

# TURISMO Y DESARROLLO RURAL

El turismo como herramienta de desarrollo rural





# ANTECEDENTES



Estas Recomendaciones son dictadas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), sobre Turismo y Desarrollo Rural con las aportaciones del Comité de Turismo y Competitividad de la OMT, los Miembros Afiliados de la OMT, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Grupo del Banco Mundial, el Centro de Comercio Internacional (CCI), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), el Comité de las Regiones de la Unión Europea, el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD), la Red de Regiones Europeas para un Turismo Sostenible y Competitivo (NECSTOUR), la Federación Europea de Turismo Rural, la Pacific Asia Travel Association (PATA), la Pacific Tourism Organization (SPTO), la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA), Escapadarural.com (España), y la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental (ASEAN).





Enjoy Ecuador es una entidad de derecho privado, con personería jurídica propia, sin fines de lucro, regida y sujeta a las disposiciones del Código Civil Ecuatoriano.

Se constituye como un medio de COMUNICACIÓN, DIFUSIÓN y PROMOCIÓN turística, como tal tiene la finalidad de editar periódicamente una Video Revista Digital e Impresa, por cada uno de los 221 cantones que conforman la república del Ecuador, enfocando, en cada caso, los principales ejes del turismo, como son: Rincones, Cultura, Arte, Artesanía y Gastronomía.

Para el mismo fin se tiene prevista la creación de una Canal digital en línea. Mediante estos medios establecer un estrecho vínculo con las comunidades para formar y capacitar a sus miembros en la prestación de servicios turísticos, haciendo énfasis en la protección y cuidado del medio ambiente.



# INTRODUCCIÓN



## EL TURISMO COMO PILAR ESTRATÉGICO DE LAS POLÍTICAS DE DESARROLLO RURAL

Ecuador, debido a su ubicación geográfica privilegiada en el centro de la tierra y su travesía por la cordillera de los Andes, posee una gran diversidad de pisos climáticos, lo que le otorga un clima variado y estable con dos estaciones relativamente constantes.

Esta característica única le permite ser un país productivo durante todos los meses del año. Además, Ecuador cuenta con reservas de agua dulce que superan las de cualquier país europeo, lo que lo posiciona como un país con una riqueza hídrica invaluable.

La combinación de estos factores hace de Ecuador un lugar excepcional para el desarrollo de la agricultura, la industria turística y la conservación de ecosistemas diversos. Por si fuera poco, Ecuador tiene una de las poblaciones más jóvenes del planeta, lo que contribuye al dinamismo y la vitalidad de su fuerza laboral, convirtiéndolo en

un destino atractivo para la inversión extranjera y el desarrollo sostenible.

Es importante anotar que en muchos países el turismo es uno de los sectores socioeconómicos con mayor crecimiento y resiliencia de nuestra época. Representa el 7% del comercio mundial y, durante el último decenio, ha adelantado al crecimiento económico. Es además un gran empleador, que genera millones de puestos de trabajo directa e indirectamente.

No obstante los beneficios del turismo, entre los que se cuentan la creación de nuevas oportunidades para el empleo y la igualdad entre hombres y mujeres, se han concentrado en las zonas urbana, costera e insular lo que ha contribuido a una distribución territorial desigual de la riqueza y de las oportunidades económicas. Además, la presión en los lugares más visitados va aparejada a riesgos tales como la masificación, la demanda insostenible

de recursos naturales y culturales, y posibles interrupciones en el tejido social y la vida en común. Promover el turismo en las zonas rurales distribuye los beneficios del sector de manera más amplia entre las regiones y su población, mitigando al mismo tiempo los riesgos asociados a la concentración del turismo en lugares específicos.

El turismo puede ser una forma eficaz de abrir oportunidades socioeconómicas para las comunidades rurales. Puede ayudar también a aumentar el atractivo y la vitalidad de esos territorios, mitigando los retos demográficos, reduciendo la migración, y promoviendo una variedad de recursos y tradiciones locales a la vez que se mantienen las costumbres de la vida del campo.

En el contexto de la pandemia de COVID-19, el papel del turismo en el desarrollo rural es más importante



que nunca. El turismo en las zonas rurales ofrece oportunidades notables para la recuperación, ya que los turistas buscan destinos menos poblados y experiencias y actividades al aire libre.

Cuando el mundo se enfrenta a una de las crisis más complejas de todos los tiempos, hay una oportunidad colectiva de renovar nuestros esfuerzos y formular enfoques innovadores que fomenten el potencial de desarrollo del turismo, así como su capacidad única de impulsar el desarrollo de las comunidades rurales, puesto que se trata de una actividad socioeconómica que puede introducirse en todas las comunidades sin dejar a nadie atrás.

El turismo ha demostrado ser una herramienta de diversificación económica y un importante motor de empleo, con un efecto multiplicador en otros

sectores, que contribuye al desarrollo rural. Además, el turismo en las zonas rurales puede beneficiar en especial a grupos tradicionalmente desfavorecidos, como las mujeres, los jóvenes y los pueblos indígenas. El turismo es también un sector de fácil acceso para microempresas y empresas pequeñas, así como para los emprendedores, que representan una parte significativa del sector turístico y del emprendimiento a nivel comunitario en general.

Es imperativo mejorar la protección social y un reparto eficiente de los beneficios entre las comunidades, así como la diversificación económica además de una mayor y más amplia promoción de los lugares y productos en mercados turísticos y potenciales clientes a través de las oportunidades que ofrece el mundo digital. Para conseguirlo, los planes de recuperación del turismo en las comunidades rurales deberían tener como puntos centrales la inver-

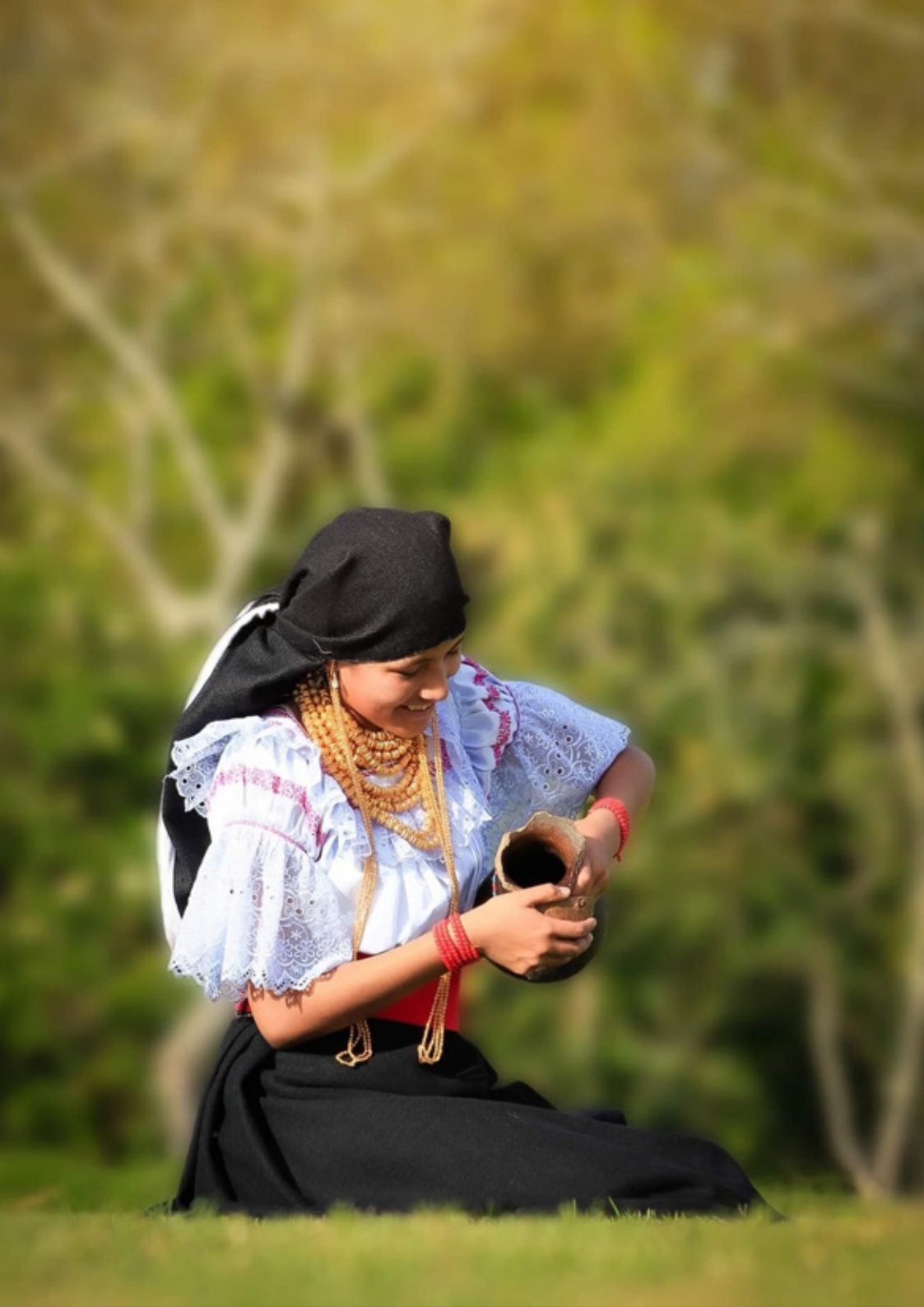
sión, el desarrollo de capacidades, el acceso a créditos con bajos intereses y tramitación simple, el desarrollo de infraestructuras, la transformación digital, el desarrollo sostenible, la evaluación de impactos, la mejora de la gobernanza y el empoderamiento de las mujeres. Todo ello ayudará a navegar por esta crisis y salir de ella fortalecidos.

Natalia Bayona, directora del Departamento de Innovación, Educación e Inversiones de la OMT señala que “El turismo rural bien desarrollado puede ser la evolución del modelo turístico que se necesita, que es un turismo de localidades, un turismo responsable, que diversifica la economía a través de una base tecnológica y la creación de nuevos productos, nuevas experiencias y nuevos perfiles”.



# FINALIDAD / OBJETIVOS





- Fomentar el turismo en el cantón;
- Fomentar el turismo responsable;
- Generar ingresos en la comunidad;
- Generación y atracción de inversiones;
- Comunidad autosustentable;
- Se visibiliza la gestión administrativa;
- Presencia en Redes Sociales;
- Se crean nuevas fuentes de trabajo;
- Se promociona el arte y la cultura;
- Se promociona la artesanía local;
- Se promociona la gastronomía de la zona;
- Evolución económica y social;
- Factor de desarrollo económico dinámico;
- Promoción continua por tiempo indefinido;
- Desarrollo de productos e integración en la cadena de valor;



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA FUNDACIÓN

**Preservación cultural:** El turismo puede ayudar a preservar y promover la cultura local de las comunidades rurales, permitiendo que las tradiciones, artesanías, música y gastronomía autóctonas sean valoradas y transmitidas a las generaciones futuras.

**Mejora de infraestructuras:** La promoción turística puede impulsar la mejora de la infraestructura en las comunidades rurales, como la construcción o renovación de caminos, puentes, parques y espacios públicos, lo que beneficia tanto a los residentes como a los visitantes.

**Conservación del medio ambiente:** El turismo sostenible puede fomentar la conservación del medio ambiente en las comunidades rurales, fomentando prácticas responsables y educando a los visitantes sobre la importancia de proteger los recursos naturales y preservar la biodiversidad.

**Intercambio cultural:** El turismo permite el intercambio cultural entre los visitantes y los residentes de las comunidades rura-

les, promoviendo la comprensión mutua, el respeto por las diferencias y el enriquecimiento cultural para ambas partes.

**Orgullo comunitario:** La promoción turística puede generar un sentido de orgullo y pertenencia en las comunidades rurales, al destacar sus atractivos naturales, culturales e históricos, y promover su identidad única.

**Desarrollo de habilidades:** El turismo puede brindar oportunidades de desarrollo de habilidades para los residentes de las comunidades rurales, como el aprendizaje de idiomas, la capacitación en hospitalidad, la gestión de negocios turísticos y la promoción de emprendimientos locales.

**Mejora de servicios locales:** El aumento del turismo puede incentivar la mejora de los servicios locales en las comunidades rurales, como la ampliación de la oferta de alojamiento, restaurantes, transporte y actividades recreativas, lo que beneficia tanto a los residentes como a los visitantes.

**Promoción de la salud y el bienestar:** El turismo puede promover la salud y el bienestar en las comunidades rurales, fomentando la práctica de actividades al aire libre, la conexión con la naturaleza y la adopción de estilos de vida saludables.

**Educación y conciencia:** El turismo puede ser una oportunidad para educar a los visitantes sobre la importancia de las comunidades rurales, sus desafíos y su forma de vida, generando conciencia y respeto por estas comunidades.

**Fortalecimiento de la identidad local:** La promoción turística puede fortalecer la identidad local en las comunidades rurales, al resaltar su historia, tradiciones y patrimonio cultural, lo que contribuye a su autoestima y sentido de pertenencia. Estas son algunas de las formas en las que las comunidades rurales pueden beneficiarse mediante la promoción turística. Cada comunidad es única y puede experimentar beneficios adicionales dependiendo de sus características y recursos.



**COMUNICACIÓN**



## REDES SOCIALES EN ECUADOR

### VISITAS WEB ORGÁNICAS PROMEDIO MENSUALES FEBRERO 2024

Dominio	Visitas Web Orgánicas Febrero 2024	Diferencia vs Youtube
youtube.com	22.913.442	
google.com	12.950.387	-43%
facebook.com	12.748.240	-44%
twitter.com	11.310.729	-51%
whatsapp.com	10.227.577	-55%
instagram.com	5.880.994	-74%
pinterest.com	3.651.880	-84%
tiktok.com	2.929.618	-87%
linkedin.com	1.413.343	-94%
spotify.com	374.663	-98%

Fuente: SEMRUSH RANKING (2024). Consultado el 12 de marzo de 2024. Muestra visitas promedio a sitios web exclusivamente en el mes de febrero de 2024.



## REDES SOCIALES EN ECUADOR

### CUENTAS – USUARIOS DE REDES SOCIALES ALCANZABLES CON PUBLICIDAD ENERO 2024



15,3 M



14,26 M



13,6 M



6,8 M



6,3 M



by facebook

6,3 M



4,5 M



3,5 M



0,6 M

**Fuente:** Mentinno 2024, Facebook Ads, Google Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads. Información Spotify calculada con base en el promedio de audiencias mayores de 18 años, obtenido desde Meta Ads basado en intereses (No existen estadísticas oficiales publicadas). Facebook realizó ajuste en cantidad de usuarios exclusivos de plataforma, diferenciando Facebook, Instagram, Audience Network y Messenger en 2021. Usuarios TikTok calculados desde TikTok Ads con información actualizada hasta el 08 de febrero de 2024. Twitter (X) muestra la misma referencia del período anterior, pese a que su audiencia publicitaria alcanzable en Ecuador es de 1,9 millones de cuentas alcanzables.



## REDES SOCIALES EN ECUADOR

### CRECIMIENTO REDES SOCIALES MAYO 2023 VS ENERO 2024

Red Social	Variación 2023 vs 2024
TikTok	19.71%
Facebook	-2.86%
Instagram	-2.86%
Spotify	1.61%
Linkedin	15.38%
X (Twitter)	N/A

**Fuente:** Mentinno 2024, Facebook Ads, Google Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads. Información Spotify calculada con base en el promedio de audiencias mayores de 18 años, obtenido desde Meta Ads basado en intereses (No existen estadísticas oficiales publicadas). Facebook realizó ajuste en cantidad de usuarios exclusivos de plataforma, diferenciando Facebook, Instagram, Audience Network y Messenger en 2021. Usuarios TikTok calculados desde TikTok Ads con información actualizada hasta el 08 de febrero de 2024. Twitter (X) muestra la misma referencia del período anterior, pese a que su audiencia publicitaria alcanzable en Ecuador es de 1,9 millones de cuentas alcanzables.



# SOCIAL MEDIA MARKETING

Manejo de la Red Social Facebook.  
Pauta en la plataforma Ads Socials/ Historias Patrocinadas

App para telef. inteligentes y/o tabletas  
El objetivo de esta App es la de permitir a los turistas acceder a datos relacionados con el turismo

Pauta en Google Adwords que dirija hacia la página web SEARCH/ DISPLAY

Pauta en Youtube y LinkedIn que dirijan hacia la página web

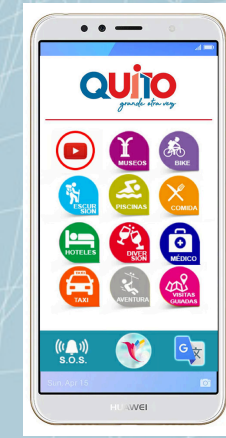
Pauta en el canal Enjoy TV  
Pastillas con resumen de los documentales enfocando todos los pilares del Turismo local



Canal on line  
Enjoy  
Ecuador TV

Plataforma  
WEB

App



Google  
Adwords  
Pauta

Pauta



Me Gusta



Contenidos



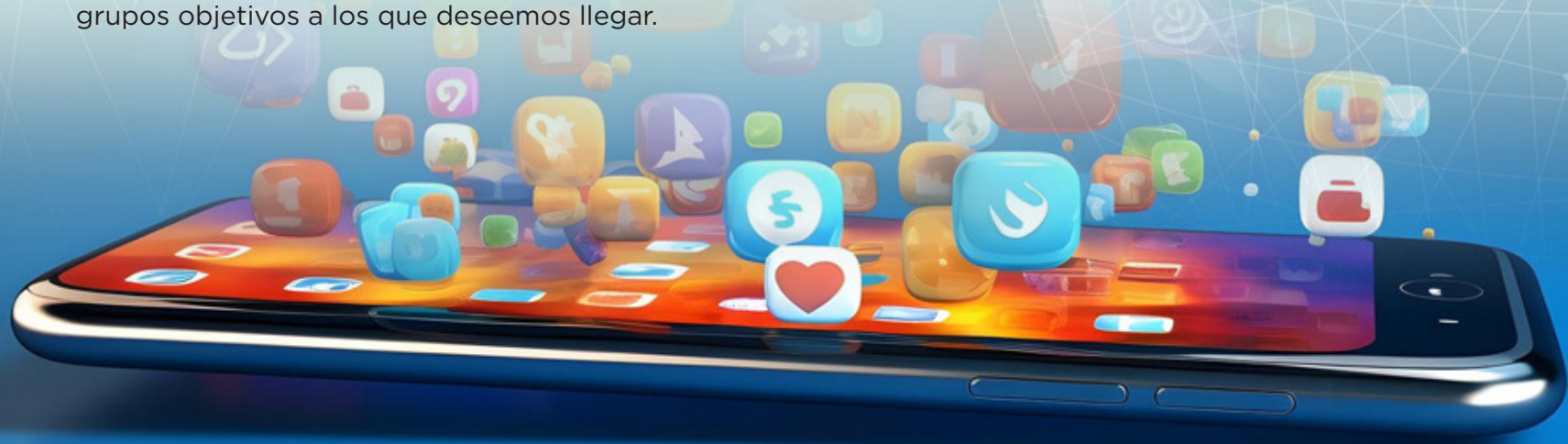


Debido a la filosofía y misión de la revista digital “Enjoy Ecuador”, la cual está dirigida en mayor grado a un segmento de hombres y mujeres entre los 25 y 70 años de nacionales y extranjeros de EE.UU., Canadá y de Europa en general; se ha decidido realizar un mix de marketing digital que abarque los siguientes pilares de difusión:

1. **FACEBOOK MARKETING:** Dentro de facebook realizar campañas pagadas POR CLICK que buscan captar una fidelización hacia la MARCA. Dichas campañas serán segmentadas por regiones claramente diferenciadas como Estados Unidos, Canadá y los países europeos desde los cuales actualmente recibe el Ecuador la mayor cantidad de visitantes. La herramienta de Facebook actualmente nos permite captar un SEGUIDOR que haya dado CLICK EN ME GUSTA.

Una vez captados y durante el proceso de captación de seguidores de Facebook, en dicha red social se subirán reportajes e información importante sobre los 4 pilares de la revista digital ENJOY ECUADOR: CULTURA, GASTRONOMIA, TURISMO ECOLÓGICO Y SITIOS TURISTICOS DE INTERÉS. Adicionalmente se crearán espacios creativos de interrelación con el público captado (publicación y posteos de comentarios, foros de discusión, fotografías, promociones, etc.).

2. **WHATSAPP MARKETING:** Nuevas estrategias para aumentar seguidores y técnicas de fidelización, llega a miles de clientes en poco tiempo. Efectividad y no llega nunca a spam.
3. **MAIL MARKETING:** Se utilizará a empresas del medio, especializadas en campañas de mail marketing para que promocionen a nivel local en el Ecuador la marca de la revista digital, esto ayudará para que el área comercial pueda posicionar con mayor facilidad el sitio WEB y/o REVISTA DIGITAL. Se cuenta ya con visitantes y tráfico.
4. **ADD WORDS DE GOOGLE:** Estos emergen en el mundo de hoy como el mecanismo más ideal, idóneo y efectivo para que el público totalmente segmentado de acuerdo a nuestras necesidades pueda llegar a visitar el sitio web y/o revista digital. Los add words de google tiene a diferencia de los CLICKS DE FACEBOOK precios variables dependiendo de los lugares donde estén insertados dichos links que Google nos irá sugiriendo dependiendo de los grupos objetivos a los que deseemos llegar.



5. PLATAFORMA X (TWITTER): Contenido categorizado en #hashtags, un ranking con los temas más hablados comentados del día. Se generará un contenido específico para esta red, usando mucha creatividad en cada tweet para aprovechar trending topics, y aumentar los followers.
6. Canal de Enjoy Ecuador TV con programación turística del Ecuador.
7. La aplicación Android estará disponible en Play Store para su descarga gratuita por parte de los miles de turistas del Ecuador y de todo el mundo. A parte de acceder a los sitios turísticos de interés, acceden a destinos y servicios.
8. Acuerdo con SETROI para publicar una noticia diferente cada mes en un mínimo de 50 periódicos digitales, con información especial de nuestro patrocinador, el servicio va enfocado a trabajar posicionamiento orgánico e imagen de marca; estos añadirán enlaces hacia nuestra página web y/o la de nuestra elección.

NOTA: En lo que refiere a los add words de google estos serán LINKS DEL SITIO WEB, DE LA WEB DE FACEBOOK, Y DEL CANAL DE YOUTUBE previamente elaborado, es decir, los add words de Google no se limitarán a incrementar las visitas al SITIO WEB PRINCIPAL sino que también colaborarán en el aumento de FANS del sitio de facebook y de visitas al canal de YouTube donde habrá un video institucional sobre la MISIÓN, OBJETIVOS Y SOBRE LOS CONTENIDOS DE LA REVISTA DIGITAL.

Con estos 8 pilares perseguimos realizar una sinergia o unión - enlace entre las 5 estrategias. Es decir, para el éxito de la campaña de marketing se requiere realizar en simultáneo la ejecución del FACEBOOK, WHATSAPP MARKETING, MAIL MARKETING, YOUTUBE, ADD WORDS DE GOOGLE Y TWITTER y Noticias en 50 medios digitales en España, Colombia, Argentina, México, Chile, entre otros.

