado.

El TC contribuye directamente a generar una toma de conciencia con relación a la conservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendiendo que esta es la herencia que distingue a la ciudad y le otorga

una característica única y competitiva en relación a otros destinos turísticos.

Con motivo de una serie de videos ofensivos en redes sociales acerca de nuestra identidad cultural, me permito expresar; Mantenses, nuestra ciudad ha sido establecida sobre las bases del pueblo Manteño, lo que nos permite poseer un componente histórico – cultural enormemente rico, los exhorto a sentirse orgullosos de nuestras raíces, folclore, gastronomía y tradiciones y explotar sosteniblemente nuestro patrimonio. ¡Soy orgullosamente cholo pata salada!

TURISMO INTELECTUAL

El turismo como fenómeno social, está integrado por una serie de actividades y aspectos que lo convierten en un fenómeno multidisciplinar, por ende, existe una clasificación por tipos y subtipos del mismo. Comúnmente se utiliza la clasificación de la Organización Mundial de Turismo (OMT), no obstante, y con ánimo de seguir los nuevos paradigmas, me permito citar en este espacio, la clasificación del libro “Tipos de Turismo, nueva clasificación” de Ledhesma (2018), interesante compilación resultado del programa de Diplomado en Comunicación Turística, que nos expone 4 grandes grupos de turismo, a saber; corporal, intelectual, material y ambiental.

En este escrito, abordaremos el turismo intelectual con una de sus clasificaciones o subtipos, el turismo educativo, mismo que engloba; eventos artísticos, patrimoniales, congresos, ferias y eventos de carácter científico – académico. Es decir que el turismo educativo es un subtipo de turismo vinculado a la observación y al aprendizaje. Este subtipo de turismo está en boga, especialmente dentro de las Instituciones de Educación Superior (IES), puesto que sus profesores suelen participar en congresos, seminarios y capacitaciones continuas, aunque por años médicos y abogados han viajado a otros países por motivos de formación académica y especialización.

Como cualquier otro tipo de turismo, implica un desplazamiento desde la residencia del turista hacia el destino seleccionado, tal desplazamiento representa una derrama o gasto turístico, que se realiza a través de la compra de boletos aéreos, terrestres, marítimos o fluviales, hoteles, comida, inscripción por participación en el evento, entre otros. Aunque no parecería que viajar por estudios fuese hacer turismo, lo es, puesto que en

muchas ocasiones los participantes de los eventos, conocen las ciudades en las que se encuentran. En este contexto, Manta se prepara para dos eventos académicos importantísimos a desarrollarse en el mes de noviembre.

Por una parte, el “1er Congreso Internacional de Hotelería y Turismo-Uleam 2018” a desarrollarse del 28 al 30 de noviembre en la Facultad de Hotelería y Turismo de nuestra alma mater. En este evento se receptan artículos con cierto rigor académico, investigativo y metodológico, para posteriormente ser defendidos en ponencias.

Con similares características se desarrollará la “Convención Nacional de Turismo-Manta 2018”, del 15 al 18 de noviembre, a diferencia del congreso, en esta habrán expositores extranjeros en diversas temáticas del fenómeno turístico. Es importante citar que en ambos eventos la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí se ha vinculado activamente.

Lo que se busca con estos eventos, es mostrar a Manta al mundo, diversificar la oferta turística local, que se venda la ciudad no únicamente como un destino de sol y playa, sino que a esa oferta tradicional existente, se le dé una nueva visión, que se realicen viajes con motivos de interés histórico, arqueológico, científico, turismo a visita de empresas atuneras, hay mucho por hacer y Manta lo tiene todo.

TURISMO EN CIFRAS

Tan importante es el turismo para los países, que aporta a nivel mundial con el 9,8% del PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas trabajando en turismo, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

El turismo en el Ecuador se ubica como una de las actividades económicas de mayor importancia en torno a la generación de divisas monetarias, que de acuerdo a cifras del Ministerio de Turismo (MINTUR), en el año 2015 generó 1.557,4 millones de dólares, “valor que comparado con los recursos provenientes de las exportaciones de los principales productos, ubica al turismo como el tercer rubro de aporte en ingresos, después del banano y plátano y camarón” (MINTUR, 2015).

Como se aprecia en la cuenta satélite del MINTUR, tal cantidad representaría aproximadamente el 3% del PIB, solo en Ecuador esa cifra es interpretada como 665. 639 personas trabajando en turismo, sumado a que el sector turístico aportó con el 4.02% del total de los impuestos netos de la economía nacional (éstas cifras equivalen al 2014, cifras actualizadas por el MINTUR).

En el Ecuador, los desplazamientos turísticos internos registrados en 2016 dinamizaron a la economía ecuatoriana con 285,5 millones de dólares, contribuyendo así a la reactivación productiva, en especial, de las áreas afectadas por el terremoto del 16 de abril, según cifras de la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo.

Durante el año 2016 se reportaron 12,3 millones de viajes internos, el 40% de ellos durante los diferentes feriados, es decir alrededor de 4.9 millones de desplazamientos.

En el feriado de Fin de Año (31 de diciembre de 2016 al 2 de enero de 2017), se registraron 618.972 viajes, en los que hubo un gasto total que superó los 37,6 millones de dólares. La provincia más visitada fue Santa Elena; y dentro de las cinco primeras opciones de los turistas estuvieron también Manabí y Esmeraldas, lo que muestra la buena acogida de los visitantes a la campaña de turismo solidario.

Se podría decir que el turismo en los últimos 5 años registrados en el boletín de estadísticas turísticas 2011-2015 del Ministerio de Turismo, registra un crecimiento casi ininterrumpido, lo que reafirma la concepción del turismo como una alternativa económica no tradicional, más aun cuando se mantiene una economía basada en las actividades extractivas.

LA CALIDAD EN EL TURISMO

En el tiempo en el que vivimos, trabajar es una necesidad cada día creciente, y los nuevos paradigmas la ligan al emprendimiento, no obstante, y dado que no todos los emprendedores poseen la capacidad económica para montar una empresa de productos físicos, los servicios se convierten en una alternativa tentadora, si consideramos el aspecto inversión.

Por otro lado, nos encontramos con el concepto de calidad, sabiendo que éste es bastante subjetivo en cuanto a percepción del servicio recibido se refiere, dado que lo que es calidad para unos, para otros no lo es. Recordemos que calidad es igual a; expectativas vs servicio recibido, y, antes de avanzar en el desarrollo de éste escrito, tengamos en consideración que el turismo es netamente un servicio y existen varios indicadores para medir la calidad del mismo.

Dentro de la calidad existen dos aspectos importantes a considerar (expectativas y servicio recibido), las expectativas son una variable independiente, es decir que no la podemos controlar, dado que el cliente puede crearlas conforme a lo que ve y asume que va a recibir. Por otro lado, el servicio recibido; ésta variable es dependiente, como prestadores de servicios, debemos prever brindar un servicio de calidad o al menos como el cliente lo espera.

En este sentido, y al ser una variable dependiente el servicio recibido, el prestador del servicio debe asegurarse de que los medios físicos utilizados para brindar los servicios, son los adecuados y responden a cierta imagen o confort, por ejemplo; en un restaurante el prestador del servicio puede controlar varios aspectos implícitos del lugar, como: mesas limpias, cubiertos adecuados, servicio higiénico presentable, temperatura del lugar, personal de servicio, entre otros, que son aspectos que se perciben a

primera vista y que desde ya, permiten hacerse en muchas ocasiones una idea de la “calidad esperada” del servicio adquirido.

Sin embargo, de los factores implícitos antes mencionados, y, que inciden en la percepción de calidad, el capital humano es el que mayor importancia ejerce, dado que es el que mantiene contacto directo con el cliente, y aunque en ocasiones dicho capital humano es “variable”, por distintas razones; problemas en casa, diferencias entre compañeros, días buenos o malos, no obstante, una empresa vinculada al sector turístico, debe mantener el mismo sentido de calidad, inclusive si el trabajador es nuevo, viejo o ha pasado por el peor día de su vida.

Es por esto que, muchas empresas turísticas, destinos turísticos e incluso municipios de ciudades turísticas, ponen especial énfasis en la capacitación constante de sus trabajadores, de manera que se ofrezca la mejor experiencia al cliente (turista), al final de todo, lo único que realmente queda del producto turístico comprado es la experiencia y los recuerdos.

TALENTO HUMANO Y SU ROL EN EL TURISMO

La necesidad creciente de adaptarse a los nuevos paradigmas de la escena turística global, hacen indispensable considerar el talento humano como uno de los componentes clave para el desarrollo de estrategias de gestión turística, dado que, al ser el turismo netamente un servicio, la satisfacción se basa en la experiencia, en la vivencia y buenos recuerdos del servicio adquirido. Por lo tanto, para que esa experiencia sea mayormente placentera lo ideal es que sea personalizada, que el turista sienta que la atracción es él y no el lugar que visita, lo cual demanda que los destinos turísticos, cuenten con servicios y talento humano capaz de producir tal sensación en la psiquis del turista.

Las gobiernos seccionales de ciudades turísticas como Manta, deben abandonar los obsoletos procedimientos de contratar personal a bajo coste, en los que únicamente se tiene en cuenta el abaratamiento de dichas contrataciones, sin considerar los resultados negativos que es muy probable sobrevengan al incorporar servidores que no poseen ni la formación y mucho menos las actitudes y aptitudes para el desarrollo y gestión eficaz de la actividad turística. Se debería adaptar políticas de calidad en el talento humano, donde se tenga en cuenta el bagaje de conocimientos adquiridos, la formación profesional y se valore elocuentemente la educación.

En este sentido, Manta tiene una ventaja competitiva en relación a otras ciudades, puesto que dentro de la ciudad existe una Institución de Educación Superior (IES), la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, misma que a través de la Facultad de Hotelería y Turismo, forma profesionales con los conocimientos necesarios, aptitudes y actitudes requeridas para la gestión turística.

De acuerdo a cifras proporcionadas por la comisión de seguimiento a graduados de la Facultad de Hotelería y Turismo – ULEAM, solamente en los periodos 2013, 2014 y 2015, se reportan 206 graduados en turismo y hotelería.

RETOS DEL MINTUR 2018

Según las estadísticas y cifras publicadas por la Coordinación General de Estadística e Investigación del MINTUR “las cifras de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues de acuerdo con datos preliminares, en 2017 llegaron 1’617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016”. Sin embargo, el reto que deben asumir los entes generadores de esta información, es que sea lo más real posible, una de las principales fuentes estadísticas de información es el INEC, se debe tener en cuenta que dicho ente considera las llegadas internacionales de forma global, por lo que me atrevo a decir que las cifras proporcionadas no responden meramente a llegadas internacionales con fines turísticos. El reto del MINTUR, debería ser el de segmentar y proporcionar única y exclusivamente cifras de arribos con fines turísticos, de manera que se puedan establecer o incluso crear productos y servicios que vayan acorde al perfil del turista que visita Ecuador.

Otro de los retos del MINTUR va ligado a la tecnología y el sector hotelero, nos encontramos con una competencia desigual liderada por la famosa plataforma AIRBNB, muchos preguntarán que es, bien, es una empresa y una plataforma de software dedicada a la oferta de alojamientos particulares y turísticos. El nombre es un acrónimo de airbed and breakfast (colchón inflable y desayuno) y tal como afirma Guido Calderón (El Comercio, 2017), en Ecuador esta plataforma está repleta de alojamientos de dudosa calidad, que no tienen ningún tipo de registro, ni control de autoridad alguna, no pagan impuestos y es la competencia más desleal que tiene la hotelería formal, mayoritariamente de tipo familiar, ahogada por impuestos, leyes laborales cáusticas, un mercado consumidor en reducción, cifras oficiales falsas y un ministerio desmantelado en

provincias. El reto del MINTUR, debe enfocarse a hacer frente a este tipo de alojamientos no regulados por la actual Ley de Turismo, dado que afectan al sector hotelero ecuatoriano y representan pérdidas tributarias al país.

La actual administración del MINTUR, se encuentra con otro reto, y quizás el más difícil, dado que el actual ministro de turismo al asumir el cargo, planteó dentro de sus objetivos una visión utópica “de un turista por cada habitante”, es decir poco más de 16 millones de turistas visitando el país, aunque la iniciativa no es mala, han pasado 7 meses desde entonces y claramente la cifras dejan entre dicho el cumplimiento de lo propuesto.

A esto se suma una Ley de Turismo desactualizada, que necesita reformas o en su efecto una nueva ley, y hablar de un verdadero trabajo, implica esperar las próximas votaciones en la consulta y asignaciones de presupuestos. No será un 2018 fácil para el MINTUR, quizás si se da cumplimiento al objetivo estratégico “Incrementar el desarrollo de Talento Humano del Ministerio de Turismo”, se podría alivianar la carga, en fin, esperamos un trabajo incluyente, abierto y estratégico por parte del MINTUR.

CONCIENCIA TURÍSTICA

En días pasados, en este mismo espacio comentaba sobre el turismo sostenible y si éste es una realidad en nuestra ciudad o solo un deseo de nuestras autoridades y de profesionales del sector, no han pasado muchos días y sin necesidad de una exhaustiva investigación he llegado a corroborar que sigue siendo un deseo y que seguiremos viviendo una utopía en cuanto a sostenibilidad se refiere.

En el último feriado de carnaval la afluencia de turistas fue masiva hacia Manta, lo que dejó expuesto que el turismo de masas o de sol y playa no necesariamente es el tipo de turismo que Manta desea tener y mucho menos que éste modelo de turismo represente dinero, hay que dejar en claro que, cantidad no representa dinero, mientras que calidad sí, pero quizás se preguntarán ¿qué tiene que ver el turismo de masas con la conciencia turística?

Bien, tuve la oportunidad de asistir al “Manta Fest” en San Mateo, un espectáculo con gran acogida, no había por donde caminar en horas de la tarde, incluso llegar al sitio fue difícil dado que el tráfico estaba totalmente congestionado, pero esa no fue la parte más difícil, lo más difícil ha sido superar la imagen del basurero en el que se había convertido el lugar, vasos de plástico, botellas de vidrio, papel y latas de espuma carioca formaban parte de un paisaje desastroso, es a esto a lo que me refiero con conciencia turística, nuestra naturaleza es de consumo sin duda alguna, pero si consumimos ¿se vuelve tan difícil depositar la basura en su lugar? En el escrito del viernes pasado mencionaba que “Es necesario un cambio de chip en todos los niveles, empezando por nuestra propia sociedad y su idiosincrasia, la sociedad juega un papel importantísimo dentro del cambio, puesto que es la que debería llevar el estandarte del ejemplo de respeto por

el medioambiente, con esto, no solo exhorto a que preservemos, de nada sirve un modelo sostenible que se enfoque tan solo en uno de los aspectos o variables que conforman ese modelo sostenible y se descuide de las demás, pero si se preserva el medioambiente, es síntoma de una sociedad educada y preocupada”.

No solo los desechos generados en las playas son el único problema con la conciencia turística, nacen interrogantes como; ¿Cuánta agua gastas en un hotel?, ¿Cuánta energía consumes?, déjeme decirle que si lo está haciendo como barra libre en una fiesta, está mal. Pero esto no es lo peor de las masas, como lo dije antes, las masas buscan sol y playa, por ende no se interesan por el desarrollo local, que lleguen turistas de forma masiva no implica que hagan uso de los hoteles locales, de los restaurantes o servicios del lugar, es clásico que los visitantes lleguen a la playa con su propios productos para cocinar, un horno y una carpa, disfruten el día y regresen a sus casas ¿Qué beneficio económico están generando esos visitantes a la localidad? Ninguno, lo único que están generando es desechos en la playa, he aquí la necesidad de desarrollar productos y servicios para mercados específicos.

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

El pasado miércoles 27 de septiembre, se celebró el Día Mundial del Turismo, un acontecimiento importante para reflexionar acerca del turismo y los estándares en los que se debe desarrollar esta industria. Con motivo de tal fecha se expone una breve reseña histórica;

En septiembre de 1979, la Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo (OMT), durante su tercer periodo de sesiones, que celebró en Torremolinos (España), decidió instituir el Día Mundial del Turismo. Las celebraciones comenzaron al año siguiente, el 27 de septiembre de 1980. Esa fecha se eligió para que coincidiera con el aniversario de un hito importante en el turismo mundial: la aprobación de los Estatutos de la OMT el 27 de septiembre de 1970.

Tal es la importancia del turismo, que aporta a nivel mundial con el 9,8% PIB, empleando a una de cada 11 personas en el planeta, lo que equivale en promedio a 277 millones de personas trabajando en turismo, según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.

Solamente en el Ecuador, Los desplazamientos turísticos internos registrados en 2016 dinamizaron a la economía ecuatoriana con 285,5 millones de dólares, contribuyendo así a la reactivación productiva, en especial, de las áreas afectadas por el terremoto del 16 de abril, según cifras de la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo.

Durante el año 2016 se reportaron 12,3 millones de viajes internos, el 40% de ellos durante los diferentes feriados, es decir alrededor de 4.9 millones de desplazamientos.

Solo en el feriado de Fin de Año (31 de diciembre de 2016 al 2 de enero de 2017), se registraron 618.972 viajes, en los que hubo un gasto total que superó los 37,6 millones de dólares.

La provincia más visitada fue Santa Elena; y dentro de las cinco primeras opciones de los turistas estuvieron también Manabí y Esmeraldas, lo que muestra la buena acogida de los visitantes a la campaña de turismo solidario.

Este Día Mundial del Turismo, debe ser un llamado a la reflexión en torno a la gestión de tan rentable actividad que, manejada de forma correcta es capaz de impulsar la economía de los pueblos.

FERIADO DE AÑO NUEVO

Los feriados, son espacios de tiempos libres apropiados para la práctica de actividades de ocio y recreación, indiscutiblemente necesarios dentro de una sociedad aturdida por el estrés del trabajo, el ruido de la ciudad y la rutina. Dentro de la industria turística, son una oportunidad para los destinos turísticos, puesto que familias enteras viajan en estas fechas específicas en busca de productos, destinos y servicios turísticos que se acoplen a sus necesidades, y si se habla en términos criollos, que se adapten al bolsillo.

En diciembre del año 2016, el pleno de la Asamblea Nacional aprobó la “Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica del Servicio Público y al Código de trabajo”, (Suplemento del Registro Oficial 906, 20-XII-2016), que entre sus objetivos buscaba fomentar el turismo a nivel país, y en uno de sus apartados exponía; *“Cuando los días feriados de descanso obligatorio establecidos en esta Ley, correspondan al día martes, el descanso se trasladará al día lunes inmediato anterior, y si coinciden con los días miércoles o jueves, el descanso se pasará al día viernes de la misma semana. Igual criterio se aplicará para los días feriados de carácter local”* y *“Cuando los días feriados de descanso obligatorio a nivel nacional o local establecidos en esta Ley, correspondan a los días sábados o domingos, el descanso se trasladará, respectivamente, al anterior día viernes o al posterior día lunes”*.

Los frutos de tal disposición, se ven reflejados en el feriado de Fin de Año anterior (31 de diciembre de 2016 al 2 de enero de 2017), se registraron 618.972 viajes, en los que hubo un gasto total que superó los 37,6 millones de dólares. La provincia más visitada fue Santa Elena; y dentro de las cinco primeras opciones de los turistas estuvieron también Manabí y Esmeraldas, lo que muestra la buena acogida de los visitantes a la campaña de turismo

solidario. La tendencia es al alza, seguramente tales cifras se verán incrementadas en el venidero feriado.

IMPORTANCIA DEL RECURSO TURÍSTICO

En el argot popular, es clásica la frase; “no se sabe lo que se tiene hasta que se pierde”, aunque en muchos casos se sabe a ciencia cierta que se tiene, pero no se le presta la atención necesaria, este es el caso de los recursos naturales y culturales de Manta.

Cuando nos referimos a recurso turístico, se entiende que es todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma (caso de los vestigios arqueológicos), que puede generar un desplazamiento, por diversos motivos, esencialmente por ocio. Comúnmente se confunde recurso con producto, la diferencia radica en que el recurso es un elemento del producto, a esto podríamos decir que producto es la suma de; recursos turísticos + infraestructuras + equipamientos y servicios = productos turísticos.

Históricamente Manta ha sido territorio de importantes culturas ancestrales como; Machalilla, Bahía, Chorrera y Manteña, lo que permite a la ciudad poseer un sustancial recurso histórico-cultural, es bien sabido también, que posee recursos naturales como el Bosque Pacoche y varias playas encantadoras, algunas de ellas bastante preservadas y otras muy deterioradas.

En este sentido, los actores de la escena turística local deben saber de buena tinta que, los recursos naturales y culturales son el capital más importante que posee un sitio de interés y los principales atributos que el visitante desea conocer.

Manta, no puede esperar que sus recursos naturales como Playita Mía se encuentren deteriorados para tratar de rescatarlos, lo ideal no es tomar medidas correctivas, lo ideal es tomar medidas cautelares desde la puesta

en oferta del sitio de interés y a lo largo del ciclo de vida del destino turístico.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

A diferencia de los productos convencionales de consumo diario, donde se entrega algo palpable físicamente, es decir un artículo material, el cual se puede tocar, degustar o sentir, un producto turístico mantiene un contenido físico limitado, y en muchas ocasiones la única manera de calificar si es bueno o malo, se reduce al servicio recibido, es decir a la percepción que se tiene del trato, carisma, atención y hasta actitudes del prestador del servicio.

En el medio turístico, si bien es cierto que el cliente interactúa con varios tipos de instalaciones como el hotel, medios de transporte, alimentos, entre otros, que son considerados bienes físicos o tangibles, es mucho más importante el servicio que se recibe por parte de los trabajadores con los que se tiene trato directo durante el viaje. En este sentido, existen 4 características básicas de los productos turísticos, a saber:

Son intangibles, cuando adquirimos un producto podemos en la mayoría de las veces tocarlo u olerlo, incluso antes de comprarlo, lo que nos da seguridad de saber que efectivamente es lo que necesitamos. Cosa que no pasa con los productos turísticos, por ejemplo; para vivir la experiencia de un viaje, es imposible que nos traigan la cama de hotel a la casa para verla o los medios de transporte, o incluso las atracciones turísticas del lugar de interés, a esto se refiere la intangibilidad, los servicios no se pueden ver, oler, sentir o probar antes de su compra.

Carácter indisociable, es decir “que no se pueden separar”, pero separar ¿de qué? o ¿qué?, generalmente quien vendió un producto turístico es la misma persona que realiza la guianza o te recibe en el hotel, y que en la mayoría de los casos se mantiene al pendiente de las necesidades del

cliente. Por lo tanto, en un servicio turístico tanto el producto en sí, como el vendedor y el comprador coexisten en un mismo tiempo y lugar.

Variables, al no poder separar el producto turístico y el contacto con personas, es normal encontrar variabilidad en el servicio, dado que el turismo al ser netamente un servicio tiene que obligatoriamente ser prestado por capital humano, que en ocasiones es “variable”, por distintas razones, problemas en casa, entre compañeros, días buenos o malos, no obstante, una empresa vinculada al sector turístico, debe mantener el mismo sentido de calidad inclusive si el trabajador es nuevo, viejo o ha pasado por el peor día de su vida.

Perecederos, con diferencia a un producto físico, los servicios no se pueden almacenar para una futura venta, un ejemplo clásico es el de los hoteleros, si un hotel dispone de 20 habitaciones y en un día solo logró vender 10 de ellas, nunca podrá recuperar la venta perdida por las otras 10.

Es por esto que, muchas empresas turísticas, destinos turísticos e incluso municipios de ciudades turísticas, ponen especial énfasis en la capacitación constante de sus trabajadores, de manera que se ofrezca la mejor experiencia al cliente (turista), al final de todo, lo único que realmente queda del producto turístico comprado es la experiencia y los recuerdos.

PÉRDIDA DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Comúnmente se confunde recurso turístico con producto turístico, no obstante, la diferencia radica en que el recurso es un elemento del producto, a esto podríamos decir que el producto turístico es la suma de; recursos turísticos + infraestructuras + equipamientos y servicios = productos turísticos. Dentro de la clasificación clásica de recursos turísticos, nos encontramos con la existencia de dos tipos de éste, los recursos naturales (playas, cascadas, montañas, etc.) y los recursos culturales (vestigios arqueológicos, folklore, tradiciones, etc.). En este sentido, los actores de la escena turística local deben conocer de buena tinta que, los recursos naturales y culturales son el capital más importante que posee un sitio de interés y los principales atributos que el visitante desea conocer.

En esta ocasión, muy aparte de citar el valiosísimo capital natural y cultural de la provincia, haré énfasis en elpreciado recurso natural que las ciudades más visibles turísticamente están perdiendo. Manta por ejemplo, ha permitido con el paso de los años darse el “lujo” de perder casi en su totalidad Playita Mía, con motivo de este comentario, hace unos días circulaban en redes sociales fotografías y videos del desfogue de aguas servidas que se hace a través del río muerto, aspecto que muy por encima de afectar a la imagen, destruye nuestros ecosistemas. Similar situación en la playa El Murciélago, continúan algunos hoteles teniendo la osadía de evacuar aguas servidas directo al mar. Es necesario tomar cartas en el asunto, normar la actividad, y si es necesario, sancionar por el daño ocasionado.

Por otro lado, Montecristi, ciudad de identidad etnográfica ypreciado capital natural integrado sobre todo por el Cerro Montecristi, a diario

pierde una parte de éste, la extracción de material pétreo no se detiene, están recortando por partes este imparte ecosistema, hogar de venados, guantas, guacharacas, entre otras especies que a pasos agigantados se quedan confinadas a reducidos espacios, pero no solo la extracción de material pétreo afecta este ecosistema, los mismos excursionistas dejando basura coadyuvan a la pérdida acelerada del recurso.

Nuestra capital manabita, Portoviejo, sin ser subjetivo, cuanta tristeza causa llegar al peaje en la ruta Manta-Portoviejo y observar la manera voraz con la que se destruyen los Cerros de Hoja y Jaboncillo por la extracción pétrea, y éste recurso preocupa más, puesto que de la parte de Picoazá existe el Parque Arqueológico Cultural Hojas Jaboncillo, es decir que la pérdida de los cerros implica también perder tan importante recurso cultural y parte de la identidad manabita.

Con este antecedente, es necesario exhortar a las autoridades locales a tomar las medidas necesarios en post de mejorar algunos aspectos; 1ro. Garantizar la permanencia en la línea de tiempo de los recursos naturales. 2do. Prohibir en sitios con potencial turístico las actividades extractivas que amenacen el primer punto. 3ro. Con lo expuesto en el primer párrafo, convertir nuestros recursos en verdaderos productos turísticos. Olvidemos que somos “potencia turística” y llevemos la teoría y el eslogan a la práctica.

“PROMOCOMERCIALIZACIÓN” DE UN DESTINO TURÍSTICO

Autores como Yeray Gonzalez (2015), afirman que uno de los grandes problemas a los que tienen que enfrentarse los entes de gestión y promoción turística de los gobiernos municipales, provinciales e incluso a nivel país, es la necesidad de aumentar en algunos casos, y en otros defender su posicionamiento y cuota de mercado ante la constante evolución de otros destinos turísticos.

La mayoría de las estrategias de los destinos turísticos se centran solamente en la promoción, que desde la óptica de los entendidos en mercadotecnia es una herramienta táctica-controlable de la mezcla o mix de mercadotecnia (4 p's) que combinada con las otros tres herramientas (producto, plaza y precio) genera una determinada respuesta en el mercado meta para las empresas, organizaciones o personas que la utilizan. El problema de los GAD's parece estar en que se invierte gran parte del presupuesto en campañas off-line e incluso algunos con estrategias de social media bien estructuradas, pero fallan en no ofrecer un mercado abierto a través del cual se pueda reservar. Es decir, hacen la fase de promoción, pero se olvidan de la de comercialización y como afirma Gonzales (2015); esto es un error ya que la estrategia de un destino turístico debe enfocarse a estar presente en las 5 etapas del viaje. Es decir, el destino tiene que ser capaz de inspirar, permitir planificar, pero también permitir reservar, facilitar el disfrute una vez en el destino y posteriormente, la difusión de la experiencia vivida.

El destino tiene que preocuparse de captar turistas 24 horas durante los 365 días, y ello solo puede hacerse online, para lograr tal objetivo, se sugiere implementar un sistema online que se denomina Destination Management System (DMS), que vienen a ser plataformas multi

producto que facilitan al turista información del destino pero también producto y la posibilidad de reservar.

También debe cambiar la actitud del sector, que, en algunos casos, puede que considere que el papel de la administración debe ser solo el de promocionar, mientras que la comercialización corresponde solo al sector privado y tal relación no siempre es amena, lo que podría complicar aún más que los productos y destinos turísticos lleguen a los mercados meta a través de canales de comercialización idóneos.

LIGÜIQUI, DESTINO ARQUEOLÓGICO DEL ECUADOR

La comunidad de Ligüiqui, se encuentra localizada en la provincia de Manabí – Ecuador, en el cantón Manta en la costa ecuatoriana, y pertenece a la parroquia rural de San Lorenzo, posee una población aproximada de 300 habitantes¹ y debe su nombre a una antigua historia, en la que expertos cronistas han manifestado que Ligüiqui fue una localidad comercial gobernada por un cacique de nombre “Liqui”. Liqui tuvo su primer hijo y le dio el nombre de “Iqui”, a temprana edad (12 años aproximadamente), Iqui había aprendido a realizar actividades como la pesca, agricultura, ganadería, caza, confección y trabajos con materiales sagrados como la concha *Spondylus*. Posteriormente su padre le otorga el cargo de cacique de lo que actualmente conforma la “loma de Ligüiqui”, es así que, el nombre es producto de una unión en honor a ambos caciques Manteños².

La comunidad Ligüiqui, ha sido por años una caleta de pescadores (pueblo pesquero), asentada en la parte alta de un acantilado que se encuentra aproximadamente a 100 mts sobre el nivel del mar, lo que le permite tener características especiales tanto en el clima como en el vistoso paisaje que la circunda, por su privilegiada ubicación la rodean varios tipos de vegetación, desde bosque seco a húmedos. Esto es lo que las generaciones actuales conocen de Ligüiqui, sin embargo su riqueza se remonta a varios periodos de la prehistoria ecuatoriana, se han encontrado vestigios arqueológicos que datan del periodo Formativo (2500 a 1500 AC), aunque realmente Ligüiqui alcanzó la cúspide del desarrollo en el periodo de Integración (500 a 1500 DC) con la cultura Manteña, cultura que de acuerdo a varias investigaciones mantuvo relaciones comerciales con culturas de Centro América entre ellas los Mayas, por la importancia que

¹ Cifra proporcionada por el presidente de la comunidad.

² Reseña histórica contada por miembros de la comunidad.

representaba la concha Spondylus (Bivalvo Spondylus), lo propio con los Incas en los Andes Ecuatorianos.

Quienes viven en Ligüiqui y aquellos que hemos tenido el agrado de visitarlo, sabemos que comúnmente al caminar se encuentran objetos arqueológicos en su mayoría de procedencia Manteña. En muchas ocasiones al construir una nueva vivienda se pueden encontrar entierros con sus vasijas funerarias o cuando llega el invierno las lluvias desentierran los objetos arqueológicos.

Hijos de la comuna de Ligüiqui mantienen una lucha de años por concientizar a la población sobre el tesoro que poseen, uno de los objetivos planteados ha sido la creación de un museo que muestre los objetos hallados y que motive al turista a visitar Ligüiqui, generando así; empleos directos e indirectos a la comunidad, teniendo en consideración que el eje para el desarrollo comunitario debe estar sujeto a los principios del turismo sostenible (sociedad, medio ambiente y economía).

Sin bien es cierto que al momento Ligüiqui recibe turistas semanalmente, éstos se podrían multiplicar si las autoridades del GAD Manta a través de la Dirección de Turismo mostraran un poco más de interés por el desarrollo turístico de las zonas rurales, se podría articular un trabajo mancomunado entre autoridades, comuneros, cámara de turismo y ULEAM a través de la Facultad de Turismo, donde se generen ideas ya no solo de un museo, sino más bien la elaboración de proyectos que se puedan ejecutar en el corto plazo, como la creación de senderos ecoturísticos, la implementación de servicios cercanos a la playa (duchas, baterías sanitarias), locales comerciales para artesanías, centro de interpretación, deportes acuáticos, entre otros.

Alcívar & Freire (2018), en su artículo "Caracterización Turística de la Comunidad de Ligüiqui-Manta-Ecuador, como contribución al Turismo

Comunitario”, manifiesta que; son dos los atractivos turísticos de la comunidad de Ligüiqui, uno de categoría natural, integrado por la playa, y otro de categoría cultural, dada la existencia de ruinas y vestigios arqueológicos.

La playa debe su nombre a la propia comunidad, se encuentra a escasos metros de la población local y es el principal atractivo que se posee, dado que el acceso en vehículo es posible, lo que facilita el disfrute del mismo. La comunidad más cercana es Pacoche a 5km.

Las playas manabitas se caracterizan por sus cálidas aguas, lo que permite ventajosamente ser visitadas todo el año, lo mismo ocurre con la playa de Ligüiqui, la mayoría de turistas que visitan la playa, son de procedencia nacional, y la época en la que llegada se registran es en la temporada playera (entre febrero y marzo). La playa se encuentra en muy buen estado de preservación y es de acceso público. Dentro de la playa en la zona pedregosa se encuentran los corrales marinos, que como ya se había mencionado anteriormente, son formaciones de piedra hechas por el hombre, se cree que por la población Manteña en el periodo de Integración de la prehistoria ecuatoriana (500 a 1500 D.C.), están ubicadas en la parte pedregosa de la playa de Ligüiqui, en forma de media luna, de manera que cuando la marea sube, estos permanecen llenos de agua, quedando dentro, peces y algunas otras especies marinas, se cree que era uno de los métodos de pesca de la época.

Para llegar hasta la playa existe cierta señalización vial, al contrario de la señalización turística que es inexistente. El principal medio de transporte para llegar a la playa si no se posee un vehículo propio, son las camionetas de las 2 cooperativas que operan la ruta desde Manta, Trans Santa Rosa, que tiene frecuencias diarias y Cooperativa de transporte El Aromo, con frecuencias diarias y camionetas para la prestación del servicio.

No obstante, se puede arribar vía marítima, dado que la playa presta las condiciones necesarias para los medios de transporte marítimo, sin embargo no es un medio común de transporte para turistas, pero si el medio más utilizado por los pescadores.

En la playa ya existen ciertas facilidades turísticas, es el caso de 3 restaurantes que se ubican en el lugar y que poseen un menú integrado básicamente por mariscos.

La playa es idónea para la práctica de actividades recreativas, es el caso de la natación, pesca deportiva, caminatas, visitas guiadas, observación de flora y fauna, camping, ciclismo, buceo o snorkel, entre otros.

El recurso cultural se encuentra dentro de la comunidad, puesto que se podría decir que la comunidad hoy existente se asentó sobre los vestigios de lo que un día fue un importante centro de la cultura Manteña.

El acceso hacia lo que se podría denominar ruinas arqueológicas, es limitado y muy difícil de ingresar en la época invernal, existen senderos pero en su mayoría de uso de la comunidad con fines de movilización del ganado caprino que se cría en el lugar.

Hablar de demanda real del atractivo es complejo, dado que por la condiciones del lugar la puesta en oferta aun no es una realidad, se podría hablar de demanda potencial.

El recurso cultural se encuentra algo deteriorado con posibilidades de recuperación, es en este sentido que, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural junto con la comunidad, están trabajando en un proyecto de conservación del recurso cultural de la localidad, no obstante, lo que vuelve complejo la preservación del recurso es que la tenencia de las tierras es de propiedad privada, pública y comunal y aún no se establecen convenios que permitan la apropiada preservación del mismo.

Lastimosamente, no existen aún restricciones, regulaciones o políticas para el uso responsable del recurso cultural, sin embargo, existe una profunda preocupación por gran parte de la población local, que han visto en este recurso un potencial atractivo turístico.

Se vuelve importante mencionar que, el recurso cultural no es visible a simple vista, dado que para llegar a él, se debe primero bajar un pequeño risco, atravesar un río seco la mayor parte del año y por último subir una pendiente, se complica aún más el acceso, puesto que no existe ningún tipo de señalización turística y los senderos son conocidos únicamente por los pobladores de la localidad. No obstante, el lugar es apropiado para ciertas actividades recreativas tales como: caminatas, visitas guiadas, observación de flora y fauna, conocimiento antropológico, entre otros.

Al momento la pesca es la principal fuente generadora de divisas, la idea base es convertir a Ligüiqui en el mediano plazo en un destino que oferte turismo cultural, puesto que el componente histórico-arqueológico se presta para tal, sumado a la oferta de sol y playa y posibles ecolodges (hoteles ecológicos) que se proyecten montar, dando así la facilidades que el turista necesita.

LA PILA, DESTINO ARTESANAL Y CULTURAL DE MANABÍ

Ubicada aproximadamente a 10 minutos de Montecristi y a 30 minutos de Manta, en la vía a Guayaquil, se encuentra la parroquia rural La Pila, antiguo asentamiento Manteño allá por los años 500 a 1500 D.C. en el periodo de Integración de la prehistoria ecuatoriana, cuna de artesanos milenarios y gente amable, característica nata de los manabitas.

La parroquia rural La Pila debe su nombre a una vertiente de agua natural o pozo, la que ahora forma parte del complejo de aguas termales del lugar, que a su vez abastece a una piscina y que antiguamente fue un lugar sagrado que recibía ofrendas. Se cree que fue descubierta por vaqueros que perseguían su ganado extraviado y que en varias ocasiones lo encontraron bebiendo agua en dicha pileta. Se radicaron en el sitio al que nombraron Chivive, por la gran cantidad de chivos existente en los alrededores. Por años la necesidad de generar dinero ha motivado a gran parte de las comunidades del país a buscar fuentes generadoras de dinero distintas a las cotidianas, lo que ha dado paso al uso de los recursos aledaños de fácil acceso, como lo es la arcilla, que tras un complejo proceso es convertida en réplicas preciosas de antiguos figurines y objetos del quehacer diario de nuestros antepasados como ollas y hornos.

Uno de los tantos atributos que hace especial a La Pila, es la capacidad para captar turistas pese a su inexistente cama hotelera y servicios turísticos, puesto que es considerado un destino “de paso”, lo que deja en claro que los destinos que poseen componentes históricos – culturales y en el caso de La Pila el recurso artesanal, son capaces de despertar el interés en los mercados locales, nacionales e internacionales, es importante destacar que los turistas sobre todo aquellos alocéntricos (que buscan variedad, cosas nuevas, aventura), son fácilmente atraídos por dichos atractivos, tal

afirmación es fácil de comprobar con el arribo masivo de cruceristas (persona que realiza un crucero) al sitio de interés, lo que genera ingresos económicos considerables a la comunidad, se debe tomar en consideración que no solo se está hablando de ofertar objetos artesanales, sino más bien aprovechar el mismo proceso de manufactura, de tal forma que el turista tenga la opción de involucrarse en el proceso de fabricación, se habla entonces de turismo vivencial.

La Pila es un claro ejemplo que Manta debería replicar, aprovechar el componente histórico – cultural que se posee, de tal forma que la oferta turística sea diversificada, que ferias artesanales no solo se desarrollen en época de cruceros, sino más bien que se mantengan de forma perenne como una oferta turística que caracterice a la ciudad. De a poco, La Pila se ha convertido en un referente manabita cuando se habla de turismo artesanal, la oferta es muy variada, desde réplicas, hamacas, objetos para el hogar, sombreros, son parte de la amplia gama de productos que se pueden adquirir en el lugar.

MUSEOS

Según el ICOM (Consejo Internacional de Museos), los museos son entendidos como; “una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo”.

Tal definición, convierte a los museos en el lugar idóneo para ilustrar a propios y foráneos respecto al valor del patrimonio cultural de nuestros pueblos, sumado a que se convierten en un importante atractivo turístico de las ciudades, y un laboratorio para estudiantes de turismo y otras ramas, que pueden desarrollar practicas pre-profesionales y pasantías en estos apropiados lugares. En este sentido, Manta, muy aparte de poseer un valioso y cuantioso patrimonio cultural, posee 4 museos, 3 en el casco urbano y 1 en la zona rural de la Comuna de Pacoche. El museo Centro Cultural Manta, ubicado frente a la playa el Murciélagu, antes Museo del Banco Central del Ecuador, el escenario donde se exponen piezas únicas de las diferentes culturas de la prehistoria ecuatoriana, desde el periodo Formativo (2500 a 1500 A.C.), hasta el periodo de Integración (500 a 1500 D.C.), a esto se suma la bella exposición de arte contemporáneo, que le da un valor agregado a la visita.

Otro de los muesos, es el Museo Etnográfico Cancebí, que como lo indica su nombre, permite conocer 2 de las etnias propias de la costa Manabita, el Cholo Manteño y el Montubio, en el lugar existe además una atractiva exposición de objetos republicanos. Existe también un museo de iniciativa privada, el Museo Zamver, aunque no se identifica con el patrimonio cultural propio de los manabitas, es un escenario donde se pueden observar los distintos procesos productivos de joyas y piedras preciosas.

En la zona rural, nos encontramos con el Museo Pacocha Dr. José Reyes Cedeño, que responde a una simbiosis entre el museo universitario de la Uleam y el museo Pacocha de la comunidad que lleva el mismo nombre, en este espacio se expone al igual que en el Museo Centro Cultural Manta, piezas únicas de las diferentes culturas de la prehistoria ecuatoriana, y a esto se suman una exposición etnográfica y de objetos republicanos.

En este contexto, por años, la ciudad de Manta se ha posicionado e identificado turísticamente con la famosa silla en forma de U o silla Manteña, la encontramos en bibliografía, fotografías y hasta como imagen del GAD Manta, no obstante, y salvo mejor criterio, la silla U, es un recurso cultural que se debe potenciar más, que debe ser parte importante de todos los museos de la ciudad, que no le pase a Manta como le pasó al Ministerio de Turismo y las empresas privadas que invirtieron tiempo y recurso en la ruta del Spondylus, y con lo bien que se posesionó con el marketing que se hizo, todo aquel que escuchaba sobre la ruta quería probar Spondylus, sin embargo, no consideraron que esta especie de bivalvo está todo el año en veda, y su pesca es prohibida, por lo que únicamente nos queda contentarnos con la historia, y digo que no le pase algo similar a Manta, porque se habla tanto de la silla Manteña y no tenemos un lugar donde se le dé la importancia que merece.

MUSEO PACOCHA DR. JOSÉ REYES CEDEÑO

El museo Pacocha Dr. José Reyes Cedeño, en su momento solo Museo Pacocha, nace como un pedido de la comunidad de Pacoche ante la construcción de la carretera que pasaría por el lugar, se propuso al contratista de la obra la opción “ganar-ganar”, permitirían la construcción de dicha vía siempre y cuando se proveyera a la comunidad un lugar donde exponer los objetos arqueológicos encontrados en los alrededores, aquella petición la hacen en aras de motivar la afluencia de turistas, con la noble visión de generar divisas que aporten al desarrollo económico local.

Luego del terremoto del 16A, varias edificaciones de la ULEAM se vieron seriamente afectadas, por lo que en algunos casos hubo que demolerlas, entre ellas el edificio donde funcionaba rectorado, secretaría general y el museo Dr. José Reyes Cedeño, las piezas del museo corrieron con mucha suerte al no presentar daños, lo que se pudo confirmar luego de hacer una constatación del acervo cultural. Es en este espacio de tiempo, luego de la catástrofe, que se concibe la idea de formular un convenio tripartito entre ULEAM, GAD Manta y GAD Santa Marianita, que permitiera movilizar los objetos del museo universitario hacia la estructura que poseía la comuna de Pacoche por un periodo de 5 años en calidad de comodato.

Antes de esta simbiosis, el Museo Pacocha estaba la mayor parte del tiempo cerrado, puesto que no había personal, bienes muebles, o algún profesional que pudiera hacerse cargo administrativamente, esa imagen cambió una vez que a través del personal administrativo y docente de la Facultad de Hotelería y Turismo-ULEAM, se logró montar todo el andamiaje que ahora existe, de acuerdo a cifras proporcionadas por el Jefe del Museo, al momento se recibe mensualmente entre 700 a 800 visitantes, lo que aporta a dinamizar la economía de la localidad, a esto se suma que el museo es

para los estudiantes de turismo de la ULEAM un espacio idóneo para realizar prácticas pre-profesionales y pasantías, lo que ha ayudado a que los estudiantes compartan los conocimientos adquiridos en los salones de clases con las personas de la localidad que han visto en el turismo una fuente sostenible de ingresos.

Aunque se puede hacer mucho más por las zonas rurales de Manta, en visión de establecer al turismo como una potente actividad generadora de divisas, acciones como éstas, son las que realmente aportan a la difusión y conocimiento del patrimonio natural y cultural de las zonas rurales, que desde la óptica de los entendidos en turismo, son los principales atractivos del cantón. Es loable el accionar de las autoridades universitarias de la ULEAM, del GAD Manta y GAD Santa Marianita al proveer los materiales, instrumentos y talento humano para que este tipo de iniciativas, que se pueden considerar aportes a los procesos de vinculación con la sociedad, sumen verdaderamente al desarrollo local. Descubramos nuestra cultura, visitemos el Museo Pacocha!

MUSEO PACOCHA, UNA PUERTA HACIA EL TURISMO COMUNITARIO

Las zonas rurales de Manta, prestan las condiciones idóneas para la práctica de distintos tipos de turismo, entre éstos el turismo comunitario, entendido como un modelo de desarrollo sostenible, que busca integrar una óptica de tres variables base; social, económica y ambiental, que estructuran los modelos sostenibles, persiguiendo la participación principal de los actores locales de los sitios de interés, a través de la creación de procesos de participación integral, capaces de generar beneficios a la comunidad. (Alcívar & Freire, 2017)

La Comuna Pacoche, se encuentra a 35 minutos de Manta, convirtiendo esta cercanía en una ventaja competitiva en relación a otros sitios de interés de las zonas rurales. Aunque el turismo no es un pilar base de la economía local, no es una tendencia nueva, puesto que desde el año 1998, año en el que se inauguró la infraestructura donde funciona el museo, se ha tratado de motivar el turismo hacia el lugar. El traslado del Museo Dr. José Reyes Cedeño de la Uleam hacia el Museo Pacocha, abre una importante puerta y un primer paso hacia la organización turística comunitaria, se podría comparar a lo hecho en la Comuna de Agua Blanca-Puerto López, que a raíz de investigaciones de Colin McEwan, María Isabel Silva y Chris Hudson (1977), y con el ánimo de motivar la afluencia de turistas, inauguraron un museo in situ en el año 1990.

Es importante mencionar que la existencia de un museo, que si bien es cierto al momento atrae alrededor de 700 a 800 personas mensualmente (cifra proporcionada por el jefe de museo) y que da una ventaja competitiva más, no determina un todo, menos un beneficio equitativo a la comunidad, que sin duda alguna aún debe organizarse, desarrollar estrategias y productos que se acoplen al medio local y a las necesidades

del turista, de manera que cuando exista un beneficio generado en base a la llegada de turistas, este sea equitativamente compartido, beneficiando al colectivo en su total.

Es en este sentido que Aguirre (2007), expone: no hay duda que cuando el patrimonio cultural-histórico, se une al desarrollo turístico, el turismo puede hacer una contribución importante al desarrollo económico de los sitios de interés, el problema parece estar en las limitaciones reales que las comunidades tienen para poder hacerse cargo del proceso, mantenerlo, gerenciarlo, y además que este se adapte al mercado, desarrolle los espacios lúdicos atractivos y, en especial, que todo lo anterior se logre en un contexto de sostenibilidad ambiental y turística.

Es en éstas limitaciones que se deben ahondar esfuerzo para superarlas, una atractiva opción es a través de proyectos de vinculación con la comunidad liderados por la Uleam, se podrían desarrollar procesos para determinar funciones dentro de los grados jerárquicos, desarrollar productos turísticos que diversifiquen la oferta actual, capacitar al talento humano considerando que es el capital más importante dentro de la actividad turística y que a través de éste, la comunidad de forma autónoma administre los recursos que posee, reconfirmando así lo estipulado en el PLANDETUR 2020 “la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, la revitalización de sus culturas y la dinamización de sus actividades productivas”.

COJIMÍES, ENTRE FESTIVALES Y LA ESTACIONALIDAD

La parroquia rural de Cojimíes, perteneciente al cantón Pedernales, es bien conocida por el internacionalmente posesionado “Festival de la Corvina”, que se desarrolla cada año en el mes de agosto, y al que se dan cita cientos de participantes y turistas, es importante mencionar que este evento responde a una planificación y campaña de promoción (con alta inversión económica) sobre todo por parte de las autoridades locales (concejales rurales y presidente de junta parroquial), quienes ahondan esfuerzos por captar turistas en esta fecha específica.

He llegado a leer en algunos sitios web, que tanta es la afluencia de turistas, que en varias ocasiones se ha doblado a la población de aproximadamente 7000 habitantes, lo que se interpreta como 14000 turistas, dicho esto, nacen interrogantes ¿Existe suficiente cama hotelera? ¿Está el talento humano capacitado para recibir tal cantidad de turistas? ¿Cuál es la capacidad de carga del sitio?

Cojimíes se ha venido posicionando a nivel país como un destino de sol y playa, los turistas lo visitan en feriados y en el referido festival ¿Qué ocurre el resto del año? ¿Acaso existe tal afluencia de turistas fuera de fechas específicas y feriados?, aunque no se tienen cifras oficiales, dado que no existe un ente que compile las estadísticas de llegadas de turistas, a simple vista es fácil afirmar que el panorama es otro, en definitiva a Cojimíes arriban los turistas en feriados, festival y vacaciones de la sierra, que desde mi óptica y la de otros profesionales, se interpreta como estacionalidad. La estacionalidad turística es un fenómeno que se produce cuando se concentran una gran cantidad de viajeros en un mismo destino turístico en cierto periodo del año, por alguna circunstancia como los periodos vacacionales, y que puede repetirse periódicamente. La estacionalidad

tiene sus pro y contra, sus pro porque obliga a los destinos a desarrollar estrategias y productos distintos a los cotidianos, de manera que se diversifica la oferta, el lado negativo es que los visitantes se reducen en gran número por la falta de actividades o productos turísticos.

El fin principal de este escrito, es llamar a la reflexión a quienes hacen o al menos tratan de gestionar a Cojimíes turísticamente, sin bien es cierto que enfocar esfuerzos de promoción y recurso económico en el festival de la corvina, genera una considerable llegada de turistas, por ende divisas económicas, no es menos cierto que los recursos sobre todo económicos en cierta parte se podrían destinar a capacitar a todos los actores de la escena turística local, predestinar una parte al desarrollo de estrategias y nuevos productos, desarrollar alianzas estratégicas entre sector público y privado. Se debe entender y dejar en claro que, la cantidad no representa dinero, que el festival de la corvina no lo es todo, que se debe trabajar planificadamente para que el destino sea capaz de captar turistas los 365 días del año y más importante aún, no solo en fechas específicas.

COJIMÍES, FESTIVAL GASTRONÓMICO Y ARTESANAL DEL COCO 2018

En la parroquia rural Cojimíes, cantón Pedernales, tendrá lugar el décimo quinto “Festival Gastronómico y Artesanal del Coco 2018” el 31 de marzo, evento que invita a propios y foráneos a disfrutar de la gastronomía típica de la zona y las cálidas aguas de la costa norte manabita.

Cojimíes es un destino turístico para distintos segmentos de mercado, sol y playa es la principal oferta, a esto se suma la práctica de pesca deportiva y deportes acuáticos, el acceso hacia el lugar se puede realizar vía terrestre y marítima, y una de las ventajas competitivas es la cercanía con la capital del Ecuador, Quito y su aeropuerto internacional (5 horas aproximadamente), lo propio con la ciudad de Manta y su aeropuerto (3 horas aproximadamente).

El referido evento, consta de algunos ejes temáticos y concursos a desarrollar, en los que participan familias y empresas dedicadas a la producción cocotera, artesanos locales, restaurantes y candidatas a reinas del festival, algunos de los concursos organizados son: selección del coco seco más grande, coco verde con mayor capacidad de agua; racima de coco en dos categorías: que contengan mayor coco manila y criollos, coco loco mejor añejado, mejor plato típico a base de coco, mejor postre a base de coco y mejor artesanía con la materia prima del coco.

Se vuelve importante mencionar que, la producción cocotera de la zona es una de las principales actividades productivas-económicas, que acoge a unos cientos de trabajadores locales y que, a lo largo de los años ha permitido a Cojimíes poseer un corredor turísticos de palmeras de aproximadamente 17 km, recurso natural que junto con las extensas playas forman un paisaje paradisiaco, que lo convierten en lugar propio para disfrutar de puestas de sol únicas y deportes acuáticos.

No obstante, lo más importante del evento en mención, es la capacidad para generar divisas a las pymes locales (hoteles, restaurantes y operadoras turísticas), a los guías turísticos, pangueros y los trabajos indirectos que derivan de las actividades turísticas. Por otro lado, es una oportunidad para promocionarse a nivel local y nacional, aporta también a la panificación y regulación de estándares de calidad de las pymes, y sobre todo, permite observar la capacidad de gestión de la supra-estructura cantonal y parroquial.

En este feriado nacional de Semana Santa, Cojimíes es una opción a considerar para disfrutar los días asuetos en familia y grupo de amigos, la cama hotelera abastece la demanda y las actividades ocio, relajación y turismo son diversas.

TURISMO EN MONTECRISTI, ¿QUO VADIS?

La idea de “turismo = dinero”, se ha posesionado muy bien, desde los cabildos comunales hasta las autoridades nacionales, hacen cualquier cosa por atraer turistas, no obstante, el afán por generar dinero trae consigo complicaciones, y una de las principales causas es la inexperiencia en materia turística y, por otro lado, el desconocimiento del valor que aportan los recursos naturales a los sitios de interés.

En el argot popular, es muy común escuchar la frase; “no se sabe lo que se tiene hasta que se pierde”, sin embargo, en muchos casos se sabe lo que se tiene, muy penosamente una linda ciudad como Montecristi, llena de historia, tradiciones, cultura y gente muy acogedora, está dejando perder lo que por siglos la ha caracterizado, el Cerro Montecristi, cuyo valor no solo se remonta a un recurso natural capaz de generar interés en turistas, sino más bien a la identidad de las personas locales, quienes ven en éste no únicamente un recurso natural, sino que, sienten y hacen suya la responsabilidad de asegurar la armonía del mismo.

De que le sirve a una ciudad y sus autoridades hablar de turismo y todos los beneficios que éste llega a producir, de que vale tanta inversión en promoción, de que vale que lleguen turistas al lugar promocionado, si lo más básico se está descuidando, y es que, es más fácil para las autoridades municipales convertir en cantera al Cerro Montecristi y extraer material pétreo que les genera beneficio económico inmediato, que fortalecer el capital humano involucrado en la actividad turística y mantener una visión sostenible en el mediano y largo plazo.

No es una denuncia, son varias las denuncias de cómo se están depredando las faldas del cerro Montecristi, a lo que las autoridades callan, que no pase lo mismo que a Cerros de Hoja y Jaboncillo, donde lastimosamente es

irremediable el daño ambiental ocasionado por las canteras, lo que más entristece, sin ser subjetivo, es que éste fue lugar que sirvió como centro ceremonial de una de las culturas más importantes de la prehistoria ecuatoriana, la cultura Manteña, lugar que guarda historia y patrimonio, y que aunque visible su daño, las autoridades siguen callando, que no le pase a Montecristi como a Manta y su hermosa playa de Tarqui, devastada por la contaminación.

Los pobladores de las zonas aledañas al cerro, han denunciado en repetidas ocasiones ante el MAE y el GAD Municipal de Montecristi el daño ambiental, que afecta no solo al turismo, sino también a las especies del lugar, ya que por años el cerro ha sido refugio de venados, guacharacas, varias especies de aves y obviamente la abundante flora del lugar. Pese a las denuncias, la actividad extractiva continúa y nos queda por preguntar, el turismo en Montecristi ¿hacia dónde va?

“Una sociedad se define no sólo por lo que crea, sino por lo que se niega a destruir” – John C. Sawhill

LOS FREELANCE EN EL TURISMO

Para tener una idea clara de lo que vamos a tratar en este escrito, es necesario conocer el origen etimológico y el significado de la palabra “Freelance”.

En este contexto, la etimología de la palabra deriva del término medieval inglés usado para un mercenario (free = libre y lance = lanza), es decir, un caballero que no servía a ningún señor en concreto y cuyos servicios podían ser alquilados por cualquiera.

Según el diccionario de la RAE (2018), freelance es; “dicho de una persona que trabaja independientemente en cualquier actividad”. Aplicado al sector turístico hacemos referencia a personas que se dedican actividades de libre ejercicio como la guianza turística, operaciones turísticas, asesores de viajes, entre otros. En la industria turística y sobre todo la ecuatoriana, donde tanto los salarios como los empleos son limitados y los profesionales y estudiantes de la rama turística buscan oportunidades laborales que les permitan ganar experiencia y por ende dinero, ven una opción práctica en las actividades freelance, sobre todo por la comodidad que éstas ofrecen, dado que tiene sus ventajas con relación a un trabajo formal, por ejemplo: no tienes jefe, ya que eres tu propio jefe, solo tienes clientes para los cuales brindas tu servicio. Gracias a la tecnología puedes trabajar desde cualquier lugar, como desde la comodidad de tu hogar. No tienes que cumplir con un horario laboral, ya que tú mismo lo creas. Las ganancias son más equitativas en relación a las horas de trabajo.

En nuestra ciudad puerto, donde hay un auge continuo de turistas hacia la ciudad, se abre una importante puerta de oportunidades para los trabajadores freelance, por citar un ejemplo, de acuerdo a cifras publicadas por el GAD Manta, en el último feriado de carnaval se dieron cita a la ciudad

300 mil turistas, me atrevo a afirmar que la mayoría de personas de este grupo bastante numeroso, no viene a visitar la ciudad dentro de un paquete o programa planificado, es entonces la oportunidad de los freelance, pueden crear grupos por precios accesibles y dirigirlos hacia los atractivos turísticos dentro del casco urbano, o en su efecto hacia las zonas rurales, se vuelve necesario dejar en claro que la mayoría de actividades freelance dentro del sector se realizan en calidad de guías de turismo.

En este sentido, los profesionales y estudiantes de nuestra ciudad poseen una ventaja competitiva en relación a otras ciudades en cuanto a guianza se refiere, puesto que la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, si bien no forma guías de turismo, considera en la malla curricular de la carrera de turismo, la asignatura “Técnicas de guiar”, la cual permite a estudiantes adquirir los conocimientos necesarios, a través de las practicas pre profesionales y pasantías realizadas en museos de dentro y fuera de la ciudad. Tal es la importancia de la asignatura, que en muchos casos la primera experiencia laboral de los estudiantes en la industria turística, es vivida como “guías de turismo freelance”.

TERMINAL TERRESTRE COMO IMAGEN TURÍSTICA

De acuerdo a Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2008), artículo 61, los terminales terrestres, puertos secos y estaciones de transferencia, son entendidos como; servicios conexos de transporte terrestre, buscando centralizar en un solo lugar el embarque y desembarque de pasajeros y carga, en condiciones de seguridad. Claramente, la imagen que menos irradia la terminal de nuestra ciudad puerto es seguridad.

Tal afirmación se hace luego de una revisión general de la terminal, donde a simple vista se detecta; la vía de ingreso a la terminal presenta hoyos gigantes, buses parqueados a ambos lados, un reducido espacio para transitar, espacio insuficiente para la cantidad de buses que parten y arriban a la ciudad, condiciones de insalubridad en los locales de los prestadores de servicios de alimentación y baños en pésimo y vergonzoso estado, sumado a que como en la mayoría de instituciones públicas existe un cobrador de servicios, lo que deja aún mucho más que decir sobre la pésima imagen de la terminal de la ciudad.

Tan limitado es el espacio, que ciertas cooperativas de transporte se han visto en la obligación de crear sus propias terminales, quizás conectoras de que la imagen que el usuario percibe, influye mucho en la decisión de adquirir o no los servicios de transporte que brindan las cooperativas.

El lector se preguntará ¿qué papel juega la terminal terrestre en la imagen turística de la ciudad? Para entender esta parte definamos que se concibe por imagen turística, según Murphy (2000) afirma que la imagen incluye la percepción personal de los múltiples componentes del destino turístico, y por su parte Bigné (2001) aporta que la imagen de un destino turístico es la apreciación global del turista acerca del lugar.

La importancia de la imagen de una terminal terrestre, radica en que la mayoría de arribos de turistas nacionales (turismo interno), se hace vía terrestre, por lo que la primer impresión al bajar del bus es la de la terminal y llegar a un lugar en las condiciones antes mencionadas, seguramente influirá en la toma de decisión a la hora de seleccionar a Manta como próximo destino para hacer turismo. Son limitaciones como éstas, en los servicios, que las autoridades deben resolver a priori, de manera que en el corto o mediano plazo la ciudad puerto sea capaz de inspirar a ser visitada.

ECUADOR EN LOS WORLD TRAVEL AWARDS (WTA) 2017

¿Qué son los World Travel Awards? Los WTA por sus siglas en inglés, son considerados los “Premios Oscar del turismo”, organizados anualmente por el diario estadounidense The Wall Street Journal y cuentan con una larga trayectoria en el reconocimiento de destinos turísticos, agencias de viajes y hoteles.

La noche del pasado sábado 9 de septiembre, en el Hard Rock Hotel de la Riviera Maya, se desarrolló la vigésima cuarta edición de los World Travel Awards edición Sudamérica. Ecuador, que había sido nominado en 26 categorías, obtuvo un total de 14 premios, convirtiéndose en el país más ganador y rompiendo records en obtención de este tipo de reconocimientos.

Algunos de los galardones obtenidos fueron: como aeropuerto líder de Sudamérica 2017; El Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (Quito), como destino de playa líder de Sudamérica 2017; las Islas Galápagos, como destino de vacaciones líder de Sudamérica 2017; Cuenca.

Este tipo de reconocimientos internacionales deben producir gran orgullo al colectivo en general, pero sobre todo deben ahondar en las mentes de aquellos gestores del turismo de la ciudad, de manera que se motive a lograr objetivos cada vez más altos, cuanto placer produciría ver a Manta nominado y más aun haciéndose acreedor a uno de estos galardones.

Aquella visión no es utópica, claro que depende mucho de la dedicación, responsabilidad y saber con el que se trabaje para lograr objetivos planteados. Manta es una ciudad que no puede, ni debe estar a la expectativa de recibir cierto número de cruceros en el año y que tales llegadas de turistas generen divisas esporádicamente, debemos preocupar

captar turistas los 360 días del año, y eso se logra con trabajo planificado, socializado y sobre todo talento humano capacitado.

En virtud de los logros alcanzados por Ecuador, los WTA del 2018 tendrán como sede nuestro país. Las autoridades locales de Manta, hoteleros, cámara de turismo, agencias de viaje y operadoras, guías locales, tienen un momento para actuar eficazmente, ¡ese momento es ahora!

GUÍA DE TURISMO

El libro “La guía del guía” (Álvaro, 2010), provee una definición objetiva de guía de turismo, a saber; el guía de turismo es la persona que se encuentra técnica y humanamente capacitada para dirigir, informar, recrear, animar y conducir a turistas, con el fin de dar a conocer un sitio y hacer más agradable su estadía en él. Existe una clasificación extensa para los guías de turismo, en este escrito se abordarán las reconocidas en el Reglamento de Guianza Turística del Ecuador (2016).

Tal reglamento reconoce: guía local; es la persona natural que tiene conocimiento y experiencia para proporcionar a los visitantes información detallada respecto del valor turístico natural/cultural de los sitios asignados a tal uso. Guía nacional; es la persona natural que ha obtenido mínimo su título profesional de nivel técnico superior a través de una institución de educación superior, que conduce y dirige a uno o más visitantes, para mostrar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional. Guía nacional especializado; es la persona natural que tiene conocimiento y dominio en una actividad específica (patrimonio turístico o aventura) conforme a las competencias que definan a cada especialidad.

En la ciudad se han dictado varias capacitaciones para guías locales, iniciativas que no deberían perderse, puesto que la importancia del personal de contacto (guías, informadores, tour líder, etc.), radica en los medios, técnicas y materiales que utilice en la guianza y que le permitan mostrar al turista los atractivos y productos turísticos, así como también los recursos naturales o culturales que posee la ciudad, un guía de turismo tiene la capacidad de hacer que un recorrido sea el mejor o el peor de acuerdo a la impresión que se lleve el turista, y tal impresión puede dar un

calificativo a la ciudad o empresa para la que trabaje, motivo por el cual la guianza debe ser realizada por talento humano capacitado.

En este sentido, Manta posee una ventaja competitiva en relación a otras ciudades, puesto que la Facultad de Hotelería y Turismo de la ULEAM, si bien no forma guías de turismo, considera en la malla curricular de la carrera de turismo, la asignatura “Técnicas de guiar”, la cual permite a estudiantes adquirir los conocimientos necesarios, a través de las practicas pre profesionales y pasantías realizadas en museos de dentro y fuera de la ciudad. Tal es la importancia de la asignatura, que en muchos casos la primera experiencia laboral de los estudiantes en la industria turística, es vivida como “guías de turismo”.

CRUCEROS

La ciudad de San Pablo de Manta, recibe alrededor de 20 cruceros anualmente, y el debate en torno a los beneficios económicos o la utopía que representa tal actividad se enciende, varios profesionales del sector turístico y de las ciencias económicas y administrativas tienen criterios divergentes respecto a cuán beneficiosa económica, ambiental y socialmente es tal actividad para la ciudad.

En este sentido, existen algunos aspectos que deberíamos evaluar para conocer un poco más a profundidad sobre el debate en relación a la actividad, en tal virtud y con ánimo de esclarecer tal situación, me permito plantear una primer pregunta; ¿Existe normativa que regule formalmente y exponga que los servicios de shuttle (transportación) sean prestados exclusivamente por empresas de la ciudad?, con esto, no hago desmerecer a las operadoras y empresas foráneas, la cuestión es que, si los cruceros arriban a Manta y el objetivo es dinamizar la economía y beneficiar a las empresas locales, el referido servicio debería ser proporcionado por empresas de la ciudad, ese debería ser un primer punto a normar, ya que las grandes empresas de fuera de la ciudad, traen “amarrado” dicho servicio desde antes de que los cruceristas toquen el puerto, entonces ¿de qué beneficio económico para Manta hablamos?

Por otro lado, la Plaza Cívica de la ciudad es utilizada para montar una feria de artesanías cada vez que arriba algún crucero a la ciudad, en este sentido, nos encontramos con otra interrogante ¿cuántos de esos locales de artesanía son de pymes Mantenses?

El objetivo de éste escrito no va ligado a la crítica, sino más bien a la reflexión, se tienen cifras de arribos, tanto de turistas como de tripulación del crucero, sin embargo, los puntos importantes a considerar deberían ser;

¿Cuántos de estos turistas bajan del barco y hacen uso de los servicios locales como; guianza, restauración, entre otros? ¿Qué ente u organismo realiza dichos estudios?, el asunto, es que no se trata únicamente de publicar una cifra de arribo como comúnmente lo hace el MINTUR o la Dirección de Turismo, es fácil decir *“El puerto de Manta recibió dos cruceros, el pasado 14 de marzo como parte de la temporada de cruceros 2017-2018. Los cruceristas disfrutaron de los atractivos naturales, gastronomía y la amabilidad de la gente manabita que enamora a los viajeros con su cultura”*. Los puntos de interés a saber deberían ser ¿cuánto dinero nos están dejando esos arribos? ¿Qué impacto ambiental se genera por el arribo de barcos tan grandes? En días pasados se entregaron oficialmente las obras de dragado del puerto, con una inversión de 4.8 millones de dólares según el Ministro de Transporte y Obras públicas, y el MINTUR manifestó que; *“Esta obra coloca a Manta entre los mejores destinos para cruceros, un sector de turismo importante para el país”*. Una vez que hemos planteado algunas interrogantes, queda para la reflexión ¿Es realmente beneficiosa dicha actividad para el sector turístico local o únicamente responde a algún tipo de posicionamiento de imagen?

“El turismo es un derecho, y el acceso a él debe estar garantizado para todos los ciudadanos”. - Taleb Rifai.

CASINOS

Dentro del fenómeno turístico, se integran algunas actividades de entretenimiento para turistas, es el caso de los casinos, un tema de intenso debate en nuestro país, puesto que en el año 2012 fueron clausurados totalmente, luego de la consulta popular del 07 de mayo de 2011 y llevada a cabo en el anterior periodo presidencial, el ex presidente consultaba a la población si estábamos de acuerdo que en el país se prohíban los negocios dedicados a juegos de azar, tales como casinos y salas de juego, sosteniendo que tal actividad se podría prestar para acciones ilícitas como el lavado de dinero, a lo que el pueblo ecuatoriano respondió afirmativamente.

No obstante, se debe tener en consideración que en el mundo y especialmente en países como Estados Unidos, los casinos, más allá de ser un importante atractivo turístico, son parte esencial de la economía. Según un estudio realizado en 2014 por Oxford Economics, los casinos estadounidenses y las apuestas y espectáculos que se generan al interior de éstos, representan a la economía del referido país, un impacto de 240.000 millones de dólares y dieron empleo a 1.7 millones de personas. Eso incluye 38.000 millones de dólares en impuestos locales, estatales y federales que la industria dijo que pagó el año pasado en cuotas por apuestas, impuestos a la propiedad, impuestos por ingresos y más.

Según Alfredo Uquillas (2011), en su estudio denominado “Diagnóstico y análisis del impacto de los casinos en el Ecuador”, manifiesta que; en el Ecuador, los juegos de azar a diferencia de los países del orbe, no es una industria millonaria en la que se jueguen altísimas sumas de dinero, sino más bien es moderado el consumo, así, para 13 millones de habitantes hay 45 casinos de diferente categoría ubicados a lo largo y ancho de las diferentes ciudades del país, los cuales están controlados por el Ministerio

de Turismo, en el año 2008 aportaron al estado vía impuestos aproximadamente 2 millones de dólares y generaron al menos 2000 trabajos directos y 5000 indirectos.

Si se analizan las cifras económicas de manera comparativa entre Estados Unidos y Ecuador, es claro que la diferencia es abismal, no obstante, ese no es el objetivo de este escrito, sino más bien, considerar algunos aspectos favorables de esta actividad de entretenimiento turístico, a saber; los beneficios directos en materia de empleo ligados a la misma construcción de la infraestructura básica y turística, la operación y administración del casino, por otro lado se crean oportunidades en las áreas de servicios conexos asociados a la hotelería, la provisión de alimentos en restaurantes, las relaciones de consumo en zonas comerciales, la presentación de espectáculos, teatros y cines, incluso la plusvalía que se genera a las ciudades en donde se encuentran ubicados, lo que también influye en las tarifas de alquiler en las zonas cercanas al casino, a estos aspectos se suma también la diversificación de la oferta turística local y nacional.

Desde mi punto de vista, siendo bastante objetivo, son aspectos económicos y laborales importantes, que el estado ecuatoriano podría considerar para una hipotética reapertura de estos centros de entretenimiento turístico, reflexionando en que se debe crear una normativa que limite dicha actividad única y exclusivamente a los hoteles de lujo, de manera que el estado a través del MINTUR y demás entes pertinentes, pueda regular formal y estrictamente la actividad.

ARRIBO DE EXTRANJEROS AL PAÍS

Generalmente, para conocer si un país, ciudad o destino turístico es rentable turísticamente, se utilizan métodos de medición cuantitativos, que permiten definir número de arribos, Producto Interno Bruto (PIB), tendencias de empleos, aumento de gasto por turista, entre otros. Aspectos que sin duda alguna son importantísimos dentro de las economías, no obstante, en este escrito haremos especial énfasis en el arribo de extranjeros o turistas al país, y la concepción de dichos arribos como un indicador de crecimiento turístico.

En días pasados, un boletín de prensa del MINTUR, manifestaba que; “El arribo de extranjeros al país mantiene un crecimiento sostenido desde inicios del año. Así, entre enero y mayo de 2018, el incremento fue del 57% con la llegada de 952.488 personas, en comparación al mismo periodo de 2017, que recibió 606.680 visitantes”. Lo que se interpreta o deja a la interpretación es que en menos de medio año al país han arribado casi 1 millón de “turistas”. Quizá si en América del Sur, no existiera la migración de hermanos de los países próximos, esa noticia nos alegraría inmensamente y podríamos asegurar un crecimiento “sostenido”.

Como bien manifiesta Miguel Ledhesma (2018), comúnmente se cree que todo puede ser medido cuantitativamente: el rendimiento de un trabajador, la felicidad de las personas, la popularidad y parece que también, el éxito. Y en turismo, si tuvimos muchos turistas, muchas camas ocupadas, muchas ventas en los restaurantes, parece que ¡Nos ha ido de maravillas! Debemos ser conscientes de que los números pueden mentirnos: “Según recientes estadísticas, de cada tres niños que nacen en el mundo, dos son chinos” (Excepto en China donde los tres son chinos).

Pasa muy similar con las cifras que proporcionan los entes competentes, respecto al arribo de extranjeros al país, puesto que se consideran todas las llegadas sin excepción, es decir que, el INEC proporciona al MINTUR cifras generales, sin filtros, la tarea de este último, debería ser la de filtrar esas cifras, de manera que se conozcan datos reales de personas que están viajando por turismo específicamente.

Sin ánimos de causar polémica y con el debido respeto a nuestros hermanos migrantes, me permito citar los siguientes ejemplos; en las dos fronteras, Rumichaca con Colombia, Huaquillas en Perú, ingresan personas de los referidos países a diario, por distintas motivaciones, menos turísticas, y salen el mismo día, pregunta ¿debe ser tal acción considerada como arribo de turista? Por otro lado, como es de conocimiento general, existe migración de hermanos venezolanos y el INEC contabiliza esos ingresos también, por ende el MINTUR los menciona en sus números, la pregunta sería ¿cuántos viajan por turismo? En 2017 arribaron al país 1'617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016. Ahora bien ¿Cuántos hicieron turismo? Es eso lo que debería importarnos y la derrama que está dejando esa gente que si practica turismo. Si bien las cifras son importantes como una referencia y se muestran llamativas en los informes que se presentan al público, en definitiva, no las podemos considerar un indicador de crecimiento turístico, puesto que como ya se ha mencionado, no son claras mientras no se filtren.

CONGRESO NACIONAL DE TURISMO, MANTA 2018

No basta con hablar de Manta y sus potencialidades turísticas, es necesario tomar acciones en post de articular un trabajo integral entre el sector público, privado, profesionales y estudiantes del sector turístico, de manera que se generen estrategias, ideas y proyectos que coadyuven a posicionar turísticamente a la ciudad y a su vez a la provincia.

En este sentido, en días pasados tuvo lugar una primer reunión de trabajo articulada entre; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Empresas Privadas Discover Ecuador y Turistiqueros, Terminal Portuario de Manta, Dirección de Turismo del GAD Manta, Dirección de turismo del GAD Portoviejo, Cámara de Turismo de Manta, Gobierno Provincial de Manabí y la Asociación de Profesionales de Turismo y Hotelería del Ecuador, para la organización del "1er Congreso Nacional de Turismo 2018", evento a desarrollarse en el mes de noviembre con motivo de inauguración de la nueva terminal portuaria de cruceros.

El referido evento, tiene varios objetivos, entre ellos; hacer partícipes a todos los cantones manabitas, de manera que se puedan traer conferencistas internacionales con años de experiencia en el sector turístico, y, que lo aprendido en el exterior pueda ser replicado en la ciudad, beneficiando así a todas las organizaciones participantes. Por otro lado, se maneja la posibilidad de que el evento sea desarrollado dos años consecutivos en la ciudad, lo que permitiría al GAD Municipal de Manta, a través de la Dirección de Turismo, asignar una partida presupuestaria dentro del Plan Operativo Anual (POA 2019), buscando con esto, que la Dirección de Turismo desarrolle de manera autónoma el congreso cada año.

Manta necesita de este tipo de eventos académicos y a la vez empresariales, pero de la misma forma que se necesita abordar temas de manera teórica, es de carácter sine qua non llevarlos a la práctica, es decir, si dentro del congreso se abordan temas relacionados al paradigma de la sostenibilidad, se debería trabajar por ser una ciudad sostenible, no únicamente turística, sino ambiental, social y económicamente.

Hasta el momento, con la primera reunión que se mantuvo, se manejaron algunos aspectos, tales como; el alcance del evento, valores por participación, duración, y los compromisos adquiridos por cada uno de los organismos participantes.

La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a través de la Facultad de Hotelería y Turismo, se ha vinculado activamente en la organización y planificación del evento, no obstante la propuesta viene desde las empresas privadas Discover Ecuador y Turistiqueros, quienes han apostado por Manta en la inversión de tiempo, recursos y planificación, estamos seguros de que será un evento con un impacto positivo y que dará a Manta la oportunidad de posicionarse aún más en el mercado nacional e internacional.

DESTINOS TURÍSTICOS DE MANABÍ EN LETARGO

En el desarrollo de este escrito, existen dos variables importantes a conocer; los destinos turísticos, entendidos como lugares o zonas geográficas con facilidades, infraestructura y superestructura, que permiten al turista el disfrute y experiencia del mismo. Por otro lado, el letargo, término aplicado generalmente en el reino animal para referirse a un estado de adormecimiento e inactividad en que quedan algunos animales en determinadas épocas del año en que las condiciones del medio les son desfavorables.

Entendidas ambas variables, el título hace referencia a aquellos destinos turísticos de Manabí que se encuentran aún en un estado “pasivo”, es decir, que poseen recursos naturales y culturales, o que parecen ser atractivos a los turistas, pero que sin embargo, aún no están siendo gestionados turísticamente o al menos de forma correcta, lo que significa que no están siendo visitados. Tal situación se puede atribuir a la falta de interés de las autoridades gubernamentales y locales en la socialización y capacitación turística, desconocimiento de la actividad turística como eje dinamizador de la economía, falta de participación ciudadana en los planes de desarrollo y aún más profundo a mí parecer, la centenaria y arraigada idea de que Manabí es únicamente tierra de agro.

Debemos abandonar ese viejo chip, y producir un verdadero cambio de matriz productiva al menos en la provincia, las condiciones intrínsecas se prestan para tal; de norte a sur somos la provincia con las playas más extensas del Ecuador, sin embargo, ni los manabitas lo sabemos, dentro del territorio manabita existen 3 áreas protegidas que prestan las condiciones idóneas para la práctica de turismo sostenible y no lo estamos haciendo, existen tantas comunidades con recursos naturales y culturales esperando

ser pulidos y puestos a la venta, lo que abre un campo de posibilidades inmenso para el turismo comunitario, no obstante, el estado les sigue enseñando y martillando en las mismas prácticas agrícolas de siempre. La gastronomía manabita es un componente importante dentro de la gestión turística y no hemos podido hacer lo que México hizo, exportar su gastronomía al mundo ¿Dónde no venden un buen taco? Y ejemplos similares se podrían seguir citando, tanto se habla de “Ecuador, potencia turística”, y al parecer, estamos quedando solo en potencia sin ser convertida en acciones palpables que permitan la generación de un cambio verdadero de nuestra cadena productiva, parecería ser, que se desconoce la capacidad generadora y multiplicadora de beneficios que acarrea la práctica del turismo, teniendo como eje transversal las tres esferas de alcance del desarrollo sostenible; sociedad, ambiente y economía.

La propuesta principal de este escrito, es exhortar a las autoridades locales a la socialización del turismo dentro de los territorios manabitas que desconocen de sus beneficios, y a la vez mantener la capacitación continua del capital humano en los sitios de interés en etapa exploratoria, de manera que dentro del ciclo de vida del destino turístico no únicamente se queden en exploración, sino más bien que alcancen el desarrollo, consolidación y en su momento evitar el declive y apuntar al rejuvenecimiento del destino (ver ciclo de vida de los destinos turísticos).

¿ES EL TURISMO CIENCIA?

Existe todo un debate al respecto de la consideración del turismo como ciencia, algunos afirman que lo es, otros simplemente lo consideran una actividad, una industria, una disciplina, fenómeno social, etc. No obstante, y manejando el tema de manera muy objetiva y pragmática, podríamos decir que no estamos ante una industria, mucho menos una industria sin chimenea, afirma Ledhesma 2017; hablar de industria implica pensar en producto, en procesos, en maquinaria y el turismo es una actividad puramente social vinculada a la interacción entre los sujetos. Por otro lado, una disciplina para ser considerada ciencia, debe cumplir con dos aspectos importantes, a saber: debe tener definido un objeto claro de estudio, por ejemplo; todos sabemos que la biología es una ciencia, estudia la vida, está muy claro su objeto de estudio, en el caso del turismo ¿cuál sería el objeto de estudio? Se vuelve complejo definirlo, puesto que el turismo aglutina una serie de ciencias para su estudio, por ejemplo; la psicología, puede estudiar el comportamiento de los turistas, motivos y razones por las que el turista viaja, por otro lado los ambientalistas pueden estudiar el impacto ambiental positivo o negativo generado por la actividad turística, los economistas las cifras generadas por la actividad, y así otras ciencias. Como segundo punto, no existe un sólo método de estudio que conlleve a la comprobación, aspecto importante dentro de las ciencias.

Con motivo del debate y los nuevos paradigmas, se podría hablar del turismo como una actividad multidisciplinar o fenómeno social. Actividad multidisciplinar porque como se mencionaba en el párrafo anterior, es necesario de varias ciencias para su estudio y comprensión de manera teórica, incluso para la generación de conocimiento, y, aunque existe gran cantidad de bibliografía física y digital, si se la analiza a profundidad,

resulta que son estudios desde distintas ópticas de otras ciencias, ligados a la economía, desarrollo sostenible, administración, entre otros. Para referirnos al turismo en este debate, podríamos darle el tratamiento de fenómeno social ¿Por qué?

Bien, dentro del estudio del turismo, nos encontramos con la existencia del sistema turístico, concebido como un conjunto de acciones y de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo común, constituido por elementos como: la Oferta Turística, la Demanda Turística, el Espacio Turístico, los Operadores del Mercado y los Organismos reguladores del turismo. No obstante, el principal activo de este sistema es el sujeto (ser humano), como eje transversal donde confluye todo el fenómeno turístico, desde el traslado de personas hasta el disfrute y divulgación de la experiencia post viaje.

En los últimos años, es común escuchar los términos “turismólogo y turistólogo”, y esto ha creado la errada idea de considerar al turismo como ciencia, ya que ambos términos suenan “importantes”, sin embargo, turismólogo hace referencia al profesional que conoce, investiga, estudia y analiza el turismo en su totalidad, mientras que turistólogo se refiere al profesional que estudia al turista y sus distintas acciones de motivación, desplazamiento, uso y satisfacción del espacio turístico.

LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO

En la ciencia, y toda la ramificación existente de ésta, la investigación de nivel académico-científico forma un pilar importantísimo para lograr demostrar a través de métodos, materiales y técnicas, hipótesis y propuestas. En el turismo, aunque anteriormente ya hemos mencionado que no se cataloga como ciencia, sino más bien como fenómeno social, no es menos cierto que, la investigación de carácter científico ha permitido lograr avances y desarrollar estrategias que han coadyuvado a alcanzar objetivos concretos, sobre todo aquellos ligados a la sostenibilidad, y, ha sido tal el avance de la investigación en turismo, que se puede palpar en los distintos tipos de turismo que se practican actualmente.

Autores como José Quintero, (2014), afirman que; aunque el turismo como sector dinámico y con grandes perspectivas de crecimiento hace que muchos países, regiones y localidades vean en esta actividad una fuente importante de recursos económicos que les permite desarrollarse. No obstante, el crecimiento del turismo no va al mismo ritmo de una investigación científica que corrija, oriente y marque las pautas para un desarrollo sostenible del turismo que sea planificado, integrado, abierto, dimensionado, participativo, duradero y viable.

Aunque hasta cierto punto, es comprobable la afirmación del autor, puesto que el turismo crece a un ritmo casi incontrolable, no es menos cierto que, la investigación en turismo y de varios de los aspectos o componentes que lo integran, el caso de la cultura, tradiciones y todo el acervo patrimonial intangible, se ha acrecentado, y me permito afirmar aquello, puesto que docentes de la Uleam con años de experiencia, como la Lcda. Dallas Hormaza, maestra de la Facultad de Hotelería y Turismo, recientemente ha publicado una obra académica titulada “El rescate de la tradiciones en la

provincia de Manabí”, que como bien indica su nombre, busca rescatar nuestro patrimonio cultural intangible. Obra emblemática que todo manabita debería leer, sobre todo aquellos amantes de las tradiciones manabitas, teniendo en consideración que los atractivos culturales al igual que los naturales son el capital más importante que posee un sitio de interés y los principales atributos que el visitante desea conocer.

Por otro lado, tanto en nuestro país como en todo el globo, se han desarrollado y proliferan exitosamente las revistas científicas, muchas de ellas multidisciplinarias, lo que permite a profesionales, investigadores y público en general de la línea turística, indexar trabajos y resultados de investigaciones, en base de datos como; Latindex, Redalyc, Scielo, entre otras. Se pueden encontrar artículos relacionados al turismo y las nuevas tendencias, las TIC’s en el turismo, y los variados tipos de turismo existentes, entre otros.

En un contexto similar, el diario El Mercurio, decano de la prensa manabita, ha sido un espacio idóneo donde publicar parte de resultados de investigaciones con cierto rigor académico, lo que ha permitido a una buena parte de escritores e investigadores locales compartir sus criterios, experiencias, opiniones y vivencias en las distintas ramas de las ciencias y disciplinas, incluso del quehacer diario de los manabitas.

OTA's

Las Agencias de Viaje Online, OTA's por sus siglas en inglés (Online Travel Agencies), son en la actualidad el mecanismo más común para la compra de boletos aéreos, servicios hoteleros, paquetes turísticos, actividades turísticas, servicios de shuttle (traslados), seguros de viaje, entre otros, las personas tienen fácil acceso a una maquina con internet y, hacerlo desde la comodidad de la casa, ha revolucionado los métodos de compra online en el sector turístico.

Vivimos en un mundo tan globalizado y con tendencias que cambian de un día a otro, hace 3 años atrás, se hablaba del turista 2.0 y se hacía referencia a un turista cada vez más preparado, al día con las tecnologías, con capacidad de tener una idea del destino sin haberlo visitado, gracias a la información en la web, en otras palabras, ya no se hablaba del común de los turistas haciendo uso de las agencias de viaje para seleccionar un destino, ahora se habla del turista 4.0, parecería que evoluciona por año el concepto, pero no, va más allá, va ligado al uso de las TIC's.

El uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación), no solo ha revolucionado el sector turístico, sino que ha llevado a todas las ciencias y disciplinas a un nuevo nivel, donde el acceso a la información es menos restringido y la difusión de los avances en los distintos campos se hace a través de diferentes medios y a varios segmentos de los mercados globales. En este sentido, los destinos turísticos, las empresas del sector, sobre todo las agencias de viaje y todo aquello que participe del fenómeno turístico, deben adaptarse a los cambios, a las nuevas tendencias y paradigmas, que sin duda alguna continuarán su proceso evolutivo, como bien mencionaba Stephen Hawking; "La inteligencia es la capacidad de adaptarse al cambio".

Es cada vez menos usual, sobre todo en los viajeros más jóvenes hacer uso de una agencia de viaje, existen varios factores que limitan tal decisión; tener que movilizarse, pagar un fee de emisión o impuesto extra por la emisión del boleto aéreo, entre otros. Además, a las OTA's se tiene acceso desde el teléfono, se pueden crear usuarios y recibir promociones a diario, entre las OTA's más comunes se encuentran; TripAdvisor, Despegar, Kayak, Expedia, Booking, Trivago, entre otras.

Si bien es cierto que las OTA's prestan muchas facilidades a la hora de comprar, en nuestras sociedades aún existen países con restricción al internet o acceso limitado al mismo, lo que priva el acceso a éstas, y por otro lado, aún no se ha podido superar la seguridad que brinda comprar a una persona, a quien puedes ver y te proporciona la garantía de que en caso de que algo salga mal con la compra le puedes reclamar, cosa que a través del internet, más aun cuando se deben proveer datos de tarjetas de créditos o similares, produce cierto grado de inseguridad.

TURISMO ¿QUO VADIS?

Entender el turismo y las tendencias en torno a éste, no resultad muy fácil, primero porque al no ser considerado una ciencia, no tiene un método único y un objeto definido de estudio, lo que deja una cancha amplia de ciencias o disciplinas desde donde se lo puede estudiar, analizar o trabajar, y, aunque existe gran cantidad de bibliografía física y digital, si se la analiza claramente, resulta que son estudios desde distintas ópticas de otras ciencias. Algunos autores estudian el comportamiento de los turistas, que se podría ligar a la psicología y el comportamiento humano, otros autores se enfocan en los beneficios monetarios que llega a generar y podríamos entonces hablar de economía y ciencias administrativas, y es así, como el turismo puede ser estudiado desde distintas disciplinas o ciencias, lo que lo convierte en una industria o actividad cambiante y en constante evolución y mejora.

Es en este contexto, que estar al día con las tendencias tecnológicas, metodológicas, ambientales y sociales de las demás ciencias o disciplinas, representa una ventaja competitiva con relación al que no lo está, como afirman Marrero y Santana (2008); La idea de que competitividad y calidad son conceptos que van de la mano en turismo se fundamenta en la aplicación del concepto económico de ventaja competitiva a los destinos maduros y consolidados. La ventaja competitiva es la que disfrutarían aquellos productores que consiguen diferenciarse de la competencia, en contraposición a la ventaja comparativa, de la que se beneficiarían quienes son capaces de elaborar un producto a un coste más reducido.

Hace 2 años atrás, se hablaba del turista 2.0 y se hacía referencia a un turista cada vez más preparado, al día con las tecnologías, con capacidad de tener una idea del destino sin haberlo visitado, gracias a la información en

la web, en otras palabras, ya no se hablaba del común de los turistas haciendo uso de las agencias de viaje para seleccionar un destino, ahora se habla del turista 4.0, parecería que evoluciona por año el concepto, pero no, va más allá, va ligado al uso de las TIC's.

El uso de las TIC's (Tecnologías de la Información y Comunicación), no solo ha revolucionado el sector turístico, sino que ha llevado a todas las ciencias y disciplinas a un nuevo nivel, donde el acceso a la información es menos restringido y la difusión de los avances en los distintos campos se hace a través de diferentes medios y a varios segmentos de los mercados globales. En este sentido, los destinos turísticos, las empresas del sector, la academia y todo aquello que participe de la disciplina turística, debe adaptarse a los cambios, a las nuevas tendencias y paradigmas de las ciencias, que sin duda alguna continuarán su proceso evolutivo.

“La inteligencia es la capacidad de adaptarse al cambio” - Stephen Hawking

TURISMO GASTRONÓMICO

El turismo como actividad económica está integrado por tres ramificaciones principales, a saber: la transportación, sea esta terrestre, marítima, fluvial o aérea; la hotelería, en todas sus formas; y la gastronomía. En este sentido, varios países han visto en el turismo gastronómico una oportunidad emergente para captar turistas, es el caso de Italia, México, España, Perú, entre otros.

Aunque Manabí posee un abanico gastronómico extremadamente amplio, famoso por el caldo de gallina criolla, viche, ceviche, corviche, salprieda, greñoso, chicha de maíz, tortillas de maíz y de yuca, bollos, empanadas de verde, hornados, y otros más. A esta variada oferta gastronómica se suman también los dulces típicos de Rocafuerte. No obstante, es importante referirnos a lo que significa hacer turismo gastronómico.

En este contexto, Ledhesma (2017) en su obra “Mitomanías del Turismo” menciona que: así como entrar a una iglesia no es suficiente para practicar turismo religioso, tampoco lo es comer, el turismo gastronómico: “es un tipo de turismo que va más allá del acto de alimentarse, implica llevar a su máximo exponente todos los sentidos gracias a una práctica culinaria”. Todos comemos cuando nos vamos de vacaciones, y no por ello estamos ejercitando el turismo gastronómico. Este es un tipo de turista que viaja con el motivo principal de conocer y experimentar nuevos sabores, nuevos aromas, nuevas texturas, nuevos ingredientes, nuevas recetas, historias y rituales culinarios. Son sujetos que no se conforman con saciar su hambre sino que intentan descubrir un mundo detrás de la comida y las bebidas. (p.34)

En la actualidad, Manabí está potencializando la práctica de este tipo de turismo, a través de la difusión y organización de festivales gastronómicos,

que en algunos casos han traspasado las fronteras manabitas y se conocen a nivel país, es el caso del Festival Gastronómico y Artesanal del Coco, desarrollado en Cojimíes en abril de cada año, o el Festival del Chame en Chone y Tosagua. Por su parte, cantones como Portoviejo y Pedernales han venido trabajando arduamente en la organización de varios eventos de este tipo, así, entre ambos cantones se suman alrededor de 20 festivales, cuya principal motivación para los turistas es degustarse con la gastronomía de nuestra provincia.

Por otro lado, es evidente que así como crece el turismo, crece la necesidad de nuevos espacios y de más personas para brindar los servicios gastronómicos, es por este motivo, que de la misma forma como se organizan los festivales, se debe garantizar la organización de planes de capacitación continua (atención al cliente, calidad del servicio, higiene, medio ambiente, etc.), de manera que el servicio ofertado no sea empírico o improvisado, más bien todo lo contrario. Bien dice el refrán manabita “nadie come gallina gorda por mano ajena”, debemos trabajar lo nuestro, potenciar nuestro talento humano y continuar la organización de estos festivales.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. (2007). Deseables y posibles: participación comunitaria , patrimonio histórico- cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible . San Jerónimo de Moravia , Costa Rica . *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 5, 1–16.
- Alcívar, I., & Freire, Á. (2017). Análisis del Desarrollo Turístico Comunitario en el Área Nacional de Recreación Isla Santay – Ecuador. *Ciencia y Tecnología*, 2, 28–52.
- Alcívar, I., & Freire, Á. (2018). Caracterización turística de la comunidad de Ligüiqui-Manta-Ecuador , como contribución al turismo comunitario. *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación*, 2, 86–99.
- Alcivar Vera, I., & Freire Díaz, Á. (2017). Análisis del desarrollo turístico comunitario en el Área Nacional de Recreación Isla Santay - Ecuador. *Ciencia y Tecnología*, 2, 28–52.
- Asamblea Nacional. Ley de turismo Ecuador (2002). Ecuador. Retrieved from <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Boullón, R. (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. *Aportes y Transferencias*, 10(2), 17–24. <https://doi.org/10.5377/pdac.v5i0.471>
- Cabanilla, E. (2015). Impactos Culturales del Turismo Comunitario en Ecuador sobre el rol del Chamán y los ritos Mágico-Religiosos. *Estudios y Perspectivas En Turismo Volumen*, 24, 356–373.
- Caiza, R., & Molina, E. (2012). Análisis histórico del Turismo. *Universidad de Especialidades Turísticas*, 1–19.
- Ledhesma, M. (2017). *Mitomanías del Turismo*. (A. Barrientos, Ed.), *Library Resources & Technical Services* (1st ed.). Buenos Aires, Argentina. <https://doi.org/10.1111/j.1469-0691.2011.03558.x/pdf>

- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo, nueva claisificación* (1st ed., Vol. 27). Buenos Aires, Argentina. <https://doi.org/10.3917/rsi.100.0107>
- MINTUR. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020)*. Retrieved from <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- MINTUR. (2015). *Boletín de estadísticas turísticas 2011-2015*. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo Ecuador.
- Montalvo, A. (2011). *El Turismo Comunitario como Alternativa Sustentable de Desarrollo para Tres Comunidades Kichwa del Alto Napo de la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE). Un análisis desde los Arreglos Socioeconómicos y el Territorio*. Repositorio FLACSO. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador.
- Palacios, G. (2016). Turismo Comunitario En Ecuador: ¿Quo Vadis? *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 25(0327-5841), 597-614.
- Quintero, J. (2014). Reflexiones acerca de la Investigación Científica en Turismo. *RES NON VERBA*, 28-41.
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., & Cantero, P. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6, 399-418.
- Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador desarrollo y sostenibilidad social*. Universidad de Cuenca, Ecuador. Cuenca - Ecuador.
- Ruiz, E., & Vintimilla, M. (2009). *CULTURA, COMUNIDAD Y TURISMO Ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. (Universidad de Cuenca, Ed.). Quito - Ecuador: Abya - Yala.

Yeray Gonzalez. (2015). Un destino turístico no se tiene que promocionar, se tiene que promocomercializar. Retrieved from <http://yeraygonzalez.es/como-promocionar-destino-turistico/>

ISIDRO ALCÍVAR

Hijo mayor de 5 hermanos, fruto de la unión entre el Dr. Isidro Alcívar Álava y la Sra. Modesta Vera. Mantense de nacimiento. Dentro de su formación profesional posee un título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Actualmente se encuentra cursando el programa de Maestría en Gestión de Empresas Turísticas de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Profesionamente desarrolla funciones administrativas dentro de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, ha trabajado como guía de museo, agente de counter, guía freelance y ha colaborado activamente con el desarrollo del turismo en el cantón Manta. Es columnista de los diarios “El Mercurio” y el “Diario Manabita”, escribe también para la revista digital mexicana “Entorno Turístico”, y es autor de tres artículos científicos indexados en distintas bases de dato.

El trabajo presentado, expone la compilación de una serie de opiniones vertidas por el autor entre los periodos de junio 2017 a junio de 2018 respecto al fenómeno turístico en la ciudad de Manta, sus alrededores y hasta cierto punto la provincia de Manabí. Consciente de la importancia del turismo para la ciudad y el país, lo que se busca con esta obra, es compartir información con valor académico respecto al turismo local, desde una óptica profesional y aplicada a la realidad de la provincia, de manera que las opiniones expuestas sirvan a priori como línea base de futuras investigaciones en busca de soluciones a varios de los problemas que aquí se mencionan.



ISBN: 978-9942-775-37-5



9789942775375