

TURISMO DE NATURALEZA, UNA ALTERNATIVA AL DESARROLLO TURÍSTICO DE PUERTO CAYO, ECUADOR

Juan Francisco Villamar Gonzalez¹, Melba Rosa Garcia Merino¹ y Yhonny Alberto Pincay Mendoza¹

¹ Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Km 11/2 vía Noboa S/N Campus Los Ángeles - Jipijapa- Ecuador Teléfono: 05-2600229 / 052601657 / 05-260223. Email: juan.villamar@unesum.edu.ec

Resumen: Puerto Cayo es una parroquia costera de la ciudad de Jipijapa, Manabí, Ecuador. La principal fuente de empleo es la pesca artesanal. El objetivo del trabajo fue conocer la opinión de los agentes locales involucrados de algún modo con la actividad turística con vista para proponer actividades que diversifiquen la oferta turística. La información se obtuvo a través del análisis documental, así como entrevistas a los habitantes de la zona, personal que labora en hoteles, restaurantes, guías turísticos y operadores turísticos. Se demostró que existe voluntad para el desarrollo del turismo de naturaleza. Las principales actividades turísticas propuestas son senderismo, buceo, pesca deportiva, pesca vivencial con los pescadores artesanos, snorkel y surf. Como una actividad ecoturística aparece la observación de flora y fauna, en especial de "monos aulladores" en el bosque húmedo de la comuna Canta Gallo y la observación de Ballenas Jorobadas en los meses de Junio a Septiembre.

Palabras claves: stakeholders, turismo, rutas turísticas, recursos turísticos.

Summary: Puerto Cayo is a coastal parish in the city of Jipijapa, Manabí, Ecuador. The main source of employment is artisanal fishing. The objective of the work was to know the opinion of the local agents involved in some way with the tourist activity with view to propose activities that diversify the tourist offer. The information was obtained through the documentary analysis, as well as interviews to the inhabitants of the area, staff working in hotels, restaurants, tour guides and tour operators. It was shown that there is a will for the development of nature tourism. The main tourist activities proposed are hiking, diving, sport fishing, experiential fishing with artisanal fishermen, snorkeling and surfing. As an ecotourism activity appears the observation of flora and fauna, especially of "howler monkeys" in the humid forest of the Canta Gallo commune and the observation of Humpback Whales in the months of June to September.

Key words: stakeholders, tourism, tourist routes, tourist resources.

Introducción

El rol más importante de este estudio, es el análisis de la opinión de los stakeholders de Puerto Cayo, que proporcionan información real sobre las necesidades de este destino turístico. El entendimiento de lo que sucede en el lugar es fundamental para potenciar el desarrollo y mejorar la calidad de vida de sus habitantes y potenciar el desarrollo turístico del lugar. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), como organismo de las Naciones Unidas, encargado de la promoción de las

actividades turísticas, el turismo contribuye para un crecimiento económico y sostenible.

Los países de América del Sur, en la actualidad están viendo una gran oportunidad en el sector del turismo, desarrollando nuevas estrategias para fortalecer las actividades turísticas y promocionar los recursos naturales con los que cuentan. La sostenibilidad ambiental se plasma como un indicio primordial de un turismo bien ejecutado, donde se pueda hacer uso racional de los recursos naturales y culturales y donde los entes reguladores, gobernantes, alcaldes y presidentes parroquiales logren mantener conservados el patrimonio.

Puerto Cayo es una parroquia de la ciudad de Jipijapa, Ecuador. Su principal actividad económica es la pesca artesanal, siendo la segunda actividad económica que más genera divisas el sembrío de tierras fértiles. El turismo también es una actividad económica que posee cierto grado de importancia. Tiene un gran potencial para ser la primera fuente de recursos para la población local debido a sus atractivos naturales. Una ventaja estratégica de Puerto Cayo es su ubicación geográfica en la provincia de Manabí, cerca de la línea ecuatorial.

Entre sus recursos más explotados aparece el turismo de sol y playa, siendo el producto turístico más destacado para el turismo nacional e internacional. Sin embargo también cuenta con espacios para el turismo de aventura y deportivo, el turismo de montaña y el ecoturismo, por la presencia del bosque húmedo tropical ubicado en la cordillera Chongón Colonche.

El presente trabajo pretende explorar sobre la opinión de los diferentes agentes intervinientes del sistema turístico del lugar para así poder generar recomendaciones que ayuden al desarrollo turístico sostenible en Puerto Cayo, Ecuador.

Materiales y métodos

El presente estudio es de carácter exploratorio y se ha basado en la realización de entrevistas semiestructuradas con los diferentes stakeholders de Puerto Cayo realizadas en un periodo de un año (2017-2018). Estas entrevistas nos permitieron recolectar datos para poder analizar, estudiar e interpretar la opinión de los diferentes agentes intervinientes.

Se obtuvieron datos cualitativos sobre la forma de pensar de los stakeholders sobre la realidad del lugar y la necesidad actual de un desarrollo sostenible de la zona. Para la realización de las entrevistas se siguieron los criterios de Talaya & Collado (2014), adaptadas para la localidad. De tal manera que se formularon preguntas cerradas de escala en la que los participantes califican los servicios, infraestructura, aspectos sociales y socioculturales. Todo lo cual se calificaba de muy mal, malo, regular, bueno y muy bueno. La recolección de esta información permitió obtener una idea general sobre los puntos fuertes y débiles del lugar y conocer a fondo las características organizacionales, sociales, estructurales y políticas del destino.

Los participantes de las entrevistas se seleccionaron por su nivel de involucramiento con el desarrollo turístico del lugar: dueños de restaurantes, hoteleros, jubilados extranjeros residentes en Puerto Cayo, micro mercados, representante de

pescadores, grupo de surfistas colonos de la zona, Ñawi bar que realiza el festival de apertura de temporada playera y un empresario, futuro fundador de la operadora turística local. Se realizaron 9 entrevistas en profundidad con los pobladores con más disposición

Resultados y Discusión

En este apartado de resultados y discusión, los datos obtenidos serán analizados y comparados con la bibliografía y estudios previos. Las respuestas fueron comparadas con la finalidad de estudiar y comprender mejor la opinión de los stakeholders del lugar respecto al desarrollo turístico de Puerto Cayo.

A continuación se presentan la opinión que tienen los stakeholders de los servicios con que se cuenta y ofrece Puerto Cayo.

- En general vemos que las opiniones sobre el transporte para llegar a Puerto Cayo son buenas más no excelentes, algunos mencionaron que era regular y nadie menciona que es malo.
- En la cuestión de limpieza de la ciudad y sus playas la opinión de la mayoría es que, es muy buena.
- Los resultados sobre seguridad informan que la seguridad en Puerto Cayo es regular, es decir ni buena ni mala.
- En cuando al drenaje igualmente llama la atención ya que la mitad de los encuestados responde que fue muy buena y el otro 50 responde que es muy mala.
- Las facilidades para obtener agua purificada a la mayoría de las personas opinan que es bueno, solo algunos mencionan que es malo pero nadie menciona que fuera muy malo.
- La conservación del patrimonio es considerada buena por la mayoría de los entrevistados, algunos mencionan que se podría mejorar pero muy pocos mencionan que es mala.
- En cuanto al acceso al Internet desde lugares públicos la mayoría de los entrevistados comenta que es muy malo el servicio y solo una minoría menciona que sea bueno.
- En relación al acceso a internet desde hoteles y restaurantes fue considerado regular por la mayoría de los entrevistados, la minoría dice ser muy bueno.
- Los servicios hoteleros fueron considerados muy buenos por gran parte de los entrevistados, mientras que algunos mencionan que son malos.
- Los servicios de restauración obtuvieron una opinión general calificada como muy buena de todos.
- La opinión general de los entrevistados acerca del servicio de tour operadores es única, consensual, es muy malo, debido a que no tiene tour operadoras locales.
- La educación obtuvo una opinión buena por parte de la mayoría de los entrevistados, una gran parte igual menciona ser regular, pero nadie la menciona como muy buena o muy mala.
- El bienestar y la asistencia social es regular de acuerdo a la mayoría de los entrevistados, otros mencionan ser regular.
- Los servicios sanitarios fueron citados como regular por la mayoría de los entrevistados, algunos la califican como muy buena, al igual que como mala.

- Los equipos deportivos son regulares según la mayoría, pero gran parte también mencionan que son muy malos.
- La mayoría de los entrevistados opinan que para un mejor desarrollo turístico de Puerto Cayo es necesario contar con más promoción del destino en el mundo digital, creación de página web en la que se muestre lo que es Puerto Cayo, promociones, eventos, etc.

"Yo como representante de un Bar y uno de los que realiza la apertura de temporada todos los años en la parroquia Puerto Cayo, lo que podría aportar es con mucha publicidad por nuestras páginas y tratando de ofertar muchas fiestas más para darle mayor movimiento a la parroquia podríamos en el tiempo que se hacen las fiesta se podrían ofertar, sé que puedo decir este concursos de deportes extremos como el surf, se puede hacer motocross, concursos gastronómicos y un montón de cosas se podría apoyar con ese sentido como bar que podríamos ayudar en eso y si los hemos hecho y sobre todo eso" menciona el stakeholder #6.

De acuerdo a Blain, Levy y Ritchie (2005), hacer branding de un destino turístico comprende un conjunto de acciones como crear un nombre, logotipo y símbolo, que identifique y diferencie el destino; transmitir el sentimiento de una experiencia de viaje memorable, asociada a ese destino; consolidar y reforzar la recolección de recuerdos agradables de la experiencia de viaje y reducir los costos de búsqueda y el riesgo percibido de los consumidores.

Por otro lado, en el nuevo siglo, la World Wide Web juega un papel esencial en la promoción de un destino. Es esencial ofrecer una web de buena calidad para contribuir a la imagen del destino donde se informe sobre los servicios y productos que se ofrecen (Traverso y Berceel, 2000)-

En base a las necesidades que se han mencionado de Puerto Cayo la principal y más básica, ha sido el problema de alcantarillado, seguido pero no menos importante, por la conservación de su flora, fauna y playa. De igual forma se menciona también una necesidad como muy importante de promocionar el destino. *"Marketing, aguas servidas, conservación de playa, conservación de flora y fauna"* es la opinión de uno de los entrevistados.

Las debilidades que más afecta a Puerto Cayo para ofertarse como destino según los entrevistados son: la falta de operadoras turísticas, el malecón que se está destruyendo, la falta de un muelle y el abandono de las autoridades en cuanto a desarrollo turístico.

"Bueno el abandono de Puerto Cayo es el abandono principalmente por las autoridades que no apoyan en nada, no hay inversión pública, peor inversión privada y las debilidades más fuertes son esas porque el inversionista va a buscar lugares donde vea que hay desarrollo, vea que está sobresaliendo, pero mientras por más linda que sea la playa y vea que no hay ningún tipo de desarrollo esas serán una debilidades tremendas" Menciona el stakeholder #6.

La relación entre las otras ciudades de la Ruta del *Spondylus* y Puerto Cayo fue una de las preguntas hechas y la opinión general es que no es muy buena. Se menciona que cada representante cuida de su ruta. Esta opinión puntual corrobora D'angella y Go (2009:429) cuando citan *"que los destinos turísticos muchas veces son interdependientes entre sí y uno de los motivos es debido a la escasez de recursos necesarios para la creación de estrategias de marketing así como cohesión dentro de la fragmentada industria turística"*. Bien como Jamal y Getz (1995:186) cuando afirman *"que los gestores y planificadores de destinos reconocen que falta coordinación y cohesión dentro de una industria turística fragmentada"*.

Como principal ventaja los entrevistados mencionan que Puerto Cayo en relación con los otros destinos de la Ruta del *Spondylus*, no han sido explotados como se debería. *"Las ventajas que tiene Puerto Cayo es la maravilla turística que tiene, la que lamentablemente no ha sido explotada"* menciona stakeholder #6.

Los stakeholders opinan que Puerto Cayo es un destino ideal para hacer turismo, ya que cuenta con playas, paisajes, entre muchas otras cosas que son un gran atractivo. El lugar tiene mucho por ofrecer pero que aún no han sido explotados esos atractivos. El entrevistado 6 menciona *"Puerto Cayo es un lugar estratégico para el turismo, a la vez ya que es virgen y tiene demasiadas plazas y lugares para hacer turismo"*.

En relación a la participación activa en asuntos de Puerto Cayo, los entrevistados consideran que en su mayoría sí participan, siempre y cuando haya asambleas generales. El Entrevistado 3 menciona *"Si, existen asambleas"*. Sin embargo uno de los entrevistados dice que no participan *"Los moradores de la parroquia Puerto Cayo en si, no se participa mucho, ya que tampoco hay muchas actividades dentro de la parroquia, pocas serán las únicas actividades que ha habido, que se reúnen, que son días antes de carnavales, las fiestas por la parroquialización de Puerto Cayo. De ahí nada más"*.

Cuando los participantes fueron cuestionados acerca del espíritu emprendedor de la población local la gran mayoría de los stakeholders opinaron que sí, que la población es emprendedora pero no tienen apoyo del gobierno. Hubo un entrevistado que ha dicho que la población no es emprendedora. *"Bueno, en si la gente en Puerto Cayo no es muy bien emprendedora. Lamentablemente se ha dedicado no más a su único recurso sustentable que tiene el puerto que es la pesca y pocos son los que tienen sus restaurantes y nada más, pero el problema para poder emprender es que no hay el factor económico, en nuestro país los créditos son muy escasos y por eso no se puede emprender no muy bien"*. Llama la atención que hay un punto en común entre todas las respuestas, que es la falta de apoyo económico para los emprendedores.

Las personas que fueron entrevistadas mencionan que no consideran adecuadas las ayudas y facilidades que otorgan las Administraciones Públicas ya que esa ayuda no existe. Sin embargo no se dan muchas opciones de cómo creen que podrían ayudar.

Uno de los entrevistados propone *"En si, ayuda de la administración pública no hay, nunca ha habido ningún tipo de ayuda, por eso el abandono que se encuentra hoy en día Puerto Cayo. De qué forma podíamos ayudar a esto, habría muchas formas, pero una de las principales formas es aprovechar el municipio de Jipijapa con la"*

Universidad de Jipijapa y en conjunto hacer proyectos para poder atraer ese turista que tanto hay en nuestro país, pero que lamentablemente a Puerto Cayo no más son pocos los que llegan".

La opinión del entrevistado coincide con lo que presenta Urieta (2007). La autora señala que el nuevo modelo de desarrollo debe ser un proceso colaborativo que envuelve el Estado en todos sus niveles, las empresas, instituciones educativas y otras organizaciones participantes. Todas estas conexiones creadas forjan vínculos que son capaces de complementar los esfuerzos y saberes individuales y crean capital social legítimo.

Cuando se realizó la investigación sobre la percepción de los stakeholders del turismo en Puerto Cayo descubrimos que la mayoría de los entrevistados opina que gran parte de su turismo es internacional y muy poco nacional. Sin embargo el entrevistado 6 opinó lo contrario: *"Bueno... la mayoría de turismo en Puerto Cayo es nacional, muy poco internacional por falta de marketing sobre el lugar"*.

Los stakeholders opinaron que lo que creen que le hace falta a Puerto Cayo para desarrollarse como un destino a nivel nacional e internacional principalmente es el apoyo del gobierno tanto local como nacional al igual que de su representante para crear una buena infraestructura y marketing del destino. A su vez también se mencionó la falta de inversión extranjera y nacional.

Uno de los stakeholders ha explicado *"Aquí lo que faltaría en Puerto Cayo para que sea un destino turístico... lo principal que se necesita es la inversión tanto extranjera como nacional, y de esa forma sobresalir en lo que es el aspecto turístico"*.

De acuerdo al análisis de las entrevistas los datos obtenidos arrojan que la estancia promedio por turista es de 2 a 3 noches. Uno de los entrevistados menciona: *"La estancia promedio del turista es muy baja, ya que no se cuenta con buena infraestructura y suficiente atractivos turístico para poder apoderarse de este turismo nacional e internacional"*.

Según los stakeholders consultados, la mayoría de los turistas que llega a Puerto Cayo tiene como principal motivación el descanso y relajación, seguido por la práctica de algún deporte. A su vez, muchos coinciden en que Puerto Cayo actúa como destino de paso en la Ruta del *Spondylus*. El entrevistado 6 menciona *"Bueno en sí el turista nacional que llega a Puerto Cayo es de pasada nomás, llegan alimentarse, están un rato en la playa y se regresan, el internacional que es muy poco que llega ellos son los que a veces se queda y otras veces están de pasada"*.

De acuerdo a lo que opinan los stakeholders lo que más se necesita para que el turista pernocte y pase más tiempo en Puerto Cayo es la mejora en la oferta de sus atractivos junto con una mejor promoción del destino de una forma general. *"Para que el turismo pase más tiempo, lo que se necesita nada más es tener atractivos, cosas que llamen la atención para poder quedarse aparte no solo es necesario la belleza natural que tiene el puerto se necesita de atractivos turísticos lo cual brinda la zona pero que no han sido explotado"* menciona stakeholder #6.

A su vez, Carner (2001) sostiene que se debe analizar de una forma más amplia las necesidades de un destino. El estudio explica que no solamente se deben estudiar los recursos naturales, históricos y culturales de un país sino también su macro entorno, la seguridad jurídica, el capital, los recursos humanos disponibles, su capacitación como fuerza de trabajo y de gestión en general conducentes al turismo.

Fraiz y Carballo (2010) afirman que la satisfacción de los turistas se basa en la calidad de las empresas del sector pero también por factores estructurales tal como la conservación del patrimonio, la señalización general y la hospitalidad de la gente local.

En general los entrevistados afirman que Puerto Cayo es una ciudad atractiva para la implantación de hoteles y empresas turísticas, es un lugar atractivo por su gente generosa, muy receptiva y por sus bellezas naturales, su playa y tierra casi virgen. Para Santana, B & Rolando J. (2014), la infraestructura es esencial es un destino turístico. Los autores proponen optar por la hostería, ya que por su bajo coste es mayormente atractivo para los turistas nacionales e internacionales.

Con respecto a la opinión de los agentes locales acerca de la calidad de la oferta de alojamiento y servicios en general explican que hay oferta de servicio, pero que no ofrecen servicios exclusivos. La máxima calidad de servicios que te están ofreciendo es de tres estrellas. El entrevistado 6 opina sobre el tema *"Bueno... la calidad de oferta de alojamiento...hay hoteles que cumplen para un turista de nivel medio, si hablamos de un turismo ya nivel más avanzado no se encuentra, si hablamos de hoteles 4 estrellas o 5 estrellas no se encuentran en Puerto cayo pero si hay hoteles que brindan la comodidad necesaria para estar ciertos días en Puerto Cayo"*.

Los stakeholders coinciden en que Puerto Cayo en 10 años se verá de acuerdo al esfuerzo que pongan en posicionarlo, tanto de sus gobernantes como de su gente. Pero esperan que sea reconocido con el tiempo. Esta es una de las opiniones de los entrevistados: *"Si sus gobernantes trabajan por este atractivo seguro será reconocido"*. En este punto la gobernanza colaborativa debe ser aplicada en Puerto Cayo para que haya diálogo constante entre todos envueltos en la actividad turística y la confianza mutua sea difundida.

La gobernanza es un modo único de política de redes (Agranoff & McGuire, 1998:70) y tales políticas no son apenas mecanismos de coordinación. Sirven para la resolución de problemas que las organizaciones individuales no pueden alcanzar. Lo que da estabilidad a este tipo de política es la existencia de metas que son compartidas entre todos actores. Actores que no son subordinados, no hay jerarquía, no se ven obligados a cooperar en virtud de una autoridad formal. La confianza mutua es la base para la resolución de problemas Barozet (2003).

Conclusiones

Las fortalezas del destino Puerto Cayo son sus atractivos naturales, la playa, la isla que existe a algunas millas del pueblo, la observación de las Ballenas Jorobadas (Junio a Septiembre), las grandes ollas para práctica del surf, la gastronomía local basada en mariscos frescos, la posibilidad de hacer pesca deportiva y vivencial con los pescadores del pueblo, y también la generosidad de su gente y la voluntad de

apoyar el turismo como un medio de desarrollar el pueblo y diversificar su economía básicamente pesquera.

Las principales debilidades encontradas fueron la falta de conocimiento de los turistas acerca de la localidad, la falta de apoyo gubernamental y por consecuencia de eso la falta de inversión en estructuras básicas para el pueblo.

La falta de promoción del destino fue una de las respuestas más encontradas. Los agentes locales creen que poca gente visita el lugar debido a falta de conocimiento acerca del destino. Promocionar en los medios digitales con la creación de una página oficial del destino que sea actualizada constantemente es una parte esencial para que se dé a conocer el destino.

El destino se debe promocionar como único frente a otros destinos de la región. Un destino de naturaleza casi intocable, virgen, en el cual hay una interacción sincera con la población local y su cultura pesquera, donde la playa posee espacio para la práctica de actividades deportivas y las ollas son de las mejores de la región. Además, resaltando que el avistamiento de las Ballenas Jorobadas es mejor que en otras playas de la región.

Bibliografía

- Agranoff, R. y McGuire, M. (1998). "Multinetwork Management: Collaboration and the Hollow State in Local Economic Policy". *Journal of Public Administration Research and Theory*, 8 (1), 67-91.
- Barozet, E. (2003). "El aporte del análisis de redes sociales a los temas de gobernanza en sistemas complejos: de la red a los policy networks". *Revista de Estudios Avanzados Interactivos*, 3, 1-13
- Carner, F. (2001) Turismo sostenible en Centroamérica y el Caribe. In: Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual. México: CEPAL, 11 de octubre de 2001 Brasil, pp. 79 – 89.
- D'Angella, F. y Go, F. (2009). "Tale of two cities collaborative tourism marketing: towards a theory of destination stakeholder assessment". *Tourism Management*, 30, 429-440.
- Fraiz Brea, José Antonio – Carballo Meiriño, Roberto (17-12-2010). Reseña de tesis doctoral: Factores De Influencia En El Consumo De Turismo. Análisis Del Destino Turístico: Ribeira Sacra. *Redmarka – Ciecicid – Unidad de Investigación en Marketing Aplicado-Universidad de A Coruña Año II, Número 5, V1, pp.95-101 ISSN 1852-2300*
- Jamal, T. y Getz, D. (1995): "Collaboration theory and community tourism planning". *Annals of Tourism Research*, 22 (1), 186-204.
- Talaya, Á. E., & Collado, A. M. (2014). *Investigación de mercados*. ESIC Editorial.
- Urieta, A. O. (2007). La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos de turismo*, (19).
- Santana, B., & Rolando, J. (2014). Determinar la Factibilidad de instalar en Puerto Cayo Provincia de Manabí una Hosteria (Doctoral dissertation, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Industrial).