

GELITZA ROBLES
roblesm@granasa.com.ec
■ GUAYAQUIL

“¿Por qué a la persona que hace y vende artesanías en la playa se lo llama ‘vendedor informal’ y quien hace y vende bisutería a través de Instagram se lo llama ‘empresedor?’”. La pregunta de Carla Ricaurte, decana de Postgrado de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol), generó un largo murmullo en el auditorio de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (FCSH).

Eran las 11:00 del jueves 16 de enero. Ella y otros tres docentes miembros del grupo de investigación en Turismo Marino-Costero de esa facultad habían terminado de exponer cuatro investigaciones científicas sobre la realidad turística de la Costa.

Quizá el dato que más impresionó a los asistentes, en su mayoría estudiantes de la Espol, fue que solo 12 de 106 establecimientos turísticos de las playas de Puerto Engabao (rural), Chippipe (urbana), Ayangue (desarrollo comunitario fuerte), Olón (familia y destino de segunda casa) cumplieron con los tres tipos de requisitos que les permiten trabajar legalmente.

PROPUESTA

Diseñar políticas turísticas y regímenes de transición orientados hacia los sectores y problemáticas actualmente ocultos atrás de “cuentos de informalidad”.

Es decir, solo el 11,3 % de los establecimientos son legales. Estos datos están descritos en la investigación de Mathias Pécot, coordinador del grupo y máster en Derecho Ambiental de la Universidad de Sídney, Australia. Además, reveló que el 94 % corresponde a personas naturales y el resto, a empresas comerciales legalmente constituidas. El 66 % de los encuestados se identificaron como nativos del área de estudio, y el 70 % son mujeres.

Por eso, tanto Ricaurte como Pécot abrieron el debate sobre el uso de la palabra ‘informalidad’ en las playas ecuatorianas. “¿Si eres de una clase social eres ‘informal’ y si eres de otra eres ‘empresedor?’”, volvería a cuestionarse Ricaurte sobre quienes ofertan productos y servicios sin el aval del Ministerio de Turismo (Mintur), Servicio de Rentas Internas (SRI) o la afiliación a la Seguridad Social.

“La formalidad no existe. Encontramos una realidad mucho más compleja que nos lleva a pensar en el concepto de infor-

Informalidad ‘organizada’ EN LAS PLAYAS

Cuatro investigadores de la Espol analizan la diversa actividad comercial en la costa. Plantean repensar el término usado para designar a comerciantes no legalizados

JUAN FAUSTOS / EXPRESO



Existe una desvalorización de lo nuestro como turístico. En la costa nos definimos por el territorio.

VANESSA LEÓN,
subdecana de la FCSH



La formalidad no existe. Encontramos una realidad más compleja que nos lleva a pensar en la informalidad.

MATHIAS PÉCOT,
coordinador

LA PRECARIEDAD LABORAL

■ La investigación de Pécot además analizó la precariedad laboral que también toca al comercio informal. Hay desafiación de trabajadores y emprendedores al sistema de Seguridad Social, desafiación a asociaciones profesionales o comunitarias, comportamientos económicos oportunistas ante la llegada de turistas y reproducción de ciertas características estructurales de la industria turística capitalista mundial (horas extras, cambios rotacionales o de estacionalidad).

mo en el caso de las playas en áreas comunales o rurales”, concluye el análisis.

De acuerdo con Vanessa León, subdecana de la FCSH de la Espol y quien también expuso su investigación sobre turismo comunitario en Santa Ele-

na, este tipo de información, revisada y aceptada, revela las realidades de la informalidad en las playas y hace repensar la aplicación de estos conceptos.

“Es momento de que se gestione la playa bajo estas realidades existentes, no tratando de

“Las actuales condiciones de participación en la economía turística no garantizan el ejercicio pleno de la libertad de asociación, el derecho al trabajo, el derecho a una vida digna, los derechos de los pueblos y comunidades indígenas, el derecho a la salud, el derecho a una educación técnica y profesional”, detalla el artículo científico.

Todos estos comportamientos devienen del desconocimiento, la desinformación, desconfianza, resistencia, negociación y adaptación, el pluralismo, etc.

adaptarlas a modelos internacionales. Nos preocupa que se continúe pensando que lo que está afuera es lo mejor”, comentó, refiriéndose a la desvalorización del territorio y la cultura como turístico.

Sin embargo, hay demanda.

Esto lo reflejó la tesis de Wilmer Carvache, otro investigador que analizó las motivaciones y segmentación de la demanda, aspectos que están relacionados con la playa, la naturaleza y la cultura.

Su trabajo sugiere que es necesario crear productos que se adapten a esta, así como también motivar a la población a realizar actividades de turismo marino y costero que aporten con el cuidado ambiental

“Muchas veces son los propios trabajadores ‘informales’ quienes se organizan y tratan ellos de mantener limpios los espacios que ocupan. Muchos han revelado que entre ellos contratan a salvavidas para las temporadas altas. Entonces, hay un cierto tipo de organización alejada de la legalidad”, concluyó Ricaurte.