



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA AGROPECUARIA DE MANABÍ
MANUEL FÉLIX LÓPEZ**

CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

**INFORME DE TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO**

MODALIDAD:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**TEMA: IDENTIFICACIÓN DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA
PARA EL DESARROLLO LOCAL Y EMPRENDIMIENTOS DEL
CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ**

AUTORAS:

SACÓN SACÓN JOHANNA MARICELA

VERA MERA GEMA LILIBETH

TUTOR:

M Sc. GARCÍA REINOSO NELSON

CALCETA, JUNIO 2018

DERECHOS DE AUTORÍA

Johanna Maricela Sacón Sacón y Gema Lilibeth Vera Mera, declaran bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

.....

JOHANNA M. SACÓN SACÓN

.....

GEMA L. VERA MERA

CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Nelson Garcia Reinoso certifica haber tutelado la tesis **IDENTIFICACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS PARA EL DESARROLLO LOCAL Y EMPRENDIMEINTOS DEL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido desarrollado por Johanna Maricela Sacón Sacón y Gema Lilibeth Vera Mera, previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....

M Sc. NELSON GARCIA REINOSO

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Los suscritos integrantes del tribunal correspondiente, declaran que han **APROBADO** la tesis **IDENTIFICACIÓN DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS PARA EL DESARROLLO LOCAL Y EMPRENDIMIENTOS DEL CANTÓN BOLÍVAR PROVINCIA DE MANABÍ**, que ha sido propuesta, desarrollada y sustentada por Johanna Maricela Sacón Sacón y Gema Lilibeth Vera Mera, previa la obtención del título de Ingeniera en Turismo, de acuerdo al **REGLAMENTO PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS DE GRADO DE TERCER NIVEL** de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.

.....

.....

MG. JHONNY P. BAYAS ESCUDERO MG. BLANCA MENDOZA MENDOZA

MIEMBRO

MIEMBRO

.....

MSC. RODNEY ALFONSO ALFONSO

PRESIDENTE

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primera instancia a la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López que nos dio la oportunidad de una educación superior de calidad y en la cual hemos forjado nuestros conocimientos profesionales día a día.

A nuestro padre Dios por darnos la oportunidad de haber culminado esta investigación, por haber adquirido nuevos conocimientos en este trayecto de estudios.

A nuestro tutor de tesis M Sc. Garcia Reinoso Nelson, por su esfuerzo y dedicación, un guía indispensable quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y motivación ha logrado en nosotras ese entusiasmo para poder terminar nuestra tesis con éxito.

A nuestros padres, por su comprensión y sus sabios consejos que no desmayaron en ningún momento, y nos supieron encaminar por el sendero del estudio, y así poder culminar nuestros estudios universitarios.

Al Ingeniero Marcos Anzules Reina quien ha sido una de las personas que nos brindó su mano amiga y que gracias a él gran parte del desarrollo de esta investigación se pudo desarrollar con éxito apoyándonos con un granito de arena para que se llevara a cabo.

A todas las personas que de una u otra manera han formado parte de nuestra vida universitaria a los que agradecemos sus consejos, apoyo y amistad en los momentos duros y felices ya que sin todos ellos no hubiésemos logrado nuestro propósito, a todos mil gracias.

JOHANNA MARICELA SACÓN S.

GEMA LILIBETH VERA M.

DEDICATORIA

A mis padres Genith Sacón y Manuel Sacón, pilares fundamentales en mi vida por haberme brindado su apoyo incondicional en todo momento, guiándome y educándome para que lograra una más de mis metas. Mi hermano Jonathan, por su cariño y estar siempre pendiente de mí ayudándome en lo que él pudiese.

A mis tías(os), a mis primas, que estuvieron conmigo extendiéndome su mano cuando lo necesitaba. A mi novio Alejandro, que desde que llegó a mi vida se convirtió en un apoyo muy importante, estando conmigo en buenos y malos momentos, dándome palabras de aliento para no decaer. A mi amiga y compañera de tesis por el excelente equipo que formamos, a nuestro tutor de tesis ya que sin la guía y el conocimiento de él no hubiese sido posible lograr nuestra meta. A todos y cada una de las personas que apoyaron de alguna u otra manera les dedico el esfuerzo y trabajo hecho con mucho cariño.

JOHANNA MARICELA SACÓN SACÓN

Este trabajo de investigación se lo dedico a Dios por darme las fuerzas necesarias para seguir en pie frente a esta lucha constante y así poder llegar a la meta planteada. A mis padres, quienes son mis verdaderos amigos, mis consejeros, mismos que son los ejes fundamentales de mi dedicación y esfuerzo, los cuales han dedicado gran parte de su vida y quienes han sacrificado mucho por darme el apoyo tanto moral como económico para poder emprender este largo caminar que hoy culmino con éxito.

A mi esposo Carlos Alfonso Loo Loo, por ser mi sostén de cada día y brindarme su apoyo en el desarrollo de esta investigación, por no dejarme caer en los momentos más difíciles de este gran trayecto. A mis amigos en especial a mi compañera de tesis, quien ha sido constante y me ha soportado en todo momento, quien ha estado ahí para escucharme y apoyarme. A mis familiares en general, muchas gracias por estar pendientes de una u otra manera.

GEMA LILIBETH VERA MERA

CONTENIDO GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN DE TUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CONTENIDO GENERAL.....	vii
CONTENIDO DE CUADROS.....	ix
CONTENIDO DE FIGURAS.....	x
CONTENIDO DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES	14
1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2. JUSTIFICACIÓN	19
TEÓRICA.....	19
METODOLÓGICA.....	19
PRÁCTICA.....	20
LEGAL	20
AMBIENTAL.....	21
SOCIOECONÓMICO	21
1.3. OBJETIVOS	22
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	22
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	22
1.4. IDEA A DEFENDER.	22
2.1. EL TURISMO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL	24
2.2. DESARROLLO LOCAL	26
2.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO TERRITORIAL	30
2.4. POTENCIALIDAD TURÍSTICA, EJE FUNDAMENTAL PARA EL TURISMO	32
2.5. ESTUDIO DE MERCADO.....	36
2.6. VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN UNA ZONA	38

2.7. EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS, UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO	41
2.8. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO	44
2.9. PLAN DE NEGOCIO TURÍSTICO, UN INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS.....	46
CAPITULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	49
3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS.....	49
3.2. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	52
3.3. DESCRIPCIÓN DE LAS FASES, MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	53
3.3.1. FASE 1. DIAGNOSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.....	53
3.3.2. FASE 2. ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO.	54
3.3.3. FASE 3. DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.	54
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	56
4.1. FASE 1. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.....	56
4.1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL ÁREA.....	56
4.1.2. INVENTARIO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN.	59
4.1.3. IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN.....	62
4.1.4. VALORACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLÍVAR ..	63
4.2. FASE 2. ESTUDIO DE MERCADO	66
4.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN BOLÍVAR	66
4.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	70
4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	76
4.3. FASE III. DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS	77
4.3.1. IDENTIFICACIÓN LAS POTENCIALIDADES DE EMPRENDIMIENTO	77
4.3.2. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DIRIGIDAS AL DESARROLLO DEL CANTÓN.....	80
4.3.2.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ FODA	83
4.3.2.2. PROBLEMA ESTRATÉGICO	83

4.3.2.3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICO.....	84
4.3.3. PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS QUE PROPICIE EL DESARROLLO LOCAL.....	84
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	96
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS.....	106
ANEXO 1	107
ANEXO 2	108
ANEXO 3	109
ANEXO 4	110
ANEXO 5	111
ANEXO 6	112
ANEXO 7	118
ANEXO 8	121
ANEXO 9	123

CONTENIDO DE CUADROS

Cuadro 2. 1. Condiciones con las que debe tener un lugar turístico.....	25
Cuadro 2. 2. Potencialidad turística en zona rural	34
Cuadro 2. 3. Tipos y componentes del mercado	37
Cuadro 2. 4. Criterios del potencial turístico y su valoración	38
Cuadro 2. 5. Criterios de emprendimientos según varios autores.....	42
Cuadro 3. 1. Metodologías analizadas para la evaluación de la potencialidad turística.	50
Cuadro 3. 2. Análisis comparativo de las metodologías.	50
Cuadro 3. 3. Metodología propuesta para la identificación de potencialidades turísticas del cantón Bolívar.	52
Cuadro 4. 1. Datos generales del cantón Bolívar.	57

Cuadro 4. 2. Inventario de recursos turísticos naturales y culturales del cantón Bolívar.	59
Cuadro 4. 3. Recursos turísticos del cantón Bolívar.	60
Cuadro 4. 4. Inventario de establecimientos de hospedaje del cantón Bolívar.	67
Cuadro 4. 5. Inventario de establecimientos de alimentos y bebidas formales del cantón.	68
Cuadro 4. 6. Establecimientos de recreación del cantón Bolívar.	69
Cuadro 4.7. Perfil del turista potencial que llega al cantón Bolívar.	75
Cuadro 4. 8. Matriz de perfil competitivo.	76
Cuadro 4. 9. Valores estimados en la matriz de potencialidades.	77
Cuadro 4. 10. Ponderación en la matriz de potencialidades.	78
Cuadro 4. 11. Resultados de potencialidades de los atractivos turísticos en el cantón Bolívar.	79
Cuadro 4. 12. Matriz FODA del cantón Bolívar.	81
Cuadro 4. 13. Valores para ponderación.	82
Cuadro 4. 14. Ponderación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.	82
Cuadro 4. 15. Cuadrantes de la Matriz FODA.	83
Cuadro 4. 16. Estrategias de reorientación del cantón Bolívar.	83
Cuadro 4. 17. Plan de negocios para emprendimientos turísticos.	86
Cuadro 4. 18. Especificaciones del cargo.	87
Cuadro 4. 19. Servicios existentes en el cantón Bolívar.	89
Cuadro 4. 20. Servicios a implementar en el cantón Bolívar.	89
Cuadro 4. 21. Potencialidades de productos turísticos en el cantón Bolívar.	91

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 2. 1. Hilo conductor del marco teórico referencial.	23
Figura 2. 2. Elementos de riqueza y valor para el desarrollo local.	26

Figura 2. 3. Aspectos a fortalecer para un desarrollo local turístico	28
Figura 2. 4. Límites espaciales y conceptuales del sistema turístico	31
Figura 2. 5. Factores determinantes del potencial turístico	33
Figura 2. 6. Metodología integral de evaluación.....	33
Figura 2. 7. Clasificación de la investigación de mercado.....	37
Figura 2. 8. Componentes de los atractivos turísticos.....	40
Figura 2. 9. Metodología aplicada para el inventario de los atractivos turísticos.....	41
Figura 2. 10. Esquema de un plan de negocio	47
Figura 4. 1. Mapa Político del Cantón Bolívar provincia de Manabí (2015).	56

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Nacionalidad de los visitantes.....	123
Gráfico 2. Nivel profesional	123
Gráfico 3. Estado civil del visitante.....	124
Gráfico 4. Ocupación del visitante.....	124
Gráfico 5. Motivación de visitas.....	125
Gráfico 6. Tiempo de estadía del visitante	125
Gráfico 7. Medios de información.....	126
Gráfico 8. Compañía de viaje del turista.....	126
Gráfico 9. Actividades turísticas	127
Gráfico 10. Gasto promedio del visitante.....	127
Gráfico 11. Satisfacción de la oferta.....	128
Gráfico 12. Calificación de servicios.....	128
Gráfico 13. Repetiría la visita	129

RESUMEN

La presente investigación no experimental aplica un diseño transversal utiliza el método analítico sintético y el inductivo deductivo, tiene como objetivo general determinar la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos en el cantón Bolívar; se propone una metodología resultado del análisis de varios autores, compuesta por tres fases: en la primera se realiza un diagnóstico turístico situacional, donde se caracterizan los servicios básicos e infraestructura turística, se actualiza el inventario turístico utilizándose las fichas de inventarios del MINTUR obteniéndose como resultados la identificación de veintiuno recursos turísticos, se identifica los emprendimientos evaluándose la gestión turística a través de una entrevista que como resultado demostró la falta de profesionales que gestionen el turismo y el bajo presupuesto destinado al sector. La segunda fase consistió en un estudio del mercado turístico, se analizó la oferta identificándose catorce establecimientos de hospedaje, cuarenta y uno de restauración y doce centros de diversión; el estudio de la demanda demostró en su segmentación de mercado un turista potencial joven, que busca diversión, viaja solo y pernocta por más de cinco días, además se aplica una matriz para determinar el competidor directo del cantón resultando ser el cantón Chone. Y en la tercera y última fase se diseña un plan de negocios para emprendimientos turísticos aplicando la matriz FODA y de potencialidades para determinar los posibles emprendimientos y la identificación de estrategias dirigidas al desarrollo turístico local del territorio tales como: incentivar a la creación de emprendimientos, elaboración de nuevos productos, promoción turística y financiamiento.

Palabras claves: Potencialidad, desarrollo local, emprendimientos turísticos, plan de negocio.

ABSTRACT

The present non-experimental research uses a cross-sectional design using the synthetic analytical method and the deductive inductive method. Its general objective is to determine the tourist potential for local development and undertakings in the Bolívar canton; a methodology resulting from the analysis of several authors is proposed, composed of three phases: in the first, a situational tourism diagnosis is made, where the basic services and tourism infrastructure are characterized, the tourism inventory is updated using the MINTUR inventory cards obtained as Results The identification of twenty-one tourism resources, the ventures are identified evaluating the tourism management through an interview that as a result showed the lack of professionals to manage tourism and the low budget allocated to the sector. The second phase consisted in a study of the tourist market, the offer was analyzed identifying fourteen lodging establishments, forty-one restaurants and twelve amusement centers; the study of the demand showed in its market segmentation a potential young tourist, who looks for fun, travels alone and sleeps for more than five days, in addition a matrix was applied to determine the direct competitor of the canton resulting to be Chone canton. And in the third and final phase, a business plan for tourism ventures is designed applying the SWOT matrix and the potentialities to determine the possible ventures and the identification of strategies aimed at the local tourist development of the territory such as: encouraging the creation of ventures, preparation of new products, tourism promotion and financing.

Keywords: Potentiality, local development, entrepreneurship, business plan.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES

1.1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El turismo a mediados del siglo XX se establece como una de las principales ramas económicas a nivel internacional, por tal motivo, se ha ido dando nuevas características turísticas que tienen como objetivo principal el desarrollo socioeconómico de las comunidades receptoras. Este desarrollo local que presenta el turismo a nivel mundial tiene como finalidad reavivar aquellos territorios que han sido degradados de una u otra manera por la forma inadecuada de aplicar la actividad turística en la zona, presentando soluciones para enfrentar esos problemas que los asecha. (Orgaz, 2014).

Estas soluciones que presenta el desarrollo local están enfocadas en la intervención de los principales actores económicos, sociales e institucionales del territorio, formando un ambiente de relaciones interpersonales, culturales, económicas y tecnológicas las mismas que forjarán el proceso del cambio y crecimiento del área.

De acuerdo a lo antes mencionado Oyarvide et al., (2016) mencionan que la crisis económica a nivel mundial y la limitada creación de empresas u organizaciones que generan empleo para la sociedad permite al individuo desarrollar nuevas ideas de emprendimientos, mismas que fomentan el desarrollo sostenible y sustentable de los países. Las personas han observado que la creación de nuevos negocios a nivel mundial es una de la manera más correcta o veraz de incrementar los ingresos económicos y de crecer como persona u organización, por tal motivo los gobiernos de varios países del mundo han implementado programas y proyectos para apoyar el desarrollo de emprendimientos en su localidad.

No está de más indicar, que el turismo es una de las ramas en la cual; las personas inician sus emprendimientos, mismo que ha dado resultados favorables para quienes la desarrollan. Para impulsar dichos emprendimientos en el turismo es necesario crear condiciones favorables para direccionar estas

iniciativas hacia las potencialidades turísticas y así poder brindar otra alternativa a los individuos que lo visitan.

Covarrubias (2015) menciona que la potencialidad turística a nivel mundial se mide de acuerdo a la valoración que se realiza o se les da a los recursos y sobre todo de acuerdo al nivel de estructuración que puedan tener los atractivos en los diferentes productos turísticos. La puesta en valor de los recursos de un determinado territorio contribuye al desarrollo local de la comunidad en donde se encuentran, obteniendo como resultado la unión de varios factores como la cultura, el entorno y las instituciones públicas y privadas mismos que tienen como beneficio el crecimiento económico y un desarrollo social de la zona.

En Ecuador el Ministerio de Turismo desarrolló diversos planes como: el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), el Plan Nacional del Buen Vivir y los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial los mismos que han sido implementados o ejecutados en varias regiones del país obteniendo resultados positivos para el desarrollo sostenible del sector turístico, el cual implica el desarrollo local fortaleciendo a las comunidades receptoras y reconociéndolas como las protagonistas de esta actividad, además se define desde una perspectiva social por la integración del territorio y la sociedad.

El desarrollo local a nivel nacional se caracteriza por reconocer al territorio no solo por ser un espacio físico sino por ser parte de la transformación social con posibilidades de incrementar los ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona. Boza et al. (2016) mencionan que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (EPS) forma una alternativa consolidada para la población menos favorecida dentro de la economía ecuatoriana. Esta entidad se basa en la creación y ejecución de emprendimientos que en su mayor parte no se desarrollan a largo plazo, pero sin embargo el gobierno en la actualidad implementa planes con facilidades para que dichos emprendimientos se pongan en práctica de manera correcta.

En el artículo de “El desarrollo turístico sostenible, Tren Crucero del Ecuador” plantea una investigación detallada la cual se ha tomado como un ejemplo claro en los procesos de emprendimientos en Ecuador y trata sobre la activación del ferrocarril más conocido por su producto turístico como el Tren Crucero mismo que ha generado emprendimientos estables entorno a la actividad turística lo cuales son administrados por las personas de la comunidad, todas aquellas actividades económicas permiten que la calidad de vida de los habitantes de la zona en donde se desarrolla mejore y tenga un mayor realce en la actualidad. (Monge et al., 2016).

Actualmente, Ecuador es reconocido a nivel internacional por su biodiversidad, por sus paisajes naturales y su cultura, estos atributos que fueron concedidos al ser elegido por tres veces consecutivas como el destino Verde Líder en Sudamérica por World Travel Awards 2015, (Noblecilla et al., 2016). La potencialidad turística en el país se ve enmarcada en la suma de recursos turísticos, accesibilidad, estructura y superestructura de un territorio y el adecuado uso o manejo constituyen un arma sustancial para el desarrollo humano de la localidad en donde se encuentra. En ciertas partes del país la potencialidad turística se ve o se ha visto desde una perspectiva capitalista optimizando su entorno social y económico las cuales sirven de base para dar valor a ese recurso o atractivo.

El 16 de abril del año 2016 la provincia de Manabí fue azotada por un terremoto siendo afectado el sector turístico especialmente en su infraestructura y sus atractivos, esto se dio ya que es uno de los sistemas más vulnerables del país. La provincia de Manabí es un territorio propio para el desarrollo de altas potencialidades ya que posee atractivos turísticos únicos en la zona costera del país. La diversidad de paisajes, balnearios, cultura, artesanías y sobre todo su gastronomía hacen de Manabí un lugar preferido por turistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, luego del terremoto y teniendo en cuenta las afectaciones que se produjeron en el sector turístico debe de ser re-planificada.

A pesar de que Manabí es una provincia rica en potencialidades turísticos éstos no han sido desarrollados de tal manera que dichos recursos o atractivos se

deben manejar de manera más adecuada ya que no todos cuentan con los servicios básicos y la accesibilidad, sobre todo aquellos que se encuentran en la zona rural, por tal motivo no están apropiados para recibir a los turistas y por ende no se podrá brindar un servicio de calidad.

De acuerdo a García et al. (2016) menciona que el Gobierno Provincial diseñó un plan estratégico provincial del turismo sostenible basado principalmente en el PLANDETUR 2020, este plan fue diseñado para desarrollar la economía de la provincia, así como alcanzar y sobre todo mantener una posición competitiva en el mercado, todo esto en función al turismo sostenible. Además, para llevar a cabo dicho plan el gobierno decidió primero conocer los puntos estratégicos para mejorar las falencias que existen o existían en la zona. Una vez diagnosticado los sitios estratégicos ha emprendido una campaña turística que servirá de base para desarrollar a Manabí como turístico.

La provincia de Manabí cuenta con 22 cantones, uno de ellos es el cantón Bolívar mismo que se encuentra ubicado en la zona centro de la provincia y que además por su geografía cuenta con elevados índices de potencialidad turística, (García et al. 2016). Dicha potencialidad no ha sido aprovechada correctamente ya que no existe un formato que permita mencionar que aplicando dicho modelo conste o no la zona con potencialidad. En base a esta problemática general se derivan varias causas las cuales no permiten que se lleve a cabo la mejora de la misma.

Dentro de las primeras causas se obtiene que el cantón cuenta con insuficiente infraestructura turística de acuerdo a Bayas et al. (2013) y García et al. (2016), lo que induce a que exista un deficiente aprovechamiento de los recursos turísticos, ya que no hay ningún tipo de servicios turístico en cada uno de ellos como: señalización turística, vías de acceso, servicios básicos, etc. Otra de las causas es la falta de cultura turística en la población local la cual es una de las razones esenciales para que haya un desinterés en la actividad turística, por ende, genera a que exista un escaso interés por desarrollar emprendimientos turísticos en el área. Sin embargo, existe un estudio sobre la identificación de

estrategias dirigidas a la reactivación turística de la zona, mismo que fue desarrollado por García et al. (2016)

Adicional a las causas ante mencionadas se indica también que hay una deficiente gestión turística por parte del departamento de turismo del gobierno autónomo descentralizado del cantón ya que no se muestran avances en la planificación estratégica, carece de planes de acción específicos que promuevan la participación activa de las instituciones públicas y privadas; se identifica la falta de gestión y de creatividad en lo que respecta a los emprendimientos turísticos de la localidad, además se muestra la inexistencia de ofertas que cumplan con las necesidades de la demanda, lo cual genera a que no exista un estudio de potencialidad turística que permita que el cantón Bolívar se desarrolle turísticamente de forma correcta.

Otro componente sustancial a enfatizar, es que el potencial turístico que se evidenciaba en el cantón Bolívar se vio afectado por el fenómeno natural que azotó la zona el 16 abril del 2016, sin embargo, aquellos recursos que sufrieron daños irreversibles son de carácter cultural ya que los recursos naturales se encuentran en buen estado, sin embargo, se manejan de forma inadecuada.

Para finalizar en toda la zona territorial del cantón existe un desinterés por parte del GAD en impulsar la creación de emprendimientos turísticos, por lo que se hace pertinente identificar estrategias para diseñar un plan de negocio competitivo y sostenible mismo que garantice la creación de nuevos productos turísticos y por ende se diversifique la oferta, todo esto incide en el deficiente desarrollo turístico local que se da en la zona.

Todo lo anterior constituye problemáticas que justifican la investigación por lo que definimos como problema científico de la investigación la siguiente interrogante:

¿De qué manera la identificación de la potencialidad turística contribuirá al desarrollo local y emprendimientos que a través de un Plan de Negocio coherente y adecuado fomente la reactivación del turismo en el cantón Bolívar provincia de Manabí?

1.2. JUSTIFICACIÓN

TEÓRICA

La investigación se basa en la necesidad de generar un plan de negocio para impulsar el desarrollo turístico local y emprendimientos del cantón Bolívar a través de la identificación de las potencialidades turísticas. Para la realización del trabajo se tomaron en consideración hacer análisis de fundamentos teóricos acerca del tema de estudio permitiendo así los resultados esperados y la estructuración del marco teórico para lo cual se revisaron artículos relacionados al desarrollo local y emprendimientos donde se muestren estrategias que permitan un adecuado manejo de los recursos.

Cabe recalcar que la tesis servirá como respaldo a futuras investigaciones en el área de estudio, ya que mediante los resultados obtenidos durante su elaboración se tendrá una idea clara de la situación actual, de tal manera que se convierte en una herramienta de punto de partida para otros estudios.

METODOLÓGICA

Para llevar a cabo esta investigación se tomó como referencia la metodología planteada por, García et al. (2016) que tiene como tema, Identificación de potencialidades turísticas del cantón Bolívar, en la cual el autor se basa en realizar la caracterización del área de estudio, además de llevar a cabo el inventario turístico de la zona evaluando y jerarquizando sus recursos, todo esto servirá como base para determinar estrategias que permitan el desarrollo turístico del cantón.

Adicional, la investigación también se fundamenta en que la única forma de confirmar que un territorio conserva verdaderamente un potencial de desarrollo turístico, es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado, ya que esto servirá para tener un mejor direccionamiento a lo que se desea llevar a cabo.

PRÁCTICA

La identificación de la potencialidad turística en el cantón Bolívar es de suma importancia ya que, mediante este estudio, en primera instancia se podrá conocer la realidad de como se está desarrollando la actividad turística en la zona, además la investigación impulsa a generar productos turísticos que favorezcan de manera productiva al desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar.

A través de la determinación la potencialidad turística se evaluaron los recursos y atractivos turísticos existentes en el cantón manifestando la alta potencialidad que tiene Bolívar, además el resultado del perfil del visitante resalta el interés que tiene el mismo por pernoctar más tiempo en el cantón a fin de recorrer y realizar actividades de recreación.

Demostrando así que la puesta en práctica la investigación es viable ya que; es potencialmente turístico y por ende esto genera la creación de nuevos emprendimiento, emergiendo la necesidad de un instrumento que los guie o respalde; y ahí; donde el plan de negocio cumple su función; convirtiendo la propuesta en un pilar fundamental para el momento de emprender un negocio ya que este permite tener una mejor visión, emprender de manera que no fracase tomando en consideración todos los elementos necesarios, tales como las políticas, estrategias, el lugar donde se va a realizar, el tipo de turismo que se va a ofrecer y las actividades que se van a plantear, entre otros elementos que con el desarrollo del mismo se irán presentando.

LEGAL

Se justifica legalmente en la Ley de Turismo del Ecuador, literales: a, b, g; en el cual se establecen objetivos donde reconocen que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo, así mismo haciendo uso racional de los recursos ya sean naturales o culturales. El plan de ordenamiento territorial del

cantón Bolívar menciona que se integran el desarrollo económico, social ambiental, turístico político, interculturalidad en un habita buscando el buen vivir de las futuras generaciones si afectarlas.

AMBIENTAL

Ambientalmente se justifica de acuerdo al Objetivo 7 de del Plan Nacional Del Buen Vivir 2013-2017, donde se garantiza los derechos de la naturaleza y promueve la sostenibilidad ambiental territorial y global. Este objetivo se plantea de acuerdo a que Ecuador se encuentra dentro de los países mega-diversos del mundo por lo que cuenta con una gran variedad de recursos, pero sin embargo algunos de ellos han tenido un gran impacto ambiental debido a las necesidades de la población, que no miden las consecuencias de no tener un adecuado manejo de los recursos, por ello es fundamental aprovecharlos y conservarlos de manera racional y sustentable. La investigación planteada aporta con el diseño de un plan de negocios para que; la comunidad aproveche los recursos y se justifica con todas las leyes que tiene el Ecuador sobre el manejo racional de los recursos.

SOCIOECONÓMICO

En el aspecto socioeconómico esta investigación será de gran ayuda ya que permitirá a las personas para que tengan un conocimiento más amplio del cantón y la variedad de recursos que posee. La identificación de potencialidades turísticas permitirá desarrollarse turísticamente.

Además, aportará información relevante para proyectar de mejor manera la variación de emprendimientos en los habitantes del cantón, en los cuales se buscará satisfacer, garantizándoles una mejor calidad de vida para ellos y las futuras generaciones, de acuerdo a lo anteriormente expuesto incentivarán a las personas a conservar y preservar los recursos dándoles el valor que se merecen es así como podrán brindar un servicio de calidad a los turistas que visiten los diferentes sitios turísticos.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos en el cantón Bolívar provincia de Manabí.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Contextualizar desde lo teórico las variables de investigación que describan pertinentemente lo relacionado al desarrollo local y el emprendimiento.
2. Diagnosticar la situación turística actual del cantón Bolívar identificando sus potencialidades turísticas y de emprendimientos.
3. Desarrollar un estudio del mercado turístico para el desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar provincia de Manabí.
4. Diseñar un Plan de Negocio para emprendimientos turísticos que propicie el desarrollo local del cantón Bolívar.

1.4. IDEA A DEFENDER.

La determinación de la potencialidad turística contribuiría al desarrollo local y emprendimientos respaldándolo en la elaboración de un plan de negocio que impulse la reactivación del turismo en el cantón Bolívar provincia de Manabí.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se detallan los temas básicos que hacen hincapié al marco teórico referencial, los cuales sirven como base para hacer más factible y clara la investigación, y que sustente la identificación de la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar provincia de Manabí.

A continuación, en la siguiente figura se presenta de forma más sistematizada el hilo conductor del marco teórico referencial (**Figura 2.1**)

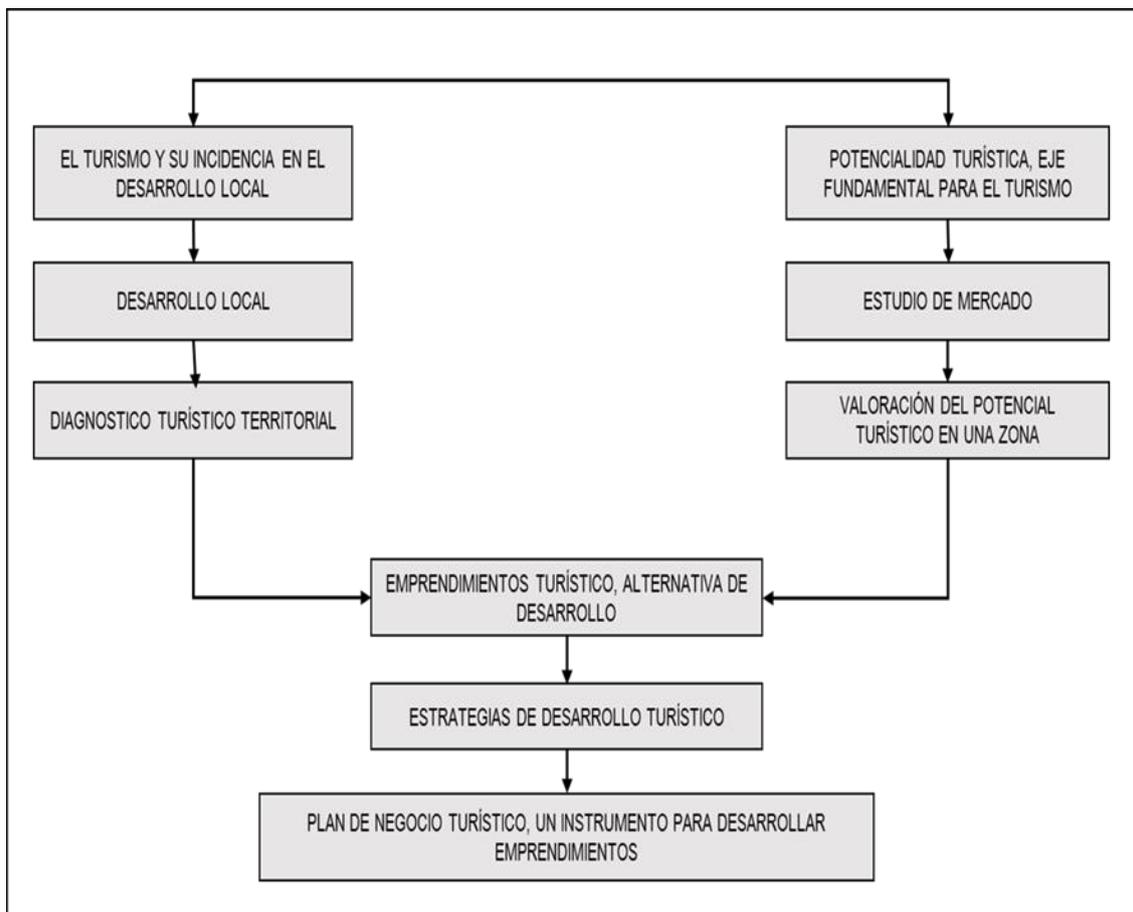


Figura 2. 1. Hilo conductor del marco teórico referencial.

Fuente: Elaboración propia.

2.1. EL TURISMO Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL

En la actualidad el turismo es cada vez más competitivo, posesionándose en los países que están en vías de desarrollo, de tal manera que éste sea la mayor fuente de ingresos al país, por ello es importante identificar el potencial turístico que tiene el territorio y los recursos con los que dispone una determinada comunidad para la generación de nuevos productos, satisfaciendo las necesidades de los consumidores quienes son parte fundamental para que el turismo se mantenga como tal.

La OMT (Organización Mundial de Turismo) (2014) Define al turismo como aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Marchena (2014) manifiesta que el turismo es un fenómeno social, territorial y económico, capaz de generar interacciones entre los turistas y la comunidad receptora, cuya característica principal es la de ofertar servicios tangibles e intangibles según la demanda.

Por tal razón se puede considerar al turismo como una palanca estratégica para financiar planes o programas de desarrollo a corto-mediano y largo plazo, dada a la capacidad en la vertiente internacional, de obtener divisas. En cuanto al turismo como sector de arrastre de la economía Torres (2015) menciona que; para que ser considerado de tal manera los países deben contar con ciertas condiciones como: (Cuadro 2.1.)

Condiciones naturales	Existencia de recursos turísticos primigenios que habrían de corresponderse con las motivaciones de la demanda.
Condiciones de localización	Los destinos más cercanos al mercado de la demanda tienen más ventajas, pero también influyen el transporte, comodidad, precio y las tendencias.
Condiciones económicas	Abarca la utilización de la mano de obra para tender los servicios que el turista requiere, generación de infraestructura que generen plazas de empleo.
Condiciones sociales	Es indispensable para generar una seguridad al turista

Cuadro 2. 1. Condiciones con las que debe tener un lugar turístico

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte el desarrollo del turismo actual se caracteriza por el alto nivel competitivo, en el que ganan valor la imaginación y la presentación de un nuevo turista que demanda una oferta en la cual la diversificación, la autenticidad, el compromiso con el cuidado, la protección del medio ambiente y la calidad deben ser sus elementos distintivos (Reyes et al., 2015)

Considerando todo lo mencionado anteriormente se puede decir que el turismo es un factor que contribuye al desarrollo local y puede constituirse en un verdadero dinamizador económico y social de un territorio. Por ende (Toselli y Mazza 2014) indican que este sector promueve a la creación de empleo, la generación de nuevas actividades productivas, y en el caso particular de los países en desarrollo, colabora en la atenuación de la pobreza.

En conclusión el turismo es más que una actividad que se realiza por simple acción, si no que se ha convertido en una oportunidad para cambiar y superar el círculo vicioso de la pobreza de una sociedad, ya que; a través de ella se genera plazas de trabajos y divisas que traen consigo beneficios socioeconómicos para una comunidad y el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores generando a la misma un desarrollo local.

Ejemplo de cómo incide el turismo en el desarrollo local está el caso de la Montaña Palentina y Comarcas del sur de Cambria, lugar que en los últimos años su economía se fundó en el turismo, ha sido un complemento diversificado, a través de las actividades tradicionales de las sociedades de estas zonas Delgado et al. (2014).

En cuanto a los elementos que se deben tomar en cuenta para el desarrollo local son los recursos culturales, naturales y patrimoniales que forman parte importante de una gran riqueza y valor que sabiéndolos aprovechar, posesionándolos y comercializándolos de forma sostenible, se puede lograr que este se mantenga y por ende mejore el desarrollo socioeconómico de las

comunidades locales en los destinos, sin dejar a un lado la preservación y conservación de los recursos (Figura 2.2).

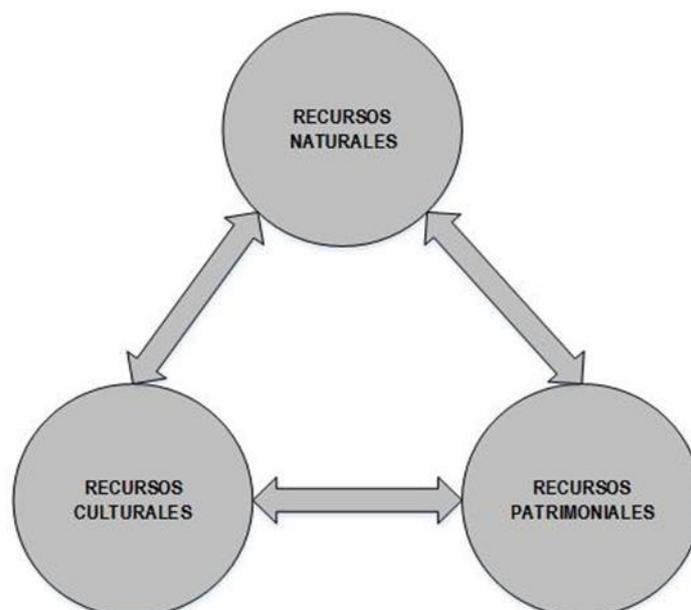


Figura 2. 2. Elementos de riqueza y valor para el desarrollo local
Fuente: Elaboración propia

El turismo conocido como parte importante de la actividad económica, se lo considera como un eje de desarrollo local, dinamizando la economía regional destacando así su incidencia socioeconómica en el desarrollo y crecimiento de las comunidades. El turismo social incide en el comportamiento y las limitaciones que tiene la sociedad debido a que el hombre es el actor único en sus manifestaciones. Conocedores de que el turismo genera dividendos y mueve masas de personas a los diferentes sitios que ofertan la actividad turística, en gran parte incide en lo ambiental ya que en ciertas ocasiones no se tiene presente los impactos que este pueda generar, así como en las manifestaciones culturales, que pueden sufrir daños irreversibles ocasionando que estos recursos no puedan seguir siendo aprovechados.

2.2. DESARROLLO LOCAL

El desarrollo local se entiende como el progreso de un determinado espacio teniendo en cuenta la gestión, organización y planificación de un territorio a partir de los cambios económicos que surgen. Para ello, es importante

mencionar que el desarrollo local no solo proviene del valor económico que se dan de las actividades o a las acciones que realizan las instituciones, más bien está encaminado a movilizar a la población creando iniciativas, generando proyectos donde la población en general participe ya sea dando ideas o planteando propuestas que permitan aprovechar al máximo los recursos.

Toselli (2015) destaca que, en la actualidad, es cada vez más frecuente hablar de desarrollo local basado en el turismo, y son muchos los territorios que están protagonizando procesos de recuperación y expansión económica, gracias a la evolución que está experimentando este sector. Mientras que Alonso (2013) indica que el desarrollo local pretende situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos.

Asimismo, Calle (2015) cita a Albuquerque (1997) quien definió el desarrollo local como el proceso que mejora la calidad de vida, superando las dificultades por medio de la actuación de diferentes agentes socioeconómicos locales (públicos y privados), con recursos endógenos y fomentando el aumento de capacidades. Y es ahí donde nace la importancia de lograr un desarrollo local turístico ya que este radica en el proceso dinámico e integrador en zonas o localidades, mejorando las condiciones de vida de los habitantes y para el logro de este resultado se debe atender aspectos centrales como ejes de desarrollo, tal y como se muestra en la figura 2.3.

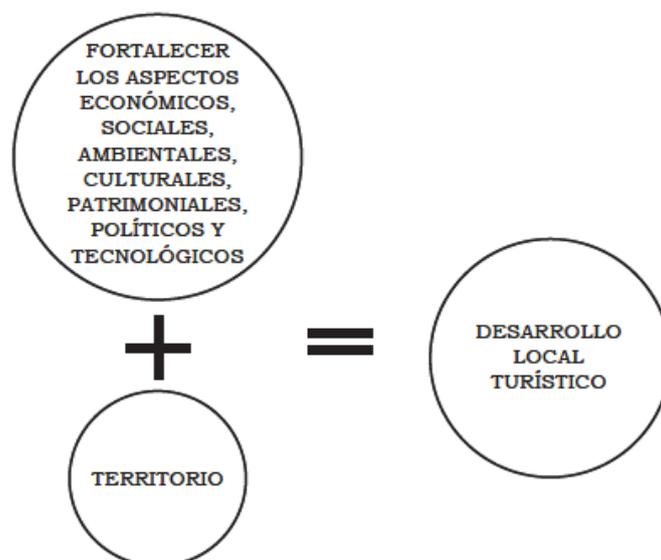


Figura 2. 3. Aspectos a fortalecer para un desarrollo local turístico
Fuente: Calle 2015

Acotando lo anterior Castellanos (2013) resalta que el propósito del desarrollo local turístico, destaca, busca el mejoramiento de las condiciones de vida de una determinada localidad, comunidad o territorio, logrando un equilibrio entre los aspectos: económico, social y ambiental en un espacio físico determinado, articulado al beneficio y satisfacción de las necesidades de los residentes de ese mismo territorio.

Si bien el turismo es una actividad de relevancia cabe recalcar que; para este obtenga un óptimo desarrollo debe estar íntimamente relacionado con la sostenibilidad; Martínez (2013) mencionan que la sostenibilidad es la capacidad de los sistemas socio-ecológicos (SSE) de satisfacer las necesidades de la población actual y las generaciones futuras, así como la capacidad de mantener dichos sistemas de modo que puedan soportar la vida en el planeta. Tosell y Godoy. (2014) mencionan que el desarrollo local está basado en el turismo sustentable, y que el primer paso consiste en contar con información previa y estudios de calidad sobre la situación del territorio.

El desarrollo local y el turismo pueden definirse como estrategias de desarrollo para la determinación del potencial geográfico, recursos naturales, culturales y sociales, ejes importantes al momento de realizar tácticas para el desarrollo turístico, todo esto se debe ejecutar tomando en cuenta la preservación y

conservación de los mismos. Los gobiernos nacionales y locales toman un rol importante ya que serán los encargados del fortalecimiento de las actividades turísticas, estarán brindando información necesaria a la población en general, si es necesario brindar capacitaciones sobre conservación de las estrategias que se toman en cuenta para el desarrollo local.

Para llevar a cabo un proceso de crecimiento se debe determinar el potencial de desarrollo que tiene el territorio conduciendo a que la población tenga una mejor calidad de vida. Para ello es necesario que la comunidad se empodere y sea líder para llevar a cabo procesos de cambio organizado, sin embargo, es preciso que la comunidad se comprometa a trabajar constantemente para conseguir el desarrollo local económico y así lograr cumplir con los objetivos propuestos.

Cabrera, Pérez y Cabrera (2017) recalcan que, en la adecuación del Desarrollo Local, se reconoce la relación centralización-descentralización económica, no desde una visión liberal, sino desde un enfoque que permite la integración de la participación comunitaria, la diversificación de los agentes económicos y el reforzamiento de los programas sociales. Mientras que Guaderrama (2016) alude que el desarrollo local y regional se equipara con un enfoque más limitado a aspectos económicos.

Por tal motivo se debe direccionar acciones que permitan alcanzar el objetivo Franch (2017) cita a García et al. (2013) que menciona que para llevar a la práctica el desarrollo económico local, se requiere implementar políticas que reconstituyan un tejido local activo, en el que los proyectos se apoyen unos con otros de forma solidaria y donde pueda regularse el equilibrio social y económico a nivel general.

Un punto importante de considerar para el desarrollo local es tener en cuenta, la relación entre los recursos y las necesidades que estén presentes en el territorio, sabiendo que la valorización que se le den a los recursos jugaran un papel fundamental dentro de un plan de desarrollo, así como las necesidades territoriales que busquen promover el turismo de manera consiente sin

comprometer los recursos con los que cuenta. Dentro de este proceso se integran elementos fundamentales de los cuales se toma en consideración la sostenibilidad que no solo busque beneficios económicos sino también ambientales y sociales garantizando el bienestar de las futuras generaciones, además con este elemento si se trabaja de manera adecuada se puede conseguir el desarrollo local y por ende mejorar la económica.

De acuerdo a los conceptos revisados el desarrollo local algunas comunidades no cuenta con un modelo metodológico donde tengan determinado que lineamientos seguir para poner en marcha cada una de sus iniciativas, o por lo menos puedan plantearlas para su posterior ejecución.

2.3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO TERRITORIAL

El diagnostico turístico es un proceso de planificación mediante el cual se establece la situación real de un destino donde se desee realizar alguna actividad, además de constituir una fuente de información directa que permitan tomar futuras decisiones o plantear estrategias y herramientas que evalúen el éxito o fracaso. Se puede decir que éste será el punto de partida para una planificación turística adecuada. El éxito de un diagnostico turístico depende de que la información recolectada sea coherente con el nivel de planificación propuesta o en este caso los objetivos establecidos

CUPE (2016) indica que el diagnóstico turístico es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Además, cita a Ricaurte (2009), quien recalca que para poder



realizar un diagnóstico turístico es necesario identificar al sistema turístico que lo establece como una totalidad organizada compuesta por diferentes elementos cuya función se interrelaciona para alcanzar un fin común, la diferencia entre un sistema y otro radica en los elementos que lo conforman. Se comprende que el sistema turístico está compuesto por una gama de recursos que interactúan entre sí, cuya finalidad es obtener un resultado favorable que cumpla las necesidades y expectativas del consumidor. Figura 2.4.

Figura 2. 4. Límites espaciales y conceptuales del sistema turístico
Fuente: Ricaurte 2009

Para Salcán (2016) el diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino.

El Diagnóstico deberá comprender, entre otros, aspectos tales como: la delimitación y localización del territorio o unidad de manejo; la caracterización e inventariado de sus elementos físicos y bióticos; la caracterización de su población en términos socio-económicos y culturales; la identificación de actividades y modelos de empleo del territorio que ocasionan impactos negativos; y la determinación de condiciones de riesgo, vulnerabilidad y conflictos de diverso orden. En este enfoque se debe considerar que existe la inclusión del territorio en otro mayor, el cual proporciona restricciones y oportunidades para el desarrollo local; significa fijar límite (Torres, 2014).

Un diagnóstico turístico se realiza con la intención de determinar la situación actual de un destino y el grado de potencialidad que tiene, dentro del diagnóstico se toman en cuenta sistemas o componentes de los cuales se recauda la información necesaria. En lo que respecta a la oferta se logrará identificar cuáles serán los atractivos, los recursos que tiene este sistema para ofrecer, la demanda constituye un sistema esencial, su función principal es

hacer uso de los espacios, la promoción y comercialización buscará los medios para difundir la oferta turística, y la superestructura dirigirá la actividad turística mediante empresas públicas, privadas y no gubernamentales.

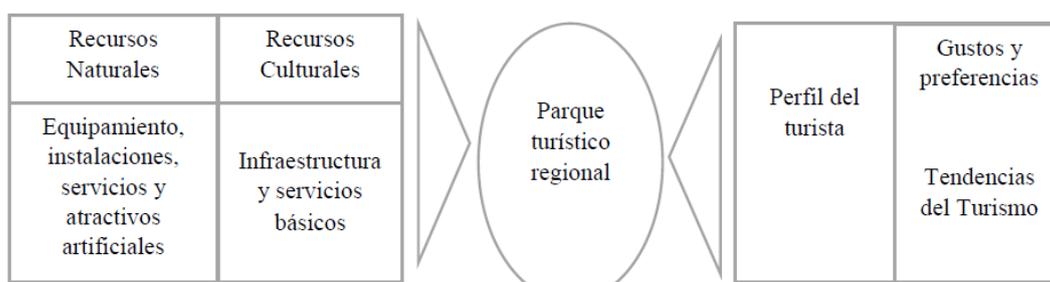
2.4. POTENCIALIDAD TURÍSTICA, EJE FUNDAMENTAL PARA EL TURISMO

Conocer el potencial turístico de un territorio es vital para el desarrollo de la actividad para lo cual se debe tener claro que es el potencial turístico y de qué manera se puede identificar el mismo y su evaluación.

Arce y Ruiz. (2016) manifiestan que la potencialidad que ofrece el territorio para la puesta en marcha, el mantenimiento o la mejora de la actividad turística, viene marcada no solo por la presencia de atractivos, sino también por la variedad y concentración territorial, su accesibilidad y otros muchos aspectos de índole geográfica. El potencial turístico se define como la suma de posibilidades de que el ambiente natural y social pone a disposición las actividades turísticas (Mallqui, 2016)

Para Ramírez (2015) el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. Además indica que para saber la potencialidad de un destino turístico se debe evaluar el mismo mediante un análisis completo que permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos.

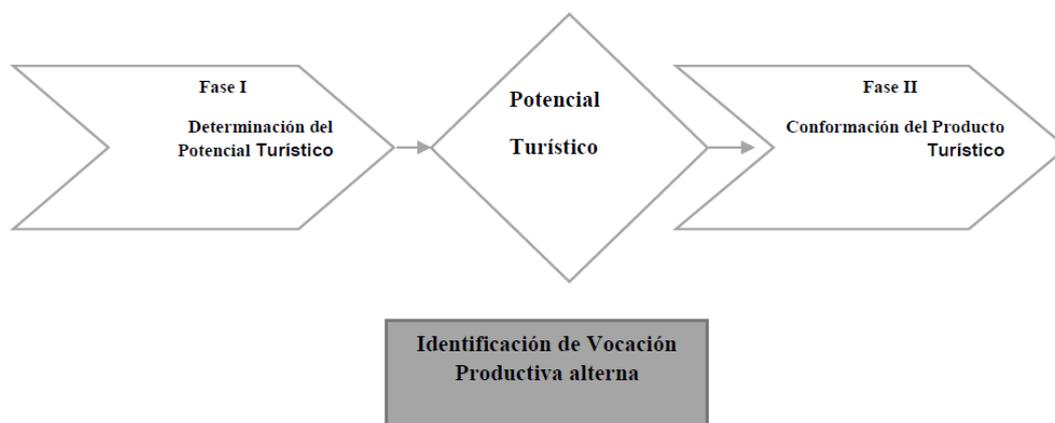
De la misma manera ocurre con la demanda turística, ya que si se identifica y analiza se puede saber a qué tipo de usuario ofrecerle los productos turísticos



de ese destino. La evaluación del potencial turístico es necesario primeramente valorar cuál es el desarrollo turístico actual para determinar de qué manera los productos turísticos actuales contribuyen al turismo del destino. (Figura 2.5.)

Figura 2. 5. Factores determinantes del potencial turístico
Fuente: Ramírez 2015

Para poder desarrollar nuevos productos lo primero que se necesita hacer es identificar qué es lo que se puede hacer en ese destino, es decir, en qué áreas pueden realizarse actividades de índole turística, al igual que también se puede analizar cómo podrían mejorar o renovarse aquellas actividades existentes



para atraer nueva demanda. (Figura 2.6.)

Figura 2. 6. Metodología integral de evaluación
Fuente: Ramírez 2015

El potencial turístico comprende la valoración e identificación de los recursos turísticos para determinar de una u otra manera lo que se le va a ofrecer para recibir el turismo, el progreso de la actividad turística para determinar el potencial turístico que tiene un atractivo se da de acuerdo a la presencia de los mismos, por ello se menciona anteriormente que para llevar todo esto a cabo es necesario la realización de un inventario, para posterior a ello tomar en cuenta otros aspectos necesarios como la accesibilidad hacia el lugar escogido para realizar la visita, la variedad de las actividades que se realicen en los destinos es de suma importancia debido a que el turista busca nuevas experiencias y no aceptara que este siga ofertando lo mismo todas las

ocasiones que este visite el sitio, todo esto debe estar acompañado de la conservación de los recursos para que estos no sufran un deterioro acelerado.

El turismo es una actividad que genera desplazamiento a diversos lugares por motivaciones diferentes, sin embargo, en la actualidad las personas se están direccionando aún más por el turismo de naturaleza. Con esta práctica de turismo se genera un desarrollo integral en las comunidades provocando impactos positivos brindando mejores plazas de trabajo y mejorando la economía sobre todo en las comunidades rurales. Toda zona que esté interesada en desarrollar turismo tiene que evaluar el potencial que poseen todos sus recursos donde deben tomarse en cuenta todo tipo de atracciones y actividades relacionadas al ambiente natural, patrimonios culturales, características específicas del lugar, sitio urbano, accesibilidad, infraestructura y servicios turísticos.

En consideración de la importancia del potencial turístico de un territorio se cita autores que respondan lo mencionado anteriormente y que además hace énfasis en las zonas rurales, teniendo en cuenta que en la actualidad las modalidades turísticas son varias y por ende ya no es tradicional sol y playa, sino que; se da apertura a la visita de nuevos lugares. (Cuadro 2.2.)

Cuadro 2. 2. Potencialidad turística en zona rural

AUTORES	CONCEPTO
Camara y Morcate (2014)	Las potencialidades del desarrollo turístico, son función de sus recursos territoriales reales y potenciales, las potenciales serán cualquier elemento, material o inmaterial, vinculado a la naturaleza o a la cultura de una localidad, que no se encuentran todavía incorporados a la dinámica turística por el hombre, ni cuenta con ningún tipo de servicios de apoyo a fines turísticos.
Meza, Escarlen. (2016)	El potencial turístico es importante porque permitirá determinar que modalidad turística debe desarrollarse de acuerdo a las características naturales como clima, paisaje y la riqueza cultural que posee un destino, esto es posible por la existencia de recursos turísticos que puedan motivar el desplazamiento
Mejía. (2016)	Para identificar el potencial turístico sustentable de un destino, se puede considerar un modelo que considere cinco factores integradores en estos destinos: factores amplificadores o restrictivos; de política, planeación y desarrollo; de gestión; de atracción y de soporte y recursos

Fuente: Elaboración propia

Determinar el potencial turístico que tiene una zona, es una necesidad para el desarrollo sostenible, la identificación del potencial permitirá conocer las debilidades, fortalezas y amenazas del objeto de estudio, contribuyendo a facilitar la afluencia de visitantes que lleguen con diferentes intereses, favoreciendo al desarrollo económico, social y ambiental.

El potencial turístico de una región es importante porque permitirá determinar que modalidad turística debe desarrollarse para de acuerdo a las características naturales que tiene, como clima, paisaje y la riqueza cultural que posee un destino, esto es posible por la existencia de recursos turísticos que puedan motivar el desplazamiento de un turista. El potencial turístico determina la capacidad que tiene el destino para poder ofrecer recursos, atractivos naturales y culturales, capaces de mover flujos turísticos de visitantes motivados por el conocimiento y la admiración de encontrar lugares y escenarios que satisfagan la necesidad y las expectativas del visitante.

La evaluación del potencial debe estar ligado a temas ambientales orientados a seguir algunos principios básicos como la conservación y protección de los recursos garantizando los beneficios que persigue. Como tal este es un proceso de planificación donde se debe incluir un inventario de recursos turísticos, se aplican metodologías como herramientas para el momento de toma de decisiones, expone donde están ubicados, la calidad y la cantidad de recursos naturales y culturales, la accesibilidad y la infraestructura son otros puntos determinantes para que la evaluación del potencial sea casi completa

Algunos autores mencionan que la identificación del potencial turístico consiste en realizar un registro integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas puedan constituir un recurso para el turista. Señalando de esta manera y con el fin de contribuir a un desarrollo turístico con visión de sostenibilidad, que permita la conservación, calidad de los recursos turísticos, evitando la degradación del paisaje, además todo esto se hace necesario, para el momento de conocer el potencial turístico de un espacio para la construcción de un destino y la creación de un producto intangible viable económica, social y ambientalmente para una gestión

adecuada de los recursos, favoreciendo al empresario que desee invertir en el turismo. Cabe mencionar que se debe realizar conscientemente sin afectar alguno de los recursos garantizando la sostenibilidad y sustentabilidad.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se realiza para determinar la oferta y la demanda ante un producto o servicio, el objetivo de este estudio es tener una idea clara de las características de un producto o servicio que se vaya a introducir al mercado turístico por ende es necesario tener un conocimiento exhaustivo sobre el sector, los precios y la forma de comercialización. Con un estudio de mercado bien realizado se tendrá claro cuál es la demanda y distribución geográfica

Según Mera (2017) el estudio de mercado o análisis del mercado tiene por objetivo el conocimiento de todas las variables del mercado que puedan afectar a la empresa: producto, servicio, competencia, distribución, micro-entorno y otros. Mientras que Jiménez (2016) indica que un Estudio de mercado es el resultado del proceso de recolección, análisis e interpretación de información relativa al mercado objeto de estudio; también expone que para un estudio de mercado es necesario el tipo de investigación a mercados a realizar por tal razón la clasifica. (Figura 2.7.)

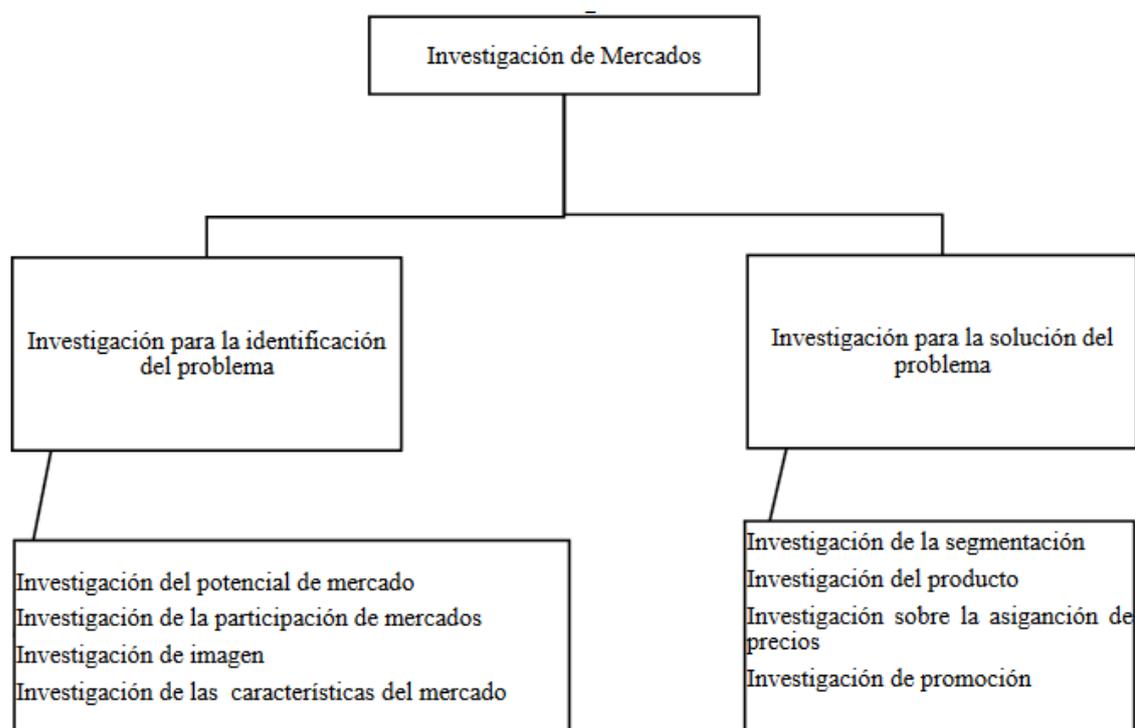


Figura 2. 7. Clasificación de la investigación de mercado
Fuente: Jiménez 2016

Por otra parte, Chila (2017) manifiesta que la empresa reconoce tres tipos de mercados haciendo referencia al estudio de mercado, además también considera cuatro componentes del mercado (Cuadro 2.3.)

Cuadro 2. 3. Tipos y componentes del mercado

Tipos de mercados	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado Potencial: Se refiere a los posibles clientes de una empresa, es decir, aquellos que tienen interés en el producto y están en disposición de adquirirlo • Mercado Objetivo: Se refiere al público objetivo o target group, que es el colectivo al que se dirige el producto. • Mercado Actual: Está compuesto por quienes, efectivamente, compran el producto de la empresa
Componentes del mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Consumidores: La empresa analiza a sus consumidores con el fin de poder acercar la oferta a la demanda (...) y selecciona aquellos segmentos que pueden estar más interesados en adquirir sus productos. • Competencia: Hace referencia al conjunto de empresas con las que se rivaliza por el mismo producto o uno similar. • Proveedores: Es la empresa que suministra materias primas o mercancías a otras empresas para que puedan realizar sus actividades empresariales. • Distribuidores: Es aquella empresa que pone a disposición de los consumidores finales los bienes del fabricante

Fuente: Chila 2017

Elaborado por: Las autoras

Un estudio de mercado se lo realiza para estudiar la viabilidad de la idea de negocio, conocer cuáles son los tipos de mercados en los que se va a trabajar a que público estará dirigido para de esa manera determinar qué es lo que está solicitando el mercado hoy en día y así de una manera u otra tratar de adaptar el producto o servicio que se va a ofertar con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

Dentro del estudio también se debe tener en consideración los componentes del mercado, así como se muestra en la tabla anterior, es importante conocer cuáles son los posibles consumidores que van a estar interesados en el producto que va a tener el negocio ya que de ahí parte el éxito que éste vaya a tener, otro componente de vital importancia es la competencia que tiene el que oferta o va a ofertar el mismo producto con el fin de mejorarlos y así ganar terreno en el mercado. Los proveedores serán los encargados de que la materia prima que suministren sea de calidad, el distribuidor garantizará la entrega del producto a los consumidores a tiempo ya que un retraso mínimo puede generar grandes pérdidas para el negocio. Por todas aquellas razones antes mencionadas el estudio de mercado es de suma importancia ya que el negocio podrá cumplir de mejor manera los objetivos propuestos y por ende tener éxito.

2.6. VALORACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO EN UNA ZONA

El potencial turístico va dependiendo de la valoración que tienen cada uno de sus recursos para ello es necesario que primero se realice un inventario de atractivos turísticos, dando información relevante de los recursos identificados. Al tener una visión clara de lo que se va a realizar el lugar que va a ofertar algún tipo de turismo tendrá que hacer un estudio sobre la capacidad de carga, a continuación, se exponen tres conceptos para mejor entendimiento. (Cuadro 2.4.)

Cuadro 2. 4. Criterios del potencial turístico y su valoración

AUTORES	Criterios
---------	-----------

Mikery, Perez. (2014)	La valoración de los recursos naturales y el nivel de estructuración de los atractivos en productos turísticos ha sido el elemento básico para abordar el potencial turístico del territorio rural.
Flores. (2017)	Para valorar los recursos turísticos es necesario realizar un análisis para definir y caracterizar aquellos atributos con los que cuentan dichos recursos.
Alcalá, López. (2017)	La evaluación del potencial turístico permite identificar los sitios más adecuados para una actividad económica concreta, especificando los requisitos, preferencias y variables teniendo en cuenta las características del medio ambiente físico, los recursos sociales y los elementos superestructurales.

Fuente: Elaboración propia

Para realizar la valoración de los recursos naturales, culturales, atractivos, es necesario realizar un análisis profundo, determinando cada una de las características de dichos recursos, ya que esto mostrara si es viable para desarrollar turismo y ofertar actividades turísticas. Una de las ventajas que se visualiza al realizar una evaluación del potencial turístico de una región es la innovación ya que una vez definidos se puede analizar y definir estrategias para aprovechar la zona para ofertar productos que cumplan con las necesidades actuales de los clientes, teniendo en cuenta las tendencias del turismo.

Otro factor importante es evaluar el impacto ambiental que provoca el desarrollo de una actividad turística, en cual se requiere saber el potencial con él cuenta para poder desarrollar un sitio turístico que este en óptimas condiciones para actividades turísticas de recreación, donde se genere ingresos para mantener el mismo ya que de este depende el desarrollo del destino.

Conocer la importancia del turismo y el turista que visita para detectar necesidades de la demanda y planear estratégicamente la oferta para así poder desarrollar nuevos productos, para ello se va a necesitar primero es identificar qué es lo que se puede hacer en ese destino, es decir, en qué áreas pueden realizarse actividades de índole turística, al igual que también se puede analizar cómo podrían mejorar o renovarse aquellas actividades existentes para atraer nueva demanda, conocer el perfil del turista es necesario debido a que el será el que consuma el producto, a qué tipo de turismo se direcciona.

Los recursos son un conjunto de atractivos del territorio ya sean naturales o culturales. Para que un recurso se convierta en atractivo turístico debe cumplir ciertos elementos, como accesibilidad, infraestructura, servicios, entre otros, para que un atractivo pueda ser visitado debe tener los servicios básicos, la imagen del atractivo también toma un papel fundamental ya que de ésta depende que el consumidor regrese. Tomando en cuenta los elementos antes mencionados se puede dar lugar a la creación de productos que puedan motivar a los turistas a desplazarse y conocer diferentes lugares, por motivo de curiosidad o realizar alguna actividad física (Figura 2.8.).

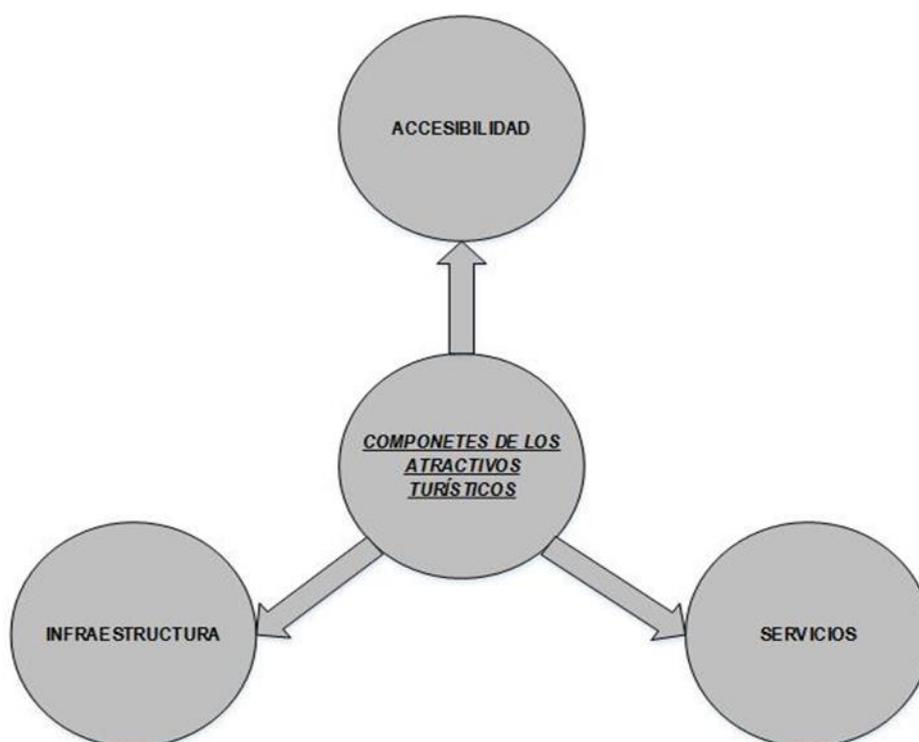


Figura 2. 8. Componentes de los atractivos turísticos.

Fuente: Elaboración propia

Navarro (2015) identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan, por tanto, una corriente turística hacia su localización. Para Blanco et al. (2015) son todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

Lluglla, Neyfe, Arévalo y Cuétara (2016) menciona que es el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias o por su ubicación en un contexto, despiertan el interés del visitante, además resalta la necesidad de su identificación para mejor gestión de los mismos, para lo cual plantea una metodología. (Figura 2.9)

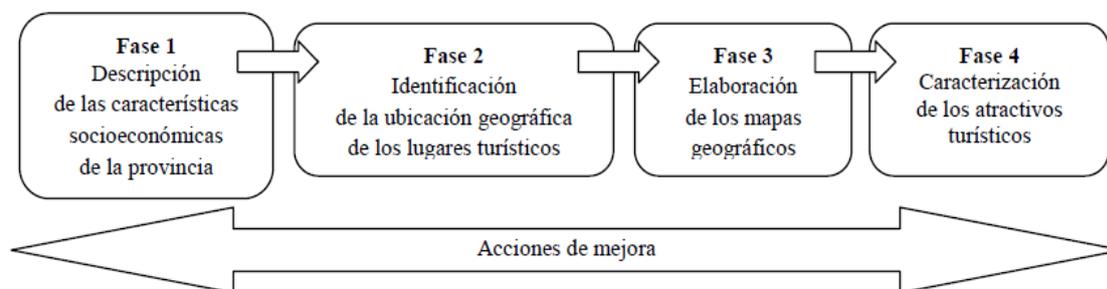


Figura 2. 9. Metodología aplicada para el inventario de los atractivos turísticos
Fuente: Lluglla, Neyfe, Arévalo y Cuétara (2016)

Con el análisis que se realiza de los recursos se puede determinar varios factores, en el cual utilizando los atractivos turísticos y el patrimonio se puede visualizar el potencial que tiene, logrando así en un futuro el desarrollo local y la creación de productos turísticos con la actuación humana. A la hora de realizar un producto turístico es importante tener un conocimiento básico acerca de los atractivos turísticos, que pueden ser materiales o inmateriales, pudiendo incurrir en el proceso de decisión del turista a la hora de elegir desplazarse a un determinado territorio.

2.7. EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS, UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO

Los emprendimientos son destinados con múltiples propósitos, uno de ellos es que persigue un fin económico y posee un sinnúmero de características, donde se evalúan los cambios que genera el turismo con el pasar de los tiempos. Iniciar un emprendimiento es cosa de valientes, no siempre se tendrá la certeza de que va hacer un negocio rentable.

Para llevar a cabo un negocio se tiene que pensar y actuar sobre un proyecto que tenga en mente, aclarar que es lo que se quiere lograr, a donde quiere

llegar para ello se debe aprovechar los recursos culturales, naturales, políticos, económicos y humanos, permitiendo satisfacer las necesidades que el medio presenta. También se deben plantear estrategias que se ajusten al medio, bien o servicio que se desea brindar, en el caso de ser un emprendimiento turístico puede ser una oportunidad viable y factible ya que donde hay demanda de bienes y servicios, invertir un capital en actividades turísticas ayudara al desarrollo local (Cuadro 2.5)

Cuadro 2. 5. Criterios de emprendimientos según varios autores.

AUTORES	CONCEPTO
Rubio. (2016)	La combinación de diferentes factores -como atractivos turísticos, servicios, características culturales, físicas y socioeconómicas del territorio, entre otros- conlleva a la identificación de áreas rurales o urbanas con mayor o menor capacidad para la localización de emprendimientos turísticos.
Lara, Quinchuela, Muñoz. (2016)	Los emprendimientos depende de su naturaleza, la estructura de las actividades empresariales y su capacidad de innovación
Freire, Silva, Padilla. (2016)	El emprendimiento está constituido por fases que se inician a partir de la generación de ideas, las cuales se estructuran y dan paso a las pruebas de funcionamiento de la idea, hasta que esta se convierte en una empresa.

Fuente: Elaboración propia

Una de las principales dificultades que enfrenta el turismo es la falta de emprendedores locales, debido a que las personas no quieren arriesgarse en inversiones, ya que en ciertos casos la comunidad no tiene los servicios necesarios para la prestación de los mismos, por tal motivo, este es un factor determinante para que se desmotiven ya que no hay afluencia de consumidores y eso representa pérdidas para ellos. El agricultor es uno de los que no están muy interesados en desarrollar emprendimientos puesto que la mentalidad de ellos es diferente a los prestadores de servicios de la zona urbana. Además, muchos no tienen la información necesaria o no están capacitados para manejar un emprendimiento y que éste pueda mantenerse en el caso de no cumplir con las necesidades del consumidor.

Los emprendimientos deberían verse como una oportunidad de algún tipo, ya sean por necesidad o por llevar un estilo de vida diferente, las zonas rurales son las mejores para desarrollar un tipo de emprendimiento, ya que posee características productivas y de contextos diferentes a las demás zonas, los

emprendimientos que se hacen por necesidad tienden fácilmente a fracasar, puesto que esto guarda una relación con la carencia de recursos económicos y la falta de experiencia para la creación de los mismos. En este caso los gobiernos locales deberían apoyar a los que deseen emprender un negocio, más aún en zonas donde el desarrollo económico es muy bajo.

Los beneficios de la creación de nuevos emprendimientos es que aumenta la oferta de empleos, y el bienestar la población, independiente del motivo por el cual se inicie el emprendimiento. Según autores antes mencionados los emprendimientos que se hacen por oportunidad o necesidad se clasifican según su naturaleza ya que estos a diferencia de los que se clasifican por estilo de vida, no buscan el desarrollo local ni regional tampoco pretenden mejorar la calidad de vida en la comunidad, más bien este se enfoca en el beneficio propio.

Los emprendimientos por estilo de vida están direccionados al crecimiento económico, hace una contribución fundamental en el capital social. Además de asocia con regiones donde el turismo tenga gran acogida, esto optan por desarrollar emprendimientos a largo plazo de manera que sea sostenible y viable, por lo general este tipo de negocios no tienen accionistas, el trabajo que realizan es constante y cuidadoso, cuando sienten que no funciona o que algo no va bien buscan estrategias para mejorar, si todo esto no funciona simplemente evitan seguir con el emprendimiento.

Hay autores como Manzano, Aroca, Quizhpe, Domínguez. (2015) que mencionan que hoy en día los emprendimientos están dirigidos a las mujeres que son madres de familia que pertenecen a la prestación de servicios. Si bien es cierto esto no contribuye directamente a un fuerte crecimiento de las comunidades rurales, más bien se crean ambientes propicios a largo plazo para que se desarrolle una gran cantidad de emprendimientos con mayor impacto económico. También las motivaciones que el emprendedor tuvo al inicio pueden cambiar pueden ir en busca de nuevas oportunidades de crear más negocios que tengan impacto comercial.

Todo negocio puede realizarse si se cuenta con el conocimiento adecuado, y de ser posible con el apoyo de los gobiernos locales que potencien los emprendimientos, mediante un sustento financiero y una capacitación adecuada, que les permita a los emprendedores captar las necesidades que tiene el mercado al que se dirija el negocio, lo antes mencionado será de gran beneficio porque el emprendedor desarrolla habilidades empresariales que les permita tener una visión más clara del negocio y se establezcan metas alcanzables, en caso de que esto no suceda el negocio tiende a fracasar y el negociante se verá en la necesidad de iniciar un nuevo emprendimiento, provocando un círculo de fracasos empresariales constantes, dándole así una mala reputación respecto a las capacidades de emprendimientos que tiene una región.

Todo emprendimiento que se desee iniciar debe conocer los elementos de una región en este caso sería del lugar donde se vaya a emprender, identificar la potencialidad de los recursos y la mejor manera de aprovechar el turismo que serán parte del emprendimiento, mostrando así cuáles serán los servicios que se pueden ofrecer en el lugar.

2.8. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

Las estrategias de desarrollo local vienen surgiendo como propuestas alternativas de desarrollo que se centran en el crecimiento local, todo esto parte del mejoramiento de empleos. En la actualidad se toman en consideración políticas de desarrollo local, entre las cuales está la utilización de los recursos potenciales, la participación local en proyectos viables, innovación, la tecnología es también una estrategia clave para el desarrollo local.

Hernández (2017) en su propuesta de desarrollo turístico sostenible Tren Crucero del Ecuador, destaca que las estrategias de desarrollo local tienen que ser concebidas como un proceso de construcción permanente, sustentada en el progreso de relaciones sociales, colectivas y solidarias, que promuevan la generación y movilización de recursos propios de forma real y eficiente; y que; en consecuencia, es necesario asumir que sólo mediante una planificación,

desarrollo y gestión rigurosa, los beneficios del turismo podrán ser optimizados y los problemas reducidos a un mínimo, dado que la total eliminación de los mismos no parecen posible.

Tapia et al. (2017) indica que las estrategias de desarrollo local han surgido como una propuesta alternativa a las políticas tradicionales de desarrollo centradas en la promoción del crecimiento económico. Las mismas han surgido a partir del mejoramiento del comportamiento de los grandes agregados macroeconómicos como la inflación, el empleo, el ingreso entre otras variables. Y que esta debe promover la transformación estructural vinculada con las iniciativas locales de desarrollo a nivel de la dimensión social, se encuentra en las organizaciones sociales basadas en la economía.

Por ende Sánchez (2013) menciona que la planeación estratégica ha cumplido igualmente un papel importante en la formulación de políticas, en la definición de metas e indicadores y en la asignación de recursos a programas, proyectos o actividades esenciales en la realización de las estrategias o en la consecución de sus fines o propósitos y que una organización sigue estrategias para establecer una dirección que mejore los cursos de acción y estimule la cooperación de sus miembros en forma de directrices. Según la opinión del autor es de suma importancia la formulación y aplicación de políticas y medidas que resguarden la conservación de los recursos naturales que se encuentran dentro del perímetro en donde se realiza turismo con el fin de asegurar la perduración de los recursos para las generaciones venideras.

El desarrollo local está encaminado a la satisfacción de necesidades básicas, tales como el empleo, calidad de vida, conservación de los recursos naturales y culturales. Existen algunos factores determinantes que permiten concretar cuáles son los posibles problemas y soluciones, por lo tanto, es necesario trabajar en conjunto con la población en el cual mediante el trabajo continuo que se realice genere nuevas oportunidades, que la utilización de la tecnología sea una estrategia de desarrollo en la que se ponga mayor énfasis.

Mientras que Barbini et al. (2015) indica que la estrategia metodológica elegida para un proyecto se presenta de manera cualitativa, dado que se requiere la indagación de actores organizacionales estratégicos y la descripción y análisis de sus lógicas de pensamiento y acción. Dicho esto, se puede definir que las estrategias y actuaciones se organizan en dos grandes grupos, unas son a corto/medio plazo y con carácter micro aplicable estrictamente dentro de los principios, objetivo y filosofía de los planes de excelencia y otras son actuaciones integrales a largo plazo, de mayor envergadura cuya ejecución trasciende los presupuestos y objetivos del primer grupo.

2.9. PLAN DE NEGOCIO TURÍSTICO, UN INSTRUMENTO PARA EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS

Con el pasar del tiempo emprender un negocio cada vez resulta ser más difícil, puesto que muchos suelen fracasar debido a no tener claro o no haber realizado un estudio donde se demuestre que tan factible sea ese negocio. Un buen emprendedor siempre debe visualizar todas las oportunidades que se presenten al momento de iniciar con la idea de negocio, para ello es importante que esa idea la plasme en un documento o guía donde pueda determinar la rentabilidad del negocio.

Para Jaramillo (2017) un plan de negocio es un instrumento sencillo y preciso que sirve de guía para que el emprendedor inicie una actividad comercial, es el cual muestra el estudio de la idea de negocio, los objetivos a alcanzar, las estrategias, los antecedentes y factores. Tambucho. (2016) indica que un plan de negocios se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, que consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas.

Por otra parte, Jiménez. (2016) resalta la elaboración de un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva aventura empresarial y reducir la incertidumbre y el riesgo que cualquier actividad no planificada tiene. En él, se podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa,

precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Para lo cual plantea un esquema del plan de negocio. (Figura 2.10)

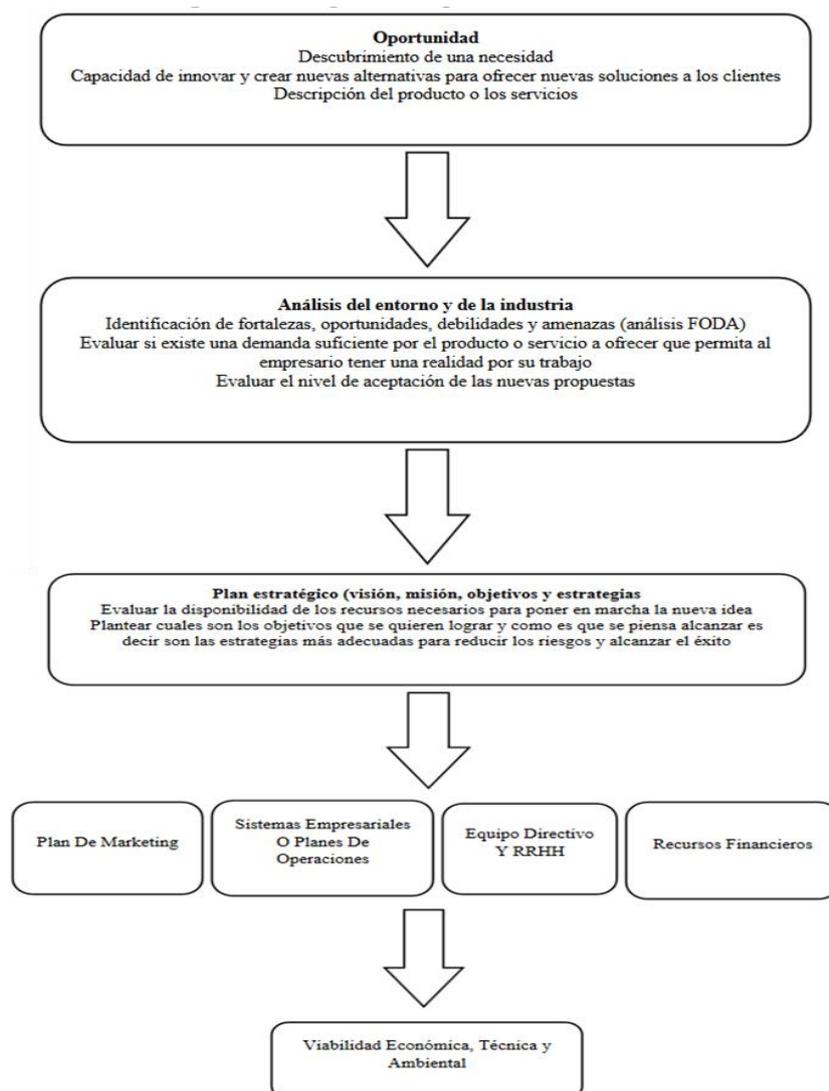


Figura 2. 10. Esquema de un plan de negocio

Fuente: Elaboración propia

Al momento de querer llevar a cabo un negocio es recomendable elaborar un plan que contemple información necesaria y acorde al tipo de emprendimiento, con el fin de saber qué dirección lleva el proyecto y los riesgos que esto conlleva además de tener claro que tipo de estrategias se debe seguir. Hay que

tener en cuenta que la implementación de un plan de negocio no nos asegura el éxito de una empresa o negocio, pero si encamina a la realización de ello más fácil y certero ya que teniendo un plan desarrollado permite anticiparse y prevenir sucesos y en el peor de los casos nos ayuda a amortiguar el impacto y que este sea lo más leve posible.

La clave importante de contar con un plan de negocio bien preparado es que ayuda a la obtención de recursos financieros, porque dependiendo de qué tan viable es el proyecto es más fácil la obtención de los recursos para la inversión.

Por ende, esta guía o instrumento es importante y necesario para un emprendedor de tal manera que establece los objetivos de la empresa y las metas que desea alcanzar, detallando actividades que, en el proceso de desarrollo del negocio serán de gran ayuda para lograr los objetivos propuestos. Y así el emprendedor tendrá una visión más clara de lo que va o está a punto de realizar, ya que tendrá definido lo que va a ofertar en el mercado, como lo va a ofertar y el valor agregado que va a tener para que este se mantenga, además determina el tipo de consumidor y estrategias aplicables que generen ingresos económicos; además un plan de negocio permite mostrar como la empresa aporta valor y que los clientes vayan a pagar.

CAPITULO III. DESARROLLO METODOLÓGICO

El presente capítulo tiene como objetivo principal presentar la metodología que se utilizó en la identificación de la potencialidad turística para el desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar, valorizando y jerarquizando sus atractivos, además, identificando la demanda y evaluando la oferta y sobre todo diseñando un plan de negocio capaz de contribuir al desarrollo local de la zona en donde se proyecta el trabajo de investigación.

3.1. ANTECEDENTES METODOLÓGICOS

Para realizar la propuesta metodológica utilizada en el desarrollo de esta investigación se tomó en consideración los criterios referenciados en diversas metodologías expuestas por diferentes autores mismos que se presentan a continuación.

- Franco, Maass., Osorio, M., Nava, G., Regil, H. (2009): Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca – México.
- Bayas, J., Álvarez, C., García, R., Vera, J. (2013): Diagnóstico del sector turístico del cantón Bolívar.
- Reyes, M., Machado, E. y Ortega, A. (2015): Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador.
- Muñoz, E, Torres, G. (2015): Potencial turístico de la microcuenca del rio Chimborazo, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador.
- García, N., Carreño, L. y Doumet, N. (2016): Estrategias para el Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar Post Terremoto del 16 de abril (Ecuador).

Las metodologías antes planteadas se detallan a continuación en el cuadro 3.1 con cada una de sus fases o etapas conformantes y ordenadas, las cuales permitirán un análisis posterior.

Cuadro 3. 1. Metodologías analizadas para la evaluación de la potencialidad turística.

Autores/Año	Fases o Etapas
Franco, Maass., Osorio, M., Nava, G., Regil, H. (2009).	1. Inventario de recursos turísticos. 2. Evaluación multicriterio discreta.
Bayas, J., Álvarez, C., García, R., Vera, J. (2013)	1. Caracterización general. 2. Incidencias de los factores internos y externos. 3. Potencialidad turística del cantón.
Reyes, M., Machado, E. y Ortega, A. (2015).	1. Caracterización del área 2. Evaluación. 3. Análisis de la demanda. 4. Relación entre los actores. 5. Análisis de los resultados.
Muñoz, E, Torres, G. 2015.	1. Identificación de recursos naturales y culturales. 2. Elaboración del inventario. 3. Clasificación de los atractivos. 4. Evaluación. 5. Jerarquización
García, N., Carreño, L. y Doumet, N. (2016)	1. Caracterización del área objeto de estudio. 2. Inventario de los recursos turísticos. 3. Análisis de la oferta y la demanda actual y potencial. 4. Identificación de estrategias. 5. Inversiones, proyectos y financiación.

Fuente: Elaboración propia

La realización de un análisis descriptivo de las metodologías referenciadas anteriormente permitió identificar y analizar los criterios que los diferentes autores plantean en relación con las investigaciones realizadas. En el cuadro 3.2 se presenta el análisis comparativo de las metodologías relacionadas.

Cuadro 3. 2. Análisis comparativo de las metodologías.

N°	Año	Autor	Fases o etapas										Total		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	2009	Franco, Maass., Osorio, M., Nava, G., Regil, H.		X	X										2
2	2013	Bayas, J., Álvarez, C., García, R., Vera, J.	X	X						X					3
3	2015	Reyes, M, Machado, E. y Ortega, A.	X		X		X	X		X					5
4	2015	Muñoz, E, Torres, G.		X	X	X									3
5	2016	García, N., Carreño, L. y Doumet, N.	X	X			X					X	X		5
Total			3	4	3	1	2	1	1	1	1	1	1		

Fuente: Elaboración propia

Leyenda:

1. Caracterización del área
2. Inventario.
3. Evaluación.
4. Jerarquización
5. Análisis de la demanda
6. Relación entre los actores.
7. Incidencias de los factores internos y externos.
8. Análisis de los resultados.
9. Identificación de estrategias.
10. Inversiones, proyectos y financiación

Para la realización del análisis fueron identificadas 10 fases o etapas las cuales se muestran a continuación: (1) Caracterización del área, (2) Inventario, (3) Evaluación, (4) Jerarquización, (5) Análisis de la demanda, (6) Relación entre los actores, (7) Incidencias de los factores internos y externos, (8) Análisis de los resultados, (9) Identificación de estrategias, (10) Inversiones, proyectos y financiación.

Al desarrollar el análisis de las metodologías que plantearon los diversos autores se determinó lo siguiente:

- Los autores Franco *et al.*, (2009), Bayas *et al.* (2013), Muñoz *et al.* (2015) y García *et al.* (2016), tomaron en consideración la fase de inventario sin embargo los autores Franco *et al.*, (2009) y Muñoz *et al.* (2015) no consideraron las fases de caracterización del área, análisis de la demanda, relación entre los actores, además tampoco consideraron la fase de análisis de los resultados.
- Bayas *et al.* (2013), García *et al.* (2016) y Reyes *et al.* (2015) plantearon dentro de sus criterios la caracterización del área u objeto de estudio y análisis de la demanda, a excepción de Bayas *et al.* (2013) el cual no la puso en práctica.

- García et al. (2016) planteó dentro de su proceso metodológico las fases identificación de estrategias, inversiones, proyectos y financiación, al contrario de los demás autores que no consideraron dichas fases o etapas.
- Reyes et al. (2015), a diferencia de los demás autores fue el único que no planteó en su metodología la fase de inventario.
- Los autores Franco et al. (2009), Reyes et al. (2015) y Muñoz et al. (2015) dentro de sus metodologías fueron los únicos que ponen en práctica la fase de evaluación.

3.2. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

Una vez que se analizaron las propuestas antes mencionadas se adoptó la metodología propuesta por García, Carreño y Doumet. (2016) que va acorde con el desarrollo de la investigación planteada, misma que tiene como tema: Identificación de las potencialidades turísticas del Cantón Bolívar, provincia de Manabí. A continuación, en el Tabla 3.3, se detallan las fases, actividades, métodos, técnicas y herramientas que se utilizó en el desarrollo de la investigación.

Cuadro 3. 3. Metodología propuesta para la identificación de potencialidades turísticas del cantón Bolívar.

Fases	Etapas	Actividades	Técnicas y herramientas
Fase 1 Diagnostico turístico situacional.	1. Caracterización del área. 2. Inventario de recursos turísticos del cantón. 3. Identificación de emprendimientos turísticos. 4. Valoración del sector turístico del cantón.	-Descripción de los servicios básicos e infraestructura turística. -Recopilación y registro de recursos turísticos. -Evaluación -Jerarquización. -Evaluación de la gestión turística	-Revisión bibliográfica. -Revisión de documentos oficiales. -Observación científica. -Ficha de inventario. -Entrevista.
Fase 2 Estudio del mercado turístico	5. Análisis de la oferta 6. Análisis de la demanda actual y potencial. 7. Análisis de la competencia.	-Identificación de la oferta turística. -Caracterización del perfil del turista. -Determinación de la competencia.	-Encuesta. -Catastro Turístico. -Ficha de caracterización. -Paquete estadístico SPSS. -Matriz competidores

Fase 3 Diseñar un Plan de negocio para emprendimientos turísticos.	8. Identificar las potencialidades de emprendimiento. 9. Identificar estrategias dirigidas al desarrollo del cantón. 10. Definir un plan de Negocio para emprendimientos turísticos que propicie el desarrollo local.	-Aplicación de la matriz de potencialidades. - Aplicación de la matriz FODA. -Diseñar el Plan de Negocio.	-Matriz de potencialidades. -Matriz FODA.
--	---	---	--

Fuente: Elaboración propia

3.3. DESCRIPCIÓN DE LAS FASES, MÉTODOS, TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

En este apartado se presenta una variedad de métodos, técnicas y herramientas, cada una de ellas direccionadas para desarrollar las fases, etapas y actividades propuestas en el cuadro 3.3 mismas que se detallan a continuación para tener mayor conocimiento ante lo planteado.

3.3.1. FASE 1. DIAGNOSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL.

En esta fase se realizó una caracterización del área de estudio teniendo en cuenta la descripción de los servicios básicos e infraestructuras turísticas. Adicional a esto se realizó un inventario de los recursos turísticos con los que cuenta la zona incluyendo así la identificación de los emprendimientos direccionados al turismo; dentro de estas etapas se realizó la recopilación de datos y registros de recursos turísticos y con ayuda del inventario se llevó a cabo la evaluación y jerarquización de dichos recursos que se inventariaron.

También se realizó una valoración del sector turístico del cantón teniendo en cuenta la evaluación de la gestión turística, misma que permitió conocer como el municipio está llevando a cabo la gestión en el territorio. Para la obtención de los resultados en esta fase se utilizó: ficha de caracterización, revisión de documentos oficiales, observación científica, el método descriptivo, investigación de campo, ficha de inventario y entrevista, ésta última fue aplicada a la encargada del departamento de turismo del GAD cantonal.

3.3.2. FASE 2. ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO.

Para llevar a cabo la fase 2 se propuso la etapa de análisis de la oferta y la demanda turística potencial, misma que tuvo como actividad la identificación de la oferta del cantón y la caracterización del perfil del turista que visita la zona, además de analizar la competencia directa del cantón en relación con los demás cantones vecinos.

Para el estudio del perfil de la demanda se utilizó una encuesta misma que se aplicó en el terminal terrestre del cantón considerado como punto estratégico ya que es ahí el primer lugar en donde arriban las personas de los diferentes cantones y provincias. Para obtener los resultados de la encuesta aplicada se utilizó el método analítico descriptivo tomando en consideración el manejo del paquete estadístico SPSS mismo que brindó la información requerida para el desarrollo de la investigación.

Para determinar la oferta del área se tomó en consideración también el catastro turístico y la ficha de caracterización; en cuanto al análisis de la competencia se realizó la aplicación de una matriz de competidores. Cabe indicar que para determinar el perfil de los visitantes y la oferta con la que cuenta el cantón Bolívar se utilizó como estrategia la entrevista aplicada en la fase 1 ya que en dicha entrevista se realizaron preguntas relacionadas con esta fase.

3.3.3. FASE 3. DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS.

En esta fase se aplicó la matriz de potencialidades en donde se realizó el análisis adecuado para obtener una información veraz y oportuna en cuanto a qué potencialidades de emprendimientos hay en el cantón, adicional se aplicó la matriz FODA, la cual sirvió de base para identificar estrategias dirigidas al desarrollo del cantón y mediante esta identificación se propuso un plan de negocio sostenible para el aprovechamiento de los atractivos naturales del cantón. Para diseñar el plan de negocio se determinó los elementos conformantes del plan de negocio como el análisis de la oferta y la demanda,

los posibles emprendimientos y sobre todo la caracterización turística de la zona.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de las fases anteriormente expuestas en la metodología de la investigación, misma que permitió la identificación de las potencialidades turísticas para el desarrollo local y emprendimientos del cantón Bolívar provincia de Manabí.

4.1. FASE 1. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO SITUACIONAL

4.1.1. CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL ÁREA.

El cantón Bolívar está ubicado en el sector oriental de la provincia de Manabí se caracteriza por haber constituido una reserva natural de bosques de protección, que ha sido degradado por la explotación de la madera y la ampliación de la frontera de tierras para la crianza de ganado vacuno y porcino.

El cantón Bolívar está dividido en una parroquia urbana y cabecera cantonal llamada Calceta y dos parroquias rurales que son Quiroga y Membrillo. En la figura 4.1. se muestra la divison territorial.

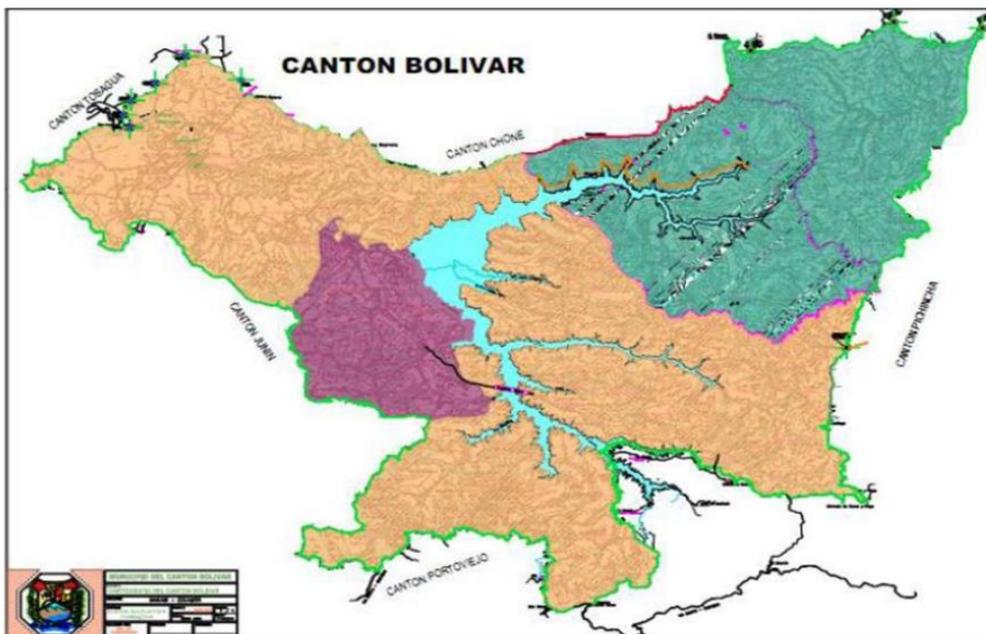


Figura 4. 1. Mapa Político del Cantón Bolívar provincia de Manabí (2015).

Fuente: GAD Bolívar.

Cuadro 4. 1. Datos generales del cantón Bolívar.

Datos generales del cantón Bolívar	
Ubicación Geográfica	0°50'39''S y longitud 80°9'33''O
Limites	Norte: Cantón Chone Sur: Cantones Portoviejo y Junín Este: Cantón Pichincha Oeste: Cantón Tosagua
Superficie	537.8 Km ²
Población	40.735
Hidrografía	La cuenca del Carrizal. La represa "La Esperanza" (capacidad de 455 millones de m ³ de agua)
Temperatura	La temperatura media anual es de 25.5 °C.
Humedad	81%
Precipitación Anual	1300 mm
Altitud	21 msnm hasta 400 msnm
Economía	Ganadería y agricultura

Fuente: GAD Bolívar (2015), INEC (2010)

El cantón Bolívar cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden en buen estado lo que facilita el paso a los diferentes recursos que posee, además de que la localización de los mismos les permite la llegada de una manera más eficaz, cabe indicar que, además la señalización vial se halla en buenas condiciones.

De acuerdo a datos registrado por el Sistema Provincial de Información del Gobierno Provincial de Manabí (SISPROIN 2010) el cantón Bolívar cuenta con una cobertura de agua entubada o potable dentro de las viviendas del 17,32% en relación a los demás cantones de la provincia (ver anexo 2), este porcentaje se lo divide dentro del cantón de la siguiente manera: 18,68% de cobertura en la cabecera cantonal Calceta, 7,98% del total de viviendas con cobertura en la parroquia rural de Membrillo y en la parroquia de Quiroga con un total del 12,50% (ver anexo 2).

En cuanto a el total de viviendas con alcantarillado, el cantón tiene en relación a el resto de cantones a nivel provincial el 34,45% (ver anexo 3) teniendo como desglose los siguientes porcentajes dentro de la zona: 38.85% en la cabecera

cantonal Calceta, 9,21% en la parroquia rural de Membrillo y con un total del 13,95% la parroquia rural de Quiroga (Ver anexo 3)

El servicio eléctrico del cantón Bolívar está cubierto en un 89,80% de viviendas que cuenta con cobertura de energía eléctrica en todo su territorio (Ver anexo 4), siendo este porcentaje de viviendas dividido dentro de la zona de la siguiente manera: 91% de las viviendas que cuenta con este servicio en la cabecera cantonal Calceta, la parroquia rural de Membrillo cuenta con un 80,09% de cobertura en su totalidad y el 87,35% de viviendas con energía eléctrica en la parroquia de Quiroga (Ver anexo 4).

Además, el porcentaje de viviendas que cuentan con el servicio telefónico convencional a nivel cantonal es de 8,91% (Ver anexo 5) fraccionando este porcentaje de manera interna en el cantón de la siguiente manera: 9,77% de viviendas que tienen telefónica convencional en la cabecera cantonal Calceta, en la parroquia de Membrillo las viviendas que poseen este servicio bordea el 1,58% de totalidad y en la parroquia de Quiroga las viviendas que cuentan con teléfono convencional es el 7,47% en total (Ver anexo 5)

En la actualidad el cantón Bolívar, mantiene un déficit en cuanto a los servicios de agua potable y alcantarillado ya que esta infraestructura fue afectada por el fenómeno natural que azotó la zona el 16 abril del año 2016, sin embargo, el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón ha realizado inversiones para el mejoramiento de estos servicios básicos los cuales son un eje fundamental para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

De acuerdo a Bayas et al. (2013) el cantón Bolívar cuenta con 59 establecimientos de restauración, 8 centros de diversión y 6 establecimientos de alojamiento, dando un total de 73 prestadores o establecimientos de servicios turísticos. Sin embargo, este número de establecimientos se vio afectado por el terremoto que azotó la zona dando los siguientes resultados de afectaciones: los prestadores de servicios turísticos que fueron afectados en su totalidad representan el 34,7%, el 49% representa a los establecimientos que

fueron afectados parcialmente y hubo una afectación nula que equivale al 16,3%. (García et al. 2016).

No obstante, esta planta turística se mantiene de forma adecuada para el desarrollo del turismo, las cuales permite brindar servicios acordes a las necesidades de los turistas.

4.1.2. INVENTARIO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN.

Una vez realizada la recopilación de información sobre los recursos naturales y culturales del cantón mediante la aplicación y la actualización de las fichas de inventarios turísticos para la evaluación y jerarquización diseñada por el Ministerio de Turismo (Ver anexo 6), evidenció la existencia de 21 recursos turísticos; en el cuadro 4.2 se visualizan todos los atractivos tanto naturales como culturales presentes en el territorio.

Cuadro 4. 2. Inventario de recursos turísticos naturales y culturales del cantón Bolívar.

N°	Nombre del recurso o atractivo	Categoría	Situación actual	Jerarquía
1	Monumento a Simón Bolívar	Manifestación Cultural	Conservado	II
2	Monumento a Los Balseros	Manifestación Cultural	Conservado	II
3	Parque Central Abdón Calderón	Manifestación Cultural	Daño en sus estructura	II
4	Parque Ferroviario	Manifestación Cultural	Conservado	II
5	Plaza Cívica	Manifestación Cultural	Daño en sus estructura	II
6	Puente Rojo	Manifestación Cultural	Conservado	II
7	Templo San Agustín	Manifestación Cultural	Daño en sus estructura	II
8	Parque de Membrillo	Manifestación Cultural	Conservado	I
9	Parque de Quiroga	Manifestación Cultural	Conservado	I
10	Iglesia Santa Marianita de Jesús	Manifestación Cultural	Daño en sus estructura	I
11	Represa Sixto Durán Ballén	Manifestación Cultural	Conservado	
12	Elaboración de Artesanías en Barro	Manifestación Cultural	Conservado	I
13	Paraje Natural Y Cultural Quinta Colina Del Sol	Manifestación Cultural / Sitio Natural	Conservado	II
14	Finca agroecológica Perezoso 1	Manifestación Cultural / Sitio Natural	Conservado	II
15	Cerro Mil Pesos	Sitio Natural	En proceso de deterioro	I
16	Cascada Primera Piedra	Sitio Natural	En proceso de deterioro	II
17	Cascada La Mina	Sitio Natural	En proceso de deterioro	I
18	Cascada Julián	Sitio Natural	En proceso de deterioro	II
19	Cascada Chapulí	Sitio Natural	En proceso de deterioro	II
20	Balneario de Agua Dulce Platanales	Sitio Natural	Daño en sus facilidades	II

21	Balneario de Agua Dulce Los Almendros	Sitio Natural	Conservado	II
----	---------------------------------------	---------------	------------	----

Fuente: Elaboración propia

El levantamiento de información sobre los recursos turísticos evidenció como resultado principal que; el terremoto provocó el colapso total de dos de los atractivos culturales más importantes de la zona, los cuales son: Reloj Público y el Museo Arqueológico Histórico Luis Félix López. Además, dejó también como resultado afectaciones en la infraestructura de varios de los recursos que posee el territorio, sin embargo, hay puntos positivos que recalcar ya que existen recursos naturales que no tuvieron afectaciones y que mediante una adecuada gestión se puede mejorar la administración de los mismos y brindar a los turistas todos los servicios turísticos que estén al alcance. En el siguiente cuadro 4.3, se detallarán los recursos turísticos con mayor relevancia del cantón Bolívar.

Cuadro 4. 3. Recursos turísticos del cantón Bolívar.

Nombre del recurso	Categoría, Tipo y Subtipo	Coordenadas	Descripción	Fotografías del recurso
Monumento a Simón Bolívar	Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Manifestaciones técnicas y científicas Subtipo: Obra Técnica	Altura: 23msnm Latitud: 0° 50' 53.22" Longitud: 80° 09' 50.40"	Fue creado por el famoso escultor Quiteño Carlos Endara Crow, que nos da el privilegio de ser la única ciudad en el mundo que cuenta con un monumento ecuestre del libertador Simón Bolívar con el genio a pie sin cabalgarlo.	
Quinta Colina del Sol	Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Histórica Subtipo: Museo	Altura: 29msnm Latitud: 0° 49' 55.50" Longitud: 80° 08' 56.27"	Sus inicios fueron desde hace aproximadamente 11 años. Posee una variedad de colecciones muy amplia: herramientas utilizadas en tiempos antiguos, artesanías en zapan, libros de tradición oral. Etc.	
Parque Central Abdón Calderón	Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Manifestaciones técnicas y científicas Subtipo: Obra Técnica	Altura: 23msnm Latitud: 0° 50' 53.14" Longitud: 80° 09' 50.41"	El parque Abdón Calderón fue una de las primeras obras públicas del cantón. Aquí se congregaban los políticos bajo la sombra de un mirto donde posteriormente sirvió de base para construir el pedestal donde colocaría su	

patrono que nunca se ubicó

Parque Ferroviario	Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Histórica Subtipo: Zona Histórica	Altura: 21msnm Latitud: 0° 50' 30.77" Longitud: 80° 09' 57.41"	La primera locomotora del llamado ferrocarril Bahía – Chone hizo su aparición en el año de 1911 montando su reliaje sobre durmientes de mangle y palo santo e una longitud de 85 Km	
Plaza Cívica	Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Histórica Subtipo: Arquitectura Civil	Altura: 23msnm Latitud: 0° 50' 47.24" Longitud: 80° 09' 54.03"	La Plaza Cívica de Calceta es una imponente obra de arquitectura donde se realizan actos de civismo, cultura y fe cristiana	
Puente Rojo	Categoría: Manifestación Cultural Tipo: Histórica Subtipo: Arquitectura Civil	Altura: 21msnm Latitud: 0° 50' 56.35" Longitud: 80° 09' 45.34"	Su construcción es metálica con base concreto, fue levantada en el año 1922, con la finalidad de unir a Calceta con el tradicional Barrio San Bartolo.	
Finca agroecológica Perezoso 1	Categoría: Sitio Natural Tipo: Manifestaciones técnicas y científicas Subtipo: explotación agropecuaria	Altura: 28msnm Latitud: 0° 52' 14.98" Longitud: 80° 06' 53.33"	Se enfoca en la agricultura orgánica, la conservación de los suelos y la vegetación tradicional, la energía alternativa y el tratamiento de aguas grises y desechos sólidos.	
Cascada Julián	Categoría: Sitio Natural Tipo: Río Subtipo: Cascada	Altura: 116msnm Latitud: 0° 57' 34.36" Longitud: 80° 02' 46.17"	Su caída de agua tiene aproximadamente 4 metros de altura la cual forma, una pequeña piscina natural de agua cristalina, su caudal es permanente y en la época de invierno aumenta.	
Balneario de Agua Dulce Platanales	Categoría: Sitio Natural Tipo: Ríos Subtipo: Remanso	Altura: 24msnm Latitud: 0° 51' 4.18" Longitud: 80° 08' 55.98"	Es uno de los lugares más concurrentes por turistas, sobre todo en feriados, se debe al entorno natural, la calidez de las personas sin dejar a un lado la exquisitez de la comida típica de la zona.	

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN

En el cantón Bolívar existen un número considerable de emprendimientos que se vinculan con la actividad turística; entre los que se pueden destacar la existencia de 14 establecimientos de hospedaje los cuales se dividen por categoría de la siguiente manera: 1 Hotel de primera categoría, 5 de segunda categoría considerados hostales, 3 Hostales de tercera clase uno de ellos calificado como pensión, 1 Hotel – Laboratorio (ESPAM) y adicional a estos, 4 hoteles de carretera o también llamados Moteles. Cabe destacar que el servicio de alojamiento que brindan ciertos establecimientos es complementado con el servicio de restauración, como es el caso del Hotel Carrizal'In.

En cuanto a servicio de restauración se verifico la existencia de 41 establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Bolívar; de los cuales 18 son restaurantes, 6 asaderos de pollos, 8 picanterías y marisquerías, 1 pizzería, 6 bar comedor, y establecimiento perteneciente Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central, 1 Parrilladas. Además, se identificaron establecimientos recreativos como: 8 centros recreacional ideales para pasar una tarde en familia o amigos ya que cuentan con piscinas, bares, comedores, áreas de juegos para niños zona de estar; 4 centros de diversión nocturna como Bar, discotecas o karaoke.

Los emprendimientos mencionados son necesarios para el cumplimiento de la actividad turística dentro del cantón; ya que estos aparte de generar ingresos a sus propietarios genera divisas en bolívar de tal manera que el turismo se reactiva y se desarrolla.

Pero pese a la presencia de emprendimientos que permitan la complementación de la actividad turística, cabe resaltar la carencia de servicios para que el sector turístico tome impulso; entre los que se puede mencionar es la inexistencia de agencias de viajes u operadores turísticos, entidades encargadas en elaborar paquetes turísticos integrando todos los recursos y atractivos naturales y culturales de la zona, de tal manera que posesionen la

práctica de nuevas modalidades turísticas como el agroturismo tipología potencial en el cantón.

Además, cabe destacar que en el cantón no existe un centro de información turística que brinde información y oriente al turista, a estas falencias se le suma la falta de guías turísticos; este tipo de servicios son necesarios para que el turismo que una zona se desarrolle en su totalidad puesto que; son los encargados de difundir las actividades turísticas y las opciones que tiene el visitante.

Sin duda alguna el impacto de los emprendimientos en la actividad turística puede llegar a ser favorable debido a que los recursos que posee el cantón tienen las características necesarias para que el turismo se desarrolle potencialmente, mejorando de alguna manera la economía local. La actividad turística será un complemento a sus actividades, incluyendo la agricultura, la ganadería, artesanías, gastronomía, parte importante para la generación de productos turísticos atrayendo así al cliente interesado en este tipo de actividades.

4.1.4. VALORACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DEL CANTÓN BOLÍVAR

El siguiente resultado a mostrar se lo obtuvo mediante la aplicación de una entrevista realizada a la jefa del departamento de turismo: Licenciada en Comunicación Social Martha Chávez Palacios Directora de Gestión Social y Participación Ciudadana, la cual tuvo como objetivo evaluar la gestión turística del municipio cantonal que sirve de base para desarrollar la investigación planteada.

Una vez aplicada la herramienta se pudo identificar varios aspectos que muestran déficit en el desarrollo de actividades turísticas y su gestión, en donde se pudo constatar que la encargada del área no cuenta con una profesión que vaya acorde a lo que está desempeñando, lo que hace que sea

una de las dificultades que propician a la aplicación inadecuada de los conocimientos básicos sobre turismo en el territorio.

Sin embargo, cabe mencionar que el municipio como tal le ha dado la oportunidad de asistir a seminarios, congresos y cursos sobre turismo. El departamento de turismo se encuentra como dependencia de servicios públicos y posee un presupuesto aproximado de \$ 8.000 (ocho mil dólares) en relación al presupuesto general del municipio mismo que es igual para todos los años; esta cantidad representa el 0,13% de la totalidad del presupuesto del municipio que son \$6,220,000.00 (seis millones veintidós mil dólares).

Tomando como enfoque el inventario turístico y de acuerdo a los resultados obtenidos, se identificó que para el diseño del inventario se realiza el registro de atractivos y servicios, mismo que se actualiza cada tres años de acuerdo a lo indicado por la representante del área. Sin embargo, se realizó la petición de dicho inventario y se pudo verificar que el documento no se ha actualizado desde del 2008 por lo que se evidencia de que no cumplen con lo planteado o al menos no existe concordancia con lo que se responde en la entrevista.

En cuanto a la oferta turística, la acción que se toma para el registro de la misma son propuestas que realizan los prestadores de servicio al GAD, por lo que analizando minuciosamente se comprobó que el municipio no toma ninguna acción por sí mismo para realizar el levantamiento de información y además no promueve el mejoramiento de la calidad de los servicios que dichos prestadores ofertan en el territorio.

La funcionaria pública manifestó que el cantón Bolívar posee registro físicos y digitales del inventario de productos turísticos, haciendo énfasis en dos de los productos turísticos existentes, tales como: Finca Agroecológica Perezoso 1 del ingeniero Servio Pachar y El Oasis ubicado en el sitio Puerto Alto cercano a la represa La Esperanza, los cuales intentan fortalecer con el plan estratégico que se está desarrollando.

Se evidencia que la formación profesional de los integrantes del departamento de turismo no es la más adecuada ya que presentan falencias en los conocimientos teóricos y prácticos en el ámbito turístico, lo que trae consigo que el territorio no se proyecte de una manera efectiva en el diseño de productos turísticos aprovechando sus potencialidades y recursos; estas problemáticas traen como consecuencia una inadecuada oferta turística, a pesar de constar con lugares que muestran un buen paisajismo, elemento de atracción para la visitación de turistas.

La información de los inventarios se la utiliza para la planificación tomando como base el Plan Operativo Anual que se desarrolla en el departamento. Toda la información que se recauda de la oferta turística se la transmite únicamente al Ministerio de Turismo.

En lo que respecta a la demanda turística el departamento de turismo no realiza un estudio por razones internas del municipio las cuales no fueron especificadas por la persona entrevistada. Sin embargo, se le realizó una pregunta vinculada a la anterior relacionada con la existencia del perfil del turista que visita el territorio y respondió que sí, esto da a denotar una vez más que la encargada del área no está capacitada ni posee los conocimientos necesarios para desempeñar el cargo otorgado.

En cuanto a puntos de información turística mencionó que cuentan con una oficina frente al terminal terrestre del cantón Bolívar en donde brinda información a las personas mediante folleterías, pero esa oficina es el mismo departamento de turismo perteneciente al municipio, es decir, que no poseen puntos donde brinden la información requerida por los turistas.

El cantón Bolívar cuenta con señalética turística únicamente en los atractivos de acuerdo a lo planteado por la encargada; pero, sin embargo, esta señalética se encuentra en estado de deterioro desde el punto de vista personal y de acuerdo a diferentes expertos. En cuanto a las campañas de difusión turística, estas se las realizan mediante prensa escrita, televisión, redes sociales, folletería, en conjunto con el Gobierno Provincial y Ministerio de Turismo,

adicional cabe mencionar que cuenta con un presupuesto para promoción y difusión, este valor varía de acuerdo al tipo de campaña que se vaya a realizar.

Como última etapa de la entrevista se hizo referencia al tema del fomento de la inversión turística en donde se analizaron los procesos para incentivar la inversión turística dentro del cantón, la representante del departamento mencionó que, si existe tal incentivo, mediante el apoyo a los emprendedores, sin especificar qué tipo de aporte o incentivo se les brindan.

Para la formalización de las empresas o micro empresas turísticas indicó que también existen incentivos para dicho proceso por medio de notificaciones a los empresarios y micro empresarios basados al Plan de Desarrollo Cantonal donde se plantean estrategias para el desarrollo de éstas.

Enfocándonos en los procesos para determinar las necesidades de capacitación turística del cantón se tuvo una respuesta positiva y ésta está basada en la planificación que se realiza anualmente en conjunto con los procesos de planificación de desarrollo turístico local todo esto mediante el Plan Operativo Anual (POA). Además, el gobierno autónomo descentralizado del cantón posee planes de trabajo con los GADs parroquiales realizando diagnóstico de necesidades no especificando cada que tiempo realizan estos planes.

Como conclusión final se pudo demostrar que el municipio no está desarrollando de manera adecuada la gestión turística dentro del cantón, además, se diagnosticó que el personal que está encargado del área de turismo no está capacitado en el tema turístico por lo que no se desempeñan de manera correcta las actividades en el territorio.

4.2. FASE 2. ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL CANTÓN BOLÍVAR

Mediante la aplicación de la ficha de caracterización de establecimientos turísticos se pudo evidenciar que los locales que ofrecen el servicio de

alojamiento en el cantón Bolívar están siendo afectados por la aplicación inadecuada de la gestión turística en el territorio por parte del gobierno local, ya que el turismo no se desarrolla a gran escala como se lo espera y esto se refleja en el porcentaje de ocupación que cada empresa maneja, misma que ha tenido un declive considerable.

Pero adicional, cabe indicar que la baja de los porcentajes en cuanto a ocupación no sólo se da por la escasa importancia que las autoridades competentes le dan a la actividad turística, sino también se da por la calidad del servicio que brindan cada uno de estos establecimientos hacia los clientes.

Una vez realizado el levantamiento de información se determinó que el cantón Bolívar cuenta con 14 establecimientos de hospedaje los cuales se dividen por categoría de la siguiente manera: 1 Hotel de primera categoría, 5 de segunda categoría considerados hostales, 3 Hostales de tercera clase uno de ellos calificado como pensión, 1 Hotel – Laboratorio y adicional a estos, 4 hoteles de carretera o también llamados Moteles. En el cuadro 4.4 se puede visualizar de mejor manera cada uno de los establecimientos de hospedaje con sus respectivas categorías, habitación y plazas.

Cuadro 4. 4. Inventario de establecimientos de hospedaje del cantón Bolívar.

N°	Establecimiento	Categoría	Habitaciones	Plazas
1	Hotel Carrizal-INN	Hotel 1era	14	34
2	Hotel Cacao	Hostal 2da	20	50
3	Hostal Bolívar	Hostal 2da	13	35
4	Mi Hotel	Hostal 2da	12	29
5	El Centenario	Hostal 2da	6	20
6	Mangos	Hostal 2da	10	30
7	Hostal Galicia	Hostal 3da	11	30
8	Hostal Calceta	Hostal 3era	10	20
9	Hostal San Placido	Pensión 3era	12	27
10	Higuerón	Hotel – Laboratorio	10	30
11	Motel Holly Days	Motel	10	10
12	Motel El Paraíso	Motel	8	8
13	Motel II Piacere	Motel	10	10
14	Punto G	Motel	5	5
Total de plazas				338

Fuente: Elaboración propia.

En el área de restauración se identificaron 41 establecimientos de alimentos y bebidas uno de ellos es la Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central quienes en la actualidad se hallan ubicados en las calles de la ciudad de Calceta ya que el mercado en donde laboraban se vio afectado por el sismo que sacudió la zona el 16 de abril del año 2016.

Una vez hecho el análisis y en comparación con autores como Bayas *et al.*, (2013) se pudo determinar que esta área de servicios ha tenido un crecimiento considerable, es decir; han aumentado 877 plazas en su capacidad total, sin embargo, la infraestructura de estos locales no está en buenas condiciones, esto se debe a que no existe un plan estratégico con una perspectiva dirigida al control de la calidad en estos establecimientos tomando en cuenta su infraestructura como una de las bases principales para que puedan funcionar correctamente.

En el cuadro 4.5 se muestra el listado de los establecimientos de alimentos y bebidas formales del cantón con su respectiva categoría y la capacidad de los locales, cabe indicar que los establecimientos con numeración 12 y 15 se encuentran ubicados en el Balneario Platanales mismo que sólo brindan sus servicios a los comensales los fines de semana.

Cuadro 4. 5. Inventario de establecimientos de alimentos y bebidas formales del cantón.

N°	Establecimiento	Capacidad
1	Mami Nina	100 personas
2	Pizzería Mama Gina	60 personas
3	Cevichería D´ Nato	42 personas
4	Cevichería Chavito	42 personas
5	Picantería Sol de Manta	30 personas
6	Cevichería Mesas del Mar	20 personas
8	Asadero La esquina de Ales	40 personas
9	Asadero su mejor pollo	40 personas
10	Restaurante Diana Anyuli	50 personas
11	Pico Rico	30 personas
12	La Olla	40 personas
13	Gracimar	20 personas
14	Restaurante Klz	25 personas
15	Domingo Criollo	20 personas
16	Encebollados El Negro	25 personas
17	Marisquería María Isabel	20 personas
18	Encebollados Fliper	20 personas

19	Restaurante Laurita	30 personas
20	Esquina del sabor	20 personas
21	Comedor Tía María	15 personas
22	Asadero Yan Moni	50 personas
23	Restaurante Mesón Casero	30 personas
24	Rey Mar Marisquería	50 personas
25	Restaurante Gemita	15 personas
26	Restaurante Nayeli	15 personas
27	Restaurante Las Delicias	50 personas
28	Restaurante Estrellita	15 personas
29	Asadero Fernández	50 personas
30	Bar – Restaurant Él jardín	15 personas
31	Parrilladas él morro	40 personas
32	La casa de Keta	15 personas
33	Bar – Restaurante Él piqueteo	15 personas
34	Restaurantes Los seco de la 10	15 personas
35	Soda – Bar Frutidos	20 personas
36	Restaurante Él rincocito de la Fe	15 personas
37	Asados Jesenia	50 personas
38	Asadero Su Pollo	40 personas
39	Asociación de Bares y Restaurantes del Mercado Central	80 personas
40	Restaurante El Mango	30 personas
41	Restaurante Quiroga	30 personas
Total de personas		1329 personas

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los establecimientos de recreación se pudo evidenciar que existe un total de 12 centros de diversión los cuales dan un total en cuanto a su capacidad de 1104 personas, sin embargo, no está de más mencionar que el cantón Bolívar posee además lugares llenos de naturaleza como balnearios de agua dulce con comida típica de la zona, sin dejar atrás sus recursos culturales, todos estos brindarán al turista un ambiente de relajación y disfrute.

Cuadro 4. 6. Establecimientos de recreación del cantón Bolívar.

N°	Establecimiento	Categoría	Capacidad
1	Bukaneros	Bar-Discoteca 2da	70 personas
2	El Molino	Bar-Discoteca 2da	80 personas
3	Euro-Coffe-Shop	Bar	24 personas
4	Choco chips	Bar-Karaoke	30 personas
5	Quinta El Rocío	Centro Recreacional	100 personas
6	Quinta Linda	Centro Recreacional	200 personas
7	El Regocijo	Centro Recreacional	200 personas
8	Quinta Colina del Sol	Centro Recreacional cultural y ecológico	200 personas
9	El Cipriano	Centro Recreacional	100 personas
10	Quinta Don Ramón	Centro Recreacional	80 personas
11	Quinta El Oasis	Centro Recreacional	20 personas

12	Finca agroecológica Perezoso 1	Centro Recreacional cultural y ecológico	y	-----
Capacidad total				1104 personas

Fuente: Elaboración propia.

En manera de resumen de las actividades recreativas del territorio referenciadas en el cuadro 4.6, cuando hablamos de productos turísticos, es de conocimiento general que en la actualidad el cantón Bolívar no cuenta con productos turísticos integrado, sino más bien brinda a los turistas atractivos turísticos que poseen algunos servicios turísticos básicos, que garantizan el disfrute del visitante; en este sentido se puede mencionar tres de los lugares que se ofertan los cuales son: Finca agroecológica Perezoso 1, Quinta El Oasis y Quinta Colina del Sol. En el cuadro 4.6 se muestran los establecimientos de recreación del cantón.

4.2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para la caracterización del perfil del visitante se procedió a aplicar 196 encuestas, dicho número de encuesta se obtuvo mediante el desarrollo de una fórmula que permite obtener un muestreo teniendo en cuenta que la población es desconocida ya que en el municipio del cantón no existe información que permita tener una base para el desarrollo de esta etapa. Para mayor entendimiento a continuación se mostrará la fórmula realizada:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{d^2} \quad (4.1.)$$

En dónde;

- **Z** = nivel de confianza, 1,96
- **P** = probabilidad de éxito, o proporción esperada 0,5
- **Q** = probabilidad de fracaso 0,5
- **D** = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 0,07

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.07^2} =$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0049} = 196$$

n= 196//

Una vez obtenido el muestreo se procedió a aplicar las encuestas (ver anexo 8), mismas que se desarrollaron en las fechas 23 y 24 del mes de diciembre ya que son de mayor afluencia al cantón por ser época de navidad; los puntos estratégicos para la aplicación de las encuestas fue el terminal terrestre de la zona ya que es ahí en donde arriban las personas con mayor multitud y además del balneario de agua dulce Platanales en donde también hubo gran cantidad de visitantes por ser un sitio turístico, dicha información se tabuló con la ayuda del programa estadístico SPSS dando como resultado lo siguiente:

1. Datos generales:

Los primeros resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes al cantón, fueron los datos generales de los mismos; en donde se demuestra que son de nacionalidad ecuatoriana provenientes de los diferentes cantones de la provincia; además se determinó que el visitante promedio se encuentra entre 21-30 años de edad representado el 38,8%; sobresaliendo como estado civil soltero 53,6% esto se debe a la edad del mismo; en cuanto al nivel profesional la mayor parte tiene una instrucción de secundaria 51,5% seguido de la instrucción universitaria por 30,6%; destacando la ocupación principal del encuestado como empleado general con un 35,7%, y el de estudiante con un 27,0% este resultado se da ya que son estudiantes de la ESPAM y por ende visitan constantemente el cantón no solo por ser un lugar de estudio si no por lo interesante que les parece.

2. ¿Cuál han sido su principal motivo para visitar al cantón Bolívar?

A través de la presente interrogante se conocieron los principales motivos por la cual el turista visita el cantón; dando como resultado relevante que el 46,9% de los encuestados indicaron que llegaban para un tiempo de descanso y relajación, seguido del 20,4% que arriban por visitas a familiares o amigos. La

información recopilada servirá al momento de plantear las estrategias del plan de negocio ya que de acuerdo a las motivaciones de los visitantes se basarán las iniciativas de emprendimientos en Bolívar. (Ver anexos 9; gráfico 6)

3. ¿Cuánto tiempo permanecerá en el cantón Bolívar?

El tiempo de estadía del visitante y el ideal es entre 4 y 7 días esto se ve reflejado en el 45,9% de los resultados, mientras que el 38,8% indicaron que optan por quedarse entre 2 a 3 días; la información recopilada destaca el potencial turístico que tiene el cantón ya que se puede constatar que el visitante prefiere pasar varios días en el lugar para el disfrute del mismo; por ende la búsqueda de emprendimientos que satisfagan las necesidades de los turistas es de vital importancia, ya que; se debe captar y mantener el mercado turístico existe. (Ver anexos 9; grafico7)

4. ¿Por qué medio se informó sobre lo que ofrece el cantón?

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta se pudo determinar el medio de información por la que el visitante se informo acerca del cantón, destacando que el 53,1% menciono que lo hicieron por medio de internet, mientras que el 23,5% por televisión. Conocer a través de que medio generalmente se informa el turista potencial es de vital importancia, ya que; es por aquel medio que se dirigirán estrategias de promoción y publicidad para dar a conocer al cantón; con el objetivo de captar este tipo de mercado y a la misma vez dar accesibilidad en información sobre los recursos turísticos que posee Bolívar. (Ver anexos 9; grafico 8)

5. ¿Cómo viaja?

La presente variable servirá como base de conocimiento en cuanto a los gustos, intereses y necesidades del visitante potencial ya que; a través del tipo de acompañante se pueden determinar los servicios y actividades que prefieren el turista. Los resultados arrojaron que el 44,9% de los encuestados prefieren viajar solos durante su visita al cantón; mientras que el 26,0% y el 22,4% viajan en compañía de pareja o familia respectivamente; resaltando que el turista

potencial es joven sin compañía alguna, por lo que busca diversiones y actividades que estén acorde a su perfil. (Ver anexos 9; grafico 9)

6. ¿Qué actividades turísticas realiza en el cantón Bolívar?

Los resultados de las encuestas arrojaron que el 73,0% de los encuestados indicaron que entre las actividades que realizan durante su estadía en el cantón están la recreación, mientras que el 12,2% mencionó que prefieren visitar lugares con naturaleza, la información recopilada a través de esta variable permite identificar la tipología de turismo a impulsar dentro de Bolívar; desarrollando así estrategias que permitan aprovechar las preferencias del turista y a la misma vez satisfacer este mercado turístico, de acuerdo a los resultados existe potencialidad en cuanto a turismo de naturaleza por lo que hay que generar productos que abarquen este tipo de actividades, así como también el reforzamiento de las zonas de recreación. (Ver anexos 9; grafico 10)

7. ¿Qué tipos de lugares prefiere?

Los encuestados manifestaron cuales son los principales lugares que han visitado dando como resultado y de mayor valor en porcentaje al Monumento a Simón Bolívar ubicado en el parque central de la ciudad de Calceta, Plaza cívica es una de más puntuadas ya que se encuentra en el centro de la ciudad; el Puente Rojo una de las antigüedades del cantón y un icono turístico del mismo; el Balneario e agua dulce Platanales punto de encuentro de familias y amigos en donde asisten a festividades realizadas en dicho sitio así como también para el disfrute del río considerándolo uno de los principales sitios de interés en el cantón; la Represa Sixto Duran Ballén otra atracción por sus caudales y puerto fluvial. Los sitios de interés mencionados son los de preferencia según los datos recopilados por ende es necesario implementar mejoras en los mismos y dotar de infraestructura turística donde sea necesario a fin de cumplir con las expectativas del visitante.

8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar?

Se pudo verificar que el 74,5% de los encuestados está dispuesto a pagar por lo ofrecido en el cantón de \$15 a \$25 dólares seguido por un porcentaje del 19,9% de las personas que indicó que están dispuestos a pagar de \$26 a \$40 dólares por los servicios, la variable permitió conocer el rango de gastos que realiza el turista potencial; esta información servirá al momento de elaborar productos ya que se tomara en cuenta la disponibilidad económica del visitante para que este a su vez sea aceptado y consumido. (Ver anexos 9; grafico 11)

9. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la oferta?

La presente interrogante fue crucial para la investigación ya que; a través de ella se conoció el nivel de satisfacción de los visitantes punto estratégico para el desarrollo de servicios, productos y turismo en el cantón Bolívar; dando como resultado que el 85,2% de los encuestados indicaron que se encuentran satisfecho con la oferta existente, mientras que el 7,1% manifestó que estaban insatisfecho resaltando así las problemáticas presentes por ende; se ve la necesidad de atender las misma a fin de no perder el mercado turístico que se ha logrado captar, para la cual se requiere generar estrategias que mitiguen estas debilidades y aprovechen las oportunidades, manteniendo el nivel de satisfacción en el turista potencial. (Ver anexos 9; grafico 12)

10. ¿Cómo califica su estancia y el servicio de la entidad y/o destinos?

El 81,1% de los encuestados calificaron su estadía, calidad de servicios y destinos como buenos, es decir aceptables; mientras que el 6,6% indico que fue regular, sobresaliendo así un porcentaje considerable insatisfecho e inconforme mismo que podría dar malas reseñas sobre el cantón provocando el decrecimiento de visitantes, por tal razón deben ser atendidas dichas inconformidades convirtiendo a Bolívar como un destino de preferencias por su atención y calidad de servicios prestados. (Ver anexos 9; grafico 13)

11. ¿Repetiría la visita al cantón?

De acuerdo a los datos recopilados el 93,9% de los encuestado indicaron que estarina dispuestos a regresar de visitas al canton Bolivar, mientras que solo el

6,1% manifestó que no les gustaría regresar siendo este el porcentaje que califico al los servicios como regular e insastifescos, si bien no es un porcentaje muy alto tiene que ser atendido de tal manera que no realiza una mala publicidad de boca a boca sobre el cantón Bolívar, por ende realizar capacitaciones en cuanto al servicio al cliente a los prestadores de servicios ayudará a superar estas falencias, al igual que el arreglo de los sitios de interés asegurará que este porcentaje insastifecho difiera de su criterio y se incitive a volver a visitar el cantón dando buenas reseñas del mismo captando mas turísticas. (Ver anexos 9; grafico 14)

Una vez tabulado toda la información adquirida mediante la aplicación de encuestas a los visitantes que acuden al cantón Bolívar se pudo determinar el perfil del turista mismo que se muestra en el cuadro 4.7 en donde se refleja de una manera sintetizada los resultados obtenidos.

Cuadro 4.7. Perfil del turista potencial que llega al cantón Bolívar

Perfil del visitante	
Nacionalidad	ecuatoriana
Edad	38,8% de 21-30 años
Estado civil	53,6% Soltero(a)
Nivel profesional	51,5% Secundaria
Ocupación	35,7% Empleado
Principal motivo de visita	46,9% Descanso y relajación
Permanencia	45,9% 4-7 días
Medio se información	53,1% Internet
Cómo viaja	44,9% Sólo
Actividades turísticas de preferencia	73,0% Recreación
Lugares de preferencia	83,2% Monumento a Simón Bolívar y Plaza cívica
Cantidad a pagar	74,5% \$15 – \$25

Fuente: Elaboración propia

El perfil del visitante demuestra que es un segmento de mercado turístico joven entre 21-30 años de edad, soltero, de ocupación empleado, cuyo principal motivo de visita es por descanso y relajación y pernotan entre 4-7 días, además prefiere viajar solo y opta por actividades recreativas, con un posibilidad de gastos promedio de \$15– \$25, este mismo se informó del cantón a través del uso de internet, mediante las expectativas y datos del turista se identificó el gran potencial turístico que existe en Bolívar, dichos resultados servirán de

base para la elaboración de estrategias de la propuesta direccionando al tipo de emprendimiento potencial, actividades a emplear e implementación de servicios turísticos básicos para realizar turismo en la zona.

4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La matriz de competidores se desarrolló con el objetivo de identificar cuáles son los competidores del Cantón Bolívar para plantear estrategias de desarrollo, esta herramienta permitirá identificar los aspectos internos y externos mostrando con más claridad cuáles son las principales fortalezas potenciales y las principales debilidades en las que se deberá trabajar para así mitigarlas.

Para realizar esta matriz se tomó en consideración al Cantón Chone y Cantón Junín, los factores que se evaluaron fueron el entorno natural que tiene el Cantón, la conservación de los atractivos, la demanda turística que existe, la oferta turística que poseen, la promoción turística que se realiza para que el Cantón se conozca turísticamente, la accesibilidad que hay hacia los atractivos, y la seguridad (policías, destacamentos policiales, entre otros).

Para la evaluación de la matriz del perfil competitivo se tomó en cuenta los siguientes puntajes de evaluación: 0,0= sin importancia; 1,0= muy importante / 1= debilidad grave; 2= debilidad menor; 3= fortaleza menor; 4= fortaleza importante.

Cuadro 4. 8. Matriz de perfil competitivo

Factores claves de éxito	Cantón Bolívar			Cantón Chone		Cantón Junín	
	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
Entorno natural	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30
Conservación del atractivo	0,10	2	0,20	2	0,20	1	0,10
Demanda turística	0,15	2	0,30	3	0,45	1	0,15
Oferta Turística	0,25	3	0,45	2	0,30	1	0,15
Promoción Turística	0,10	2	0,20	2	0,20	1	0,10
Actividades Recreativas	0,15	3	0,45	3	0,45	2	0,30
Accesibilidad	0,10	3	0,30	2	0,30	2	0,20
Seguridad	0,10	3	0,30	3	0,20	2	0,20
Total Resultado	1,00		2,65		2,65		1,50

Ponderado

Fuente: Elaboración propia

La matriz de perfil competitivo arrojó los siguientes resultados: 2,65 el Cantón Chone y 1,50 el Cantón Junín, lo cual demuestra que el Cantón Junín no se encuentra en óptimas condiciones para desarrollar el turismo de manera adecuada por ende no representa una competencia directa para el cantón. Sin embargo, el Cantón Chone obtuvo un valor simultáneo al de Bolívar convirtiéndolo en la competencia directa ya que el turismo se encuentra más posesionado en esta zona.

Además, se pudo identificar los sectores que tienen falencias como la conservación de los atractivos turísticos por el déficit en la gestión de manejo de los mismos; así como también se determinó que la promoción turística existente en el cantón es deficiente lo que provoca que haya una vaya demanda turística. Dichas problemáticas deben ser solucionadas para que el sector turístico en el cantón Bolívar sea desarrollado en su totalidad.

4.3. FASE III. DISEÑAR UN PLAN DE NEGOCIO PARA EMPREDIMIENTOS TURÍSTICOS

4.3.1. IDENTIFICACIÓN LAS POTENCIALIDADES DE EMPREDIMIENTO

Para la identificación de las potencialidades de emprendimientos en el cantón Bolívar se procedió a realizar un análisis del potencial turístico del mismo, para lo cual se empleó la matriz de potencialidades; como primer paso se analizaron documentos oficiales para poder determinar los principales recursos y atractivos de Bolívar para posteriormente se procedió a efectuar el análisis y la adecuada ponderación de cada uno de estos.

Para la respectiva valorización de los recursos se tomó como referencia la valorización de Villegas y Sánchez (2000) se valorizó 21 atractivos turísticos de la siguiente manera y con los correspondientes valores (Ver cuadro 4.20)

Cuadro 4.9. Valores estimados en la matriz de potencialidades

Carácter		Atributos	
Valores		Valores	
Cultural	Dinámica	1= Difícil o incómoda	1= Potencial
		2= Mediana o aceptable	2= Moderada o reducida
		3= Buena	3= Masiva temporalmente
		4= Excelente	4= Masiva constantemente
Ambiental	Utilización	1= Moderado	1= Difícil o incómoda
		2= Importante	2= Mediana o aceptable
		3= Muy importante	3= Buena
		4= Excelente	4= Excelente
Paisajístico	Accesibilidad:	1= Inexistente o nulo	2= Tiene que contar con bar/es, venta/s y/o restaurante/s, es decir, que le permite la manutención
		2= Tiene que contar con bar/es, venta/s y/o restaurante/s, es decir, que le permite la manutención	3= Debe contar con todo lo anterior y además hotel/s, hostel/es, pensión/es, campamento/s u otras modalidades de alojamiento
		3= Debe contar con todo lo anterior y además hotel/s, hostel/es, pensión/es, campamento/s u otras modalidades de alojamiento	4= Complejo turístico
		4= Complejo turístico	
Deportivo	Equipamiento turístico		

Fuente: Villegas y Sánchez 2000

Elaborado por: Las autoras

Una vez expuesto la metodología de valorización se procedió a evaluar como se muestra en el cuadro 4.11. de la siguiente manera:

Cuadro 4. 10. Ponderación en la matriz de potencialidades.

N°	Recursos turísticos	Carácter				Atributos				Total
		C	A	P	D	d	u	a	e	
1	Monumento a Simón Bolívar	2	2	1	1	2	1	3	1	13
2	Monumento a Los Balseros	2	1	2	1	3	2	3	2	16
3	Parque Central Abdón Calderón	2	1	2	1	2	1	3	1	13
4	Parque Ferroviario	1	2	1	1	2	1	3	1	14
5	Plaza Cívica	2	1	2	1	3	3	3	2	17
6	Puente Rojo	3	2	2	2	3	3	3	1	19
7	Templo San Agustín	2	1	1	1	2	2	3	1	13
8	Parque de Membrillo	1	1	2	1	2	1	2	1	11
9	Parque de Quiroga	1	1	2	1	2	1	2	1	11
10	Iglesia Santa Marianita de Jesús	2	1	1	1	2	2	2	1	12
11	Represa Sixto Durán Ballén	3	3	3	3	4	3	2	2	23
12	Elaboración de Artesanías en Barro	3	1	1	1	3	2	3	1	15
13	Paraje Natural Y Cultural Quinta Colina Del Sol	3	3	3	2	4	3	3	2	23
14	Finca agroecológica Perezoso 1	3	3	3	1	4	3	3	2	22
15	Cerro Mil Pesos	1	3	3	1	2	1	2	1	14
16	Cascada Primera Piedra	1	3	2	1	2	1	1	1	12
17	Cascada La Mina	1	3	2	1	2	1	1	1	12
18	Cascada Julián	1	3	2	1	3	2	2	2	16
19	Cascada Chapulí	1	3	2	1	3	3	2	2	17
20	Balneario de Agua Dulce Platanales	1	3	2	2	3	3	4	2	20
21	Balneario de Agua Dulce Los Almendros	1	3	2	1	3	3	3	2	18

Fuente: Villegas y Sánchez 2000

Elaborado por: Las autoras

Posteriormente a la respectiva valorización y obtenido los resultados, se priorizó los sitios de interés según los parámetros de potencialidad. Los atractivos turísticos que alcancen una puntuación superior a 15 puntos se consideran con mayor potencial; mientras que los sitios de interés que obtengan una puntuación inferior a 15 puntos se evalúan con potencial emergente (Cuadro 4.12.)

Cuadro 4. 11. Resultados de potencialidades de los atractivos turísticos en el cantón Bolívar

Nº	Recursos	Valor	Potencialidad
1	Represa Sixto Durán Ballén	23	Mayor potencial
2	Paraje Natural Y Cultural Quinta Colina Del Sol	23	Mayor potencial
3	Finca agroecológica Perezoso 1	22	Mayor potencial
4	Balneario de Agua Dulce Platanales		Mayor potencial
5	Puente Rojo	19	Mayor potencial
6	Balneario de Agua Dulce Los Almendros	18	Mayor potencial
7	Plaza Cívica	17	Mayor potencial
8	Cascada Chapulí	17	Mayor potencial
9	Cascada Julián	16	Mayor potencial
10	Monumento a Los Balseros	16	Mayor potencial
11	Elaboración de Artesanías en Barro	15	Mayor potencial
12	Parque Ferroviario	14	Potencialidad emergente
13	Cerro Mil Pesos	14	Potencialidad emergente
14	Monumento a Simón Bolívar	13	Potencialidad emergente
15	Parque Central Abdón Calderón	13	Potencialidad emergente
16	Templo San Agustín	13	Potencialidad emergente
17	Iglesia Santa Marianita de Jesús	12	Potencialidad emergente
18	Cascada Primera Piedra	12	Potencialidad emergente
19	Cascada La Mina	12	Potencialidad emergente
20	Parque de Membrillo	11	Potencialidad emergente
21	Parque de Quiroga	11	Potencialidad emergente

Fuente: Villegas y Sánchez 2000

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a los resultados obtenidos de la ponderación en la matriz de potencialidades, se destacan los siguientes recursos turísticos con mayor potencialidad:

- Represa Sixto Durán Ballén
- Paraje Natural Y Cultural Quinta Colina Del Sol
- Finca agroecológica Perezoso 1

- Balneario de Agua Dulce Platanales
- Puente Rojo
- Balneario de Agua Dulce Los Almendros
- Plaza Cívica
- Cascada Chapulí
- Cascada Julián
- Monumento a Los Balseros
- Elaboración de Artesanías en Barro

Entre los cuales resaltan más la Represa Sixto Durán Ballén, Paraje Natural Y Cultural Quinta Colina Del Sol, Finca agroecológica Perezoso 1, en base a esto se determina la importancia que tiene el agroturismo y ecoturismo en el cantón, ya que; estos atractivos lo que prevalece a simple vista es la naturaleza que poseen además de las actividades agrícolas que se realizan en sus áreas.

Pese a la potencialidad agroturística y ecoturística en Bolívar, no existen iniciativas por parte del GAD cantón para que esta modalidad turística se desarrolle a cabalidad; desconociendo el crecimiento de demanda por este tipo de turismo, dejando pasar oportunidades de desarrollo y beneficios socio-económicos para los habitantes.

Además, hay que considerar la integración de productos turísticos que abarquen agroturismo, ecoturismo y cultura, de tal manera que se impulse el desarrollo turístico y a la misma vez genere la creación de nuevos emprendimientos turísticos.

4.3.2. IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DIRIGIDAS AL DESARROLLO DEL CANTÓN

Se elaboró la matriz FODA para conocer la situación actual del Cantón Bolívar, con el objetivo de plantear estrategias que permitan un mejor futuro. Para el desarrollo de esta matriz se realizó un recorrido por todo el Cantón, determinando como fortalezas la actitud emprendedora por parte de los habitantes, además de que la diversidad paisajística también es factor

importante al momento de brindar un servicio, gran potencialidad de afluencias de visitantes, alta productividad agrícola lo cual da tendencia al desarrollo de modalidades turísticas relacionadas con naturaleza y agricultura.

En cuanto a las debilidades se nota el desinterés de las autoridades competentes, la débil cohesión en los habitantes, la deficiente promoción turística que tiene el cantón; la inexistencia de productos turísticos y la carencia de facilidades turísticas provocan el estancamiento del turismo en Bolívar.

En lo que respecta a las oportunidades se menciona que el aumento de la potencialidad agro-turística para la generación de nuevos proyectos fomentara la sostenibilidad, también se menciona que existe apoyo por parte de las empresas públicas y privadas (Bancos) para la generación de emprendimientos; la intervención de la ESPAM como entidad educativa coadyuva al entono, presencia de leyes que respaldan la actividad turística. En cuanto a las amenazas el Cantón es tiene competencia en la igualdad de ofertas turísticas de los cantones vecinos; la posibilidad de desastres naturales, situación climática, crisis económica por la que atraviesa el país.

Cuadro 4. 12. Matriz FODA del cantón Bolívar

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Recursos naturales y culturales con potencialidad turística 2. Actitud emprendedora por parte de los habitantes 3. Gran potencialidad de afluencia de visitantes. 4. Alta productividad agrícola 5. Altos índices de desarrollo de modalidades turísticas relacionadas con naturaleza y agricultura. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desinterés por parte de las autoridades competentes en el potencial turístico del cantón 2. Débil cohesión en los habitantes 3. Deficiente promoción turística 4. Inexistencia de productos turísticos en la zona 5. Carencia de facilidades turísticas
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Intervención de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí 2. Apoyo económico por parte de las empresas públicas y privadas (bancos) para la generación de nuevos emprendimientos 3. Leyes a favor del desarrollo del turismo 4. Aumento de la potencialidad agroturística para la generación de nuevos proyectos 5. Presencia de ONGs 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desastres naturales 2. Situación económica del país 3. Área política del país inestable 4. Situación climática 5. Igualdad de ofertas turísticas en los cantones vecinos

Fuente: Elaboración propia

Una vez determinado los factores internos y externos, se procedió al cruce información entre los diferentes cuadrantes; para lo cual se tomó en consideración los siguientes valores cualitativamente y cuantitativamente.

Cuadro 4. 13. Valores para ponderación

0	1	2	3
Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante

Fuente: Elaboración propia

Se procedió a realizar la respectiva ponderación con las cantidades antes mencionadas, posteriormente se sumaron los valores verticales y como horizontales para la obtención de los resultados respectivos de los diferentes cuadrantes (Cuadro 4.15.).

Cuadro 4. 14. Ponderación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

Carrera de TURISMO		ANÁLISIS EXTERNO													
		OPORTUNIDADES					TOTAL	AMENAZAS					TOTAL	TOTAL FORTALEZAS	
		O1	O2	O3	O4	O5		A1	A2	A3	A4	A5			
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	F1	3	2	3	2	3	13	3	1	1	3	3	11	24
		F2	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	14	29
		F3	2	2	2	2	1	9	2	2	1	1	3	9	18
		F4	2	3	1	3	2	11	3	2	1	2	2	10	21
		F5	2	3	1	3	1	10	2	2	2	2	3	11	21
	TOTAL	12	13	10	13	10	58	13	10	7	11	14	55	TOTAL DEBILIDADES	
	DEBILIDADES	D1	3	3	3	3	3	15	1	1	1	1	1	5	20
		D2	3	2	3	3	3	14	1	1	1	1	1	5	19
		D3	1	3	3	3	3	13	1	1	1	1	3	7	20
		D4	3	3	3	3	3	15	1	2	1	1	3	8	23
		D5	1	3	2	3	3	12	1	1	1	1	3	7	19
TOTAL	11	14	14	15	15	69	5	6	5	5	11	32			
TOTAL OPORTUNIDADES	23	27	24	28	25	TOTAL AMENAZAS	18	16	12	16	25				

Fuente: Elaboración propia

4.3.2.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA MATRIZ FODA

Una vez analizada la información se determinó que para el planteamiento del problema estratégico y su solución se enfocará en el cuadrante III Mini-Maxi) en donde se elaboran estrategias de reorientación. (Cuadro 4.16).

Cuadro 4. 15. Cuadrantes de la Matriz FODA

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	I Estrategia ofensiva Maxi – Maxi ¿Cómo me permiten las fortalezas aprovechar las oportunidades?	I Estrategia defensiva Maxi – Mini ¿Cómo maximizar las fortalezas minimizando las amenazas?
Debilidades	III Estrategia reorientación Mini – Maxi ¿Cómo minimizar debilidades aprovechando oportunidades?	IV Estrategia de supervivencia Mini – Mini ¿Cómo evito que la debilidad favorezca la amenaza?

Fuente: Elaboración propia

Se proponen estrategias de reorientación para minimizar las debilidades aprovechando las oportunidades, es decir, aprovechando el Aumento de la potencialidad agroturística para la generación de nuevos proyectos se podrá contrarrestar la Inexistencia de productos turísticos en la zona (Cuadro 4.17)

Cuadro 4. 16. Estrategias de reorientación del cantón Bolívar

Estrategias de reorientación (DO)	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar la creación de emprendimientos turísticos. • Crear productos turísticos innovadores para generar mayor interés en el visitante. • Programa de capacitación a prestadores de servicios. • Generar estrategias de mercado para captar el segmento turístico potencial del cantón.
--	---

Fuente: Elaboración propia

4.3.2.2. PROBLEMA ESTRATÉGICO

Si se materializa la igualdad de ofertas turísticas en los cantones vecinos teniendo en cuenta que la inexistencia de productos turísticos en la zona, aunque se disponga de actitud emprendedora por parte de los habitantes, no

podrán utilizarse plenamente el aumento de la potencialidad agroturística para la creación de nuevos proyectos.

4.3.2.3. SOLUCIÓN ESTRATÉGICO

Utilizando plenamente la actitud emprendedora por parte de los habitantes sobre el aumento de la potencialidad agroturística para la creación de nuevos proyectos, se podrá realizar propuestas que posibiliten minimizar la igualdad de ofertas turísticas en los cantones vecinos y superar la inexistencia de productos turísticos en la zona.

4.3.3. PLAN DE NEGOCIO PARA EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS QUE PROPICIE EL DESARROLLO LOCAL.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocio abarca aspectos importantes para el mejor funcionamiento de un emprendimiento. Para lo cual se tomó en consideración los resultados de las matrices de potencialidades y FODA; direccionando la propuesta a la innovación de productos agroturístico ya que el cantón tiene gran potencialidad para desarrollar esta modalidad turística.

El objetivo del plan de negocios es presentar en forma detallada cuales son los principales aspectos a tener en cuenta para el análisis de un negocio. Esto significa que sirve tanto para analizar el lanzamiento de un nuevo negocio, el desarrollo o reconversión de uno establecido, la fusión con otro, o la adquisición de una nueva empresa.

Los principales puntos de un plan de negocios que se desarrollaran son:

- Producto y servicios
- Recursos humanos/equipo de trabajo
- Estrategias comerciales
- Organización de operaciones
- Financiamiento

OBJETIVO GENERAL

Generar un plan de negocio que sirva de apoyo para los emprendimientos turísticos del cantón Bolívar.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer estrategias de importancia para los emprendimientos turísticos innovadores y actuales.
- Plantear acciones de mejorar en la operatividad de los emprendimientos.
- Socializar el plan de negocio como una herramienta base para las iniciativas emprendedoras.

Cuadro 4. 17. Plan de negocios para emprendimientos turísticos

Plan de negocio			
Programas	Subprogramas	Proyectos	Responsables
Operatividad	1. Recursos humanos/equipo de trabajo	Organización de recursos humano disponibles	<ul style="list-style-type: none"> • GAD municipal • ESPAM MFL. • Turistas • Prestadores de servicios
	2. Servicios	Identificación de servicios a prestar por el emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • GAD municipal • MINTUR • GAD provincial • ESPAM MFL. • Prestadores de servicios • Población en general
	3. Productos	Elaboración de productos turísticos innovadores para la coadyuvar a los negocios y emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none"> • GAD municipal • MINTUR • ESPAM MFL. • Prestadores de servicios
	4. Programa de operación	Definición de la estructura organizacional de los negocios	<ul style="list-style-type: none"> • GAD municipal • GAD provincial • ESPAM MFL. • Prestadores de servicios
Financiero	5. Financiamiento	Estudio de la viabilidad de presupuestaria del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> • GAD municipal • Entidades bancarias • Prestadores de servicios
Marketing	6. Acciones comerciales	Implementación de estrategias de promoción turística	<ul style="list-style-type: none"> • GAD municipal • MINTUR • GAD provincial • ESPAM MFL. • Prestadores de servicios • Operadores turísticos • Turista

Fuente: Elaboración propia

PROGRAMA 1. OPERATIVIDAD

SUBPROGRAMA 1. RECURSOS HUMANO/EQUIPO DE TRABAJO

Proyecto 1. Organización de recursos humano disponibles

OBJETIVO

Determinar las necesidades de personal tanto presentes como futuras necesarias para poner en marcha en un negocio o emprendimiento.

DESCRIPCIÓN

Es de vital importancia conocer que el personal del que se disponga dependerá la manera de ofrecer los servicios existentes en una empresa, negocio, emprendimientos. De esta forma, tanto la calidad del servicio como la imagen de la marca que la empresa desea crearse en la mente de sus consumidores dependerán en gran medida del trato que sus trabajadores den a los consumidores.

Por estos motivos, el subprograma resulta fundamental a la hora de describir los aspectos claves en cuanto a las necesidades de personal. González (2009) indica que para el correcto reclutamiento del personal se debe tomar en consideración las especificaciones del cargo y la adaptación del perfil del postulante. (Cuadro 4.31.)

Cuadro 4. 18. Especificaciones del cargo

Competencias		Requisitos
Conocimientos y habilidades	Educación	Estudios profesionales o del área
	Experiencia	Tiempo de experiencia
	Adiestramiento	Tiempo a prueba y adiestramiento entre tres y 6 meses
	Habilidad mental	Forma de planear acciones de trabajo
	Complejidad	Labores que requieren vigilancia
Responsabilidades	Por contactos	Relación entre compañeros de la empresa
	Por información confidencial	Información que puede provocar daños
	Por errores	Si requiere mucha atención
Esfuerzo	Mental	Labores que exigen concentración mental
	Visual	Labores que demanda atención visual.

Fuente: Elaboración propia

ACCIONES

- Realizar un estudio del perfil del personal, como datos personales, los estudios realizados, la experiencia profesional y cualquier otro dato de interés.
- Observar constantemente la actitud del personal, a corto y a largo plazo.
- Fijar políticas de trabajo para mejor desempeño del cargo.
- Capacitar constantemente al personal.
- Crear un ambiente de trabajo armonioso a fin de que el trabajador realce mejor sus actividades.
- Elaborar un cronograma de actividades

INVOLUCRADOS

- GAD municipal
- MINTUR
- ESPAM MFL.
- Prestadores de servicios

SUBPROGRAMA 2. SERVICIOS

Proyecto 1. Identificación de servicios a prestar por el emprendimiento

OBJETIVO

Identificar los tipos de servicios que se ofrecen en el cantón Bolívar, y determinar los posibles a implementar para satisfacción al cliente.

DESCRIPCIÓN

Los servicios y productos se definen como el conjunto de elementos, materiales e inmateriales, que responden a las funciones de uso y estima que el consumidor desea, con capacidad de satisfacer sus necesidades.

El subprograma busca conocer cuáles son los servicios ofrecidos, así como también la necesidad de implementar otros; para esto se plantean acciones que permitan el objetivo principal del subprograma; se identificaron los siguientes:

Cuadro 4. 19. Servicios existentes en el cantón Bolívar

Servicios	Características
Hospedaje	Establecimientos para alojamientos, en Bolívar se identificaron 14 establecimientos con estas características. 1 Hotel de primera categoría, 5 Hostales de segunda categoría, 3 hostales de tercera categoría, 1 Hotel Laboratorio y 4 moteles u hotel de carretera.
Restauración	Establecimientos que expenden alimentos y bebidas, se identificaron 41 locales, 18 restaurantes, 6 asaderos de pollos, 8 picanterías y marisquerías, 1 pizzería, 6 bares comedor, 1 parrilladas, y 1 asociado a de restaurantes y bares del mercado municipal.
Recreación	Se estableció 8 centros recreacional familiar, 4 centros de diversión nocturnas (discotecas, bares)

Fuente: Elaboración propia

Una vez establecido los servicios existentes en el cantón Bolívar actualmente, cabe destacar que falta de otros servicios que son complemento del turismo y para que este alcance su desarrollo, ya que; son los encargados de impulsarlo como una actividad que genera divisas y beneficios económicos y por ende mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes (Cuadro 4).

Cuadro 4. 20. Servicios a implementar en el cantón Bolívar

Servicios	Características
Agencias de viajes/operadores turísticos	Esta entidad es la encargada de organizar, elaborar y vender productos turísticos; por ende, la presencia de este tipo de establecimiento es importante ya que; elaboran productos turísticos acorde a la zona aprovechando los recursos naturales y culturales impulsando el desarrollo turístico.
Guías turísticos	Este tipo de personal es indispensable en una comunidad turística potencial, ya que son los encargados de brindar información y guiar a los turistas en los lugares turísticos.

Fuente: Elaboración propia

ACCIONES

- Mejorar infraestructura turística de los negocios.
- Tener claro cuál es la competencia directa del negocio.

- Elaborar estrategias de captación de clientela.
- Poseer excelentes y confiables proveedores.
- Evaluar constantemente los servicios ofrecidos por los prestadores de servicios.
- Realizar un estudio de satisfacción de cliente a fin de detectar las necesidades del turista o consumidor.
- Generar un buzón virtual de sugerencias y quejas.

INVOLUCRADOS

- GAD municipal
- ESPAM MFL.
- Turistas
- Prestadores de servicios

SUBPROGRAMA 3. PRODUCTOS

Proyecto 1. Elaboración de productos turísticos innovadores para la coadyuvar a los negocios y emprendimientos.

OBJETIVO

Incentivar a la creación de nuevos productos turísticos aprovechando la potencialidad agroturística.

DESCRIPCIÓN

El subprograma busca incentivar a la creación de nuevos emprendimientos y productos turísticos en el cantón Bolívar; tomando en consideración el gran potencial agroturístico de la zona, así como también otras modalidades turísticas como ecoturismo, turismo comunitario, turismo de aventura, turismo cultural.

La elaboración de nuevos productos traerá consigo grandes beneficios socio económicos para sus habitantes en general mejorando así su calidad de vida e

impulsando el desarrollo turístico del lugar, y a la misma vez se genera conciencia en la mente de los visitantes ya que se basará en un turismo de menor impacto. Se identificaron los potenciales productos turísticos a implementar en el cantón y en donde se los puede realizar. (Cuadro 4.30.)

Cuadro 4. 21. Potencialidades de productos turísticos en el cantón Bolívar

Productos	Características
Turismo de cultura	Es aquel que se relacionan con la cultura de una comunidad y todo lo que respecta a ella; en Bolívar las manifestaciones culturales identificadas esta la gastronomía, visitas al Puente Rojo, Iglesia San Agustín, Parque central, Monumento a Simón Bolívar y Balsero, Plaza cívica, Festividades Patronales, Festivales cívicas (13 de Octubre) y artesanías en barro.
Agroturismo	Es aquel que el turista se vincula con la actividad agrícola y todo lo que respecta a ella; se lo pueden realizar en fincas orgánicas como Finca agroecológica Perezoso 1, a los alrededores de la Represa Sixto Duran Ballén.
Ecoturismo	Es el turismo de naturaleza en la que se emplean actividades sostenibles con el fin de conservar los recursos turísticos; se lo puede realizar en los Bosques del cantón como el Bosque Primera Piedra, visitas a la cascada del mismo nombre, Cerro Mil Pesos
Turismo de aventura	Es el que se relaciona con la naturaleza y la convivencia con la misma, en Bolívar se pueden emplear en las visitas de a cascadas como Chapulí, Julián, La Mina, Primera Piedra.

Fuente: Elaboración propia

ACCIONES

- Motivar a los habitantes, microempresarios y emprendedores a invertir en el agroturismo.
- Elaborar paquetes turísticos dirigidos al agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura.
- Capacitar a los habitantes y prestadores de servicios sobre las nuevas modalidades turísticas.
- Brindar información de facilidad de préstamos para microempresarios.
- Generar alianzas con entidades educativas que guíen en las actividades agroturísticas.
- Dar prioridad al mantenimiento de las áreas rurales.

- Involucrar a la población en general en el sector turístico.
- Establecer precios accesibles para el turista potencial.

INVOLUCRADOS

- GAD municipal
- MINTUR
- GAD provincial
- ESPAM MFL.
- Prestadores de servicios
- Población en general

SUBPROGRAMA 4. PROGRAMA DE OPERACIÓN

Proyecto 1. Definición de la estructura organizacional de los negocios

OBJETIVO

Dar pautas a los emprendedores y microempresarios de estructuración organizacional de un negocio.

DESCRIPCIÓN

La importancia de la estructura organizacional está basada en un organigrama de tipo matricial, donde existe una interrelación y colaboración de todas las áreas que conforman la empresa y a la vez existe mayor optimización de recursos y procesos, permitiendo así un mayor compromiso con las necesidades de los clientes y mayor eficiencia en el desarrollo de su objeto social.

ACCIONES

- Definir el tipo de negocio
- Establecer la estructura organizacional del negocio
- Informar al personal sobre las responsabilidades de su cargo

- Definir políticas de cumplimiento de actividades acorde a su área de trabajo.

INVOLUCRADOS

- GAD municipal
- GAD provincial
- ESPAM MFL.
- Prestadores de servicios

PROGRAMA 2. FINANCIERO

SUBPROGRAMA 1. FINANCIAMIENTO

Proyecto 1. Estudio de la viabilidad de presupuestaria del negocio.

OBJETIVO

Identificar la viabilidad financiera del negocio y si este a su vez es rentable o no.

DESCRIPCIÓN

Con la elaboración de este programa se han tratado de abordar todas aquellas cuestiones que vayan a determinar la estructura económica de la empresa. El plan de inversiones puede considerarse como el primer elemento de importancia que ha de analizarse. En él se han determinado las inversiones iniciales necesarias para poner en marcha el proyecto empresarial que se propone, así como los criterios de amortización anuales a seguir para cada una de dichas inversiones.

ACCIONES

- Determinar los gastos de constitución y de primer establecimiento es decir gastos de notaría, permisos de funcionamientos, etc.

- Identificar cuáles serán las inversiones financieras, como maquinarias o equipos necesarios para el negocio.
- Determinar las inversiones en inmovilizado; es decir gastos de arriendo en caso que sea necesario, movilización, enseres, etc.
- Poseer un capital de emergencia que permita cubrir cuentas extras y en situaciones de emergentes.
- Facilidad de acceso a préstamos financieros
- Realizar proyecciones de ventas y ganancias.

INVOLUCRADOS

- GAD municipal
- Entidades bancarias
- Prestadores de servicios

PROGRAMA 3. MARKETING

SUBPROGRAMA 1. ACCIONES COMERCIALES

Proyecto 1. Implementación de estrategias de promoción turística

OBJETIVO

Dar a conocer al cantón Bolívar como un destino turístico interesante donde el visitante puede realizar varias actividades turísticas.

DESCRIPCIÓN

Uno de los primeros problemas con los que se ha de encontrar toda empresa o negocio de nueva creación es el conseguir nuevos clientes y lograr afianzarse en el mercado en un tiempo razonable. El mismo caso se puede aplicar para un destino de turismo que busca incursionar en el mercado turístico el subprograma persigue acciones enfocadas hacia el beneficio del cantón. La promoción del servicio o producto está enfocada a captar nuevos clientes y mantener los existentes.

ACCIONES

- Elaborar una imagen o marca corporativa que identifique a la empresa o negocio.
- Selección de medios e instrumentos promocionales.
- Elaborar un cronograma de actividades a promocionar.
- Difusión y comercialización del servicio o productos a través de sitios web.
- Crear alianzas con operadores turísticos.
- Establecer estrategias de ventas.

INVOLUCRADOS

- GAD municipal
- MINTUR
- ESPAM MFL.
- Prestadores de servicios
- Operadores turísticos
- Turista

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El diagnóstico turístico situacional del cantón, permitió conocer la existencia de veintiuno recursos turísticos actualmente de los cuales se destacan nueve principales como la Represa Sixto Duran Ballén, Finca agroecológica Perezoso, Cascada Julián entre otros; además se demostró que la gestión turística de Bolívar es deficiente partiendo de la falta de profesionales que atiendan directamente este sector, a esta problemática se le suma el bajo presupuesto destinado para el sector turístico.

El estudio del mercado evidencio la presencia de infraestructura turística aptas para el desarrollo turístico, como 14 hoteles, 41 restaurantes, 12 centros de recreación, y centros nocturnos (discotecas, bares); además el perfil del visitante está caracterizado por una segmentación de turista joven, que prefiere viajar solo, que busca relajarse y que pernocta entre cuatro y siete días lo que trae consigo beneficios para el cantón ya que consume productos y servicios que incrementa la actividad económica de los pobladores.

El plan de negocio identificó las potencialidades de emprendimiento a través del potencial turístico, dando como resultado que en el cantón se pueden desarrollar actividades agroturística y de naturaleza, por ende, se elaboraron estrategias dirigidas a la creación de emprendimientos, elaboración de nuevos productos, capacitaciones a prestadores de servicios para garantizar la satisfacción al cliente y estrategias de comercialización para posicionar a Bolívar como un destino turístico.

RECOMENDACIONES

Que el GAD cantonal, dote al departamento de Turismo con profesionales en este sector ya que; estos tienen los conocimientos necesarios y requeridos para una adecuada gestión turística del cantón Bolívar a través del diseño, elaboración y ejecución de estrategias y procesos que permitan optimizar la gestión y manejo de los recursos y atractivos turísticos naturales y culturales, logrando así el cumplimiento de objetivos que contribuyen al desarrollo y competitividad de la industria turística de Bolívar.

Al GAD provincial, de prioridad a los cantones afectados de tal manera que proporcione herramientas y equipos básicos para la actividad turística como señalética turística equipamiento de importancia para la orientación del turista, al Mintur; se le sugiere realizar inspecciones de las infraestructuras turísticas para conocer de la existencia del cumplimiento de las normativas, a los propietarios de los establecimientos o emprendimientos se le propone registrar sus locales en Mintur a fin de facilitar información en el catastro de infraestructura turística.

Crear alianzas con la ESPAM, y universidades intercantonal e interprovincial, para que estas guíen y asesoren a los nuevos emprendedores en cuanto al funcionamiento y operatividad de sus negocios; y al mismo tiempo generen capacitaciones que permitan conocer la manera correcta de aplicar los procesos de sus establecimientos, permitiendo así estar preparados ante cualquier tipo de situación y mejorar la calidad de servicios ofrecidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso. G. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Revista Líder*. 23, 9 – 28. Recuperado de http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.LIDER%2023_Juarez_p9_28.pdf
- Alcalá, B. & López, Á. (2017). Zonas con potencial agroturístico en la región citrícola de Nuevo León, México: un análisis a partir del álgebra de mapas. *Cuadernos de Turismo* n° 39, 17-40. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/290371>
- Arce, J y Ruiz, F, (2016). Evaluación del potencial turístico rural como línea de acción para el desarrollo regional sustentable. *Revista Global de Negocios*. 4, 7, 41 – 51. Recuperado de <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/RGN-V4N7-2016.pdf#page=43>
- Bayas, J., Álvarez, C., García, R., Vera, J. (2013). Diagnóstico del sector turístico del cantón Bolívar. *Revista ESPAMCIENCIA* 4(2), 67-76. Recuperado de <http://esbam.edu.ec/revista/2013/V4N2/39.pdf>
- _____ (2013). Diagnóstico del sector turístico del cantón Bolívar. *Revista ESPAMCIENCIA* 4(2), 67-76. Recuperado de <http://esbam.edu.ec/revista/2013/V4N2/39.pdf>
- Blanco. P, Vázquez V, Reyes. J. & Guzmán, M. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de San Luis Potosí, México. *Cuaderno de Turismo*. 35, 17 – 42. Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/handle/123456789/38539>
- Barbini, B; Biasone, A; Castellucci, D;Cacciutto, M; Corbo, Y; Cruz, G y Roldán, N. 2015. Gobernanza turística y desarrollo local. Mar del Plata frente a estrategias de reconversión incluyentes. *Revista Papers de Turisme*. 23, 56. Recuperado en http://nulan.mdp.edu.ar/1784/1/JDifInvEcon_2013_1_34-37.pdf
- Boza, J y Manjarez. N. (2016). Diagnóstico estratégico de emprendimientos de economía popular y solidaria en ecuador. *Revista Scielo*. 37, 2. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362016000200010&script=sci_arttext&tIng=en
- Cabrera, D. Pérez, I. Cabrera, J. (2017). Implementación del turismo comunitario en función del desarrollo local. El caso del consejo popular de Sumidero. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*. 5, 1. Recuperado de <http://www.revflacso.uh.cu/index.php/EDS/article/view/171>

- Camara, C. y Morcate, F. 2014. Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. Scielo. 35, 48-70. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/au/v35n1/au05114.pdf>
- Calle, M. 2015. Desarrollo local Turístico y Sostenibilidad. Revista académica de la Universidad de Machala- Ecuador. Recuperado en: repositorio.utmachala.edu.ec/.../112%20DESARROLLO%20LOCAL%20TURISTICO...
- Castellanos, E. 2013. Planeación del Espacio Turístico. En La planeación física del espacio turístico en los diferentes modelos de desarrollo Turístico. México: trillas. Programas Educativos. 1. Recuperado en http://www.snte.org.mx/digital/190H_SN_2015.pdf
- Chila, M. (2017). Estudio de mercado del servicio de catering en el Cantón Atacames. Tesis de Grado previo a la obtención del título de Magister en Administración de Empresas Mención Planeación. Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas. Recuperado de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/978/1/CHILA%20GODOY%20MARIA%20ISABEL.pdf>
- Covarrubias R. (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>
- Cupe, F. (2016). Diagnóstico turístico del cantón colimes Provincia del Guayas para el diseño de una ruta turística. Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Turismo y Hotelería. Universidad de Guayaquil Facultad de Comunicación Social Carrera de Turismo y Hotelería. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10246/1/Tesis-de-Felix-Cupe-%2029.03.2016%20original%20ultimo%201pdf.pdf>
- CID (Centro de Innovación para el Desarrollo) Universidad de Chile. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. Recuperado de <http://www.cid.uchile.cl/wp/WP-2014-02.pdf>
- Delgado, C; Hortelano, L; Gil, C; Plaza, J. 2014. Turismo y desarrollo local en algunas comarcas de la Montaña Cantábrica. Revista Cuadernos de turismo. N° 12. (En línea).ME. Consultado 14 ene. 2018. Formato (PDF). Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/856194.pdf>
- Franch, C. (2017). El conocimiento como catalizador de la innovación social: una alternativa de desarrollo local en cuba. Revista Cubana de Contabilidad y Finanzas.1, 1-12. Recuperado de <http://www.cofinhab.uh.cu/index.php/RCCF/article/view/206>

- Franco, Maass., Osorio, M., Nava, G., Regil, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca – México. Revista Scielo. 18, 2. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322009000200007
- Freire, E. Silva, F. Padilla, M. (2016). Redes sociales, un mecanismo de impulso del emprendimiento turístico en la provincia Tungurahua, Ecuador / Social networks to promote the tourism project in The Tungurahua Province, Ecuador. Retos turísticos. 15, 3. Recuperado de <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/224>
- Flores, A. (2017). Determinación del potencial turístico de las comunidades kichwas ubicadas en Zona de Amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Ecuador. RICIT (Revista de Investigación de Ciencias Turística). 10. Recuperado de <http://revista.udet.edu.ec/index.php/RICIT/article/view/24>
- García, N., Carreño, L. y Doumet, N. (2016): Estrategias para el Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar Post Terremoto del 16 de abril (Ecuador). Revista ECA Sinergia. 2, 28-41. Recuperado de <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/334/359>
- _____ (2016): Estrategias para el Desarrollo Turístico del Cantón Bolívar Post Terremoto del 16 de abril (Ecuador). Revista ECA Sinergia. 2, 28-41. Recuperado de <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/334/359>
- Guadarrama, M. (2016). Corporaciones transnacionales y desarrollo local: el caso de los parques eólicos en Oaxaca. Revista Iberoamericana de Estudios Municipales. 13, 41 – 61. Recuperado de: <http://www.revistariem.cl/index.php/riem/article/view/59>
- Hernández, A. (2016). Diseño de un plan de negocio de una Startup de base tecnológica. Trabajo fin de grado en Ingeniería en Tecnologías Industrial Escuela Técnica Superior Ingenieros Industriales de Valencia Recuperado de: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/85139/48595493N_TFG_1499350249297978943009359221678.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) (2010). Fascículo Provincial de Manabí. Resultados del censo Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/manabi.pdf>
- Jaramillo, R. (2017). Plan de negocios para exportar tabletas de chocolate bajo la certificación Fairtrade hacia el mercado de Francia. Tesis previa a la obtención del título en Comercio Internacional. Unidad académica de ciencias empresariales. Machala. Recuperado de

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/10086/1/ECUACE-2017-CI-DE00118.pdf>

Jiménez, B. (2016). Plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del complejo turístico “La Montañita”, en la ciudad matriz del Cantón. Tesis previa a la obtención del título en Ingeniería en Administración Turística. Universidad Nacional de Loja. Recuperado de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12072/1/Byron%20Alicides%20Ram%C3%B3n%20Jim%C3%A9nez_%20Biblioteca.pdf

_____ (2016). Plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del complejo turístico “La Montañita”, en la ciudad matriz del Cantón. Tesis previa a la obtención del título en Ingeniería en Administración Turística. Universidad Nacional de Loja. Recuperado de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12072/1/Byron%20Alicides%20Ram%C3%B3n%20Jim%C3%A9nez_%20Biblioteca.pdf

Lara, E. (2016). Diagnóstico situacional turístico de la parroquia Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, Provincia de Manabí. Trabajo de titulación previa a la obtención del título de Licenciada en Turismo Ecológico. Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Agrícolas. Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10537>

Lara, R. Quinchuela, F. Muñoz, E. (2016). Metodología para la evaluación de los modelos de gestión de emprendimientos turísticos: su aplicación en el cantón Puerto Francisco de Orellana-Ecuador. *European Scientific Journal*. 12, 11, 580. Recuperado de <https://www.listerz.com/index.php/esj/article/view/7282>

Lluglla. L, Neyfe. C, Arévalo. M, Cuétara. L. (2016). Desarrollo de productos turísticos. *Retos Turísticos*. 15, 2. Recuperado de <http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/view/219/192>

Mallqui, C. (2016). Estudio del potencial turístico del distrito de Frías e identificación de las principales líneas de gestión. Tesis para optar el título de Licenciada en Geografía y Medio Ambiente. Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7190>

Manzano, M. e.t. (2015). Participación de la mujer en los emprendimientos turísticos comunitarios del cantón Guaranda. *Revista Científica de la Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila*. 4. Recuperado de <http://revistas.unica.cu/index.php/uciencia/article/view/506>

Marchena, M. 2015. Turismo y desarrollo regional, el espacio del ecoturismo. *Revista Papers de Turisme*. 11, 112-113. Recuperado en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/397>

- Martínez, P. 2013. La sostenibilidad en el sector turístico: del marco ambiental global al marco económico-social local. *Revista Desarrollo Local Sostenible*. 6. 16. Recuperado en <https://ideas.repec.org/a/erv/deloso/y2013i172.html>
- Mejía, M. (2016). Población y unidades económicas como elementos potenciales para el desarrollo sustentable de un destino turístico. Caso Comonfort. *Revista CEA*, 2(3), 61-72. Recuperado de <http://itmojs.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/925>
- Mera, R. (2017). Estudio del mercado para impulsar el desarrollo turístico en el centro recreacional el descanso del balseiro en la parroquia Ayacucho del cantón Santa Ana. Trabajo de Titulación. Universidad San Gregorio de Portoviejo. Recuperado de <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/366/1/MKT-C2017-004.pdf>
- Meza, G. Escarlen, R. (2016). Potencial turístico del distrito de Huancaya-Yauyos. Tesis de Maestría. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/2638>
- Mikery, M. Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 9, 1729 – 1740. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2631/263137781016/>
- Monge, J. y Yagüe, R. (2016). El desarrollo turístico sostenible Tren Crucero del Ecuador. *Revista Scielo*. 25, 1. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000100004
- Morcate F, Camara C. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Revista AU*. 1, 48-67. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3768/376834399005.pdf>
- Muñoz, E, Torres, G. (2015). Potencial turístico de la microcuenca del río Chimborazo, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, Ecuador. *Revista European Scientific Journal*. 11, 23. Recuperado de <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/6088/5865>
- Navarro. D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*. 35, 335 – 357. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/221641/173171>
- OMT (Organización Mundial del Turismo), (2014). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo 1 Recuperado de <http://www.tur4all.com/documents/2.pdf>

- Orgaz F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *Revista Dialnet*. 26, 47-66. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5026289>
- PDOT. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial). 2015. Cantón Bolívar, Provincia de Manabí 2015 - 2026. Recuperado de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1360000390001_CANTON%20BOLIVAR%20PDYOT%202015_16-03-2015_16-43-46.pdf
- Pérez A, Mikery M. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. (En Línea). *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 9, 1729-1740. Recuperado de http://www.colpos.mx/wb_pdf/Veracruz/2014/20_14_9.pdf
- Ramírez. R. (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.html>
- Reyes, M. Manchado, E. Ortega, A. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región amazónica del Ecuador. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/298332405_Evaluacion_de_territorios_para_desarrollar_el_turismo_comunitario_en_la_region_amazonica_del_Ecuador
- Reyes O, Sánchez A. (s/f). Metodología para determinar el potencial de los recursos turísticos naturales en el estado de Oaxaca, México. *Cuadernos de Turismo*. 16, 153-173. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39801609.pdf>
- Ricaurte, C. 2009. Manual de diagnóstico turístico. Quito-Ecuador. Recuperado en <http://unrn.edu.ar/blogs/pt/files/2013/03/6-Ricaurte09-GuiaPlanTuris-ver-fichas-al-final-post-2007.pdf>
- Rubio, M. (2016). Análisis de localización de emprendimientos turísticos en el sector norte del partido de Villarino (Argentina). *Revista de Geografía e Interdisciplinaridades*. 2, 9-35. Recuperado de <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/interespaço/article/view/5263>
- Ruiz, 2014. Análisis interno y externo de la comunidad Shuar de Chinimp en la provincia de Morona Santiago, Ecuador, para el desarrollo de la actividad turística. *Revista Amazónica Ciencia y Tecnología*. 3, 105-129. Recuperado de <http://revistas.proeditio.com/REVISTAMAZONICA/article/view/141/121>

- Salcán, D. (2016). Diagnóstico turístico en la finca turística “Cascada del Recuerdo” en el Recinto la Esperanza del Cantón Bucay para el desarrollo de un turismo accesible, movilidad reducida. Tesis previa a la titulación en Licenciada en Turismo y Hotelería. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18392/1/Tesis%20Daniel%20Final.pdf>
- Sánchez, J. 2013. Estrategia integral para pymes innovadoras. Revista Escuela de administración de negocios. 47, 34. Recuperado en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20604703>
- SISPROIN (Sistema Provincial de Información GPM) (2010). Estadísticas en Barras del censo 2010. Recuperado de: <https://drive.google.com/drive/folders/0BxScWuukkQyXWVp2djN2TzJXLWs>
- Tambucho, N. (2016). Herramientas para generar un plan de negocios que permita la incorporación de un estudio genético en cáncer hereditario por parte del Laboratorio Genia. Tesis previa a la obtención del título de Ingeniero en Biotecnología. Universidad ORT Uruguay. Recuperado de <https://dspace.ort.edu.uy/bitstream/handle/20.500.11968/3273/Material%20completo.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
- Tapia, E. Tapia, S. Moscoso, G. (2017). Economía solidaria: estrategia alternativa para el desarrollo local. Revista de Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial CIDE. 2, 313 – 323. Recuperado de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/view/9078/9038>
- Torres, C. 2014. Planeación y desarrollo territorial. Revista Austral de ciencias sociales. 6. Recuperado en <http://mingaonline.uach.cl/pdf/racs/n3/Art10.pdf>
- Torres E. 2015. Turismo y Desarrollo Regional. Revista Paper de Turisme. 15, 97-99. Recuperado en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/418>
- Tosell. C, Godoy. A. 2014. Identificación y valoración de los recursos del patrimonio natural y cultural con potencial turístico para el desarrollo local sustentable. Anuario de Investigación USAL. 1. Recuperado de <http://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/2429/3014>
- Toseli, C. 2015. Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. Revista de Turismo y Desarrollo Local. 8, 18. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/desarrollo-local.zip>
- Toselli, C. y Mazza, C. 2014. Planes estratégicos de turismo para el desarrollo local. Una propuesta de análisis a partir del método de los “interrogantes

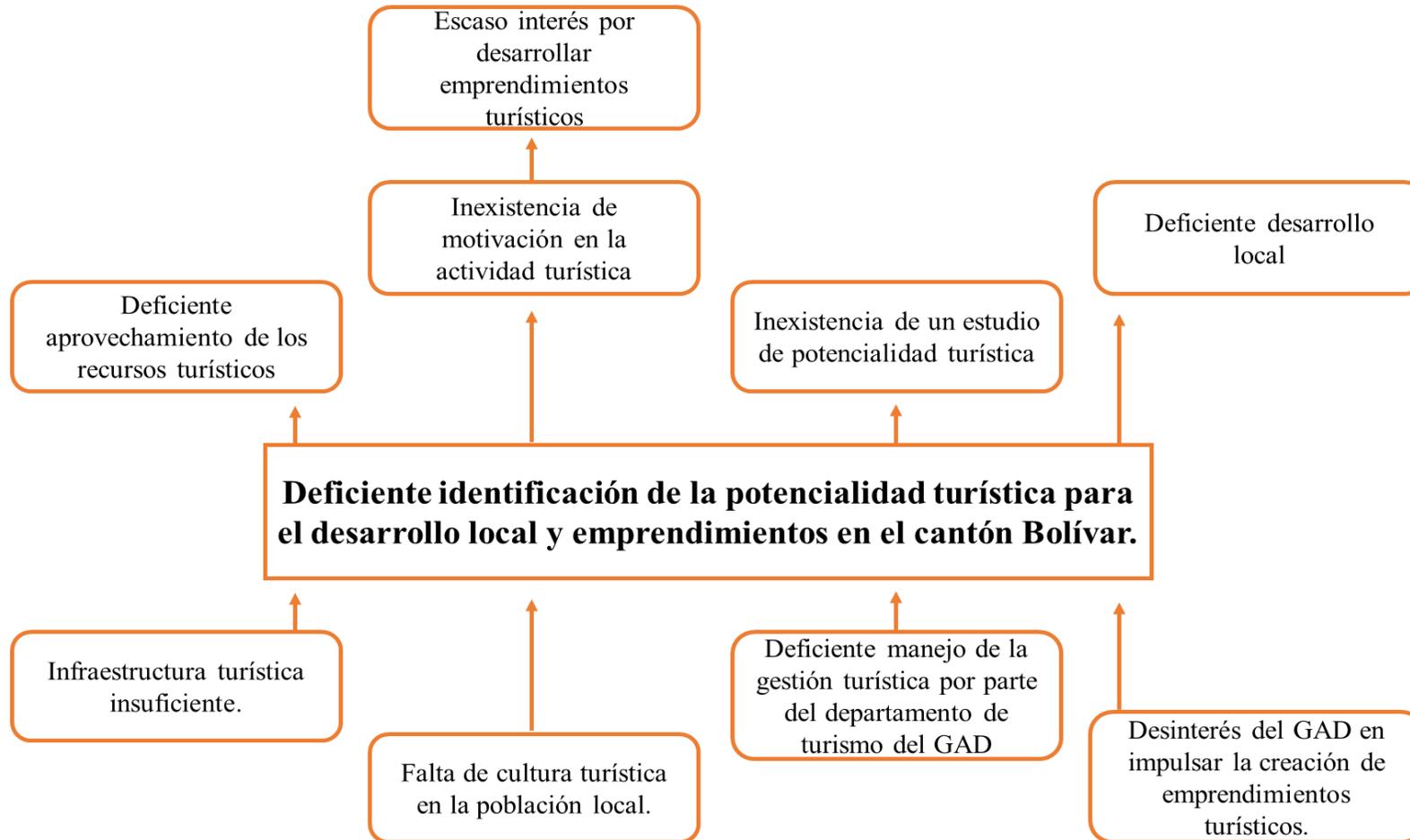
fundamentales". Revista Investigaciones Turísticas. 9, 46. Recuperado en <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/199>

Villegas, F. y Sánchez, M. 2000. Recursos turísticos y actividad del sector en la provincia de granada. Cuadernos Geográficos. 30. 193-221. Recuperado en <http://www.ugr.es/~cuadgeo/docs/articulos/030/030-008.pdf>.

ANEXOS

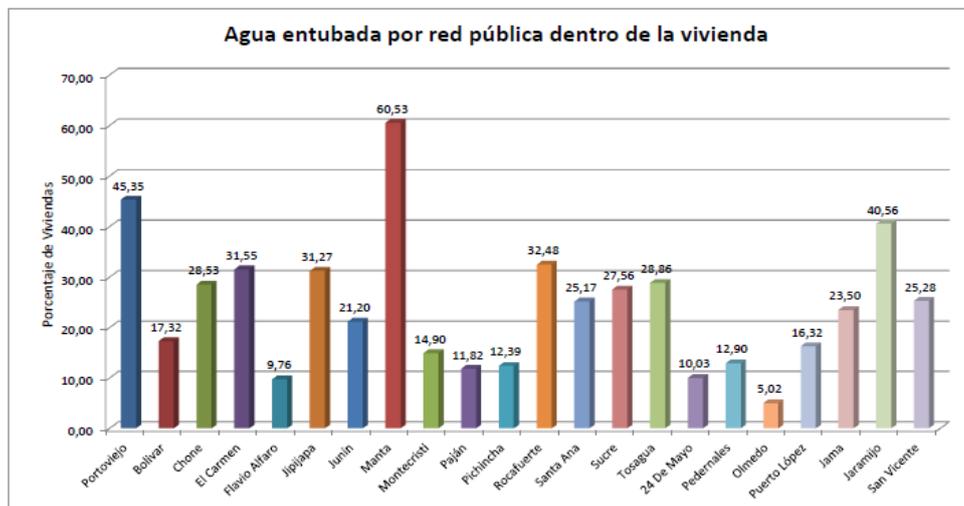
ANEXO 1

ÁRBOL DEL PROBLEMA

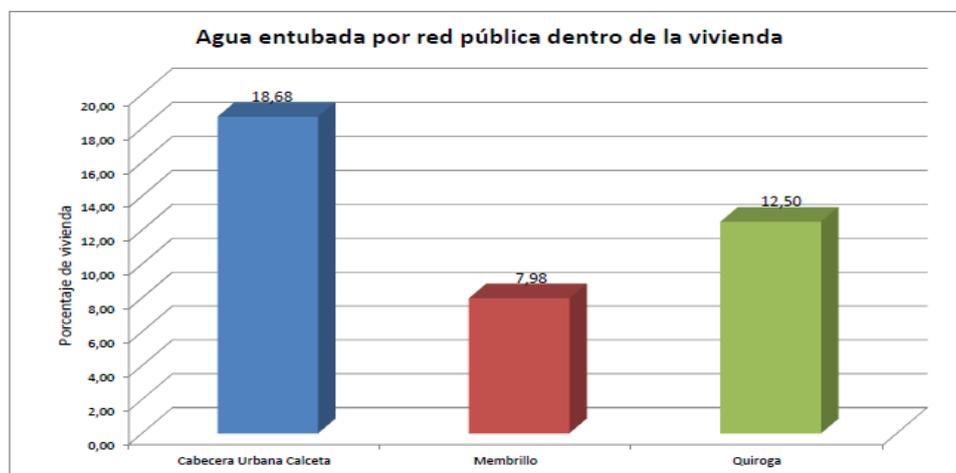


ANEXO 2

PORCENTAJES DE VIVIENDAS CON AGUA POTABLE A NIVEL MANABÍ Y A NIVEL DEL CANTÓN BOLÍVAR



Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
 Elaborado: Sistema Provincial de Información- GPM
 Responsable: Ing. Danys Delgado



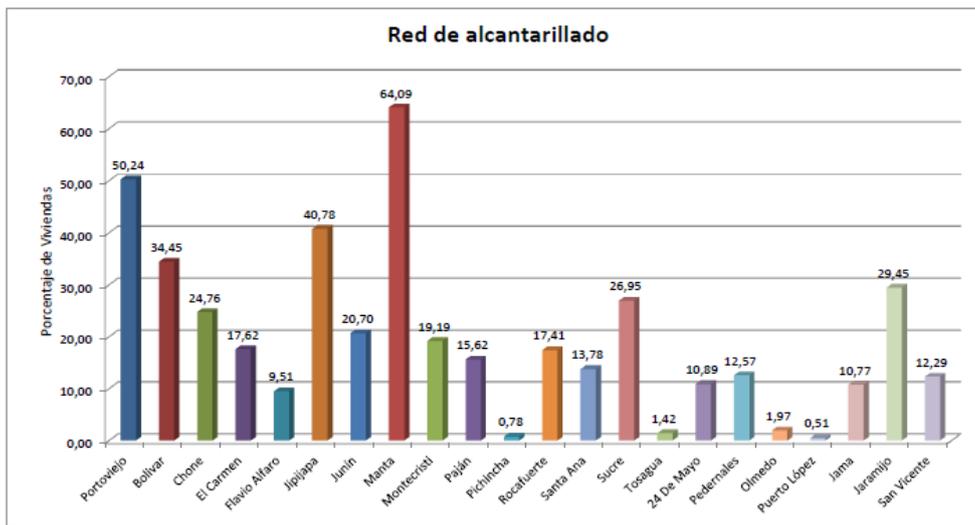
Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
 Elaborado: Sistema Provincial de Información- GPM
 Responsable: Ing. Danys Delgado

ANEXO 3

PORCENTAJES DE VIVIENDAS CON ALCANTARILLADO A NIVEL MANABÍ Y A NIVEL DEL CANTÓN BOLÍVAR



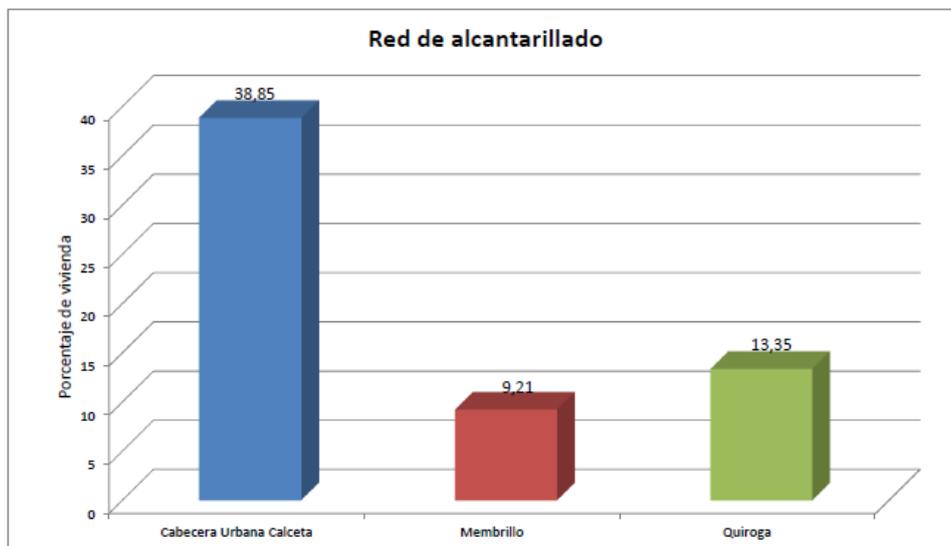
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL



Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
 Elaborado: Sistema Provincial de Información-GPM
 Responsable: Ing. Danys Delgado



DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL



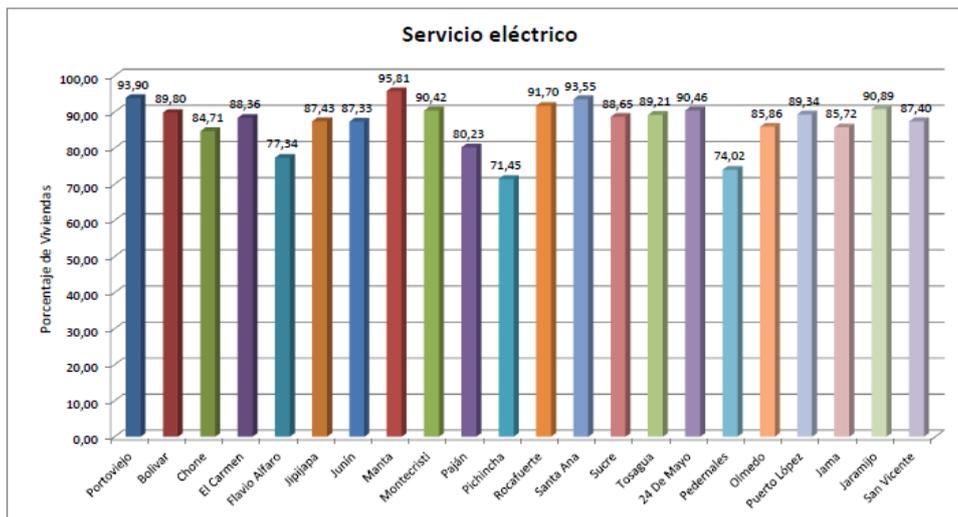
Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
 Elaborado: Sistema Provincial de Información-GPM
 Responsable: Ing. Danys Delgado

ANEXO 4

PORCENTAJES DE VIVIENDAS CON SERVICIO ELÉCTRICO A NIVEL MANABÍ Y A NIVEL DEL CANTÓN BOLÍVAR



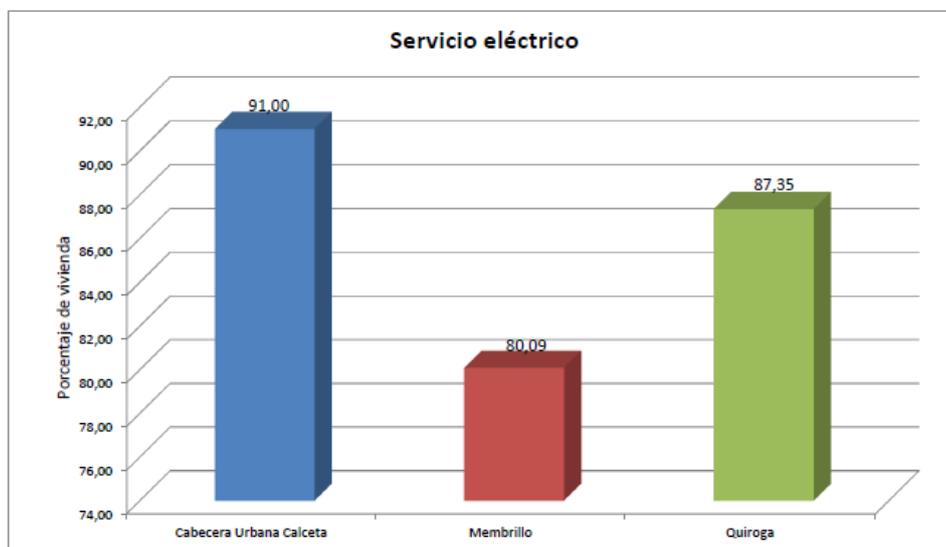
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL



Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
 Elaborado: Sistema Provincial de Información- GPM
 Responsable: Ing. Danys Delgado



DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL



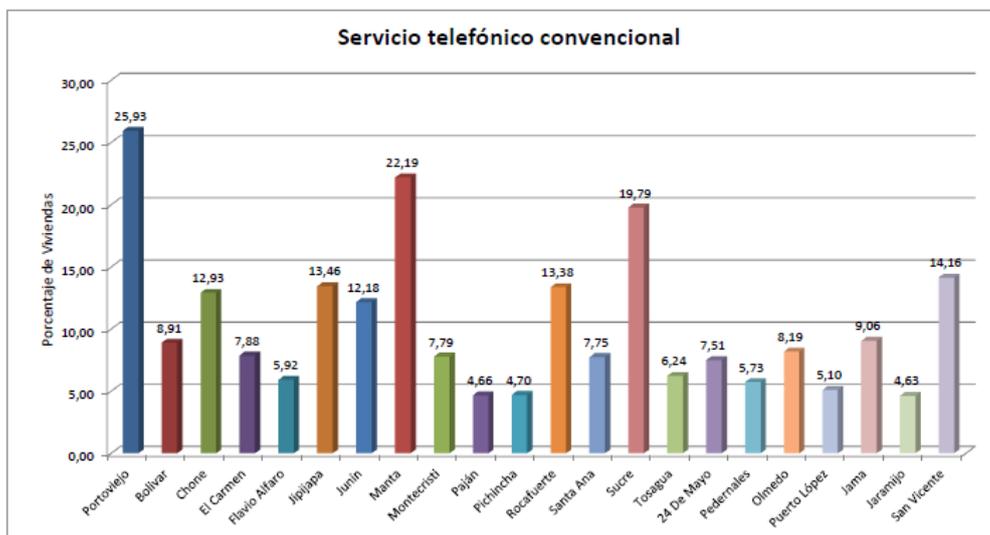
Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
 Elaborado: Sistema Provincial de Información- GPM
 Responsable: Ing. Danys Delgado

ANEXO 5

PORCENTAJES DE VIVIENDAS CON SERVICIO TELEFÓNICO A NIVEL MANABÍ Y A NIVEL DEL CANTÓN BOLÍVAR



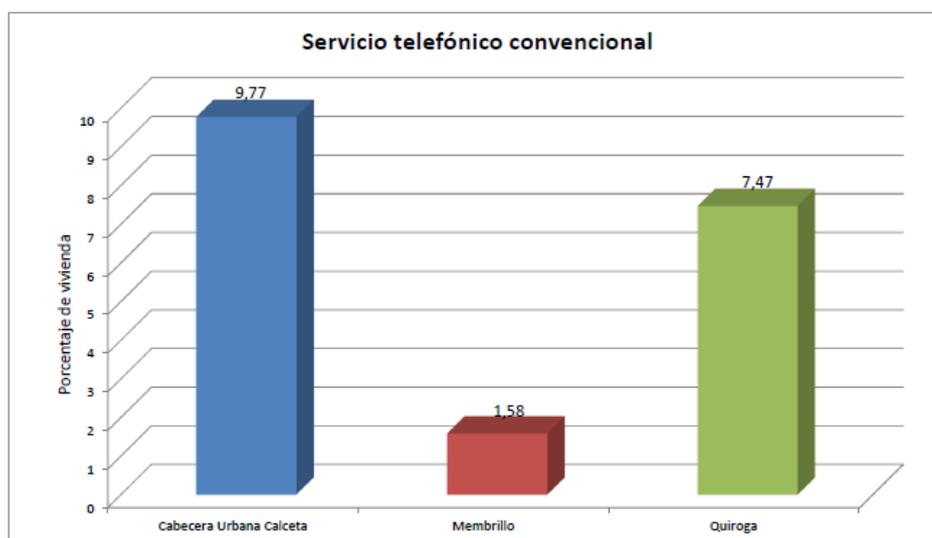
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL



Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
Elaborado: Sistema Provincial de Información- GPM
Responsable: Ing. Dany Delgado



DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL



Fuente: Censo de Población y Vivienda del 2010
Elaborado: Sistema Provincial de Información- GPM
Responsable: Ing. Dany Delgado

ANEXO 6

DATOS GENERALES

ENCUESTADOR:	FICHA No.
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA
NOMBRE DEL RECURSO:	
CATEGORÍA:	
TIPO:	SUBTIPO:

UBICACIÓN

PROVINCIA:	CIUDAD Y/O CANTÓN:	
CALLE:	PARROQUIA:	
NUMERO:	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	LATITUD:
		LONGITUD:

FICHA DE INVENTARIO Y EVALUACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:

NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA (Km.):

NOMBRE DEL POBLADO:

DISTANCIA (Km.):

FOTOGRAFÍAS DEL RECURSO: (Se requieren mínimo 4).**CALIDAD****VALOR INTRÍNSECO****CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL RECURSO**

ALTURA	MIN:	m.s.n.	TEMPERATURA	MIN:	°C	PRECIPITACIÓN.	mm.
		m.				PLUVIOMÉTRICA:	anuales
	MAX:	m.s.n.		MAX:	°C		
		m.					

DESCRIPCIÓN:**EVALUACIÓN**

SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el recurso.	Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el recurso.	0 a 4	
Grado de interacción de los elementos del paisaje (abiótico, biótico y antrópico).	El potencial arqueológico, artístico, histórico y/o etnológico del elemento patrimonial en función de su relación con el entorno y las características propias del recurso.	0 a 3	
Especies de flora y/o fauna endémicas y otras especies interesantes que complementan las anteriores.	Rareza que el elemento presenta en relación con las características propias de la clase o tipo a la que pertenece.	0 a 3	

Grado en que el elemento natural presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	Grado en que el elemento patrimonial presenta las características o atributos propios del grupo al que pertenece.	0 a 3
Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.	Contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.	0 a 2
PUNTAJE TOTAL		15

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL RECURSO

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Conservado	10	
No alterado	8	
Alterado	6	
En proceso de deterioro	4	
Deteriorado	2	

CAUSAS:

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO DEL RECURSO

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Conservado	10	
No alterado	8	
Alterado	6	
En proceso de deterioro	4	
Deteriorado	2	

CAUSAS:

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

EVALUACIÓN

SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Atractividad; belleza, originalidad, el simbolismo y las emociones que provoca en las personas el recurso.	Importancia social del uso actual	0 a 7	

Importancia económica del uso actual.	Importancia económica del uso actual.	0 a 5
contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio natural.	contribuyen a incrementar la conciencia pública dirigida a la conservación del patrimonio cultural.	0 a 3
Puntaje total		15

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			FRECUENCIA					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		Buen o	Regular	Mal o	TRANSPORT E	Diario	Semanal	Mensual	Eventual	
Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año:
	Lastrado				Automóvil					
	Empedrado				4 x 4					
	Sendero				Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes:
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
Aéreo					Avión					Horas al día:
					Avioneta					
					Helicóptero					

EVALUACIÓN

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Estado de las vías	0 - 5	
Frecuencia del transporte	0 - 3	
Temporalidad de acceso	0 - 2	
Puntaje total		10

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA:

ENERGÍA ELÉCTRICA:

ALCANTARILLADO:

TELECOMUNICACIONES:

FACILIDADES TURÍSTICAS

CATEGORÍA	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA	
	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas	No. Establ.	Plazas
ALOJAMIENTO										
ALIMENTACIÓN										
ESPARCIMIENTO										
AGENCIA DE VIAJE			ALMACENES DE ARTESANÍAS						OTROS	
CORREOS			GUIANZA							

EVALUACIÓN

SITIOS NATURALES	SITIOS CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Posee todos los servicios básicos***	Posee todos los servicios básicos***	0 a 3	
Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	Alojamiento: servicios complementarios y equipamiento)***	0 a 3	
Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	Alimentación: servicios complementarios y equipamiento)***	0 a 2	
Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación de flora y fauna, etc.)	Esparcimiento: Actividades recreacionales pasivas (interpretación, observación)	0 a 2	
Puntaje total		10	

*** Se irá asignando menor puntaje de acuerdo por la falta de servicios

ASOCIACIÓN CON OTROS RECURSOS

NOMBRE:

DISTANCIA:

EVALUACIÓN

SITIOS NATURALES Y CULTURALES	PUNTAJE	VALOR
Integración con varios recursos (3 o más)	5,5	
Integración con pocos recursos (2 o menos)	2,5	
No está integrado a otro recurso	2	

SIGNIFICADO

DIFUSIÓN DEL RECURSO:

NACIONAL

ANEXO 7

ENTREVISTA PARA EVALUAR LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN
BOLÍVAR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FÉLIX LÓPEZ"



OBJETIVO: Estimada representante del Departamento de Turismo del GAD de Bolívar, la siguiente entrevista tiene como objetivo evaluar la gestión turística del territorio, misma que servirá como base para desarrollar la investigación planteada. Su contribución en esta entrevista será valiosa para este trabajo investigativo.

INSTRUCCIONES: Responder las siguientes preguntas de la manera más ética y profesionalmente posible.

INFORMACIÓN GENERAL			
¿Cuál es su profesión?	Licenciada en Comunidad Social		
¿Cuál es su cargo en el municipio?	Jefe de Turismo. Directora de Gestión Social y Participación Ciudadana E.		
¿Hace cuánto tiempo trabaja aquí?	Desde 1990 ingresó como secretaria de biblioteca, 16 años en Avalúos y Catastro y en la actualidad Jefa de Turismo.		
¿A través del municipio tiene la oportunidad de asistir a capacitaciones de turismo?	Si (X)	No ()	
Si la respuesta fue si identifique cuales son las instancia de capacitación en turismo	a. Seminarios	X	
	b. Congreso.	X	
	c. Cursos.	X	
	d. Otros		
¿Cuál es la dependencia de turismo en el municipio?	Dirección de desarrollo		
	Secretaría de planificación		
	Relaciones publicas		
	Cultura		
	Otro	Servicio Público	
¿Número de personas en el área de turismo?	2		
¿Cuál es el presupuesto que posee el área de turismo?	No posee		
	Menos de 1.000		
	1.000 - 5.000		
	5.000 - 10.000	8.000	
	10.000 - 15.000		
	Más de 20.000		
¿Qué porcentaje representa el presupuesto de turismo con respecto al municipio?	Menos del 10%	X	Más del 30%
	Más del 20%		Más del 40%
INVENTARIO TURÍSTICO			
Para el diseño del inventario turístico usted realiza el registro de	Atractivos turístico	X	
	Circuitos turístico		
	Servicios turístico	X	
	Fotografías del cantón		
	Cartografías turística		
	Otro		
Si usted realiza inventario. ¿cada cuánto tiempo lo realiza o actualiza?	No realiza inventario		
	Anualmente		
	Cada dos años		
	Cada tres años	X	
	Más de cuatro años		

Para la registro de la oferta turística ¿Qué acciones realiza el área de turismo en el cantón		Aplica una ficha de registro de atractivos turísticos				
		Aplica una fichas de registro de servicios básicos				
		Otros		X		
Para el inventario de productos turísticos rurales del cantón se usa:		Registro físico	X	Registro digital	X	No se utiliza
La información de inventario/catastro, se utiliza para:	Control	Planificación	X	Diseño de productos		No se utiliza
¿A quién transmite la información de la oferta turística recopilada?		MINTUR		X		
		Empresarios				
		Academia				
		Otros				
		No se transmite				
DEMANDA TURÍSTICA						
El área de turismo realiza estudios de demanda turística	Si ()	¿Cómo?	Puntos y fechas específicas			
			En convenio con instituciones			
			Otra forma			
	No (X)	¿Por qué?	Falta de personal			
			Falta de presupuesto			
Otras razones			X			
Existe un perfil del turista que visita el cantón	Si (X)	No ()	¿Por qué no?			
¿Posee oficinas/ puntos de información turística?	Si (X)	Cuántas	Una			
			Más de dos		X	
	No ()	¿Por qué?	Se promociona eventualmente			
			Falta de presupuesto			
			Otras razones			
FACILIDADES TURÍSTICAS						
El cantón posee señalética turística	Si (X)	¿Dónde?	En las vías de acceso			
			En los recursos /atractivos		X	
			En el centro de las parroquias			
	No ()	¿Por qué?	Por falta de presupuesto			
			No se ha planificado			
No es necesaria						
El cantón realiza campañas de difusión turística	Si (X)	¿Cómo?	Con Ministerio de Turismo		X	
			Con Gobierno Provincial		X	
			Mediante folletería		X	
			Por la página WEB del municipio			
			Por redes sociales		X	
	No ()	¿Por qué?	En convenio con instituciones			
			Por falta de presupuesto			
			No se ha planificado			
			Falta de personal			
No es necesario						
El área de turismo posee presupuesto para promoción o difusión turística	Si (X)	¿Cuánto?	Aproximadamente		\$ 1,500	
No ()	¿Por qué?	Por limitaciones presupuestarias				
		No es prioridad para el GAD				
		Otras razones				
FOMENTO A LA INVERSIÓN TURÍSTICA						
El área de turismo tiene algún proceso para incentivar la inversión turística en cantón	Si (X)	¿Cómo?	Registro de oportunidades			
			Incentivos municipales			
			Banco de proyectos turísticos			
			Apoyo a emprendedores		X	
			Banco de entidades públicas o privadas para financiar proyectos			
			Otras			
	No ()		No es competencia del área de turismo			

		¿Por qué?	Falta de personal Falta de presupuesto
Existe algún proceso para incentivar la formalización de las empresas y/o micro empresas turísticas	Si (X)	¿Cómo?	Mediante actualización del catastro Mediante notificaciones a los microempresarios X
	No ()	¿Por qué?	No se han establecido dichos procesos No es competencia del GAD Desinterés de los microempresarios o empresarios Otras
El área de turismo tiene algún proceso para determinar las necesidades de capacitación turística en el cantón	Si (X)	¿Cómo?	Por pedido directo de los empresarios En base a los registros de control En base a la planificación anual X Por estudios eventuales Por oferta del Ministerio / institución
	No ()	¿Por qué?	Por falta de presupuesto Por falta de personal Desinterés de los empresarios Otras
El área de turismo tiene un proceso definido de planificación para el desarrollo turístico local	Si (X)	¿Cómo?	Supeditado al plan de desarrollo cantonal/ Plan de ordenamiento cantonal Mediante Planes Operativos Anuales X En base a los requerimientos de los empresarios Sujeto a las directrices del Ministerio Mediante ordenanzas municipales
	No ()	¿Por qué?	Falta de presupuesto Falta de personal No es prioridad para el GAD No existe requerimiento de los empresarios
Existe un plan de trabajo con los GADS parroquiales	Si (X)	¿Cómo?	Mediante un diagnóstico de necesidades X Supeditado al plan de desarrollo cantonal
	No ()	¿Por qué?	Desinterés de los GADS parroquiales Falta de presupuesto Falta de personal No es prioridad para el GAD

Fuente: Martínez A. y Escalona M. (2012))

¡¡ Se agradece su colaboración!!

ANEXO 8

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA DEL CANTÓN BOLÍVAR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"



OBJETIVO: Estimado visitante, la siguiente encuesta tiene como objetivo determinar el perfil del turista del cantón Bolívar, para determinar las potencialidades de emprendimientos que se pueden desarrollar. Su contribución en esta encuesta es anónima. Le agradecemos su valiosa opinión.

INSTRUCCIONES: Señale una de las alternativas poniendo un visto o una X.

1. **Nacionalidad:** _____
2. **Edad:** 18-21 () 21-30 () 31-40 () 41-52 () Mayor de 53 ()
3. **Estado civil:** Soltero () Casado () Viudo () Divorciado ()
4. **¿Cuál es su nivel profesional?**
Primaria () Secundaria () Universitaria () Maestría () Doctorado ()
5. **Ocupación:**
Estudiante () Comerciante () Profesional () Ama De Casa () Empleado () Técnico ()
Otro, Especifique: _____
6. **¿Cuál han sido su principal motivo para visitar al cantón Bolívar?**
Visitar familia o amigos () Disfrutar paisaje y naturaleza () Conocer recursos culturales ()
Descanso y relajación () Gastronomía local () Negocios ()
Otros especificar: _____
7. **¿Cuánto tiempo permanecerá en el cantón Bolívar?**
1 día () 2-3 días () 4-7 días () Más de 7 días ()
8. **¿Por qué medio se informó sobre lo que ofrece el cantón?**
TV () Internet () Vallas () Radio () Amistades () Otro ()
9. **¿Cómo viaja?**
Solo () Amigos () Pareja () Familia () Grupo organizado ()
10. **¿Qué actividades turísticas realiza en el cantón Bolívar?**
Degustación de comida típica () Visita a lugares de naturaleza () Visita a lugares de artesanías ()
() Visita a fincas () recreación ()



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
AGROPECUARIA DE MANABÍ
"MANUEL FELIX LOPEZ"



11. ¿Qué tipos de lugares prefiere?

RECURSOS	Ha visitado algunos de los siguientes	
	SI	NO
Monumento a Simón Bolívar		
Parque Ferroviario		
Plaza Cívica		
Puente Rojo		
Represa Sixto Durán Ballén		
Elaboración de Artesanías en Barro		
Paraje Natural Y Cultural Quinta Colina Del Sol		
Finca agroecológica Perezoso 1		
Cascada Julián		
Balneario de Agua Dulce Platanales		

12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar?

15– 25 () 26 –40 () 41 – 60 () 61 – 80 () Más de 80 ()

13. ¿Cuál es su grado de satisfacción con la oferta?

Muy satisfecho () Satisfecho () Insatisfecho () Muy insatisfecho ()

14. ¿Cómo califica su estancia y el servicio de la entidad y/o destinos?

Excelente () Muy bueno () Bueno () Regular () Malo ()

15 ¿Repetiría la visita al cantón?

Sí () No ()

16 Sugerencias para mejorar el emprendimiento en el cantón Bolívar.

ANEXO 9

REPRESENTACION GRÁFICA EN PASTELES DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA PARA DETERMINAR EL PERFIL DEL TURISTA

Nacionalidad de los visitantes

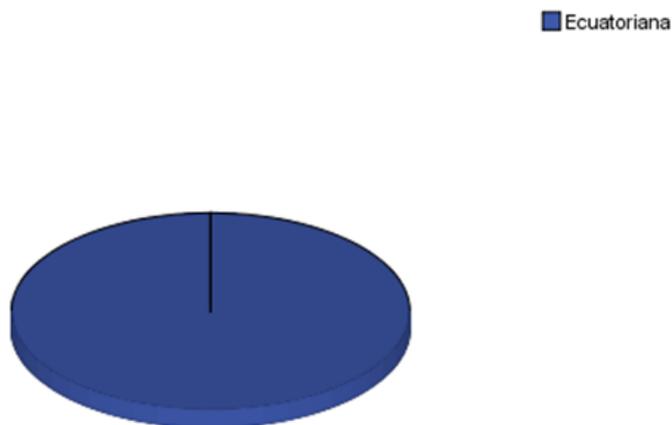


Gráfico 1. Nacionalidad de los visitantes

Nivel profesional

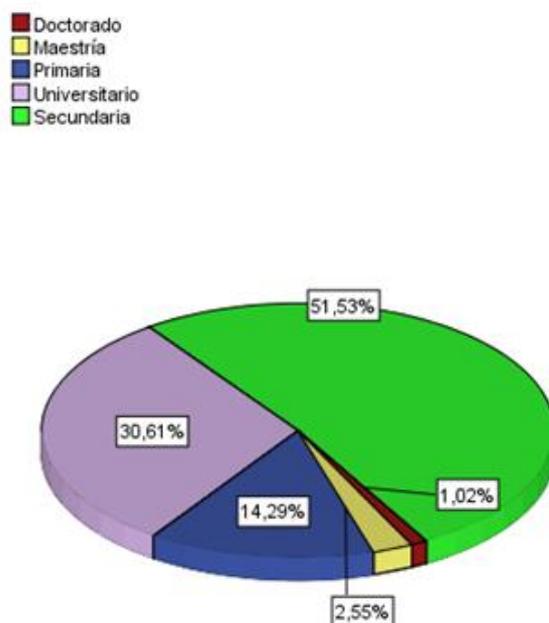


Gráfico 2. Nivel profesional

Estado civil

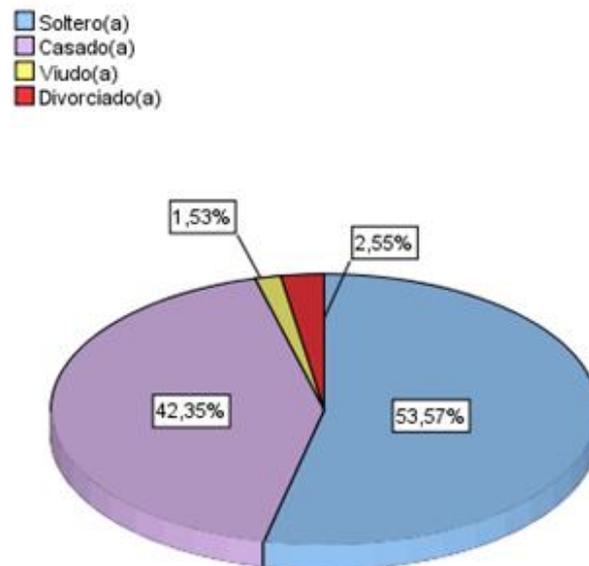


Gráfico 3. Estado civil del visitante

Ocupación del Visitante

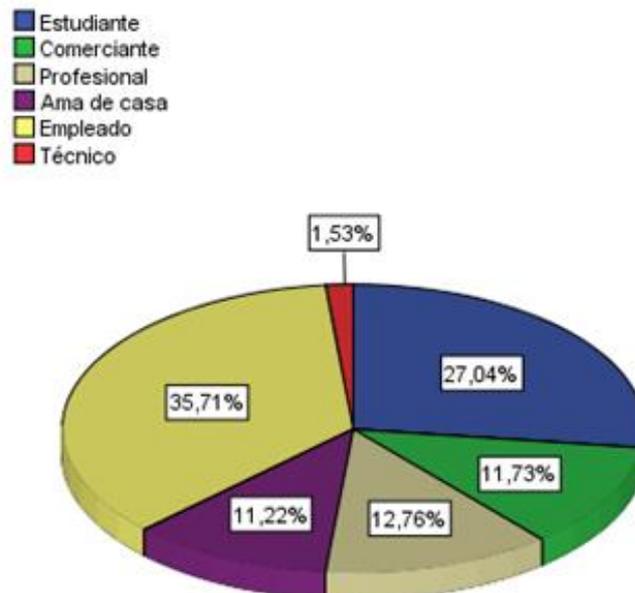


Gráfico 4. Ocupación del visitante

Motivación principal para visitar el cantón

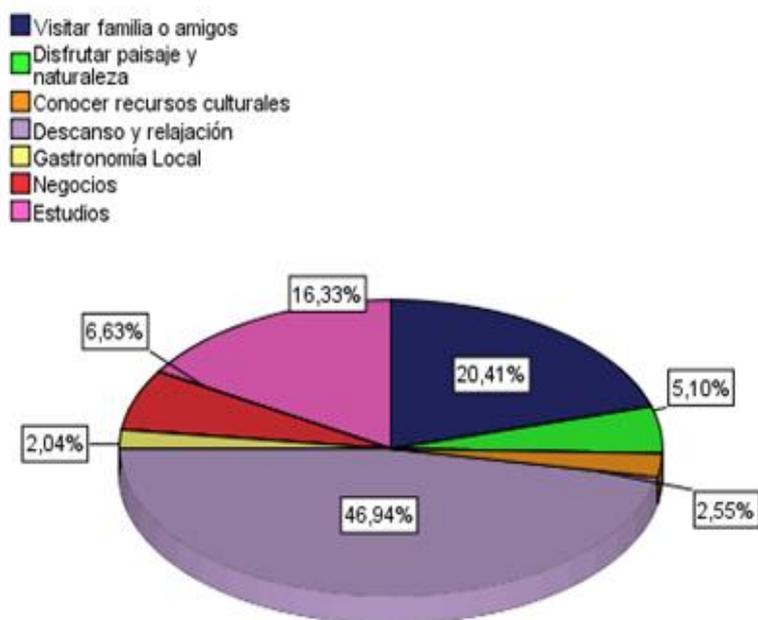


Gráfico 5. Motivación de visitas

Tiempo de permanencia

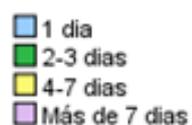


Gráfico 6. Tiempo de estadía del visitante

Medios de información

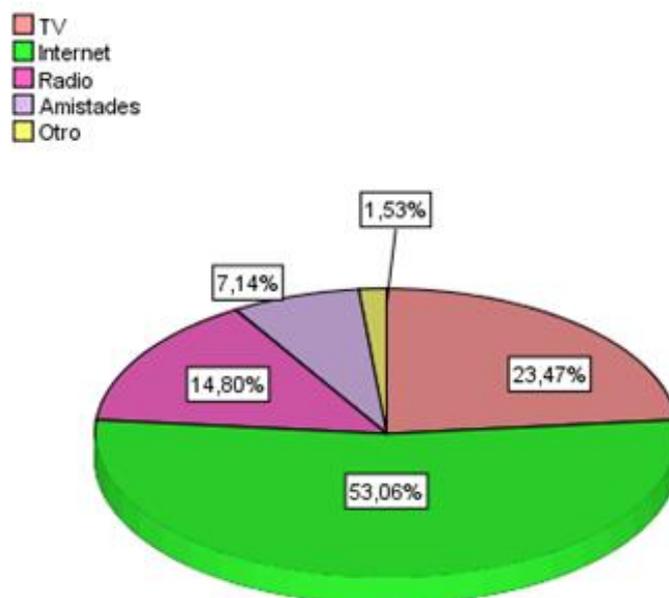


Gráfico 7. Medios de información

Como Viaja

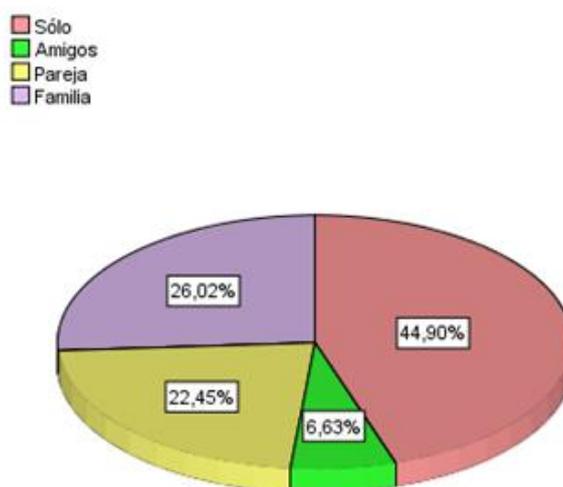


Gráfico 8. Compañía de viaje del turista

Actividades Turísticas



Gráfico 9. Actividades turísticas

Cantidad a Pagar

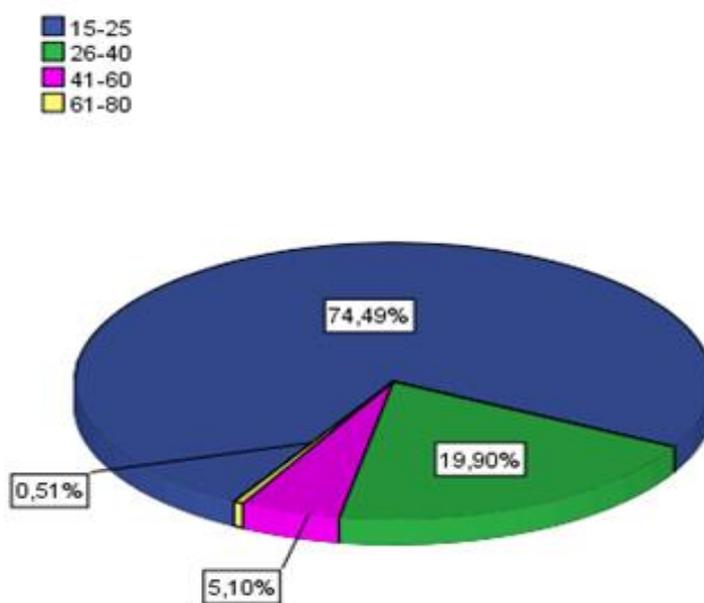


Gráfico 10. Gasto promedio del visitante

Satisfacción de la Oferta

- Muy Satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Muy Insatisfecho

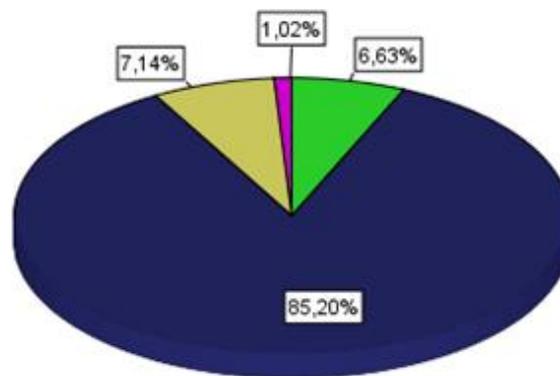


Gráfico 11. Satisfacción de la oferta

Calificación de Estancia y Servicios

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

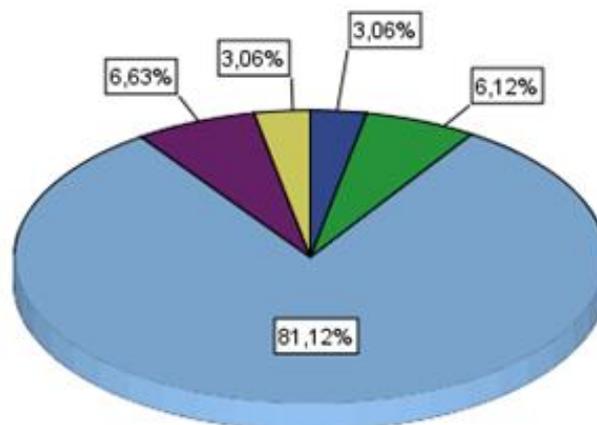


Gráfico 12. Calificación de servicios

Repetiría Visita

■ Si
■ No

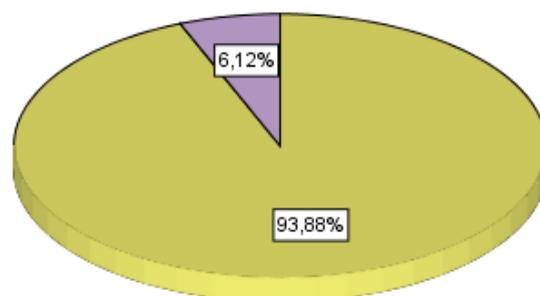


Gráfico 13. Repetiría la visita